

UNIVERZITET U BEOGRADU

FILOLOŠKI FAKULTET

Emilija M. Radibratović

RODNA DIHOTOMIJA
U DISKURSU ONLAIN MEDIJA

doktorska disertacija

Beograd, 2020.

UNIVERSITY OF BELGRADE

FACULTY OF PHILOLOGY

Emilija M. Radibratović

GENDER DICHOTOMY
IN ONLINE MEDIA DISCOURSE

Doctoral Dissertation

Belgrade, 2020

УНИВЕРСИТЕТ В БЕЛГРАДЕ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Эмилия М. Радибратович

ГЕНДЕРНАЯ ДИХОТОМИЯ
В ДИСКУРСЕ ОНЛАЙН МЕДИА

Докторская диссертация

Белград, 2020.

Podaci o mentoru, članovima komisije za odbranu doktorske disertacije i datumu odbrane

MENTOR:

Prof. dr Jelena Filipović, redovna profesorka, Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet

ČLANOVI KOMISIJE:

Prof. dr Ana Kuzmanović Jovanović, vanredna profesorka, Univerzitet u Beogradu,
Filološki fakultet

Prof. dr Dragica Vujadinović, redovna profesorka, Univerzitet u Beogradu, Pravni fakultet

DATUM ODBRANE:

Mojoj majci i mom sinu

Podaci o doktorskoj disertaciji

Naslov doktorske disertacije: Rodna dihotomija u diskursu onlajn medija

Sažetak:

Rodna dihotomija kao kulturni model koji diferencira muške i ženske društvene i jezičke kompetencije, uspostavljena u okviru tradicionalnih rodni ideologija, analizirana je u diskursu onlajn digitalnih medija, u društvenopolitičkom kontekstu savremenog srpskog društva. Istraživanje je sprovedeno kvalitativnom metodom, interdisciplinarno i konstruktivistički, u teorijskim okvirima sociolingvistike i kritičke sociolingvistike, sociologije, antropologije, istraživanja medija i digitalne kulture, rodni studija i feminističke lingvistike.

Kao glavne analitičke metode primenjene su kritička analiza diskursa, koja je svojom društvenom i političkom orijentacijom usmeravala i na ekstralingvističke analize i transdisciplinarni iskorak, kao i multimodalna semiotika u odnosu na prirodu istraživačkog korpusa. Kritički pristup primenjen je i na određene teze istraživača i istraživačica u oblasti jezika, roda, društva i medija, kao i u istraživanju medijskog diskursa i društvenog stanja rodne nejednakosti. Analizom tekstova najposećenijih informativnih portala i „ženskih“ digitalnih medija potvrđene su hipoteze prema kojima digitalni mediji, kao i njihove štampane preteče, reprodukuju i perpetuiraju utvrđene rodne dihotomije u srpskom društvu.

Na lingvističkom i multimodalnom nivou digitalni mediji strateški nadograđuju tradicionalne rodne patrijarhalne ideologije obrascima novog biologizma i potrošačke kulture, pomoću multimodalnih tehnika i hiperveza kojima se učvršćuje sugestivnost paradigmatičkih poruka. Interaktivnost ne podstiče rasprave u odnosu na rodno obeleženi diskurs tekstova, već omogućava reprodukciju rodni ideologija koju mediji prenose iz javnog diskursa. Rodne dihotomije se dijalektički reprodukuju u zatvorenom krugu koji čine institucije, mediji i informaciono društvo.

Ključne reči: diskurs, rod, mediji, jezičke rodne ideologije, kritička analiza diskursa, multimodalna semiotika.

Naučna oblast: Društveno-humanističke nauke

Uža naučna oblast: Filološke nauke, kritička sociolingvistika

UDK broj:

Information about doctoral dissertation

Doctoral dissertation title: GENDER DICHOTOMY IN ONLINE MEDIA DISCOURSE

Abstract:

The gender dichotomy as a cultural model that differentiates male and female social and linguistic competences, established within traditional gender ideologies, has been analyzed in the discourse of online digital media, in the sociopolitical context of the contemporary Serbian society. The research was conducted by using a qualitative method, using interdisciplinary and constructivist approaches; the research was conducted within the theoretical framework of sociolinguistics and critical sociolinguistics, sociology, anthropology, media and digital culture research, gender studies and feminist linguistics.

Critical discourse analysis focused on extralinguistic analyses and transdisciplinary approach, through its social and political orientation, as well as multimodal semiotics in relation to the nature of the research corpus, were applied as main analytical methods. The critical approach has also been applied to specific theses of researchers in the fields of language, gender, society and media, as well as to the study of media discourse and the social context of gender inequality. The analysis of the texts of the most visited news portals and „women’s“ digital media confirmed the hypotheses according to which digital media, as well as their printed precursors, reproduce and perpetuate established gender dichotomies in the Serbian society.

At the linguistic and multimodal levels, digital media strategically upgrade traditional gender patriarchal ideologies with patterns of new biologism and consumer culture, using multimodal techniques and hyperlinks that reinforce the suggestiveness of paradigmatic messages. Interactivity does not encourage discussions in relation to the gender-marked discourse of the texts, but rather enables the reproduction of gender ideologies transmitted by the media from the public discourse. Gender dichotomies are dialectically reproduced in a closed circle made up of institutions, media and the information society.

Keywords: discourse, gender, media, language gender ideologies, critical discourse analysis, multimodal semiotics.

Scientific area: Social sciences and humanities

Scientific field: Philological sciences, critical sociolinguistics

UDC number:

SADRŽAJ

I UVODNI DEO	1
1. Predmet istraživanja.....	2
2. Hipoteze	4
3. Cilj istraživanja	6
II TEORIJSKO-METODOLOŠKI OKVIR.....	7
1. Interdisciplinarni, transdisciplinarni i konstruktivistički metod	8
2. Ključni pojmovi i analitički instrumenti	11
2.1. Diskurs	11
2.1.1. Tumačenja diskursa.....	12
2.1.2. Diskurs medija	14
2.1.3. Intertekstualnost	14
2.1.4. Moć u diskursu.....	16
2.2. Ideologija	16
2.2.1. Ideološki aspekti	17
2.2.2. „Nkali“	19
2.2.3. Jezičke ideologije.....	20
2.3. Rod.....	22
2.3.1. Rodne dihotomije.....	23
2.3.2. Jezičke/rodne ideologije.....	25
2.3.3. Rod u medijskom i javnom diskursu.....	28
3. Sociolingvistička polazišta i kritički ishodi	30
3.1. Etnografija govorenja.....	30
3.2. Sociolingvističke teme	31
3.3. Okvir kritičke sociolingvistike i interdisciplinarna prelijanja.....	32
4. Kritička analiza diskursa (KAD).....	35
4.1. Načela KAD.....	36
4.2. Ferklafove tri dimenzije analize	38
4.3. Sociokognitivni pristup van Dajka	40
4.4. Diskursno-istorijski pristup Vodak.....	42
5. Multimodalna semiotika	44
5.1. Znak i značenje	44
5.2. Funkcionalna socijalna semiotika.....	46
5.3. Multimodalnost kao imperativ savremenog diskursa.....	50
6. Istraživanja medija i medijskog diskursa	54

6.1. Mediji i ideologija.....	55
6.1.1. Birmingemski centar	56
6.1.2. Medijska kultura	58
6.2. Interdisciplinarna i diskursna analiza.....	60
6.2.1. Kritička analiza medijskog diskursa: van Dajkove strukture.....	61
6.2.2. Kritička analiza medijskog diskursa: Ferklafova intertekstualnost	64
6.3. Medijski diskurs u digitalnom okruženju.....	67
6.3.1. Drugo medijsko doba	68
6.3.2. „Oslobođena“ publika	70
6.3.3. Šta novi mediji nisu, a šta jesu.....	72
7. Kompjuterski posredovani diskurs.....	76
8. Rodne (ne)osetljivosti	78
8.1. Razvojne faze feminističke lingvistike	78
8.1.1. Teorija dominacije	81
8.1.2. Teorija različitosti ili model dve kulture.....	82
8.1.3. Teorija performativnosti i koncept delatne zajednice	85
8.1.4. Presek tri talasa	87
8.2. Poreklo „razdora“.....	89
8.2.1. Patrijarhalno ustrojstvo	90
8.2.2. „Anđeo u domu“	92
8.2.3. Mit o isključenosti iz kulture i razornom povratku.....	96
8.2.4. Fizionomija žene	99
8.2.5. Jedno (ne)moguće razrešenje: kiborg	102
8.3. Kritika diskursa savremenih rodni ideologija	106
8.3.1. „Savršena rodna ideologija“: novi biologizam	107
8.3.2. Kritičke orijentacije.....	109
8.3.3. Lazar: „Manifest“ feminističke KAD	112
III ROD U MEDIJIMA: ISTRAŽIVANJE.....	115
1. Rod u srpskom jeziku.....	116
1.1. Preskriptivna pitanja i sociolingvistički uviđaji.....	116
1.2. Od „Psiholingvističkih istraživanja“ do inventara	118
1.3. Asimetrije u funkciji ideologije	120
2. Rod u srpskim medijima: kvantitativne i kvalitativne analize	122
2.1. Jezički rodni obrasci u medijskim izveštavanjima krajem 20. veka	122
2.2. <i>Status quo</i> na prelazu dva veka i optimistička perspektiva.....	125
2.3. Milenijumski pad: „strategije isključivanja“.....	128

2.3.1. Zapadni „uzori“	130
2.4. Srbija i svet u Globalnom monitoringu medija	132
2.4.1. Ispod svetskog proseka 2015.	133
2.4.2. Rod u srpskim digitalnim medijima.....	135
2.5. Stalna mesta kritike „neumrle stare paradigme“	136
3. „Godina žena“ u Srbiji: 2017	138
3.1. Društvenopolitički kontekst	138
3.2. Žene i muškarci u Republici Srbiji	141
3.3. Rodne politike	144
3.4. Medijska sfera	146
4. Iza diskursa onlajn-medija	148
4.1. Digitalna transformacija u tehnološkom i zakonskom okviru	148
4.2. Na vodećim pozicijama.....	151
4.2.1. Blic.rs	151
4.2.2. Kurir.rs	153
4.2.3. Samostalne „ženske“ adrese.....	155
5. „Muški“ portali	158
5.1. Borbe u diskursu: Kako je premijer postao/la premijerka	159
5.1.1. Blic.rs: Strategija „pozajmljivanja“ moći	159
5.1.2. Kurir.rs: Strategija nasumičnosti i „sloboda“ komentarisanja	167
5.1.3. Dijalektička re-produkcija rodne dihotomije	175
5.2. Populaciona (a)politika: „saveti“ za rađanje.....	176
5.2.1. Paradigma moći u sinhronijskim i dijahronijskim diskursnim susretima	178
5.2.2. Osnaživanje i autodemantovanje diskursa moći	184
5.2.3. Sudar faktičkog i ideološkog diskursa: (ne)kultura porađanja.....	190
5.2.4. Harmonizacija starog i novog diskursa patrijarhalne rodne ideologije.....	194
5.3. Muškarcu država, ženi i u državi porodica	195
6. „Ženski“ portali.....	198
6.1. Multimodalni raskorak.....	199
6.2. „Rodolekti“ i rodno diferencirane teme	206
6.3. Strategije izolacije i vaspitavanja.....	214
IV ZAKLJUČCI.....	217
LITERATURA.....	222
ONLAJN-IZVORI I MEDIJSKI ČLANCI.....	237
PRILOZI	246

I UVODNI DEO

„Upotreba jezika u direktnoj je korelaciji sa prirodom društvenih odnosa u jednoj zajednici, a analiza upotrebe jezika (kroz teorijsko-metodološke postulate kritičke sociolingvistike i kritičke analize diskursa) nudi nam značajne informacije o suštini tih odnosa moći i nemoći, ravnopravnosti ili hegemonije na kojima počivaju naša društva. Kada je u pitanju odnos jezika i roda, ključna pitanja kojima se studije tog usmerenja bave tiču se pitanja postojanja rodnih razlika u upotrebi jezika, načina njihovog ispoljavanja u jeziku i kroz jezik, jezičkih formi i struktura, kao i diskurzivnih praksi, koje ta diferencijacija poprima, i njenih društvenih korelata/efekata“ (Filipović, 2009a, str. 111).

Dominantan kulturni model rodnih dihotomija sa podrazumevanim primarnim rodnim ulogama i kompetencijama u odnosu na javni i privatni prostor, koji se proizvodi i reprodukuje u jeziku, odražava se i u medijskom diskursu koji reprezentuje ili preispituje opšteprihvaćene vrednosti i obrasce ponašanja. U odnosu na društveni kontekst, tradicionalni obrasci koji su muškarce vezivali isključivo za javnu sferu i progres, a žene za biološko održanje porodice, prilagođavaju se novim društvenim okolnostima koje nalažu političke jednakosti i slobode svim ljudima, ali sa početnih pozicija koje se potvrđuju ili negiraju, još uvek utemeljenih u diskursu koji se reprodukuje i perpetuira u javnoj i privatnoj komunikaciji.

Sociolingvistička istraživanja i kritički pristupi kao što je kritička analiza diskursa tragaju za korelacijama između jezičkih ideologija i ideološkog delovanja u društvenim strukturama i relacijama, koje imaju direktnog uticaja na formiranje kognitivnih modela, individualnih identiteta i obrazaca ponašanja. S obzirom na kompleksnost rodnog pitanja u neraskidivom dijalektičkom krugu koji čine jezik, društvo i mediji, takva istraživanja su nužno interdisciplinarna, a u okviru kritičke analize diskursa koja ima političke pretenzije, i transdisciplinarna. Razvoj medija i savremene kulture nalaže i multimodalni pristup formiranju, reprodukciji i delovanju ideoloških obrazaca koji čuvaju drevne rodne podele i u digitalnom okruženju.

1. Predmet istraživanja

Predmet naučnog istraživanja u ovom radu je ispoljavanje rodno obeleženog diskursa u digitalnim medijima na srpskom jeziku. Ispituje se jezički izraz rodne dihotomije u odnosu na tradicionalne obrasce, u kontekstu onlajn-medija i njihovih multimodalnih svojstava i interaktivnih, integrativnih i participativnih mogućnosti. U širokom metodološkom okviru kritičke analize diskursa rodni diskurs je interdisciplinarno podvrgnut analizi odnosa moći izraženih u multimodalnom diskursu onlajn-medija. Tradicionalne uloge muškaraca i žena u javnoj i privatnoj sferi, definisane u savremenim studijama kulture, lingvističkim i antropološkim studijama diskursa (Cotter, Cameron, Philips, Savić, Filipović, Milivojević, Pišković...), podvrgnute su ponovnom posmatranju, sada iskazane u medijima koji novom tehnologijom produkcije i novim načinom konzumacije, dozvoljavaju, odnosno podrazumevaju direktno i aktivno učešće publike od koje se očekuje da generiše onlajn-sadržaje. Pretpostavljeno je, a potom i uočeno, prenošenje tradicionalno usvojenih rodni uloga u diskursu digitalnih medija, sa varijacijama u okviru novih strateških mehanizama održanja rodni ideologija. Rodno obeleženi stil i jezik tekstova analiziram na makrolingvističkom nivou u medijima na srpskom jeziku na internetu, objavljenih najvećim delom 2017. godine.

Istraživanje se fokusira na dnevne digitalne informativne medije i „ženske“ portale, odnosno na tipove tradicionalnih medija kao što su dnevne informativne novine i ženski časopisi, koji su prošli kroz proces digitalne konvergencije. Izbor etnografskog materijala motivisan je podatkom Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije da u datom periodu onlajn dnevne novine i časopise posećuje najveći broj korisnika interneta u Srbiji, 75,6%, pri čemu su žene i muškarci gotovo podjednako zastupljeni u „internet populaciji“ (Republički zavod za statistiku RS, 2017, str. 26), dok u opštoj demografskoj slici žene imaju nešto veću zastupljenost sa 3.601.043 prema 3.419.815 (Republički zavod za statistiku RS, 2018). Kriterijum odabira korpusa zasnovan je na uticaju koji mediji ostvaruju, merljiv brojem posetilaca. Analiziram dva tada najposećenija dnevna informativna portala „Blic“ (www.blic.rs) i „Kurir“ (www.kurir.rs), dok su kao „drugi pol“ korpusa izabrani u istom periodu najposećeniji „ženski“ onlajn-portali magazinskog tipa: „ženski“ podsajtovi portala Blic.rs i Kurir.rs – Žena.blic.rs i Stil.kurir.rs, kao i samostalni portali „Lepa i srećna“ (www.lepaisrecna.rs) i „Mogu ja to sama“ (<https://mogujatosama.rs>).

Odabir perioda u kojem su istraženi tekstovi objavljeni izvršen je na osnovu društvenog konteksta u kojem su javno i politički istovremeno proklamovani digitalizacija i borba za rast nataliteta kao politički, odnosno društveni prioriteti. Događaji u 2017. godini na koje se fokusiram su: izbor prve premijerke u istoriji Republike Srbije sa izborom nove Vlade Srbije i njenog programa, državna kampanja za podizanje nataliteta i „stimulaciju rađanja“ sa konstituisanjem novog Saveta za populacionu politiku, kao i medijske kampanje za podršku rađanju i porodici. Deo korpusa čine i tekstovi koji se dovode u vezu sa navedenim društvenopolitičkim događajima, objavljeni krajem 2016. i u prvom kvartalu 2018. godine. S obzirom na dinamički princip medijske produkcije u digitalnom okruženju, multimodalne komparativne analize uključuju pored navedenog arhivskog materijala i produkciju u realnom vremenu iz 2020. godine, kao i jedan tekst iz 2014. godine i jedan iz 2015. U odnosu na određene nerasvetljene činjenice iz ekstralingvističkog konteksta u analiziranim medijima, uvodim i tekstove drugih digitalnih medija i portala, koji nisu u korpusnom jezgru. Analiziram društvenopolitički okvir i medijsku produkciju koja je nastala, dakle, u određenom periodu, od 2014. do 2020. godine, sa fokusom na 2017, gde korpus čine tekstovi koji se dovode u vezu sa aktuelnim društvenim okolnostima i koji su rezultat rada profesionalnih medija.

Budući da mi je namera bila da zauzmem transdisciplinarni, angažovani pravac u istraživanju, iz potrebe formirane i nametnutim rodnim identitetom na ličnom planu, ali prevashodno višegodišnjim iskustvom u medijima i javnim politikama, u analizu uvodim kritičku dimenziju teorijskih okvira kritičke analize diskursa. Ono što izdvaja ovaj interdisciplinarni i transdisciplinarni pristup u izučavanju jezika i društva jeste kritički stav prema uočenim paradigmatima odnosa moći i nejednakosti u društvu i namera da se izvrši uticaj na otklanjanje društvenih nepravdi. Trodelni obrazac koji je postavio Norman Fairclough (Fairclough, 1995, str. 5) – reprezentacija, identiteti i relacije, u analizi kreiranja i efekata medijskog sadržaja, jeste polazna metodološka osnova analize. Na polju medijskih i studija roda pregledni i istraživački radovi pružaju teze i osnove za sprovođenje kvalitativne analize rodnog diskursa u izdvojenim medijskim sadržajima (Kendall & Tannen, 2005; Cotter, 2005; Savić, 2015; Filipović & Kuzmanović Jovanović, 2012; Milivojević, 2004, Tomić, 2008...).

Teorijsko-metodološki okvir formiram kvalitativnom metodom počev od sociolingvističkih temelja i kritičke sociolingvistike (Benvenist, Hajmz, Labov, Bugarski, Savić, Klikovac), intertekstualnih istraživanja (Bahtin, Hodges), kritičke analize diskursa (Fairclough, van Dijk, Wodak), semiotičkih i multimodalnih istraživanja (Sosir, Bart, Fuko, Kress, van Leeuwen, Thurlow), medijskih istraživanja (Hol, Fisk, Kelner, Brigs & Kobli, Tjurou, Manovič, Todorović), digitalne kulture i diskursa (Holmes, During, Herring, Androutsopoulos, du Preez), rodnih studija (de Boovar, Irigare, Haravej, Bok, Duhaček) i feminističke lingvistike (Lakoff, Tannen, Butler, Cameron, Philips, Lazar, Filipović), sa sociološkim, filozofskim i antropološkim uvidima (Adorno, Gramši, Kant, Hegel, Burdije, Gidens) i etnološkim nalazima (Đorđević T., Jovanović, Erlich)...

2. Hipoteze

Jezik simbolizuje stvarnost, formira naše predstave o svetu, utiče na formiranje naših identiteta, između ostalog i putem medija koji su među najmoćnijim prenosiocima poruka, dok nova sociolingvistika sa kritičkom socijalnom teorijom „teži da se kritički odredi prema društvenom ustrojstvu koje se formira, utemeljuje i transgeneracijski prenosi ili menja uz i kroz upotrebu jezika“ (Filipović, 2018, str. 60). U savremenom svetu, kreatori medijskih sadržaja su i muškarci i žene, a dodatu vrednost u tokovima globalizacije i digitalizacije doneli su i konzumenti tih sadržaja, takođe podjednako i žene i muškarci, koji imaju mogućnost da budu ne više pasivni čitaoci, gledaoci i slušaoci već aktivna publika koja komentariše date sadržaje u tradicionalnim medijima koji su prešli u digitalni prostor, dok u novim medijima, u formama kao što su društvene mreže i blog, kreira i sama tekstove i multimedijalne sadržaje.

Nova medijska scena otvara prostor za kritički pristup rodno obeleženom jeziku koji potvrđuje i ponovo proizvodi davno ustaljene rodne podele, posebno u odnosu na javni i privatni prostor. Takva diskurzivna praksa u studijama roda prepoznaje se kao „oblik kulturnog ponavljanja ili reartikulacije, praksa ponovnog označavanja“ (Batler, 2001, str. 142). I Zorica Tomić uočava nepromenljivost medijskog diskursa: „... slika žene u medijima, od njene simboličke marginalizacije, do proizvodnje estradnih stereotipova, uprkos brojnim sofistifikacijama, prikrivanjima i otvaranjima pitanja o ravnopravnosti polova, izgleda da nije odmakla ni milimetar dalje od bazičnih mitskih predstava koje je, osim u suštu inkarnaciju svih zala, tretiraju kao neprilično i prljavo biće“ (Tomić, 2008, str. 148). U sociologiji i antropologiji ponuđeni su u širem javnom okviru deterministički pojam habitusa (Burdije, 2001) i fenomen „histerizacije tela žene“ (Fuko, 2006), dok je i u tradicionalnom strukturalističkom poimanju Rolan Bart (2013) uočio nepromenljivost mita o ženi u medijskom izrazu, na primeru analize članka u ženskom časopisu „Elle“ koji promovise spisateljice.

Dok su studije roda prolazile kroz faze teorija dominacije (Lakoff, 1973, 1975), različitosti (Tannen, 1986, 1990) i performativnosti (Butler, 1990, 1993, 2004), do danas se zadržao „uvriježeni uzus binarnoga tumačenja muškoga i ženskoga jezičnoga ponašanja“ (Pišković, 2016, str. 31). Savremena feministička kritička lingvistika i kritička analiza diskursa uočile su strateško potiskivanje žena iz diskursa javnog prostora i održanje tradicionalne rodne ideologije uporedo sa jačanjem novih rodnih ideologija „novog biologizma“ i potrošačkog društva (Philips, 2003; Cameron, 2003; Lazar, 2007). Ovaj rad istražuje da li su se desile promene u tom pogledu u digitalnom medijskom diskursu; da li su informaciono društvo, nova interaktivnost i participativna kultura, u medijskoj sferi, napravili pomak u pravcu ostvarivanja rodne ravnopravnosti. Makar i samo u jeziku.

Rodni diskurs u digitalnim medijima ispitujem iz više uglova, polazeći od ekstralingvističkog nivoa sa ciljem identifikacije ideološke dimenzije rodne dihotomije. Uvid u demografsku sliku društva i statistiku obrazovanja koje ne pružaju realno utemeljenje društvene subordiniranosti jednog pola, suprotstavila sam raspodeli moći u naučnim i političkim krugovima, kao i regulatornom okviru koji nalaže suzbijanje diskriminacije u pogledu roda i drugih ličnih svojstava. U tom društvenopolitičkom kontekstu analiziram način na koji medijski diskurs tretira promene u odnosima moći, koje se odvijaju dolaskom žene na najvišu funkciju izvršne vlasti, kao i kontradiktornu politiku „stimulacije rađanja“ u odnosu na proklamovane društvene vrednosti. U analizi „ženskih“ portala fokus je na rodno obeleženom diskursu koji izoluje „ženske“ teme u odnosu na društveni kontekst i direktivno upućuje publiku na tradicionalne rodne uloge.

Ispitujem rodnu jezičku diferencijaciju u različitim medijskim žanrovima, na nivou leksičkih izbora, odnosno izbora gramatičkog roda za imenice koje označavaju žene na funkcijama, zatim borbe

u diskursu i strategije održanja muške dominacije u oblasti u koju su ušle žene, strategije uspostavljanja javne moći u okvirima privatnog polja rađanja, razlike između „višeg“ stila informativnog, političkog i ekonomskog izveštavanja, koji je bliži administrativnom, autoritativnom stilu i koji odlikuje neodređenost, pasiv, nominalizacija, dekomponovanje glagola... i „nižeg“, „zabavnog“ ili familijarnog stila, koji se odlikuje aktivnim glagolskim oblicima, deskripcijom, epitetima... Objektivni i subjektivni modalitet dovodim u vezu sa tradicionalnim postavkama „muškog“ i „ženskog“ jezika koje su podrazumevale i hijerarhiju društvenih kompetencija. Osim lingvističkog analiziram i multimodalni nivo diskursa, koherentne veze između jezika i multimodalnih elemenata, kao i multimodalne kohezije tekstova i njihovih međusobnih paradigmatičkih delovanja u sistemu hiperveza u digitalnom okruženju. U korpusu posebno obraćam pažnju na čitalačku interakciju, prihvatanje i odstupanje od zadatog diskursa u odnosu na rod aktera i akterki u tekstu.

U novom medijskom kontekstu, društveno najprodornijeg javnog diskursa, predmet istraživanja problematizujem ukazivanjem na nesklad između okamenjenog mita o ženi kao inferiornom, manje vrednom, nižem biću koje prirodno pripada privatnom prostoru, i interaktivne participativne prirode medijskog prostora u kojem je taj mit transponovan, uprkos, ili, možda, zahvaljujući diverzitetu i brojnosti publike koja na sadržaj u takvom prostoru može neposredno da utiče. Hijerarhijska postavka odnosa moći se u tom smislu potvrđuje kroz kolektivno pristajanje na vekovima ponavljane postulate o rodnim obeležjima i na njihovu dalju razradu prema zadatom diskursu bez elemenata otpora ili bez eksplicitnog otpora koji su karakteristični za praksu popularne kulture. Sa druge strane, upravo je u multimodalnim svojstvima digitalnog medijskog diskursa ključ za analizu intencija u proizvodnji takvog diskursa, koji prema Manoviću (2015), u naizgled slobodnom odabiru sadržaja zapravo predstavlja „mentalnu putanju projektanta novih medija“.

Potvrda rodno utemeljenih identiteta u jeziku medija započinje osvrtom na opšte usvojene definicije i uloge govora, odnosno teksta, kao tipske forme iskaza, koji je „povezan ne samo s prethodnim već i sa narednim karikama govornog opštenja“ (Bahtin, 2013, str. 189), dolazeći do rodno diferenciranog diskursa i utemeljenih ideja o rodu kao kulturne, misaone tvorevine, i to u smislu u kojem je Fuko razumeo istoriju ideja: „U pregibima velikih diskurzivnih spomenika ona otkriva rastresito tle na kome oni poživaju. To je disciplina plutajućih govora, bezobličnih dela, nepovezanih tema. Više analiza mnjenja nego znanja, zabluda, a ne istine, tipova mentaliteta a ne oblika mišljenja“ (Fuko, 1998, str. 149).

Ključni problemi orijentišu se oko pitanja koje je definisao Teun van Dijk u okviru kritičke analize javnog, odnosno medijskog diskursa:

1. „Kako moćne grupe kontrolišu tekst i kontekst javnog diskursa?“
2. Kako takav diskurs moći kontroliše umove i postupke manje moćnih grupa, i koje su društvene posledice takve kontrole, kao što je društvena nejednakost?“
3. Koja su svojstva diskursa moćnih grupa, institucija i organizacija i kako ta svojstva oblikuju zloupotrebu moći?“ (Van Dijk, 2005, str. 471).

Interdisciplinarni pristup ogleda se u primeni i kritičkom preispitivanju sociolingvističkih i antropoloških teorija i istraživanja. Metodološkim postupkom kritičke analize diskursa, pomoću prevashodno kvalitativne analize i promišljanja teorijskih postavki u izučavanjima diskursa, a posebno rodno obeleženog diskursa u medijima, polazna hipoteza zasniva se na pretpostavci da rodne dihotomije opstaju u digitalnim medijima, uprkos interaktivnim i participativnim mogućnostima koje mogu da utiču na kritičko promišljanje tradicionalnih rodnih ideologija u medijskom diskursu, posebno u društvu u kojem je izražena politička volja za suzbijanje rodne diskriminacije. Očekivani rezultat jeste da se određene promene odvijaju na nivou diskursa ali da suštinski održavaju vekovnu dihotomiju kao dominantni kulturni model.

3. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja jeste da doprinese izučavanju jezičkih rodni ideologija i metoda uspostavljanja i perpetuacije tih ideologija kroz upotrebu određenih jezičkih struktura i sadržaja, primenom kritičke analize diskursa na ovom polju, relativno mlade discipline koja pruža mogućnosti aktivnog naučnog i društvenog delovanja u odnosu na socijalno uvrežene nejednakosti. Time će se ovaj rad pridružiti malom broju istraživanja na srpskom jeziku u okvirima ove discipline, ali veoma značajnim radovima koji su za temu imali rodno obeleženi diskurs (Kuzmanović Jovanović, 2014, Babić-Antić, 2016, Mićović, 2015, Filipović, 2009, 2012, 2018). Poseban doprinos pružiću razvoju metodologije medijske pismenosti i rodnog obrazovanja, kao i mogućnostima promene u okviru razvoja jezičkih rodni politika.

Demokratizacija znanja i informisanja u digitalnom okruženju nesumnjivo otvara mogućnosti zloupotreba koje su izložene kritici budući da neminovno doprinose usponu fenomena koji je američki kritičar Dejvid Halberstam (David Halberstam) nazvao „kultura izjava i tvrdnji na račun starije kulture dokazivanja“ (prema Brigs & Berk 2005, str. 417). Upravo je u tom problemu podsticaj nauci da uroni u more znakova i značenja koje mediji proizvode a koje svakodnevnim objavljivanjem na internetu postaju dostupni svima. Rodne ideologije koje su paradoksalno opstajale zahvaljujući, između ostalog, i tehnološkom napretku i širenju pisane reči i znanja, sada imaju novu platformu za reprodukciju, perpetuaciju i transgeneracijsko prenošenje pomoću automatizovanih ali usloženih digitalnih alata koji, iako naizgled daju publici određenu moć delovanja u javnom prostoru, istovremeno jačaju sopstvene mehanizme dominacije i utvrđenja vekovnih „istina“.

II TEORIJSKO-METODOLOŠKI OKVIR

Fokus istraživanja na rodnoj dihotomiji u medijima u odnosu na koncepte moći, teorije o diskursu i medijskom diskursu, i rodnim ideologijama u medijima, doveo je do izbora glavnog metodološkog pristupa – kritičke analize diskursa (KAD), koja traga za odnosima društvenih nejednakosti transponovanih u jeziku, proizvedenih i interpretiranih pomoću dominantnih, podrazumevanih ideoloških postavki. Jedan od osnivača i praktičara kritičke analize diskursa, Norman Ferklaf, sugerše da je ta disciplina posebno primenjiva u analizi uloge izbora reči u procesu kategorizacije u okviru rodnih ideologija: “Na primer, studija o rodnoj diskriminaciji u medijskom izveštavanju može uzeti u obzir kako razlike u rečniku koje se odnose na žene i muškarce asimiluju ljude u prethodno utvrđene kategorizacije ideološke moći”¹ (Fairclough, 1995, str. 27).

Drugi razlog za ovakvo metodološko opredeljenje, tačnije, teorijsko, budući da, kako ću kasnije pojasniti, kritička analiza diskursa nije konačno utvrđeni mehanizam analize, već pre orijentacija u okviru socioloških i sociolingvističkih, ali i medijskih i feminističkih i rodnih studija, jeste metodološko usmerenje ka transdisciplinarnosti i dekonstrukciji u okviru kojih je primena KAD višestruko praktična i plodotvorna. Ono što je zajedničko za sve pristupe KAD, prema rečima jedne od predstavnica ove discipline Rut Vodak (Ruth Wodak), jeste „orijentisanost na probleme“ zbog čega su pristupi „nužno interdisciplinarni i eklektični“:

„Štaviše, KAD karakterišu zajednički interesi u demistifikaciji ideologija i moći sistematskim i ponovnim istraživanjem semiotičkih podataka (pisanih, govornih ili vizuelnih). Istraživači KAD takođe pokušavaju da istaknu svoje sopstvene stavove i interese zadržavajući svoje naučne metodologije i ostajući autorefleksivni u sopstvenom istraživačkom procesu“ (Wodak, 2013, str. XXI).

¹ Sve citate koje navodim neposredno iz literature na engleskom jeziku, lično sam prevela.

1. Interdisciplinarni, transdisciplinarni i konstruktivistički metod

S obzirom na definisani okvir istraživanja, u radu koristim kvalitativne metode koje se u polju društveno-humanističkih nauka primenjuju na „istraživačka pitanja koja zahtevaju objašnjenje ili razumevanje društvenih pojava i njihovih konteksta“ (Snape & Spencer, 2003, str. 5). Pored interdisciplinarnog pristupa u okviru kritičke analize diskursa, u istraživanju prelazim granice naučnog polja i diskursa, sa ciljem da osvetlim realne okolnosti i mogućnosti otklanjanja uočenih problema. Transdisciplinarnost je motivisana ličnom i profesionalnom potrebom za angažovanjem u transformaciji jezičke ideologije koja je istovremeno polazište, produkt i ishodište rodne neravnopravnosti u društvu. U tom smislu ovaj istraživački rad izlazi iz naučnih okvira svojim istraživačkim korpusom i namerama, kao i metodološki, oslanjajući se na sociolingvističku i konstruktivističku praksu i domete.

„Konstruktivistički, transdisciplinarni i kompleksni pristup sociolingvističkim istraživanjima znanje razume kao učešće, kontekstualizaciju, evoluciju, celoživotnu posvećenost, promenu i adaptaciju u skladu sa okolnostima društveno-naučne interakcije. Jezik se u tom smislu tumači ne samo kao ključni elemenat spoznaje sveta, već i kao instrument njegove potencijalne promene“ (Filipović, 2018, str. 10).

U maniru kritičke analize diskursa istraživanje hipoteza odvija se interdisciplinarno kroz oblasti kritičke sociolingvistike, multimodalne semiotike, rodnih teorija i medijskih studija, sociologije, antropologije i studija kulture, počev od teorijske analize i promišljanja glavnih teorijskih postavki i istraživačkih zaključaka, do njihove primene i potvrde ili kritičkog preispitivanja u istraživačkom korpusu.

U oblasti sociolingvistike i kritičke sociolingvistike, polazne osnove su radovi Hajmza (Hajmz, 1980) i Benvenista (Benvenist, 1975), kao i radovi srpskih naučnika i naučnica kao što su Bugarski (1986), Filipović (2009), Klikovac (2008). Opisan je opšti metodološki okvir kritičke analize diskursa sa metodologijom fokusiranom na rodni i medijski diskurs (Fairclough, 1989, van Dijk, 2005, Wodak, 2007), metodologija multimodalne semiotike (van Leeuwen, 2005, Thurlow, 2015), koncept intertekstualnosti (Hodges, 2015), kao i teze istraživača i istraživačica koji su metodu KAD primenjivali u studijama roda (Kendall & Tannen, 2015, Lazar, 2007) i medijskim studijama (Cotter, 2015). U istraživanju su korišćeni i reprezentativni radovi iz oblasti studija roda (Bok, 2005, de Bovoar, 1982, Ortner, 1983, Butler, 1993), kao i teorija medija i medijske pismenosti (Bal, 1997, Kelner, 2004, Poter, 2011), sa posebnim pristupom teoriji digitalnih medija (Todorović, 2016, Manović, 2015). Uključeni su i radovi iz oblasti sociologije, filozofije i antropologije (Burdije, 2001, Gidens, 1998, Fuko, 1998), koji se bave ideološkim i rodnim pitanjima. Takođe, navedena su istraživanja roda u srpskom jeziku (Savić, 1995, Filipović, 2009a, 2018) i roda u srpskim medijima (Savić, 20015, Filipović, 2012, Milivojević, 2004, Tomić, 2008). Izdvojene teze primenjene su u makrolingvističkoj, kvalitativnoj analizi digitalnih medijskih tekstova odabranih prema njihovom uticaju i referentnom periodu.

U radu takođe koristim i zaključke iz predistraživačke faze, gde je izvršen uvid u glavne pravce studija kulture i teorije o ideologiji, hegemoniji i moći (Gramši, 2008, Adorno, 1991), koje su imale snažan uticaj na angažovani aspekt kritičke analize diskursa. Takođe, u prethodnom periodu sprovela sam istraživanja o aktivnom učešću publike u re-kreiranju kulture, odnosno o nastanku i ekspanziji popularne i kontra-kulture (Fisk, 2001, Hebdidž, 1980), čiji se modeli mogu delom uočiti i preispitati u participativnoj kulturi u okruženju veb 2.0. U prethodnoj fazi istraživanja nastali su studijski istraživački radovi posvećeni medijskoj pismenosti, analizi onlajn interaktivnih sistema,

blogova i „Wikipedije“ (wikipedia.com), izučavanju potkulturnih fenomena, kao i utopijskoj viziji kiborga Done Haravej (Donna Haraway) koja je njen odgovor na rodnu dihotomiju (Haravej, 2006). Obrazac mogućeg ukidanja konstruisanih i nametnutih rodni identiteta u novom tehnološkom okruženju potvrđuje se kao utopija i u razmatranju participativne tehnološke kulture koju nude digitalni mediji.

Budući da sam u istraživačkim radovima na osnovnim studijama kritičko-naučnu aparaturu razvijala u tradicionalnim okvirima koji su nalagali distanciranost istraživača, i na lingvističkom i na epistemološkom planu, napominjem i razloge za primenu drugačijeg naučnog stila uočljivog ovde već upotrebom 1. lica jednine, koje podrazumeva interpretativni pristup u istraživanju koje sam sprovela.

„Kvalitativna istraživanja su uvek interpretativnog tipa, odnosno podrazumevaju da opis datog fenomena, a samim tim i njegova analiza i objašnjenje, direktno zavise od epistemološke orijentacije, kulturnih modela, stavova i strateških ciljeva istraživača koji opet, sa svoje strane, teže da uoče i adekvatno interpretiraju istraživani fenomen“ (Filipović, 2018, str. 64).

Upotreba 1. lica jednine korespondira i sa postmodernim odgovorom na krizu reprezentacije i krizu identiteta: „Novi interpretativni preokret u postmodernim pristupima poziva na kritičku svest istraživača i na kritičko sagledavanje pitanja pristupa i metoda i prepoznaje uticaj ličnih i situacionih faktora na istraživanje i njegove „rezultate“, kao i kontekstualizovanu prirodu istraživačke aktivnosti“ (Maguire, prema Filipović, 2009, str. 33).

U duhu postmodernističkog naučnog zaokreta, pod uticajem studija novijeg datuma, ali i u odnosu na ličnu poziciju, zauzela sam kritički stav u odnosu na predmet istraživanja. Pod ličnom pozicijom podrazumevam rodni identitet koji empirijski i teorijski usvajam kao socijalno dodeljen, kao i profesionalni angažman koji mi je omogućio „pogled iznutra“ u okviru dve oblasti koje su važne za društveno formiranje rodni identiteta, a to su mediji i javne politike. Kako sam dvadeset godina radila kao profesionalna novinarka, a četiri godine kao savetnica u državnoj upravi, između ostalog i na programima za podsticanje rodne ravnopravnosti u digitalnom sektoru, i u oblasti odnosa sa javnošću, osim pozicije istraživačice korpusa, imam i delimično ulogu „informantkinje“ i „čuvarke kapije“. U odnosu na medijsku i sferu javnih politika, dakle, u analizi se oslanjam i na lično iskustvo kreatorke diskursa – autorke vesti, novinskih, televizijskih, radijskih i digitalnih medijskih sadržaja, ali i autorke strateških dokumenata i pripremljenih informacija za medije.

Pozitivistički pristup nauci i jeziku pojačava autoritarni ton kojim su tradicionalna naučna istraživanja prožeta, gde su „gromade“ apsolutnih teorija u društvenim naukama upravo neodređenim glagolskim oblicima, odnosno zauzimanjem univerzalnog stava upotrebom 1. lica množine ili izostavljanjem subjekta govorenja pasivnim oblicima, na posebno sugestivni način zacrtavali teorijske misli kao konačne i neoborive. Kako navodi Filipović (2009), prema shvatanjima određenih postmodernih istraživača i istraživačica, pozitivistički pristup upravo je određivao „racionalnog i superiornog modernog subjekta“, a „čist jezik“ u funkciji „čiste i apsolutne nauke“ zapravo predstavlja „ideološku prizmu kroz koju se strukture i fenomeni različitih svetova, različitih kulturnih zajednica i njihovih civilizacijskih i epistemoloških vrednosti predstavljaju sa autoritativnog stanovišta evrocentričnog poimanja jezičkog sistema i naučne istine“ (Filipović, 2009, str. 33).

Univerzalna tačka gledišta vekovima je bila privilegija muških naučnika - muškarci su dominirali naučnim, pa i celokupnim javnim prostorom. Otuda je moje subjektivno gledište istraživačice koja je po univerzitetskim uputstvima pisala u rodno neodređenom diskursu, da takve gramatičke konstrukcije, dakle, rodno nedefinisane, doprinose zatvorenosti naučnog stila. Upotreba 1. lica izražava autorefleksivnost i otkriva kritičku svest istraživača i istraživačica i iskustvene spoznaje, ali i dozvoljava, tačnije, provocira preispitivanje iznetih stavova i rezultata istraživanja, jer

time što ih deklarativno prisvaja ujedno negira njihov univerzalni karakter i poziva na dijalog i različitost.

„Ja upotrebljavam ja samo ako se obratim nekom ko će u mom nagovoru biti ti. Taj uslov dijaloga konstituiše lice, jer on podrazumeva, u odnosu na uzajamnosti, da ja postanem ti u nagovoru onog ko sebe, kad mu dođe red, označava takođe sa ja...“ (Benvenist, 1975, str. 200).

2. Ključni pojmovi i analitički instrumenti

Ključni pojmovi u ovom radu koncentrišu se oko teme i fokusa istraživanja i referentni su u odnosu na teorijsko-metodološki okvir koji obuhvata široko interdisciplinarno i transdisciplinarno polje sociolingvistike, kritičke sociolingvistike, medijskih studija, rodnih teorija i jezičkih i rodnih politika. Budući da je kritička analiza diskursa osnovni istraživački pravac koji usmerava na pomenuta polja i discipline, u odnosu na sociolingvistička polazišta ove metode, kao i na samu temu, ključni pojam je diskurs. Njemu se pridružuju i pojmovi intertekstualnost i multimodalnost posebno značajni za medijski diskurs koji je predmet analize ovog rada, kao i tumačenje diskursa kao (pre)nosioca određenih ideologija i pozicija moći proizvedenih i praktikovanih u društvenim odnosima nejednakosti – u ovom radu, u društvenoj konstrukciji roda i rodnih dihotomija. Prema tome, centralni pojmovi koje ću bliže odrediti u ovom poglavlju jesu diskurs, ideologija i rod koje vezuje određeni koncept moći.

2.1. Diskurs

Osnovno značenje reči *diskurs* (l. discursus, fr. discourse) je „razgovaranje, razgovor; govor, beseda, predavanje, izlaganje“, dok je značenje reči *diskurzivan* - „onaj koji je često misaone, pojmovne prirode (suprotno od intuitivan); razgovoran, u razgovoru, uzgredan“ (Vujaklija, 1975, str. 239). Leksičko jezgro reči *diskurs* uključuje više učesnika – bar jednog proizvođača diskursa (govora, besede, predavanja) i bar jednog slušaoca, primaoca diskursa – koji u razgovoru mogu smenjivati uloge. *Diskurs* takođe označava i način na koji se izvodi govor – razgovor, predavanje, izlaganje. *Diskurs*, dakle, podrazumeva dvosmerni proces – komunikacijski, proizvođački, izvođački, slušalački, čitalački, gledalački, aktivni i pasivni, kreativni i re-kreativni, u kojem postoji poruka i dejstvo te poruke, reakcija ili izostanak reakcije, i koji ima svoje poreklo i svoje posledice, kao i način proizvodnje, prijema diskursa i interakcije učesnika diskursa, njegove ponove proizvodnje, revizije, reinterpretacije...

Pojam *diskurs* u polju društvenih nauka obuhvata i *tekst*, koji može biti jezički i multimodalan kada uključuje pored jezika i sliku, boju, pokret, zvuk. Analizama kompleksnih sastava i specifičnih funkcija diskursa tumače se određeni lingvistički, sociolingvistički, komunikativni, književno-umetnički, antropološki, društveni, politički i drugi fenomeni. Diskurs može imati i žanrovsku funkciju, npr., naučni diskurs, politički diskurs, medicinski diskurs...

2.1.1. Tumačenja diskursa

Srpska lingvistika usvaja pojam *diskurs* sa knjigom *Problemi opšte lingvistike (Problemes de linguistique generale)*, Emila Benvenista (Émile Benveniste) iz 1966, koja je prvi put objavljena na srpsko-hrvatskom jeziku 1975. godine. Reč *discourse* prevedena je kao *beseda*², ali ovo nadahnuto rešenje nije zaživelo i u naučnim krugovima ustalio se termin *diskurs*. Funkcionisanje diskursa u odnosu na govor, odnosno razgovor, Benvenist objašnjava u kontekstu psihoanalize. On tumači diskurs kao mesto gde se „personalnost subjekta oslobađa i stvara, doseže do drugog i uspeva da je drugi prizna“, pri čemu je instrument diskursa jezik kao „socijalizovana struktura koju živa reč potčinjava individualnim i intersubjektivnim ciljevima, dodajući joj tako jednu novu, strogo ličnu crtu“ (Benvenist, 1975, str. 82). Dok je jezik „zajednički sistem“, diskurs je istovremeno „nosilac poruke i oruđe akcije“ te „kod subjekta postoji antinomija između besede i jezika“ (Benvenist, 1975, str. 82-83), dakle, između diskursa i govora.

Za analitičara, nastavlja Benvenist, ta antinomija je u drugom planu i dobija drugi smisao u njegovom praćenju sadržaja diskursa, ali još više, u motrenju na „procep u besedi“ odnosno na sadržaje „nesvesne motivacije koja potiče od zakopanog kompleksa“, za kojima analitičar traga kroz ono što je subjekt izgovorio:

„S onu stranu simbolizma jezika on će prozreti izvestan specifičan simbolizam koji će se formirati bez znanja subjekta, isto toliko iz onog što on izostavlja koliko iz onog što iskazuje. U istoriji u koju se subjekt postavlja analitičar će izvesti pojavu druge jedne istorije koja će objasniti motivaciju. On će, dakle, uzeti besedu kao posrednika jednog drugog „govora“, koji ima svoja pravila, svoje simbole, svoju vlastitu „sintaksu“, i koji upućuje na duboke strukture psihizma“ (Benvenist, 1975, str. 83).

Diskurs, dakle, posreduje između artikulisanog sadržaja i neizrečenog, ne-svesnog sadržaja u kojem se nalazi motivacija za proizvodnju takvog diskursa. Prema tome, diskurs, kao i jezik i govor, ima simboličku funkciju, ali je zasićen i neizrečenim, skrivenim, potisnutim i/ili neizrecivim, s jedne strane, dok sa druge strane, pažljivom analitičaru razotkriva svoje poreklo a time i namere subjekta, te seže daleko izvan jezika i govora. Diskurs je ujedno kontrolisan i van kontrole, kao i „živa reč“, ali njegov sadržaj u svojoj kompleksnosti i mogućnostima interpretacije stalno izmiče i subjektu i analitičaru.

Za Fukoa (Michel Foucault), za razliku od jezika koji je sistem mogućih iskaza, „polje diskurzivnih događaja“ uvek je ograničeni skup na jezičke sekvence koje su bile formulisane: „One doduše mogu biti neprebrojne, mogu po svojoj količini prevazilaziti svaku sposobnost registrovanja, pamćenja ili čitanja: pa ipak, one predstavljaju konačni skup“ (Fuko, 1998, str. 32). Sam diskurs je „konstituisan skupom znakovnih sekvenci, ukoliko su oni iskazi, to jest, ukoliko im se mogu pripisati posebni načini postojanja“ (Fuko, 1998, str. 116). Fuko određuje četiri uslova pod kojima niz znakova može biti iskaz:

- niz znakova ima specifičan odnos prema „nečemu drugom“ (što mu može biti neobično slično, i skoro istovetno) koji se tiče niza samog, a ne njegovog uzroka ili njegovih elemenata;
- odražava određeni odnos prema subjektu;
- uključen je u iskazno polje, „pridruženo područje“, u kojem se javlja kao poseban element;

² Sreten Marić koji je preveo delo Benveniste, u pogovoru navodi da bi se reč *discourse* mogla prevesti i kao *govor*, ali da bismo u tom slučaju „izgubili nezamenljiv termin *govor za language*“: „Ako beseda nekog dobromislećeg možda i šokira, jer podseća na crkvenu besedu, taj nek se seti narodnih pesama, gde je beseda povezana sa vinom i rakijom. Reči valja spasavati od okoštavanja“ (Marić, 1975, str. 290).

- mora i materijalno da postoji, a koordinate materijalnog statusa iskaza sastavni su deo njegovih unutrašnjih svojstava (Fuko, 1998, str. 97-111).

Ono što pripada jednoj diskurzivnoj tvorevini i što omogućava da se odredi grupa – inače disparantnih – pojmova koji su za nju specifični, jeste način na koji su ti različiti elementi dovedeni u odnos jedni sa drugima: na primer, način na koji je redosled opisa ili pripovedanja povezan sa „tehnikom ponovnog pisanja“; način na koji je „polje pamćenja“ povezano „sa oblicima hijerarhije i subordinacije koje uređuju iskaze jednog teksta“; način na koji su „povezani modusi približnosti i razvijanja iskaza i modusi kritike, komentara i tumačenja već formulisanih iskaza“, itd. (Fuko, 1998, str. 65). Pošto se diskurs strateški formira, Fuko određuje tri strateška pristupa analizi diskursa u odnosu na njegovu unutrašnju konstituciju, uključujući i polje izvan diskursa, odnosno njegovu društvenu funkciju:

1. odrediti moguće *tačke razlamanja* diskursa: one se karakterišu prvo kao „*tačke nespojivosti* dva objekta, tipa iskazivanja, dva pojma“; zatim kao „*tačke ekvivalencije*“ – dva nespojiva elementa su obrazovana na isti način i na osnovu istih pravila, pod istim uslovima, na istom nivou, i umesto da predstavljaju „prosti nedostatak koherencije“ oni obrazuju jednu „alternativu“; i na kraju, kao „*uporišne tačke jedne sistematizacije*“, počev od svakog od istovremenih ekvivalentnih i nespojivih elemenata;

2. izučiti „*ekonomiju diskurzivne konstelacije*“ – budući da „ima dosta delimičnih skupina, regionalnih spojitosti, koherentnih arhitektura koje su mogle da nastanu, ali se nisu pojavile“ – utvrđivanjem strateških izbora mogu se uočiti „odnosi analogije suprotnosti ili komplementarnosti sa nekim drugim diskursima“ ili „odnosi uzajamnog razgraničenja između više diskursa“;

3. neke od instanci za određivanje teorijskih izbora su sledeće: „*funkcija* koju treba da izvrši posmatrani diskurs u *polju nediskurzivnih praksi*“, „*režim i procesi prisvajanja diskursa*“, „*mogući položaji želje u odnosu na diskurs* – diskurs može biti mesto fantazmatske inscenacije, element simbolizacije, oblik zabrane, sredstvo izvedenog zadovoljenja...“ (Fuko, 1998, 71-72).

Kontekstualizacija diskursa u skladu sa društveno kulturnim poretom određene zajednice, veza diskursa i društvenog znanja i kulturnih modela u fokusu su savremenih sociolingvističkih, antropoloških istraživanja, kao i studija kulture i kritičke analize diskursa (Filipović, 2018, str. 86). Kako ističe Jelena Filipović, za kritičku analizu diskursa ključna uloga diskursa je „u (re)produkciji odnosa moći, odnosno hegemonije i dominacije određenih članica i članova društvene zajednice nad ostatkom iste zajednice“ (Filipović, 2018, str. 20), i u tom smislu, diskurs se posmatra i kao proizvod i kao instrument istovremeno lingvističke i društvene prakse.

Ferklaf (Norman Fairclough) u odnosu na prirodu diskursa da „konstituiše društveno, uključujući ‘objekte’ i društvene subjekte“ i primat „interdiskurzivnosti i intertekstualnosti“ koje je identifikovao kod Fukoa kao glavne uvide u diskurs (Fairclough, 1992, str. 56), uvodi dijalektičku perspektivu. Takva perspektiva je „korektiv za prekomernu pažnju na određivanju diskursa strukturama, pažnju na diskurzivnim strukturama (kodeksi, konvencije i norme) kao i nediskurzivnim strukturama“ (Fairclough, 1992, str. 66). On smatra da je za diskurs ključna njegova odlika da utiče na društvenu praksu, a ne samo da je predstavlja, odnosno da diskursi mogu biti povezani sa bilo kojom orijentacijom društvene prakse – ekonomskom, političkom, kulturnom, ideološkom, a da one ne budu svedene na diskurs (Fairclough, 1992, str. 66). Diskurs se odnosi na „znanje i na konstrukciju znanja“ (Fairclough, 1989, str. 56), on je „deo društvene prakse“ (Fairclough, 1989, str. 163), pozicioniran tako da „doprinosi održavanju odnosa moći ili ih transformiše“ (Fairclough, 1989, str. 166).

2.1.2. Diskurs medija

Diskurs medija je u fokusu kritičke analize disursa kao javni diskurs koji ima ogromne potencijale za reprodukciju društvenih odnosa. Njegovo multimodalno svojstvo podrazumeva interakciju između vizuelnog i verbalnog, esencijalnu u tehnološkoj eri i onlajn-okruženju, koja uključuje „integraciju različitih semiotičkih modusa u proizvodnju diskursa uz obezbeđivanje multimodalne kohezije“ (van Leeuwen, 2005, str. 180), kao i „multimodalno delovanje publike“ (Thurlow, 2015, str. 2). Promene tehnologije utiču na medijski diskurs i istovremeno pružaju istraživačima i istraživačicama priliku da razmotre stabilnost (ili nepromenljivost) kulturnih kategorija – i to ne samo u sadašnjem digitalnom dobu:

„... standardni modeli „publike“ traže promene u praksi usled generisanja sadržaj od strane korisnika, podsticanja „interaktivnosti“ i promene profesionalne uloge novinara orijentisanih na nove medije. Istovremeno, vesti odražavaju i stabilne i novonastale ideologije u lokalnim i globalnim kulturama, služeći se istorijskom prošlošću i na tekstualnom nivou koristeći vizuelne i interaktivne elemente koji poboljšavaju njihovu transformaciju u digitalnom“ (Cotter, 2015, str. 813).

Medijski diskurs obuhvata tri ključne komponente koje su u fokusu većine istraživača, prema Kolin Koter (Colleen Cotter):

1. vest – govorni, pisani ili vizuelni tekst – kodira vrednosti i ideologije koje utiču na društvo i odražavaju širi svet;
2. proces uključen u proizvodnju tekstova – norme i rutine zajednice praktičara vesti, koje utiču na medijski diskurs i definišu ga;
3. usklađivanje s publikom – odraz i re-kreiranje različitih društvenih i jezičkih značenja (Cotter, 2015, str. 801).

Lingvistički pristup kao „operativan koncept u analizi medijskog diskursa“, predstavlja sredstvo za karakterizaciju i registra i jedinstvenih karakteristika jezika vesti, ali i za razmatranje „dinamičke uloge govornih zajednica u produkciji diskursa“ (Cotter, 2015, str. 805) i u sastavu je šireg interdisciplinarnog okvira u kritičkim istraživanjima medija. Kako definiše Dubravka Valić Nedeljković (2007, str. 75) – „pod medijskim diskursom podrazumevaju se osobenosti određenog sredstva javnog komuniciranja koje bitno utiču na prezentaciju sadržaja poruke“, pri čemu se sadržaji medijske poruke interpretiraju „uz uvažavanje konteksta u kojima se one kreiraju, uključujući i tipove komunikacije“.

2.1.3. Intertekstualnost

Koncept intertekstualnosti, koji je jedno od suštinskih svojstva diskursa u shvatanjima koja sam navela, zasnovan je na idejama ruskog filozofa i teoretičara književnosti Mihaila Bahtina (Mikhail Bakhtin) i Bahtinovog kruga³. Bahtin je uočio da je upotreba jezika „ispunjena dijaloškim

³ Kako ističe Hodžis, „možda zbog dominacije Sosirovih teza, a potom i lingvistike Čomskog tokom većeg dela 20. veka“, kao i „zbog zdravstvenih problema i političke represije sa kojima se Bahtin suočavao“, njegove ideje „imale su ograničen

dodatnim značenjem“ (Bakhtin, 1986, str. 92, prema Hodges, 2015, str. 43). Pod tim misli na „unutrašnji dijalogizam reči“ koji prožima sve oblike govora, uključujući i oblike eksterno strukturisane kao monologe (Bakhtin, 1986, str. 279, prema Hodges, 2015, str. 43). Iz Bahtinovog ugla, objašnjava Hodžis (Adam Hodges), upotreba jezika je u osnovi društveni fenomen, jer je „naš govor, odnosno svi naši iskazi (uključujući i kreativna dela), ispunjen rečima drugih, različitog stepena tuđih govora ili različitog stepena našeg sopstvenog govora, različitog stepena svesnosti i nesvesnosti“ (Bakhtin, 1986, str. 89, prema Hodges, 2015, str. 43).

„Iako uobičajeni pojam jezičke kreativnosti koji prenose lingvisti uključuje sposobnost pojedinca da stvara neograničen broj iskaza iz ograničenog broja reči, u praksi su te beskrajne mogućnosti društveno sputane i ograničene. Iz bahtinovske perspektive, kreativnost postoji na bezbroj načina, pre nego što se iskazi, glasovi i vrste diskursa prisvajaju i reanimiraju“ (Hodges, 2015, str. 43).

„Ideje Bahtinovog kruga“, nastavlja Hodžis, „prirodno su se uklopile među sociokulturnim lingvistima zainteresovanim za socijalnu ugrađenost u upotrebu jezika, a pojam intertekstualnosti široko je primenjen među naučnicima koji su zainteresovani za analizu diskursa“ (Hodges, 2015, str. 44). Fukoov pojam diskursa dopunjava Bahtinovu perspektivu o jeziku – tamo gde Bahtin prepoznaje da živimo u svetu prenaseljenom ranije izgovorenim rečima, Fuko prepoznaje da „ne može biti izjave koja na ovaj ili onaj način ne reaktuelizuje druge“ (Foucault, 1972, str. 98, prema Hodges, 2015, str. 53). Fokus na intertekstualnost ključan je za otkrivanje načina na koji se mikro unosi u makro:

„Konačno, kumulativnim tragovima koji su ostavljeni u međusobno povezanim govornim događajima, određene reprezentacije pitanja dobijaju dovoljno inercije da postanu stvarnost. Drugim rečima, kroz niz međusobno povezanih diskurzivnih susreta izolovane tvrdnje ili prikazi istine pretvaraju se u veće narative i deljeno kulturno razumevanje“ (Hodges 2015, str. 53).

Rolan Bart (Roland Barthes) uvodi strogu distinkciju između dela kao zaokruženog sistema značenja i teksta koji se neprekidno stvara u dinamici govora, „nikad definitivno označen i dovršen, i nesvodiv na jedno značenje i namere pisca“ (prema Đorđević, 2009, str. 90). Kako objašnjava Jelena Đorđević, u okviru analize takvog, *otvorenog teksta* Bart uvodi pojam *intertekstualnosti* koji se odnosi na dinamičku komunikaciju između teksta i čitaoca (kritičara), sa jedne strane, i na neprekidno nadovezivanje lingvističkih i metalingvističkih slojeva kroz proces dopunjavanja značenja (Đorđević, 2009, str. 90):

„U postupku dopunjavanja, učitavanja, umnožavanja značenja, uvek postoji izvesna namera, što drugim rečima znači da svi kulturni sadržaji od umetnosti do proizvodnje mogu da se tumače kao tekstovi koji mogu podrazumevati učestvovanje, dopisivanje, ali i otpor i sukobljavanje, koji dolaze iz drugih semiotičkih sistema“.

U postupku kritičke analize diskursa intertekstualni nivoi diskursa, koji su za Ferklafla posebno značajni, smatraju se konstruisanim i u funkciji definisanja identiteta: „U analizi teksta fokus je na reprezentaciji ili retekstualizaciji društvene prakse određenim konstrukcijama identiteta pisca i čitalaca, i posebnoj konstrukciji odnosa između pisca i čitaoca“ (Fairclough, 1995, str. 57). U tom smislu intertekstualna analiza fokusira se „na granicama između teksta i diskursne prakse, u potrazi za tragovima diskursne prakse u tekstu“, te je po svojoj prirodi „više interpretativna“, za razliku od lingvističke, deskriptivne analize (Fairclough, 1995, str. 61).

domet sve do kasnih 1960-ih“, kada ih je teoretičarka književnosti Julia Kristeva predstavila francuskoj publici (Hodges, 2015, str. 43).

2.1.4. Moć u diskursu

Kritička analiza diskursa pristupa konstrukcijama u diskursu, odnosno sprovođenju diskursne prakse, u odnosu na ideološke pozicije moći društvenih nejednakosti koje su u njemu zauzete u svakom društvenom, komunikativnom odnosu ili situaciji, sa ciljem razotkrivanja diskursno-društvene prakse. S obzirom na ulogu diskursa u formiranju i tumačenju društvenog znanja, kao smatra Jelena Filipović, može se reći da je „svaki diskurs ideološki obojen, ne u političkom, već u smislu tumačenja svih vrsta međuljudskih odnosa (u porodici, u školi, na radnom mestu, na ulici, u administraciji itd. u prijateljskim ili manje prijateljskim (neprijateljskim) komunikativnim kontekstima)“ (Filipović, 1989, str. 28). Kritička analiza diskursa sagledava koncept moći u diskursu pod uticajem Gramšijevog (Antonio Gramsci) poimanja nadmoći jedne društvene grupe koja se iskazuje kao „dominacija“ i kao „intelektualno i moralno vođstvo“, koje „izražavaju takozvani organi javnog mnjenja – listovi i udruženja“, i zasnovana je „na pristanku većine“ (Gramši, str. 2008, str. 149).

Kako ističu Adam Brigs (Adam Briggs) i Pol Kobli (Paul Cobley), u istraživanjima medija diskurs predočava i *predstavljanje* kao nešto što je upleteno u odnose moći, dok teorija ideologije shvata komunikaciju ili predstavljanje kao „sredstvo“, nosioca („vehicle“) prenošenja ideologije u službi održavanja i jačanja odnosa moći (Brigs & Kobli, 2005, str. 474-475). Borbe za moć koje definiše i kritička analiza diskursa (Fairclough, 1989, Wodak, 2007), odvijaju se u nadmetanju između i unutar diskursa, preispitivanjem stereotipa o određenim kategorijama kao što su rasa, klasa, rod... (Brigs & Kobli, 2005, str. 475).

Sa sociološkog stanovišta „svaki diskurs koji služi racionalizaciji društvene prakse“, kojim je „moguće uspostavljanje grupne dinamike, odnosno grupne kohezije i integracije“, i kojim se društvene prakse (najčešće drugih) „(de)legitimiziraju“ – „može se nazvati ideološkim diskursom“ (Ristić, 2015, str. 319). Ideološki diskursi „danas predstavljaju i važne elemente društvene tehnologije kontrole“ uspostavljanja društvenih razlika „koje je Burdije nazvao distinkcijama“ (Bourdieu, 1984, prema Ristić, 320), odnosno polja kulture „u kojem ideološki diskursi predstavljaju neophodne elemente kulturne reprodukcije“ (Bourdieu, Bernstein, Jenks, prema Ristić, 2015, str. 320). Posebno važnu ulogu u „posredovanju ideoloških diskursa imaju nove tehnologije, odnosno novi mediji“ koji omogućavaju nova značenja i diskurse (Ristić, 2015, str. 320), kao i nove algoritme medijacije (Kaplan, 2014, prema Ristić, str. 320).

2.2. Ideologija

Pojam ideologije je ključan u ovom radu, kao što sam već sugerisala, s obzirom na tematsko i metodološko opredeljenje. Budući da istraživanje ima u fokusu rodnu dihotomiju koja potiče iz ideoloških pretpostavki i utemeljenja rodnih uloga u tradiciji i javnom i medijskom diskursu, i da je osnovni analitički pristup kritička analiza diskursa koja je orijentisana na društvene nejednakosti u diskursu, pod ideologijom podrazumevam društveno utvrđene obrasce ponašanja i mišljenja koji pozicioniraju odnose moći kao podrazumevane.

„Ideologije su tesno vezane za moć zbog prirode ideoloških pretpostavki ugrađenih u određenim konvencijama, tako da priroda samih tih konvencija zavisi od odnosa moći koje stoje iza konvencija; i zato što su one sredstva legitimizacije postojećih društvenih odnosa i razlika u moći, jednostavno kroz vraćanje običnih, poznatih načina ponašanja koja uzimaju ove odnose i razlike u moći zdravo za gotovo“ (Fairclough, 1989, str. 2).

Pojam rodna ideologija u ovom radu odnosi se na „sistematičan skup kulturnih verovanja kroz koje društvo konstruiše i nameće svoje rodne odnose i prakse“: Rodna ideologija sadrži legende, priče i mitove o tome šta znači biti muškarac ili žena i sugerije kako i jedni i drugi treba da se ponašaju u društvu“ (Hussein, 2005, str. 59, prema Filipović, 2018, str. 196).

2.2.1. Ideološki aspekti

U svetlu prethodno navedenih određenja pojma ideologija i rodna ideologija, usvajam i određene aspekte četiri osnovna stanovišta u tumačenju ideologije kao mentalnog fenomena, iskustvenog derivata, sredstva postizanja moći i iluzije u funkciji održanja moći, koje sistematizuje Ketrin Vulard (Kathryn A. Woolard):

1. ideologije kao mentalni fenomeni: ideje, koncepti, subjektivne predstave i verovanja, odnosno intelektualni činioci kulture, osnovni pojmovi o opštim pitanjima kao što su podela rada, privilegije, jezik;
2. ideologije kao „derivati iskustava ili interesa vezanih za određeni društveni položaj“: zavisne od materijalnih i praktičnih aspekata ljudskoga života u odnosu na koje su sekundarne;
3. ideologije „uspostavljene sa željom za društvenom, političkom ili ekonomskom moći“, gde dominantne društvene grupe koriste ideologiju kao sredstvo za postizanje moći;
4. ideologije kao „iskrivljenje“, iluzija ili mistifikacija kojima se „brane vlastiti interesi ili pozicije moći“ (Woolard, 1998, str. 5–7, prema Pišković, 2018, str. 292).

Ideologije su opšte uzev, navodi Filipović, „društveni konstrukti koji nam pomažu da stvorimo društvenu (kulturnu, političku, lingvističku i sl.) sliku sveta koji nas okružuje“, citirajući Majkla Fridena (Michael Freedon), prema kojem „ideološke mape ne predstavljaju objektivnu, eksternu realnost“, već obrasce koje namećemo i prihvatamo od drugih (Freedon, 2003, str. 2-3, prema Filipović, 2018, str. 21). Ti obrasci „ne moraju biti sofisticirani, ali bez njih bismo ostali bez ikakvih smernica i nesposobni da razumemo nasumične delove informacija koji za nas tada ne bi imali nikakvog smisla ni značenja“:

„Kroz različite ideologije mi sebi obezbeđujemo različite interpretacije činjenica sa kojima se suočavamo. Svaka interpretacija, svaka ideologija, jedan je od primera nametanja obrasca – neke vrste strukture ili organizacije – u procesu razumevanja (ili pogrešnog razumevanja) činjenica, događaja, aktivnosti, načina na koji procesujemo vizuelne i auditivne sadržaje“ (Freedon, 2003, str. 2-3, prema Filipović, 2018, str. 21).

U sociološkoj teoriji, kako upućuje Stjuart Prajs (Stuart Price), Meklenan (Gregor McLennan) definiše tri uslova da bi se ideje i verovanja smatrala „ideološkim“:

1. ideje moraju biti zajedničke znatnom broju ljudi;
2. ideje moraju činiti neku vrstu koherentnog sistema;
3. ideje na neki način moraju biti povezane s primenom moći u društvu (prema Prajs, 2011, str. 105).

Prema Prajsovim rečima, dok se neutralno značenje ideologije dovodi u vezu s „pogledom na svet“, „stanovištem“ ili totalnom perspektivom određene društvene klase, kao „tipizirana“ svest, s druge strane, „negativno značenje“ dovodi se u vezu sa idejom „lažne svesti“ (Prajs, 2011, str. 106). On se poziva na Frensisa Bejkona (Francis Bacon), koji je u delu *Novi organon, ili istinita uputstva za tumačenje prirode (Novum Organum, sive indicia vera de Interpretatione Naturae)* iz 1620. godine, tvrdio da ljudi nikad neće steći pravu sliku sveta ako „ne odbace lažne ideje“ ili „idole“, ili ih bar „ne prepoznaju kao lažne“ (prema Prajs, 2011, str. 108). To su, prema Bejkonu:

- idoli plemena – unutrašnji atributi koji su zasnovani na samoj ljudskoj prirodi, zajednički svim ljudima i ne mogu se izbeći niti menjati;
- idoli pećine – takođe unutrašnji, ali svojstveni pojedincu, obuhvataju njegov/njen karakter, obrazovanje, ličnost itd., i ne mogu se odbaciti ili ignorisati;
- idoli trga – takođe unutrašnji uticaji koji nastaju prilikom okupljanja (naročito muškaraca) na trgovima, pijacama, stupanjem u konverzaciju ili diskurs i usvajanjem lingvističkih znakova za stvari pre nego što ih upoznaju na osnovu svog ličnog iskustva;
- idoli pozorišta – spoljnog karaktera, odnose se na zavisnost ljudskih bića od sistema verovanja, od načina tumačenja sveta, koje su nasledili od prethodnih generacija (prema Prajs, 2011, str. 109).

Ideologija, sumira Prajs, potiče i iz „unutrašnjeg“ i iz „spoljašnjih“ izvora, kao posledica interakcije između ljudi i njihovog zamišljenog okruženja, a ne neke vrste „iskrivljenja“ koje „skriva“ stvarnost (Prajs, 2011, str. 109-110). U komunikativnom kontekstu, Eko (Umberto Eco) polazi od kodova kao sistema očekivanog u sferi znakova, prema kojima su ideologije „sistemi očekivanog u sferi znanja“: „Ideologija je finalna konotacija svih konotacija znaka i konteksta znakova“ (Eko, 1973, str. 106-107).

U medijskom delovanju kao predstavljačkom procesu, koji je „aktivan rad na tome da stvari dobijaju značenje“ – neminovno se usvajaju ideje i vrednosti i prema tome, predstavljanje je uvek ideološko: „Međutim, ideologija deluje i izvan domena predstava; ona okupira prostor konkretnog ljudskog života, dajući izvesni osećaj povezanosti, konzistencije i „prirodnosti“ našem životnom iskustvu“ (Brigs & Kobli, 2005, str. 471). Shodno tome, u predstavljaju ideologije, ne samo da se teži da ono što je istorijski i kulturno determinisano *izgleda* kao prirodno, već i da se „*doživljava* kao proizvod „ljudske prirode““ (Brigs & Kobli, 2005, str. 471, moji kurzivi).

U dominantnom medijskom i digitalnom okruženju ideologije imaju nove strateške mogućnosti. Kako uočava Lev Manovič (Lev Manovich) u svojoj knjizi *Jezik novih medija (The Language of New Media)* iz 2001, u odnosu na ideološke instrumente kao što su „totalizacija semiotičkog polja“, „lažna svest“, „potpuna iluzija“, koji su funkcionisali u „starom realizmu“ i tokom modernosti, ideologija sada deluje drugačije: „neprekidno i vešto dekonstruiše samu sebe, nudeći subjektu brojne „skandale“ i „istrage““ (Manovič, 2015, str. 254). Na primer, navodi, dok su vođe sredine dvadesetog veka, kao što su Staljin i Hitler, „predstavljane kao sveci“, danas se očekuju skandali u vezi sa vođama, ali „ti skandali u suštini ne umanjuju njihovu verodostojnost“ (Manovič, 2015, str. 254). „Ideologija ne traži od subjekta da joj slepo veruje, kao što je to bio slučaj početkom dvadesetog veka; umesto toga, ona postavlja subjekta u maestralni položaj nekog ko veoma dobro zna da je prevaren i velikodušno dopušta da bude prevaren“ (Manovič, 2015, str. 254). Drugim rečima, dok su klasična ideologija i klasični realizam zahtevali da subjekt „u potpunosti prihvati iluziju koliko god ona trajala“, „novi metarealizam zasnovan je na oscilovanju između iluzije i njenog razaranja, između toga da gledalac bude utopljen u iluziju i da joj se neposredno obraća“ (Manovič, 2015, str. 254).

2.2.2. „Nkali“

Kao što sam pomenula kritička analiza diskursa oslanja se na Gramšijev koncept moći i hegemonije. Gramšijeva teorija polazi od stava da jedna društvena grupa mora da uspostavi „vodeću ulogu“ da bi osvojila vlast, da uspostavi „političku hegemoniju“, zatim „postaje dominantna kad je na vlasti, ali čak i ako je vlast čvrsta i dalje mora da „vodi““ (Gramši, 2008. str. 149). Za hegemoniju je karakteristična „kombinacija sile i pristanka“, koje se uravnotežuju, pri čemu „sila preterano ne preteže nad pristankom“, odnosno, uzimaju se u obzir interesi i težnje grupa nad kojima se hegemonija vrši na način da se ne ugrozi nadmoć vladajuće klase (Gramši, 2008. str. 149). Gramši je na tragu svog učitelja Luja Altisera (Louis Althusser) koji, pod uticajem marksističke teorije, razlikuje državni represivni aparat koji „funkcioniše na nasilju“ i državne ideološke aparate koji funkcionišu „na ideologijama“, ističući da svaki državni aparat funkcionišu istovremeno na oba principa, sa preovlađujućim jednim ili drugim (Altiser, 2008, str. 145).

Na kritičku analizu diskursa uticao je i Fukoov koncept moći. U knjizi *Volja za znanjem: Istorija seksualnosti (La Volonté de savoir: L'Histoire de la sexualité)*⁴, prvi put objavljenoj 1976. godine, on polazi od dotadašnjih viđenja prema kojima je „uprkos razlikama u epohama i ciljevima“, predstava o moći ostala u vezi sa monarhijom: „U političkoj moći i analizi, kralju još nije odrubljena glava“ (Fuko, 2006, str. 101). Njegov predlog je da se moć shvati kao „mnogostrukost odnosa snaga koji su imanentni području na kom deluju i koji organizuju“; kao „proces koji ih, putem neprestanih borbi i sučeljavanja, preobražava, pojačava, obrće“; „oslonac što ga ti odnosi snaga nalaze jedni u drugima tako da stvaraju lanac ili sistem ili suprotno, iskliznuća, protivrečnosti koje ih odvajaju jedne od drugih“; i konačno, „strategije putem kojih ti odnosi postižu dejstvo a čiji se opšti okvir ili institucionalno kristalisanje utelovljuje u državnim aparatima, u formulisanju zakona, u društvenim hegemonijama“ (Fuko, 2006, str. 105-106):

„Moć je svuda; ne stoga što sve obuhvata, nego stoga što dolazi odasvud. A „vlast“ („le pouvoir“) sa svojom postojanošću, ponavljanjem, nepomičnošću, samoreprodukcijom, samo je zbirna posledica svih tih pokretnosti, ulančavanje koje se naslanja na te pokretnosti, i koje sa svoje strane teži tome da ih ustali. Nema sumnje da treba biti nominalist: moć nije jedna ustanova, i nije jedna struktura, ona nije izvesna snaga kojom su neki obdareni: moć je ime koje se nadeva nekoj složenoj strateškoj situaciji u datom društvu.“

Praktičari kritičke analize diskursa takođe moć vide kao interakciju, a nosioce moći kao društvene grupe koje u diskursu stižu i opravdavaju svoju poziciju, stabilizuju je i učvršćuju u očekivanju njene interpretacije kao podrazumevane i zdravorazumske. Pristanak u gramšijevskom smislu je podrazumevan, dok se Fukoov uticaj ogleda u decentralizaciji moći i dijalektičkom rekreiranju. Moć se strateški formuliše i prilagođava na nenametljiv način, njena autoritativnost se krije iza navika, „večnih istina“, a njeno ideološko utvrđenje je u liberalnom duhu. „Ideologija je najefektnija kada je njeno delovanje najmanje vidljivo“, naglašava Ferklaf, i objašnjava:

„A nevidljivost je postignuta kada su ideologije dovedene u diskurs ne kao eksplicitni elementi teksta, već kao pozadinske pretpostavke koje s jedne strane vode proizvođača teksta da „tekstualizuje“ svet na određeni način, a sa druge strane vode interpretatora da tumači tekst na određeni način. Tekstovi obično ne obiluju ideologijom. Oni pozicioniraju interpretatora kroz svoje znakove koje će doneti ideologiju u tumačenju – i reprodukuju je u tom procesu“ (Fairclough, 1989, str. 85).

⁴ *Volja za znanjem* prvi je tom Fukoove *Istorije seksualnosti*. Drugi tom *Upotreba zadovoljstva (L'Usage des plaisirs)* i treći, *Briga o sebi (Le Souci de soi)*, objavljeni su 1984, i četvrti, *Ispovesti mesa (Les aveux de la chair, moj prevod naslova)*, posthumno, 2018.

U odnosu na koncept moći u oblasti kulturne industrije, Adorno (Theodor Adorno), koncepte poretka vezuje za održavanje *status quo* situacije: „Ona proglašava: vi ćete se saglasiti, bez ikakvih uputstava o tome; u skladu sa onim što ionako postoji i o čemu svi ionako misle kao rezultat njene moći i sveprisutnosti. Moć ideologije kulturne industrije je takva da je konformizam zamenio svest“ (Adorno, 1991, str. 90, prema Gauntlet, 2002 str. 21). Nasuprot tome, Fisk (John Fiske) ukazuje na popularnu kulturu kao „proizvod ljudi“, a ne kulturne industrije: „Sve što industrija kulture može da proizvede jeste repertoar tekstova ili kulturne građe koju će različite formacije ljudi koristiti ili odbaciti u trajnom procesu stvaranja vlastite popularne kulture“ (Fisk, 2001, str. 32). Na osnovu ovih stavova Gauntlet (David Gauntlett) tumači: „moć publike da interpretira medijske tekstove i odredi njihovu popularnost daleko prevazilazi sposobnost medijskih institucija da u svojim tekstovima pošalju publici određenu poruku ili ideologiju“ (Gauntlet, 2002, str. 22). Sa tim mišljenjem se ne slažem, odnosno, ne mislim da su ideje Adorna i Fiska kontradiktorne.

Savremena nigerijska književnica Čimamanda Engoze Adičie (Chimamanda Ngozi Adichie) u svom izlaganju *Opasnost od samo jedne priče* (*The Danger of a Single Story*), u okviru TEDx tribine⁵, govoreći o fenomenu „samo jedne priče“ („single story“) koja ljude prikazuje na jedinstven, ideološki određeni način, zasićen neosnovanim pretpostavkama i stereotipima, u njenom slučaju, kao afričku ženu uz koju se vezuje siromaštvo i neobrazovanost, naglašava da je nemoguće uspostaviti takvu priču bez pozicije moći:

„Postoji reč, Igbo⁶ reč, o kojoj mislim svaki put kada razmišljam o strukturi moći u svetu, a to je „nkali“. To je imenica koja u slobodnom prevodu znači „biti veći od onog drugog“. Poput naših ekonomskih i političkih svetova, i priče su definisane „nkali“ principom. Kako su ispričane, ko ih je ispričao, gde su ispričane, koliko je priča ispričano, u stvari, zavisi od moći... Moć je sposobnost ne samo da ispričate priču o drugoj osobi, već i da je naćinite isključivom pričom o toj osobi“ (Adichie, 2009).

2.2.3. Jezičke ideologije

Jezičke ideologije predstavljaju vezu između lingvističke i socijalne teorije, „veoma potreban most“, kako primećuju Katrin Vulard i Bambi Šifelin (Kathryn A. Woolard & Bambi B. Schieffelin), „jer povezuje mikrokulturu komunikativne akcije sa političko-ekonomskim pretpostavkama moći i društvene nejednakosti, suprotstavljajući makrosocijalna ograničenja upotrebe jezika“ (Woolard & Schieffelin, 1994, str. 72, prema Filipović, 2009a, str. 111). Autorke na istom mestu dodaju da istraživanje jezičke ideologije „predstavlja moćno sredstvo za produbljivanje ponekad površnog razumevanja jezičke forme i njene kulturne varijabilnosti u političko-ekonomskim istraživanjima diskursa“ (Woolard & Schieffelin, 1994, str. 72, prema Filipović, 2009a, str. 111). Jürgen Habermas (Jürgen Habermas) lingvistički aspekt diskursa – kao i normativnog i operativnog, dovodi u direktnu vezu sa društvenim odnosima i „sporazumima“: „Formalno anticipiranje idealizovane konverzacije (možda kao oblik života koji će se ostvariti u budućnosti?) garantuje „ultimativni“ temeljni kontra-

⁵ TEDx događaji odigravaju se radi deljenja ideja u zajednicama širom sveta i prenose se putem plaforme www.ted.com, najčešće u vidu kratkih video snimaka govora ili razgovora, u trajanju od 18 ili manje minuta, sa pratećim transkriptima. Platformu administrira neprofitna organizacija TED (Technology, Entertainment & Design) osnovana 1984. godine sa ciljem povezivanja tehnologije, zabave i dizajna, koja danas pokriva teme od nauke, biznisa do globalnih pitanja, na više od 100 svetskih jezika. Citati iz govora Adičie, kako i referenca upućuje, preuzeti su sa linka https://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript.

⁶ Igbo je jezik Igbo ili Ibo naroda koji živi uglavnom u jugoistočnoj Nigeriji i broji oko 20 miliona ljudi (Igbo people).

činjenični međusobni sporazum, koji ne mora prvo biti stvoren, ali koji mora, a priori, povezati potencijalnog govornika – slušaoca“ (Habermas, 2001, str. 367).

Ideologije, kao što sam navela, su nosioci određenih stavova, znanja, mišljenja, „zdravorazumskih“ istina, verovanja – koji diskurzivno kreću sa pozicija dominantnih društvenih grupa i interpretiraju se kao podrazumevani, dakle, iza njih su interesi vezani za moć koji nisu eksplicirani. U odnosu na te odrednice jezičke ideologije uključuju i promatranje ideoloških sklopova koji nalažu poželjno jezičko ponašanje ali i suštinsku demonstraciju bilo koje ideologije pomoću jezičke afirmacije ili diskriminacije. Suzan Philips (Susan Philips) objašnjava da „upotreba izraza ideologija, a ne neutralnijih pojmova kao što su kultura, verovanja, stavovi ili interpretativni okviri, ukazuje na teorijsku posvećenost ideji da pogledi ljudi na jezik oblikuju politički i ekonomski interesi i odnosi dominacije i potčinjenosti“ (Philips, 2015, str. 557). U tom smislu, slažem se sa njom da su jezičke ideologije često „deo širih ideoloških projekata kojima je jezik određen: „To znači da na njih utiče ne samo ono o čemu je moguće imati svest, već i rezonovanje u tako širim ideologijama“ (Philips, 2015, str. 558).

Po svojoj ideološkoj prirodi, jezičke ideologije su proizvedene baze znanja, društveno konstruisane sa određenim ciljevima i moraju se održavati radi očuvanja pozicija moći. Jezičke ideologije su, kako navodi Debora Cameron (Deborah Cameron), „kompleksni društveni konstrukti koji ne sadrže samo tradicionalno analizirane stavove i verovanja o jeziku, njegovoj strukturi, funkcijama i vrednosti, već zapravo čine konvencionalne kognitivne reprezentacije jezičkih fenomena u jednoj kulturi / društvenoj (govornoj) zajednici“:

„Na osnovu datih jezičkih ideologija članovi jedne zajednice uče i procenjuju koji su društveno prihvatljivi načini za upotrebu jezičkih sredstava u komunikaciji sa drugim članovima zajednice. Kao i sve ostale ideologije, jezičke ideologije često nisu zasnovane na objektivnim činjenicama i vrednostima, te je njihovo očuvanje i/ili promena takođe u direktnoj vezi sa društvenim kontekstom i opštim sociopolitičkim i ekonomskim prilikama u kojima se jedan jezik koristi“ (Cameron, 2003, Filipović, 2009a, str. 111).

U istraživanju jezičkih ideologija sa fokusom na rodnom aspektu, na srpskom govornom području, Žarana Papić i Lidija Sklevicki (Lydia Sklevicky) polaze od stanovišta da su jezičke ideologije „kognitivni konstrukti“ i to „najčešće implicitni“ (Papić & Sklevicki, 2003, str. 18, prema Filipović, 2011, str. 6). Na nivou govornih zajednica takve ideologije predstavljaju suštinu, vrednosti, istoriju i kulturni značaj varijeteta koje koristimo. Jezičke ideologije tako „nose niz kulturnih konotacija“: o poreklu jezika, o razlikama među jezicima (na primer, između standardnog srpskog, hrvatskog, crnogorskog, itd.) i vrednovanju tih razlika, o pitanjima pravilne upotrebe jezika (standardni i nestandardni varijeteti), o grupnim i individualnim kvalitativnim razgraničenjima govornika prema dijalektu, jeziku, stilu, registru, itd. (Papić & Sklevicki, 2003, str. 18, prema Filipović, 2011, str. 6).

Upravo zbog toga, dodaju autorke, pitanja rodno osetljivog jezika prevazilaze „tradicionalnu dihotomiju gramatičkog muškog i ženskog roda“, odnosno, rodne karakteristike jezika „najčešće puno govore o tome na koji način funkcionišu i kakve su prirode zajednica žena i muškaraca u datom društvu“:

„Na primer, tradicionalna upotreba imenica muškog roda za označavanje profesija i titula oba pola (na primer, doktor Milica Milić, redovni profesor..., ministar prosvete Marija Pavlović, itd.), koja se nalazi u fokusu najvećeg broja rodno osetljivih lingvističkih studija kako u svetu, tako i u našoj zemlji, najčešće se povezuje sa društvenom dihotomijom privatno i javno, te podelom rada po polu i različitim vrednovanjem doprinosa muškaraca i žena“ (Papić & Sklevicki, 2003, str. 18, prema Filipović, 2011, str. 6).

Shodno tome, izdvajaju se jezičke rodne ideologije o kojima ću više govoriti u okviru sledeće pojmovne odrednice, koje su zapravo manifestacije rodni ideologija u jeziku, i formiraju se i održavaju pomoću jezika i smernica u pogledu jezičkog ponašanja.

2.3. Rod

Rod se u kritičkoj analizi diskursa posmatra iz ugla društvene nejednakosti, sa polazišta prema kojem je rod društvena konstrukcija i socijalno-kognitivna kategorija. Kako objašnjava Jelena Filipović, dok se „pol“ razume kao „biološka konstanta, odnosno kao fiziološka odrednica prema kojoj su žene nosioci XX, a muškarci XY hromozomskog para“, rod se definiše kao „kompleksnija, društveno utemeljena varijabla koja uključuje aktivan odnos svake osobe prema sopstvenom identitetu“ (Filipović, 2018, str. 188). Prema tome, rodni identitet se formira „kako u skladu sa ličnim potrebama i interesovanjima tako i u skladu sa kulturnim modelima zajednice u kojoj odrastamo“ (Filipović, 2018, str. 188).

Osnovu teorijskog koncepta „pola“ („sex“) kao biološke kategorije i „roda“ („gender“) kao društvenog konstrukta postavila je Margaret Mid (Margaret) u knjizi *Pol i temperament u tri primitivna društva* 1935. godine (Mead, 2001, prema Jarić & Radović, 2010, str. 120). „Prihvatanjem razlike između pola i roda otvara se, na teorijskoj ravni, mogućnost promena rodni uloga, rodni režima i rodni poretka“ (Jarić & Radović, 2010, str. 120).

„Rodni aspekt naših identiteta jedan je od ključnih elemenata naše percepcije sopstvenog mesta u svetu, našeg odnosa sa članovima naše društvene zajednice i stavova prema različitosti, odnosno prema osobama i grupama različitim od naših. Rod je društvena kategorija koja se razvija i menja tokom života i koja korelira sa velikim brojem drugih društvenih varijabli, koje takođe variraju od jednog životnog doba do drugog. Upravo zbog toga, rod se ne može sagledati u izolaciji od ostalih društvenih aspekata identiteta: etniciteta, društvene klase, obrazovanja, vrednosni sistema, kulturnih modela i opštih ideologija kroz koje sagledavamo svet u kome živimo“ (Filipović, 2009a, str. 110).

Filipović podseća da se u početnim istraživanjima ove teme u lingvistici izbegavao termin „rod“ zbog „utvrđene konotacije ove reči u filološkim i lingvističkim naukama u vezi sa gramatičkim rodom“, ali je u međuvremenu „termin „rod“ prihvaćen u najširim akademskim krugovima sa značenjem socijalnog konstrukta koji stoji u suprotnosti sa biološkom kategorijom „pola““ (Filipović, 2009a, str. 189). Ključna pitanja kojima se bavi najveći broj studija jezika i roda uključuju: „PITANJA POSTOJANJA rodne razlike u upotrebi jezika, KADA se ona javlja, KOJE JEZIČKE OBLIKE ta diferencijacija poprima, i KOJE EFEKTE ima u društvu“ (Bergvall, 1999, str. 274, prema Filipović, 2018, str. 189).

2.3.1. Rodne dihotomije

Termin „rod“ usvojen je i u javnom i u medijskom diskursu, s tim što se najčešće dovodi u vezu sa rodnim nejednakostima i rodnom (ne)ravnopravnošću u odnosu na polne razlike. Kako navodi Filipović, „dok se u akademskom diskursu rod ne razume kao binarna kategorija, već kao kompleksna društvena konstrukcija koja uključuje i mnoge druge fenomene (na primer, transseksualnost i interseksualnost)“, u svakodnevnoj upotrebi, u američkom društvu, na primer, „termin pol se iz razloga političke korektnosti jednostavno zamenjuje terminom rod, čime se njegova konotacija ponovo redukuje na biološku dihotomiju +/-žensko ili +/-muško“ (Filipović, 2018, str. 189). Interdisciplinarna istraživanja na polju sociolingvistike polaze „od socijalnih referentnih tačaka, odnosno od roda, i pokušavaju da identifikuju obrasce interakcije kao refleksije ideologija i raspodele društvene moći koji koreliraju sa poimanjem roda govornika, članova određene društvene zajednice“ (Filipović, 2018, str. 189).

Filipović ukazuje i da se u sociologiji i antropologiji „rodne razlike u društvu i jeziku često objašnjavaju biološkim determinizmom“ određenim fiziološkim razlikama između žena i muškaraca, koji uspostavlja podelu rada između muškaraca i žena: „žene ostaju u pećinama, potom kućama, rađaju decu i vode računa o porodici, dok su muškarci od praistorije bili lovci, što ih izmešta iz privatne u javnu sferu u kojoj su oni uticajni do dan-danas“ (Filipović, 2018, str. 189). Kritička socijalna antropologija, sa druge strane, teži da „razume evoluciju polnih razlika i razloge za dominaciju muškarca“, odnosno „povezanost podele rada po polu i različito vrednovanje doprinosa muškaraca i žena sa dihotomijom na privatno i javno“ (Papić i Sklevicky, 2003, str. 18, prema Filipović, 2018, str. 189).

Rodni identiteti u svetlu pozicije žena u vekovnoj dihotomiji, ali i kao složeniji identiteti u političkom, socijalnom, kulturnom i privatnom polju, u fokusu su feminističkih pokreta i feminističkih nauka. En Kaplan (Ann E. Kaplan) pravi razliku između političkog i filozofskog pristupa feminizmu. Filozofski pristup može biti: „esencijalistički“, koji polazi od ideje da „postoji određena grupa po imenu „žene“ koja se može odvojiti od druge grupe, „muškaraca“ – u smislu suštine koja prethodi kulturi – koji je po poreklu biološki i nosi sa sobom suprotstavljene muške i ženske vrednosti; i „antiesencijalistički“ pristup, koji ne traga za esencijalnom „ženskošću“ za koju se smatra da je skrivena ili zasenjena kulturom kojom dominiraju muškarci, već pokušava da shvati proces u kojem se „žena“ konstituiše u patrijarhalnoj kulturi (Kaplan, A, 1992, prema Prajs, 2011, str. 519).

Kaplan deli političke kategorije feminizma na četiri tipa: „buržoaski feminizam“, pod kojim podrazumeva težnju žena da dobiju jednaka prava i slobode u okviru kapitalističkog sistema; „marksistički feminizam“ koji se dovodi u vezu sa specifičnim ugnjetavanjem žena u okviru veće kapitalističke strukture; „radikalni feminizam“, koji za cilj ima odvajanje ženskih zajednica kako bi se promovisale specifične ženske potrebe i želje; i „poststukturalistički“ feminizam čija je ideja da analizira jezička pravila „pomoću kojih učimo ono što se u našoj kulturi naziva ženama“ (Kaplan, A, 1992, prema Prajs, 2011, str. 519).

Pitanje statusa političkog subjekta za žene i njegovog teorijskog utemeljenja kao statusa građanke, kako navodi Daša Duhaček, pokrenula je Meri Vulstonkraft (Mary Wollstonecraft) krajem 18. veka, dok su takve teorijske stavove i zahteve artikulisali Herijet Tejlor (Harriet Taylor) i Džon Stjuart Mil (John Stuart Mill) sredinom 19. veka (Duhaček, 1995). Istovremeno, pokretani su zahtevi za obrazovanje žena, pravo na svojinu i ekonomsku nezavisnost, koji su „kulminirali u zahtevu za pravo glasa“, odnosno, „teorijska promišljanja su bila paralelna onome što se u istoriji feminističkog pokreta naziva prvim talasom feminizma (19. i početak 20. veka)“ (Duhaček, 1995, str. 2): „Druga polovina 20. veka obeležena je priznavanjem prava glasa za žene u najvećem broju zemalja celoga

sveta, a politički pokreti krajem šezdesetih najavljuju početak drugog talasa feminizma“. U razvoju feminističke lingvistike prvi talas, ili prva faza, istorijski se preklapa sa drugim talasom feminističkog pokreta.

U okviru drugog talasa feminizma feministički radovi ustanovljuju da razlike među polovima potiču od bioloških razlika muškaraca i žena, ali da nisu „ključ“ društvene nejednakosti muškaraca i žena, „već da je ono što se nameće ženama kao “prirodno” zapravo rezultat društvene prisile i uslovljavanja u procesu socijalizacije, odnosno produkciji roda („engl. gendering“); na primer, Kejt Milet (Kate Millet) u *Seksualnoj politici* (*Sexual Politics*, 1969, 1970) ukazuje na univerzalnu shemu dominacije u odnosima polova kao oštriju od klasne podele, En Oukli (Ann Oakley) izvodi tezu da rodne razlike imaju svoj koren u kulturi, a ne u prirodi... (Jarić & Radović, 2010, str. 119-120). Šulamit Fajerston (Shulamith Firestone) u *Dijalektici pola* (*The Dialectic of Sex*, 1970), pod uticajem Simon de Bovoar (Simone de Beauvoir) (1982) čije ću teze detaljnije izneti u ovom radu, kritikuje materijalistička opravdanja rodnih razlika i zauzima radikalniji pristup feminističkog pokreta:

„I baš kao što krajnji cilj socijalističke revolucije nije bio samo ukidanje klasnih ekonomskih privilegija već i klasnih ekonomskih razlika kao takvih, tako i krajnji cilj feminističke revolucije mora biti, za razliku od prvog feminističkog pokreta, ne samo uklanjanje muških privilegija već i samih polnih razlika: razlike u genitalijama između ljudskih bića više ne bi bile kulturološki važna“ (Firestone, 1970, str. 11).

Prema rečima Duhaček (1995, str. 2), „u okviru ključne dihotomije moderne filozofije, subjekt/objekt odnosa, usredsređena pre svega na izlaganje o ženi kao objektu naspram subjekta“, „na osnovama psihoanalize“, Lis Irigare (Luce Irigaray) postavila je teorijske osnove za razumevanje ženskog pola kao „pola koji nije jedan“, koji se „odupire svakoj adekvatnoj definiciji“.

„Svakoј teoriji „subjekta“ oduvek je pripisivana „muškost“. Podvrgnuta takvoj teoriji, žena je na užtrb sebe odustajala od svog odnosa prema imaginarnom. Kao „žensko“, diskurs je ženu podvrgavao objektivizaciji. A i ona sama se ponovo objektivizirala onda kada je nastojala da se identifikuje kao „muški“ subjekt. I to izgleda u vidu „subjekta“ koji bi ponovo trebalo da se pronalazi „kao“ izgubljeni (majčinsko-ženski) „objekat“?!“ (Irigare, 2014, str. 171).

Irigare prema tome uočava mogućnost „re(produkcije) – naročito diskursa – u svakoj mogućoj formi“ (Irigare, 2014, str. 285), što će teoriju usmeriti ka negiranju rodnih dihotomija, potragama za redefinisanjem kategorije roda i do negacije pola kao biološki date osnove za formiranje roda u radovima Džudit Batler (Judith Butler) (1990, 1993, 2004). Ernesto Laklau (Ernesto Laclau) i Šantal Muf (Chantal Mouffe) u knjizi *Hegemonija i društvena struktura* (*Hegemony and Social Structure*, 1985), proces koji je Batler formulisala kao performativni nazivaju *artikulacijom*, koja je „... skup pozicija subjekata koja odgovara mnogostrukosti društvenih odnosa u koje je upisana“ (Muf, 1995, prema Duhaček, 1995, str. 4-5).

„Ženi se ovim odsustvom apriornog definisanja sopstvenog identiteta ne odriče mogućnost da se artikulise kao subjekt, već se samo otklanjaju ograničenja da, pripadajući i drugim entitetima, klasi, rasi, etc., deluje kao mnogostruki politički činilac“, objašnjava Duhaček (1995, str. 5). „Živo o/sećanje razlike ostaje“, zaključuje, kao i pitanje savremene feminističke političke teorije koje glasi: „kako obezbediti legitimitet i autonomiju ženskom subjektu u njegovom/njenom političkom delovanju“:

„Taj politički subjekt se konstituiše prepoznajući sopstvenu razliku u odnosu na već utemeljeni jaki subjekt koji je u posedu političke moći; istovremeno, žena, jer o njoj je reč, tek time zadobija sopstveni identitet, koji upravo treba, iako drugačiji, Drugi da bude izvor legitimiteta u javnom, političkom prostoru“ (Duhaček, 1995, str. 5-6).

Prema Burdijeovoj (Pierre Bourdieu) teoriji koju je izneo u knjizi *Vladavina muškaraca* (*La domination masculine*) iz 1998, rodna dihotomija koja podrazumeva razdvajanje društvenog delanja

muškaraca i žena biološki je uslovljena, gde „žena definisana negativnim atributima, u takvom poretku mora biti dominirana od strane pozitivno određenog muškarca“:

„Androcentrična slika sveta sadržana u habitusu omogućava održanje i perpetuiranje društvenog poretka koji karakteriše muška dominacija. Na ovaj način uzrok održanja muške dominacije je smešten ispod nivoa svesti, odnosno na nivou tela, čime Burdije objašnjava dugovečnost i otpornost na promene pomenutog poretka. Prihvatanjem svoje pozicije dominiranih, odnosno dominantnih u datom sistemu odnosa kao izraz sudbine, žene i muškarci uzimaju učešća u simboličkom nasilju koje se sprovodi nad njima kroz svakodnevnu interakciju strukturisanu androcentričnom slikom sveta. Tako, društveni poredak funkcioniše kao „(...) ogromna simbolička mašina koja nastoji da ratifikuje mušku dominaciju na kojoj je zasnovana“ (Bourdieu, 2001, str. 9, prema Petrović, 2013, str. 183).

U ovom radu analiziram rodne identitete koji se uspostavljaju u javnom diskursu putem medijskog diskursa, u okvirima rodnih dihotomija, dakle, jasnih podela na dva rodna identiteta, muški i ženski. Takva podela opterećena je tradicionalnom patrijarhalnom ideologijom i njenim prilagođenim, osavremenjenim jezičkim strategijama, s jedne strane, i formiranjem novog subjektiviteta žene u savremenom dobu, u uslovima koje implicitno uspostavlja i dalje dominantni, muški subjekt.

2.3.2. Jezičke/rodne ideologije

U studijama jezika i roda prepoznata je ključna uloga jezika u uspostavljanju socijalnih i kognitivnih obrazaca u ličnom razvoju ljudi, jezičkim zajednicama, kao i u društvenim, političkim i kulturnim kontekstima. Sociolingvistika i kritička sociolingvistika uvele su interdisciplinarnost u jezička istraživanja, i doprinele, zajedno sa rodnim studijama, razvoju feminističke lingvistike i feminističke kritičke teorije, dok je kritička analiza diskursa proširila polja izučavanja diskursa ka transdisciplinarnom iskoraku u područja obrazovanja i politike. U fokusu ovih kritičkih pristupa su ideološki uspostavljene diskursne matrice koje jezik istovremeno sakriva, pohranjuje, i njima deluje na jezičko ponašanje, a time i šire na prihvatanje i transgeneracijsko prenošenje određenih rodnih identiteta i uloga: „Proučavanje odnosa diskursa i roda podrazumeva interpretaciju upotrebe jezičkih sredstava za (re)konstruisanje rodne ideologije i rodnog poretka“ (Kuzmanović Jovanović, 2014, str. 9). Kako sugerišu Šeri Kendal i Debra Tenen (Shari Kendall, Deborah Tannen), pitanje roda u diskursu ne može se razdvojiti od analize društvene nejednakosti:

„S obzirom na složenost roda kao društvenog fenomena, proučavanje roda i diskursa zahteva pažnju o kulturnim uticajima koji favorizuju rodne načine govora i pregovaranja, oba u vezi sa moći; o fluidnosti roda kao performansa i društvenim ograničenjima rodnog performansa; i višestrukim vezama između roda, diskursa i društvenog značenja“ (Kendall & Tannen, 2015, str. 639).

Prema rečima Filipović (2018, str. 196), „jezik je jedno od ključnih sredstava za stvaranje i održavanje rodnih kategorija“. Sa druge strane, „naučne i strateške aktivnosti koje su u srži srpske jezičke politike i planiranja uopšte, i jezičke standardizacije konkretno“, predstavljaju specifičnu jezičku ideologiju sa epistemološkog stanovišta, koja „zanemaruje rodnu neravnopravnost u srpskom društvu“ (Filipović, 2018, str. 196). Dok se takva ideologija „na nivou šire društvene zajednice doživljava kao zdravorazumska univerzalna istina“, u praksi „žive“ patrijarhalni ideološki konstrukti kao podrška „određenim upotrebama jezika i nejednakim odnosima moći“ (Filipović, 2018, str. 196).

Takvi konstrukti, npr, implicitno i dalje primarne pozicije žena svode na privatnu sferu, ne dozvoljavajući im ili čineći neobičnim, ekcesnim, „markiranim“ bavljenje profesijama koje su tradicionalno obavljali samo muškarci.

U sociolingvističkom istraživanju stavova žena iz akademske zajednice o morfološkom (gramatičkom) rodu imenica koje označavaju zanimanja žena i muškaraca u srpskom jeziku, koje je sproveda 2007. godine, Filipović utvrđuje „kulturni model koji se bazira na patrijarhalnoj strukturi našeg društva u kome se jasno definiše mesto žene i muškarca u profesionalnom svetu“ (Filipović, 2018, str. 197): „Čak i kada žena dobije prostor u tom svetu, od nje se implicitno očekuje da postane član „muškog“ društva i identifikuje se muškim gramatičkim rodnom imenice kako se ne bi „izdvajala“ i razlikovala od svojih kolega“ (Filipović, 2018, str. 197). Budući da normativa ne priznaje kognitivno-socijalnu varijaciju u morfološkom (strukturnom) rodu imenica, jezičko planiranje usmerava „na kreiranje i rekreiranje akademskog okruženja u kome se odnos između jezičke prakse, društvenih identiteta i pogleda na svet zamagljuje, te ga je nemoguće ili veoma teško identifikovati i razumeti“:

„Iz tog razloga, čak i žene sa najvišim akademskim titulama i obimnim lingvističkim znanjem često ne uočavaju taj odnos i nastavljaju da koriste jezik na konvencionalan način koji naglašava i podvlači nejednakost kako jezičkih tako i socijalnih odnosa i koji nosi jasnu ideološku asocijaciju (muški rod – nemarkiran, neutralan, generički / ženski rod – markiran, ograničen; muškarac = subjekat, aktivan / žena = objekat, pasivna)“ (Filipović, 2018, str. 197).

Kako dodaje Filipović, u repliciranom istraživanju koje je Ivana Vranić sproveda 2017. godine u studentskoj populaciji, takođe se dolazi do rezultata prema kojima su „muške“ i „ženske“ profesije diferencirane, „a upotreba rodno osetljivih termina za one koje se odnose na titule koje impliciraju i značajni stepen društvene moći (na primer, dekan, menadžer, ali i govornik!) i dalje se tretira kao neprihvatljiva jer zvuči ružno, neadekvatno i nije u duhu srpskog jezika“ (Vranić, 2017, str. 136, prema Filipović, 2018, str. 205).

I u hrvatskom jeziku jezičke ideologije proistekle iz rodni ideologija analiziraju se sa ovakvih, kritičkih stanovišta. Upotreba muškog gramatičkog roda kao opšteg, univerzalnog, prema rečima Jasenke Kodrnje, može da znači „da je muška sastavnica agresivnija, dominantnija jer pokazuje smjer širenja prema univerzalnom, dok je ženska sastavnica pasivna, pa miruje na svojoj subordiniranoj poziciji“: „Za pretpostaviti je da upravo ova jezična konstrukcija iskazuje rodnu konstrukciju moći, povijest rodni odnosa i njihovu tisućgodišnju petrifikaciju“ (Kodrnja, 2008, str. 10). Kodrnja postavlja pitanje asimetrija u jeziku ne samo kao problem naučnog podrazumevanja, već i svakodnevnih predrasuda:

„Na to upućuju i imperativi/poštalice koje koristimo automatski, bez propitivanja njihova smisla. Često se koristi imperativ „Ne budi baba!“ , dok njemu rodno simetričan, a moguć imperativ ne postoji. Imperativi „Budi čovjek!“ i „Budi muško!“ često se koriste i vrlo su sličnog značenja, dok se imperativ „Budi žensko!“ rijetko koristi i sasvim je drugog značenja. Naime, uz „čovjeka“ i „muškarca“ vežu se samorazumljivi atributi snage, uma, dominacije, etičnosti i subjektivnosti, dok se uz „babu“ i „ženu“ vežu također samorazumljivi atributi slabosti, osjećaja, podređenosti, neetičnosti i nesubjektivnosti. Asimetrija rodova upisana u jeziku upisuje se i u druga različita područja ljudske egzistencije: simbole, seksualnost, obitelj, rad, umjetnost, znanost, politiku“ (Kodrnja, 2008, str. 11).

Srpska jezička normativa negira jezičke rodne ideologije. Odbor za standardizaciju srpskog jezika SANU u odluci datiranoj 2015.⁷ godine donosi preporuke „kako bi se izbegla banalizacija jezičke teorije, da se zbog prisustva ili odsustva neke gramatičke kategorije može zaključiti o prisustvu ili odsustvu neke ravnopravnosti ili diskriminacije u jeziku“ (SANU: Psihološkinja,

⁷ Nacrt odluke je razmatran na sednici 24. februara 2011. godine i usvojen kao odluka br. 60.

vojnkinja, sekretarka – gramatički nepravilno!, 15. 10. 2017). U obrazloženju se, između ostalog, navodi da „pogled na svet, sistem kulture ili društveni sistem nisu uslovljeni pukim postojanjem ili nepostojanjem određenih gramatičkih kategorija, te se oni stoga ne mogu ni menjati njihovim uvođenjem ili insistiranjem na doslednosti njihove upotrebe“ (SANU: Psihološkinja, vojnkinja, sekretarka – gramatički nepravilno!, 15.10.2017). Vest o ovoj odluci, iako je usvojena 2011. i datirana 2015. godine, objavljena je tek 2017. godine koju ću u svojim istraživanjima proglasiti „Godinom žena“, budući da su je, što se rodne društvene perspektive tiče, obeležili postavljanje prve žene na čelo Vlade Srbije i proglašenje populacione politike i „stimulacije rađanja“ kao nacionalnih prioriteta. U istraživanju ću pokazati kako se medijski diskurs odupire usvajanju ženskog oblika „premijerka“ i „predsednica (Vlade)“, ali i oblicima koji su već duže vreme u jezičkoj praksi, kao što su „ministarka“ i „članica (Vlade)“.

Konkretno preporuke navedene odluke su, npr. da oblike ženskog roda za imenice koje znače profesije treba upotrebljavati tamo gde je njihova upotreba „u skladu sa postojećom normom i dobrom jezičkom praksom“: „Kada je reč o oblicima ženskog roda za označavanje profesija koji nisu normirani ili uobičajeni u jezičkoj praksi, ispravno je koristiti generički muški rod (npr. borac, pilot, akademik), jer njegova upotreba nikako ne implicira diskriminaciju žena, već podrazumeva svest o jednakoj društvenoj (/ljudskoj) vrednosti muškarca i žene“ (SANU: Psihološkinja, vojnkinja, sekretarka – gramatički nepravilno!, 15. 10. 2017).

U generičkom, muškom rodu, dakle, sadržane su sve društvene, odnosno ljudske vrednosti, iako je, u konkretnim primerima jasno da jezička praksa dugo nije poznavala ženski gramatički rod navedenih imenica, budući da se datim zanimanjima žene u praksi nisu bavile, te otud nije bilo prostora za sociokognitivne procese koji bi doveli do „podrazumevane svesti“ o „vrednosti“ žene u okvirima tih profesija. Konkretno, kada je reč o „akademkinjama“, 2015. godine u SANU ih ima 15 od ukupno 160 članova i članica (Stojković, 6. 1. 2015)⁸, a kao razlog zašto je to tako, akademik i književnik, Matija Bećković, kaže:

„Ne znam zbog čega je iznenađujuće što među academicima gotovo i da nema žena, ni zbog čega ih sada tražite na tom mestu. Ako niste primetili, ni u fudbalskoj reprezentaciji nema nijedne žene. A šta mislite zbog čega je tenis podeljen na muški i ženski? Prosto, ispostavlja se da su za neke stvari muškarci nadareniji i sposobniji. U Akademiju se ne ulazi preko veze, kriterijumi moraju da se ispune, e sada, što ih daleko više i bolje ispunjavaju muškarci, to je samo realno i trenutno stanje stvari, jer nije bitan pol niti bilo šta drugo kada se biraju akademici. I da je neko hermafrodit, ako je genije, postaće član Akademije“ (prema Stojković, 6. 1. 2015).

Primenom kritičke analize diskursa dolazim do sledećih zaključaka: akademici su muškarci jer su za to zvanje prirodno („prosto“) nadareniji i sposobniji, te da bi pripadnici ili pripadnice nekog drugog pola – žene ili hermafroditi, stekli to zvanje, moraju biti genijalni, dakle, izvanredni, izlaziti iz granica svog pola koji im određuje nepripadnost reprezentativnom timu akademika. Ukoliko neka žena, na primer, pređe tu granicu i uđe u „muški tim“, tako što ispuni kriterijume koje, „realno“ i „trenutno“, „daleko više i bolje“ ispunjavaju muškarci, ona napušta svoj rodni identitet i dobija titulu akademika. Ona ne može biti tek „akademkinja“, jer to, utvrdio je Bećković, „prosto“ nije realno. Ona eventualno, ako je genije, može biti *žena* akademik, ili akademik koja je uspeła da nadmaši svoju žensku prirodu (podvukla sam leksičke i gramatičke odrednice ženskog roda kakve preporučuje Odbor SANU umesto upotrebe morfološkog nastavka imenica ženskog roda), dakle, jedna ekcesna osoba, izuzetak koji potvrđuje pravilo, i za koju je potrebno više reči da bi joj se nekako opravdala titula – u svakom slučaju – markirana persona koja potvrđuje mušku dominaciju u jednom prostoru kao tradicionalnu i sa pretenzijama da ostane takva i za buduće generacije.

⁸ Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, 2017. godine članstvo u SANU čini više od 90% muškaraca (RZZS, 2017a, str. 46), odnosno 221 muškarac i 24 žene od ukupno 245 članova i članica (Prilog 3, Grafikon 5).

Navedeni primer ilustruje funkcionisanje jezičke rodne ideologije u javnom i medijskom diskursu, u ovom slučaju na tragu teorije deficita „unapređene“ u tumačenju ograničenih kompetencija jednog roda. Prema ovoj teoriji koju ću dodatno pojasniti u kontekstu Labovljeve kritike takvog koncepta, „u komunikativnoj situaciji, unutar obrazovnog sistema u kojoj se getoizirana deca suočavaju sa standardnim varijetetom, njihov varijetet ostali doživljavaju kao „nelogičan“, „nepotpun“, „nekomunikativan“ i slično, dok ta deca svoje sagovornice i sagovornike koji koriste standardni engleski doživljavaju kao neprijatelje“ (Filipović, 2018, str. 75).

2.3.3. Rod u medijskom i javnom diskursu

U feminističkoj lingvistici, kao i u feminističkoj teoriji uopšte, rodne dihotomije se tumače kao postavke nastale u rodnim patrijarhalnim ideologijama koje su pravile oštru granicu između vrednosti žena i muškaraca, a samim tim i određivale njihovu pripadnost javnom ili privatnom, prirodnom ili kulturnom, aktivnom ili pasivnom. Od borbi za osnovna ljudska prava žena u društvenim i političkim pokretima (de Bovoar), preko analiza razlika u prvoj i donekle drugoj struji feminističkih lingvističkih studija (Lakoff, Tannen), do rasklapanja identiteta i pokušaja prevazilaženja dihotomija kao veštački nametnutih (Batler), pitanja roda i danas u analizi javnog, odnosno medijskog diskursa, zbog suštinske uronjenosti takvog diskursa u tradicionalne, biološki potkrepljene polne podele, polaze od bazičnih rodnih dihotomija i razotkrivanja novih strategija kojima se te podele legitimišu. Insistiranje na rodnoj podeli na dve jasno odvojene društvene grupe, sa argumentacijom pozitivističke nauke – koja je u međuvremenu „napredovala“ do „novog biologizma“ (Cameron, Philips) dajući ženama primat na nekim poljima – između ostalog, i pozivanjem na dostignut cilj – formalno ostvarenje ženskih političkih i radnih prava koje treba da suspenduju svaku dalju raspravu o rodnoj nejednakosti – javni diskurs, samim tim i medijski, uglavnom negira i samu potrebu za dubinskim razmatranjem rodnih tema.

Sa druge strane, upravo mediji pronose tradicionalne rodne ideologije, koji prema stanovištu kritičke analize diskursa predstavljaju nosioce moći sa potencijalom da pospešuju društvene nepravde ili utiču na njihovo otklanjanje. Budući da mediji funkcionišu prevashodno kao javna glasila, kao kanali komunikacije državnih organa i institucija ka stanovništvu, njihova moć je dvostruka: u artikulisanju informacija i uputstava pravila ponašanja, i u tehnološkim mogućnostima kreativnog prilagođavanja i naturalizacije (Fairclough) takvih sadržaja. U onlajn-okruženju, strategije medijskog diskursa usložnjene su novim digitalnim alatima, koji iako otvaraju prostor za interakciju i participaciju publike, zapravo koriste taj isti prostor za sopstvene interese proistekle iz liberalizacije medijskog tržišta.

Sa ciljem razotkrivanja rodnih dihotomija, medijski diskurs analiziram prevashodno sa stavom da ima „dubokosežne i dalekosežne posledice na percepciju stvarnosti praktično svih društvenih grupa, odnosno na načine na koje mi, kao korisnice/korisnici medija, sagledavamo svet u kome živimo“ (Filipović, 2018, str. 106-207). U tom smislu, metodama kritičke analize medijskog diskursa tragam za strategijama koji definišu takve dihotomije i rodne uloge u njihovim okvirima, u makrostrukturama (van Dijk) i diskursnoj i diskursno-društvenoj praksi (Fairclough), odnosno formiranjem i upotrebom diskursa u sociokognitivne svrhe. Pri tome, pratim i intertekstualne i multimodalne dimenzije takvog diskursa. U skladu sa ciljevima kritičke analize diskursa upućujem na razvoj medijske pismenosti u funkciji podizanja svesti i odgovornosti „da govorimo i pišemo o bolnim i tabu temama u našim društvima na način koji ne ugrožava rodna ili bilo koja druga ljudska prava“ (Filipović, 2018, str. 212), kao i na rodno obrazovanje i jezičke rodne politike, koji treba da doprinesu daljem razbijanju rodnih dihotomija u našem društvu.

Moć medija se i u teoriji i u svakodnevnom diskursu dovodi u pitanje ili negira, o čemu ću pisati detaljno u delu koji je posvećen istraživanjima medija i medijskog diskursa. Ovde ističem najčešće prisutne „mitove“ i stereotipe o tome kako mediji nemaju nikakvog uticaja na formiranje i održavanje rodnih identiteta i relacija u društvu, koje navodi Filipović (Vassiliadou et al, 2005. str. 2, prema Filipović, 2018, str. 208):

1. „Mnoge društvene i kulturne karakteristike žene su biološki „zadate“ i žene koji ih prevazilaze ili ne prihvataju su na neki način „neprirodne“.
2. Rodna ravnopravnost je odavno postignuta i više ne predstavlja širi društveni, politički i kulturni problem: njome se bavi i za nju se „bore“ jedan mali broj žena koje ne umeju da na drugi način reše svoje probleme.
3. Feministkinje⁹ su „neprirodne“ žene koje promovišu ideje koje se protive prirodnim zakonima i hiljadama godina istorije ljudskog roda.
4. Mediji su monolitne i svemoćne institucije koje šalju objektivne i neutralne poruke pasivnoj publici.
5. Novinarska praksa izveštavanja i pisanja o vestima je objektivna, bazirana na činjenicama i stoga nikako ne može sadržati aspekte rodnih, političkih, etničkih, religijskih, kulturnih itd. predrasuda i nejednakosti.
6. Društvena promena „odozdo-na-gore“ koja bi potekla od strane zainteresovanih građanki i građana je nemoguća, te mediji ne treba da se bave podsticanjem bilo kakve vrste aktivizma“.

„Razgovor o rodu nije lak“, kaže Adichie u javnom, video nastupu prenetom putem pomenute digitalne platforme ted.com (TEDx) i potom objavljenom u knjizi *Svi mi treba da budemo feministi (We Should All Be Feminists)*¹⁰, „stvara u ljudima nelagodnost, ponekad čak i razdražljivost. I muškarci i žene odbijaju da razgovaraju o rodu ili brzo odbacuju rodna pitanja. Jer, razmišljanje o promeni statusa kvo uvek je neprijatno“ (Adichie, 2012). Ona smatra, i ja se slažem sa njom, da je problematika roda u širem smislu – u javnoj, medijskoj, ali i privatnoj komunikaciji, zapravo problematika žene, prihvatajući i da na neki način može da „ugrozi“ i muškarce, ali, takođe sa stanovišta tradicionalnih rodnih ideologija, jer se „njihov osećaj sopstvene vrednosti umanjuje ako nisu „prirodno“ glavni kao muškarci“:

„Neki se pitaju: "Zašto reč feministička? Zašto jednostavno ne kažete da verujete u ljudska prava ili tako nešto?" Zato što bi to bilo neiskreno. Feminizam, naravno, pripada opštim ljudskim pravima – ali izabrati nejasan izraz ljudskih prava znači poricati specifičan i poseban problem roda. Bio bi to način da se pretvaramo da žene nisu vekovima bile isključene. To bi bio način negiranja da problem roda cilja žene. Da problem nije bio u tome da budemo ljudi, već konkretno u tome da budemo ženski ljudi. Vekovima je svet delio ljudska bića na dve grupe i nastavljao da isključuje i tlači jednu grupu. Jedino je pošteno da u rešavanju problema to priznamo“ (Adichie, 2012).

Posebno je važno da medijski diskurs usvoji ovakvu sliku, jer tek kada bude priznat ovaj problem i u medijima, biće moguće formiranje medijskih diskursnih praksi nezavisnih od tradicionalnih rodnih ideologija i stereotipa i dihotomija u pravcu podsticanja razvoja pluralističkog i kritičkog mišljenja, a samim tim i društva slobodnih pojedinaca.

⁹ Dok jezička norma nalaže oblik „feministkinja“, koji čuva fonemu „t“ u skladu sa izuzetkom od glasovne promene gubljenje suglasnika u rečima stranog porekla, feministička lingvistika zalaže se za korišćenje oblika bez foneme „t“: „Reč feministkinja nije nastala od imenice muškog roda 'feminista', pa stoga nema razloga da se u tu reč ubacuje 't'. Izostavljanje tog famoznog 't' je način da se pokaže da žena nije nastala iz Adamovog rebra“ (Jarić&Radović, 2010, str. 144).

¹⁰ Citirano prema linkovima na koje upućuje referenca: https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_we_should_all_be_feminists?language=en ; <https://www.feminist.com/resources/artsspeech/genwom/adichie.html>

3. Sociolingvistička polazišta i kritički ishodi

Nasuprot koncepciji prema kojoj je jezik izolovan sistem znakova i pravila, koji se može proučavati nezavisno od društvenog konteksta, odnosno komunikacijskih procesa, sociolingvistika se razvila kao naučna disciplina šezdesetih godina, uvodeći u jezička izučavanja veze sa njegovom društvenom upotrebom. „Sociolingvistika se danas obično definiše kao nauka o društvenom raslojavanju jezika, koja proučava systemske korelacije postojanju i promenama jezičkih i društvenih struktura“ (Bugarski, 1986, str. 263). Začeci sociolingvističkog pristupa mogu se uočiti već kod semiotičara i Sosireve distinkcije između *la langue* i *parole*, dok se prvim metodologom sociolingvistike smatra antropološki lingvista Del Hajmz (Dell Hymes).

Kres (Gunther Kress) razlikuje tri pristupa u sociolingvističkom razvoju (Kress, 2001, prema Filipović, 2009, str. 34):

1. „Korelacioni pristup: dinamičan odnos između jezičkih formi i socijalnih faktora, gde se jezik i dalje tretira kao autonomni sistem.
2. Pristup izbora: jezički sistem se sagledava kao resurs značenja baziran na jezičkim funkcijama.
3. Kritički pristup: Analiza diskursa/teksta koji unutar društvenih zajednica istraživačima može razotkriti psihosociokulturološke razloge za izbore koje čine“.

3.1. Etnografija govorenja

Del Hajmz je postavio teoriju etnografije govorenja (*ethnography of speaking*) koju smešta u područje između disciplina – socijalna antropologija, sociologija, psihologija, a sociolingvistiku definisao kao istraživačko područje koje povezuje lingvistiku i antropologiju. Etnografiju govorenja Hajmz razvija „pozivajući se i na radove Gamperca i drugih antropoloških lingvista, zatim Fergusona, Labova i drugih, u opštoj lingvistici, potom Fišmana u sociologiji jezika, ali i na raniju evropsku misao, uključujući naročito Jakobsonovu koncepciju jezičkih funkcija“ (Bugarski, 1986, str. 250). Na tragu Sapirove ideje da se istraživanja u oblasti sociologije i kulture sprovode na procesima a ne proizvodima i apstraktnim isečcima, odnosno Sapir-Vorfove hipoteze (Edward Sapir, Benjamin Lee Whorf) koja je podrazumevala da su opisi društvenih zajednica polazište za razumevanje mesta jezika u kulturi, takođe uzimajući u obzir razvoj semiologije i komunikološke teorije, Hajmz posmatra jezik kao neraskidiv od njegove životne upotrebe. Kao osnovne pojmove etnografije govorenja definisao je:

- „načini govorenja,
- fluentan govornik,
- govorna situacija,
- govorni događaj,

- govorni akt,
- komponente govornih događaja i aktova,
- pravila (odnosi) govorenja,
- i funkcije govora“ (Hajmz, 1980, str. 83).

Komponente govora, prema Hajmzu su sledeće: forma poruke (način predstavljanja) i sadržina poruke, kao centralne komponente „aktnog sklopa“; zatim, okruženje (vreme i mesto) „scena“ („psihološko okruženje“, ili kulturne prilike), govornik ili pošiljalac, adresor, slušalac, odnosno primalac, adresovani, gde se s obzirom na učesnike, komponente mogu grupisati prema namerama, odnosno polazištima i ciljevima; zatim, stil (engl. „key“) – ton, način, duh govornog akta, kanali, forme govora: uzajamnu razumljivost i varijetet u odnosu na jezik ili dijalekat; potom, norme interakcije, norme interpretacije (sistem verovanja u datoj društvenoj zajednici), žanrovi (Hajmz, 1980, str. 100-113). Hajmz takođe ukazuje da ni ovakav, deskriptivni model ne može biti uverljiv ukoliko nije proveren u različitim situacijama, odnosno korpusima, te tek onda može poslužiti za razumevanje i objašnjenje interakcije jezika i društva. Na ovaj način, on pruža osnovu potonjim izučavaocima diskursa, posebno kritičkog pristupa, koji proizvodnju i interpretaciju jezika posmatraju ne samo kao interakcijski već i kao dijalektički proces.

3.2. Sociolingvističke teme

U završnom govoru *Delokrug sociolingvistike* koji je održao na skupu „23rd Annual Round Table at Georgetown University“, 1972, Hajmz definiše sociolingvističke teme koje će takođe biti nadograđene u kritičkom pristupu:

1. „Lingvistička teorija kao teorija jezika, koja u neotuđivom posedu ima i ustrojstvo govora – dakle, ne samo gramatike.
2. Temelji teorije i metodologije od kojih su neotuđiva pitanja funkcije – dakle, ne samo pitanja strukture.
3. Govorne zajednice kao ustrojstva načina govorenja – dakle, ne samo kao ekvivalenat za distribuciju gramatike jezika.
4. Kompetencija kao lična sposobnost – dakle, ne samo kao gramatičko znanje, kao sistemski gramatički potencijal, nešto što nadilazi organsko ustrojstvo društva, pa bi bilo i strano, irelevantno za pojedince u bilo kojem pogledu.
5. Performanca kao izvršenje i kao odgovornost, ustoličenje i pojavljivanje – dakle, ne samo kao psiholingvistički postupak ili smetnja.
6. Jezici kao ono što su njihovi govorni predstavnici od njih učinili – dakle, ne isključivo kao ono što im je njihova priroda dala.
7. Liberté, égalité, fraternité govora kao postignuća društvenog života – dakle, ne samo kao postulirane posledice jezika“ (Hajmz, 1980, str. 331-332).

U osnovi, sociolingvistika etnografskom metodom koja se sprovodi na „govorenju“, a ne na apstraktnim konstrukcijama, treba da objasni i pojave u jeziku u odnosu na društvo, ali sa punom svešću o tom društvu. Kasnije će istraživači i istraživačice proširiti to polje i pomeriti fokus na društvene konstrukte koji se ovaploćuju u jeziku. Ovde bih dodala i anticipaciju narednih poglavlja ovog rada, u vidu jednog Hajmzovog uputstva kao polazne osnove izučavanja rodnih dihotomija u diskursu:

„Uzmimo za primer načine govorenja kojima se odlikuju muškarci odnosno žene: tu je potrebno opisati sve slučajeve i one kojima su takve razlike neznatne, i one u kojima su diferencijacije ove vrste znatne, zatim slučajeve u kojima su takve pojave uticale na gramatiku, i one kada do takvog uticaja nije došlo, sve s ciljem da se, ukoliko je uopšte moguće, objasni zašto se, napokon, i pojavljuju u oba pola markirani slučajevi“ (Hajmz, 1980, str. 205).

Na ova pitanja pokušaće da odgovori kritička sociolingvistika, posebno kritička analiza diskursa, a konkretno i feministička kritička analiza diskursa i uopšte feministička teorija, ali i „novi biologizam“ u okviru širih, antropoloških i postfeminističkih tokova.

3.3. Okvir kritičke sociolingvistike i interdisciplinarna prelivanja

S obzirom na kompleksnost uloge jezika koja je uočena na nivou njegove društvene uloge, posledica po kulturu, formiranja identiteta, ličnih i grupnih, upravljanja i održavanja društvenih hijerarhija, interdisciplinarnost u istraživanjima postaje neminovna. Kako ističe Filipović (2018, str. 25) „savremeni interdisciplinarni pristup analizi kognicije, kulture i jezika crpe znanja, teorijske postulate i metodološke postupke iz kognitivne lingvistike, kognitivne antropologije i sociolingvistike, analize konverzacije i kritičke analize diskursa“. Polazeći od razumevanja da „jezik, na svoj način, obuhvata sve što postoji u prirodi, ljudskom društvu i u duhovnom životu čoveka“ (Polovina, 1996, str. 5), kognitivni pristup prepoznaje kulturne modele koji se mogu ponuditi i usvojiti putem jezika, a radi uklapanja jedinke u društvo, što kritički pristup zaoštrava ideološkom analizom pozicija moći u diskursu.

Duranti (Alessandro Duranti) identifikuje tri paradigme istraživanja odnosa jezika i kulture (Duranti, 2003, prema Filipović, 2018, str. 25):

1. „strukturalističko-deskriptivno-komparativna paradigma (koja korelira sa periodom strukturne lingvistike, Boasovih istraživanja u antropološkoj lingvistici i istraživanjima njegovih sledbenika),
2. paradigma analize govorne delatnosti, konteksta i socijalizacije (ova paradigma korelira sa pojavom etnografije komunikacije, sociolingvističke analize jezika u kontekstu i analize sociolingvističkih varijacija),
3. konstrukcionistička paradigma tvorbe ličnog i zajedničkog identiteta kroz pregovaranje značenja (ova paradigma korelira sa kritičkim pristupom jezičkoj analizi)“.

Na razvoj sociolingvistike veliki uticaj imao je rad američkog lingviste Viliijama Labova (William Labov). Njegova kritička analiza „teorije deficita“ (engl. „deficiency theory“) koju je prepoznao kao koncept „verbalne i kulturne deprivacije“ (Labov, 1969/1987, str. 179, prema Filipović, 2018, str. 75) primenjiva je i danas u kritičkim pristupima. Na osnovu „teorije deficita“ koja je bila dominantna u obrazovnim krugovima evrocentričnog sveta tokom većeg dela 20. veka (Filipović, 2018, str. 137), getoizirani učenici bili su „etiketirani“ kao verbalno deprivirani, čime se objašnjavao njihov neuspeh u školi (Filipović, 2018, str. 75). U kritičkoj proveri takvog stanovišta Labov „dokazuje da afroamerička getoizirana deca dobijaju podjednako ekstenzivan jezički, informativni i kulturni input, ali na varijetetu koji je značajno različit od standardnog engleskog“ (Filipović, 2018, str. 75). On zapravo „opisuje logičnost i kompleksnost nestandardnog engleskog i

kritikuje konsenzus šire društvene zajednice u insistiranju na upotrebi standardnog engleskog“, gde kako primećuje Filipović, takva, jednosmerna „interpretacija korelacije sociokulturnih parametara i jezičkog sistema“ čini njegovu analizu nepotpunom, odnosno neophodno je u nju uključiti „pitanja društvene moći i prestiža“ (Filipović, 2018, str. 75) koja će biti u fokusu kritičke sociolingvistike.

Labov je posebno doprineo interdisciplinarnom razvoju sociolingvistike razdvajanjem makrosociolingvistike kao polja društvenih nauka i mikrosociolingvistike, ili varijacionističke sociolingvistike, koja se usredsređuje na lingvističke činjenice u odnosu na socijalne faktore, odnosno uspostavlja korelacije između jezičkih i društvenih varijacija (Labov, 1983, prema Filipović, 2009, str. 17). Makrolingvistika, sa druge strane, oslanja se na sociologiju i antropologiju, Fišman (Joshua Fishman) je naziva sociologijom jezika, koja se bavi pitanjima koja uključuju „ne samo jezičku upotrebu kao takvu nego i jezičke stavove, kao i stvarno ponašanje u odnosu na jezik i korisnike jezika“ (Fišman, 1978, str. 21, prema Filipović, 2009, str. 17).

Utemeljenje individue i društva istom nužnošću u jeziku Benvenist (Émile Benveniste) objašnjava ulogom jezika kao instrumenta simbolizacije koja je najviša ljudska sposobnost:

„Govor *re-produkuje* stvarnost. Ovo valja razumeti na najbukvalniji način: stvarnost je proizvedena iznova posredstvom jezika. Onaj koji govori vaskrsava svojom besedom¹¹ događaj i svoj doživljaj događaja. Onaj koji ga sluša prvo shvata besedu i, kroz tu besedu, reprodukovano događaj. I tako situacija inherentna obavljanju govora, situacija razmene i dijaloga, daje činu besede dvostruku funkciju; za onog koji govori taj čin predstavlja stvarnost; za slušaoca on je ponovo stvar. To čini da je govor instrument intersubjektivnog opštenja“ (Benvenist, 1975, str. 33).

Fuko jezičko, odnosno diskursno delovanje smešta u određeno razdoblje, prostor, društvenu ili geografsku oblast, odnosno ustanove i prakse. U tom smislu, „diskurs“ je sličan ideologiji po tome što pruža sistematski način razmišljanja o nekoj temi (Foucault, 1972, prema Hodges, 2015, str. 53). Njegova analiza diskursa polazi od iskaza koji „pripada diskurzivnoj tvorevini kao što rečenica pripada tekstu, a stav deduktivnom skupu“ – izdvajanje diskurzivnih tvorevina iznosi na videlo specifični nivo iskaza, a opis iskaza i načina na koji je organizovan iskazni nivo, vodi individualizaciji diskurzivnih tvorevina (Fuko, 1998, str. 126). Diskurs je prema tome skup iskaza koji spadaju u istu diskurzivnu tvorevinu, i sačinjen je od ograničenog broja iskaza za koje se može odrediti skup uslova postojanja (Fuko, 1998, str. 126). Diskurzivna praksa je „skup anonimnih, istorijskih, u vremenu i prostoru uvek određenih pravila koja definišu za određeno razdoblje i za neku datu društvenu ekonomsku, geografsku oblast, uslove vršenja iskazne funkcije“ (Fuko, 1998, str. 127).

„Najvećim delom, analiza diskursa se odvija u dvostrukom znaku totaliteta i punine. Pokazuje se da različiti tekstovi kojima se bavimo upućuju jedni na druge, organizuju se u jedinstvenu figuru, sustiču se sa ustanovama i praksama, i nose značenja koja mogu biti zajednička za čitavo jedno razdoblje“ (Fuko, 1998, str. 128).

Usmeravanje ka društvenim teorijama, posebno pod uticajem Gramšijeve (Antonio Gramsci) teorije hegemonije i moći, i orijentacija prema društvenom kontekstu, odnosno načinima na koji jezik funkcioniše u društvenom delovanju, dovodi do kritičkog pristupa jezičkim istraživanjima. Bugarski, na primer, primećuje pojavu za koju kaže da bi se mogla nazvati „uzurpiranje vlasti nad jezikom u cilju ostvarivanja grupnih interesa“, posebno ispitujući uočavanje seksističke upotrebe jezika:

„... na niz manje ili više drastičnih ili pak suptilnih načina, a u zavisnosti od prirode konkretnog društvenog sistema, jezik postaje atribut društvene moći i instrument diskriminacije određenih društvenih grupa (rasnih, etničkih, socioekonomskih i drugih). Neki

¹¹ *Beseda* je u citiranom izdanju prevod reči *discourse* iz originalnog, francuskog izdanja.

bi ovome dodali i seksizam kao diskriminaciju prema polu, uz tvđenje kako je jezik, između ostalog, podmuklo oruđe muške dominacije“ (Bugarski, 1986, str. 34).

Analiza jezika traga za ideološkim postavkama u jeziku koje se tiču roda, etniciteta, rase, političkog usmerenja, religioznog opredeljenja, definisanja identiteta po bilo kojem osnovu, dakle, i profesionalnom, ekonomskom, starosnom, kojim se uspostavljaju i održavaju pozicije moći. U govoru, pisanom i usmenom, prepoznaju se društvene hijerarhije utvrđene jezičkim sredstvom markiranosti. „Kako markiranost podrazumeva hijerarhiju, razlike među grupama bivaju socijalno procenjivane kroz devijacije od norme. Dakle, te razlike se koriste da opravdaju društvenu nejednakost“ (Bucholtz & Hall, 2004, prema Filipović, 2009, str. 22). Jezik se ne posmatra više samo kao društvena činjenica, „već kao potka celokupnog ljudskog bivstvovanja koja društvenim zajednicama nameće kulturne obrasce i ograničenja. Kulturni obrasci utiču na ustrojstvo društvenih i govornih zajednica, na formiranje međuljudskih odnosa na privatnom i javnom planu, na koncept društvene moći, društvene raslojenosti i hegemonije“ (Filipović, 2009, str. 22).

Jezik, dakle, putem diskurzivnih oblika ideoloških postulata, direktno učestvuje u kreiranju ideologije, njenom opstajanju i samim tim formiranju i održavanju pozicija moći. Cilj istraživača i istraživačica jeste da dekonstruišu takve obrasce i odnose u jeziku, da ih prepoznaju i obelodane, a cilj određenog broja istraživača koji formiraju svoje metodologije na kritičkom „talasu“, jeste i da utiču na promene uočenih društvenih nejednakosti u jeziku, u okviru kritičke analize diskursa, i to putem obrazovanja i jezičkih politika. „Osnovna pretpostavka ove discipline jeste da nauka obavezno uključuje vrednosnu komponentu, te ona želi da razume i prikaže društvenu nejednakost i da joj se suprotstavi“ (Klikovac, 2008, str. 231).

Kritička sociolingvistika kao i kritička analiza diskursa o kojoj ću govoriti u narednom poglavlju, u analizama odnosa jezika i roda polaze od pretpostavke da je jezik u vezi sa „prirodom društvenih odnosa, pozicioniranjem osoba u društvenoj hijerarhiji i poimanjem moralno prihvatljivog ili preporučenog društvenog ponašanja“, odnosno da „rodne karakteristike jezika najčešće puno govore o tome na koji način funkcionišu i kakve su prirode zajednica žena i muškaraca u datom društvu“: „Dakle, rodna perspektiva u jeziku može se analizirati kao direktan korelat vrednovanja i pozicioniranja žena i muškaraca na hijerarhiji društvene moći, mogućnosti pristupa poziciji moći i njihove „vidljivosti“, odnosno sfere uticaja kada jednom na tu poziciju dođu“ (Filipović, 2009a, str. 111). Analiza informativnih portala koju sprovodim upravo se zasniva na medijskim tekstovima koji se tematski koncentrišu oko žena na najvišim pozicijama vlasti, mogućnosti univerzalne dostupnosti tih pozicija i sferi njihovog uticaja.

4. Kritička analiza diskursa (KAD)

Kritička analiza diskursa (KAD, engl: Critical Discourse Analysis – CDA) pojavila se kao naučna i metodološka disciplina kasnih osamdesetih godina XX veka, u čijem je središtu društveni angažman sa ciljem uočavanja i suzbijanja društvenih nejednakosti. KAD „službeno“ započinje pokretanjem van Dajkovog (Teun A. van Dijk) časopisa *Diskurs i društvo* (*Discourse and Society*) 1990. (Wodak, 2013, str. XXII).

„Ono što ujedinjuje KAD i analitičare nije ni restriktivna i dogmatska metodologija niti teorijska ortodoksija, već prilično istaknuti zajednički ciljevi, odnosno kritika i izazov hegemonijskih diskursa, tekstova i žanrova koji ponovo proizvode nejednakosti, nepravde, mistifikaciju i ugnjetavanje u savremena društva“ (Wodak, 2013, str. XXIII).

Ključno polazište ove discipline sadržano je u knjizi *Jezik i moć* (*Language and Power*), Normana Ferklafa (Fairclough, 1989), koja, kako autor navodi, ima dve glavne svrhe – da razotkrije značaj jezika u proizvodnji, održavanju i promeni društvenih odnosa moći, ali i da „pomogne podizanje svesti o tome kako jezik doprinosi dominaciji nekih ljudi nad drugima, budući da je osvešćenost prvi korak ka emancipaciji“ (Fairclough, 1989, str. 1). Njegov pristup „posebno naglašava „zdravorazumske“ pretpostavke koje su implicite u konvencijama na osnovu kojih ljudi interaktuju lingvistički, i kojih ljudi generalno nisu svesni“ (Fairclough, 1989, str. 2). Cilj analitičara i analitičarki je da otkriju „generalno skrivene determinante (lingvističkih elemenata) u sistemu socijalnih odnosa, kao i skrivene efekte koje mogu imati na taj sistem“ (Fairclough, 1989, str. 5). Pozicije moći, koje se u diskursu proizvode i interpretiraju kao podrazumevane, a ne nametnute, deklarativne, prisilne, jesu, dakle, glavna meta kritičke analize diskursa.

Tendencija ka dekonstrukciji diskursa moći, ali i društvenom uticaju kroz konkretne akcije i preporuke, ostaće zajednički imenitelji predstavnika kritičke analize diskursa koju Rut Vodak naziva „dobro utvrđenim poljem u društvenim naukama“:

„KAD se ne može smatrati diskretnom akademskom disciplinom u bilo kojem tradicionalnom smislu, sa definisanim setom teorija, kategorija, pretpostavki ili istraživačkih metoda. Umesto toga, KAD se može posmatrati kao interdisciplinarni istraživački program orijentisan na probleme, koji uključuje raznovrsne pristupe, svaki se oslanja na različite epistemološke pretpostavke, sa različitim teorijskim modelima, istraživačkim metodama i planom rada. Ono što ih ujedinjuje je zajedničko interesovanje za semiotičke dimenzije moći, nepravde i političko-ekonomske, društvene ili kulturne promene u našem globalizovanom i globalizujućem svetu i društvima. Koreni KAD leže u retorici, lingvistici teksta, antropologiji, filozofiji, sociopsihologiji, kognitivnoj nauci, književnosti i sociolingvistiki, kao i u primenjenoj lingvistici i pragmatici“ (Wodak, 2013, str. XIX).

Kritičari ove discipline (Frantz, Widdowson, Haig, prema Vuković, 2014) kao njene glavne nedostatke navode metodološku nedoslednost, odnosno nepostojanje jedinstvenog metodološkog aparata, metodološke preciznosti, objektivnosti analitičara sa jedne strane i individualizma učesnika komunikacije, sa druge, dok usmerenost ka praktičnom uticaju na društvene promene smatraju nerealnim, idealističkim. Kako navodi Vuković, van Dajk odgovara protivnapadom: „Po njegovom mišljenju, većina istraživača ignoriše, isključuje ili poriče nejednakost. Osuđujući miješanje nauke i „politike“, oni čine upravo to isto, neki čak i aktivno prodajući savjete, podršku i legitimnost moćnim elitama“ (van Dijk, 1993, str. 254, prema Vuković, 2014, str. 108). Drugo, kritički analitičari diskursa

u kompozitnoj metodologiji koju praktikuju vide prednost, a ne nedostatke: „Vodak primjećuje da takva metodologija omogućava inovacije i da, za razliku od „zatvorenih i totalnih“ teorija, kao što je generativna gramatika ili sistemska funkcionalna lingvistika, kritička analiza diskursa „nikada nije imala imidž ‘sekte’, niti želi da stekne takav imidž“ (Wodak, 2002, str. 7, prema Vuković, 2014, str. 108).

Ipak, van Dijk priznaje određene metodološke i teorijske nedostatke KAD. On ukazuje da je „kognitivno sučeljavanje između struktura diskursa i struktura lokalnog i globalnog društvenog konteksta retko eksplicitno“, te da je potrebno razraditi „detalje multidisciplinarnе teorije KAD koji bi trebalo da povezuju diskurs i akciju sa spoznajom i društvom“ (van Dijk, 2015, 479). Takođe, smatra da „još uvek postoji jaz između više jezički orijentisanih studija i raznih društvenih i političkih pristupa“, kao i da su „velika područja kritičkih istraživanja ostala praktično neistražena“ (van Dijk, 2015, 479). Na kraju, van Dijk zaključuje: „potrebna nam je eksplicitnija analiza samog pojma šta to znači biti „kritički“ u KAD i u uopšte u nauci – na primer, u pogledu legitimiteta, kršenja ljudskih prava i osnovnih demokratskih normi i vrednosti jednakosti i pravde... Ultimativno je da u tim uslovima KAD može i treba da deluje kao sila protiv diskurzivne zloupotrebe vlasti“ (van Dijk, 2015, 479).

4.1. Načela KAD

Praktičari kritičke analize diskursa svojim istraživanjima, metodološkim pristupima i ciljevima izmiču tradicionalnim definicijama disciplina ili pravaca u sociolingvistici. Prilagođavanje metodologije korpusu, interdisciplinarni i multidisciplinarni pristup, i društvena akcija koja teorijama ovih istraživača daje manifestni karakter, izmešta kritičku analizu diskursa iz granica naučne oblasti. Kako podvlači van Dijk, KAD analitičari su pre svega zainteresovani za socijalne nejednakosti, za „način na koji se zloupotrebljava socijalna moć i nejednako sprovodi, reprodukuje, legitimise i odupire tekstem i razgovorom u društvenom i političkom kontekstu“ (van Dijk, 2015, str. 466). On takva istraživanja naziva „disidentskim“, te prema tome KAD karakteriše kao „društveni pokret politički angažovanih analitičara diskursa“ (van Dijk, 2015, str. 466).

KAD je, dakle, *analitička praksa*, koja se izdvaja *kritičkom perspektivom*, i može se primeniti u svim oblastima istraživanja diskursa, kao što su gramatika diskursa, analiza konverzacije, pragmatika diskursa, retorika, stilistika, narativna analiza, analiza argumentacije, multimodalna analiza diskursa i socijalna semiotika, sociolingvistika, i etnografija komunikacije ili psihologija procesuiranja diskursa: „Drugim rečima, KAD je proučavanje diskursa sa stavom“ (van Dijk, 2015, str. 466).

Van Dijk navodi sledeće generalne odlike kritičkog istraživanja diskursa (van Dijk, 2015, str. 467):

- „Fokusira se prvenstveno na socijalne probleme i politička pitanja, a ne na puko proučavanje struktura diskursa izvan njihovog društvenog i političkog konteksta;
- ovakva kritička analiza socijalnih problema je obično multidisciplinarna;
- umesto da samo opisuje strukture diskursa, ona pokušava da ih objasni u smislu svojstava socijalne interakcije, a naročito društvene strukture.

– KAD se fokusira na načine na koje strukture diskursa usvajaju, potvrđuju, legitimišu, reprodukuju ili osporavaju odnose zloupotrebe moći (dominacije) u društvu“.

Vodak izdvaja iznošenje političkog stava kao bitnu odrednicu „kritičkog“ u kritičkoj analizi diskursa, uključujući i distancu od podataka, umetanje podataka u društveno i autorefleksivni fokus istraživača i istraživačica. Ona prepoznaje četiri neizostavna koncepta u svim istraživanjima KAD: koncepte kritike, moći, istorije i ideologije (Wodak, 2007, str. 209). Preuzimajući Burdijeov (Pierre Bourdieu) koncept – „simboličkog nasilja i neznanja“ (Burdije, 2001), Vodak usmerava KAD u okvire kritičke teorije koja nastoji da „kod subjekata stvori svest o tome kako su prevareni u vezi sa sopstvenim potrebama i interesima“ (Wodak, 2007, str. 209). KAD u tom smislu, kao i druge kritičke teorije, dozvoljava sebi posebno stanovište „vodiča za ljudsko delovanje“ usmerenog na osvešćivanje i podršku emancipaciji: „Jedan od ciljeva KAD je „demistifikacija“ diskursa dešifrovanjem ideologija“ (Wodak, 2007, str. 209). Budući da je fokusirana na koncept moći i društvenu nejednakost, tipični vokabular naučnika u KAD, kako navodi van Dijk, sadržaće, pored standardnih analitičkih pojmova i pojmove kao što su: „moć, dominacija, hegemonija, ideologija, klasa, pol, rasa, diskriminacija, interesi, reprodukcija, institucije, društvena struktura i društveni poredak“ (van Dijk, 2015, 468).

Ferklaf i Vodak sumiraju glavna načela KAD-a (Fairclough & Wodak, 1997, prema van Dijk, 2015, str. 467):

1. „KAD rešava socijalne probleme.
2. Odnosi moći su diskurzivni.
3. Diskurs konstituise društvo i kulturu.
4. Diskurs deluje ideološki.
5. Diskurs je istorijski.
6. Veza između teksta i društva je posredovana.
7. Analiza diskursa je interpretativna i eksplanatorska.
8. Diskurs je oblik društvene akcije“.

Promišljajući potencijale KAD sa pozicije feminističke kritike, Džejn Sanderlend (Jane Sunderland), kao ključne za kritičku analizu diskursa prepoznaje pojmove moći i dijalektičkih odnosa, posebno između diskursa i drugih društvenih praksi, ističući da KAD uključuje i institucionalnu dominaciju i ekonomsku proizvodnju:

„Osim što je konstitutivan, diskurs je samim tim oblikovan i materijalnim i društvenim strukturama. Shodno tome, analiza mora uzeti u obzir ekstra-diskurzivnu situaciju, uključujući i materijale. KAD u stvari uključuje ekstra-diskurzivnu situaciju: postoji ‘stvarni svet’ u kojem stvarnost ne zavisi od diskurzivne konstitucije“ (Sunderland, 2006, str. 51).

Na osnovu naknadne konstatacije Lili Čuliaraki (Lilie Chouliaraki) i Ferklafa – „pitanje moći u društvenoj klasi, rodu i rasnim odnosima je delimično pitanje diskursa“ (Chouliaraki & Fairclough, 1999, str. VII, prema Sunderland, 2006, str. 51), Sanderlend uviđa značaj diskursa na osnovu njegovog konstitutivnog potencijala, ali naglašava da diskurs „nije svemoćan“, odnosno, „potencijal diskursa za poboljšanje života žena je, za KAD, ozbiljno i materijalno ograničen“ (Sunderland, 2006, str. 51). Međutim, kako ću pokazati, KAD zapravo predviđa i mehanizme promene uočenih nejednakosti, i osim konkretno na polju feminističkih studija putem udruživanja u feminističke studije kritičke analize diskursa, i na širem planu u obrazovnim programima i jezičkim politikama.

4.2. Ferklafove tri dimenzije analize

Iako već u knjizi *Jezik i moć* Ferklaf koristi termin „kritička analiza diskursa“ kao analitički metod, predloženi teorijski pristup jeziku prvobitno naziva „kritičkom jezičkom analizom“ (Critical Language Study – CLS) (Fairclough, 1989). Njegova metodologija nastala je pod uticajem Halidejeve (M. A. K. Halliday) sistemske funkcionalne gramatike koja „ne postoji izvan konteksta govornika/slušatelja koji se njime koristi“, odnosno prema kojoj „nema granice na kojoj gramatika prestaje a semantika počinje“ (Borucinsky & Tominac Coslovich, 2015, str. 18).

Ferklaf definiše tri analitičke dimenzije, ili faze: *deskripciju* – koja se usmerava na formalne odlike teksta; *interpretaciju* – koja se bavi odnosima između teksta i interakcije, posmatrajući tekst kao proizvod procesa produkcije i kao resurs u procesu interpretacije; i *eksplanaciju* – koja se bavi odnosom između interakcije i društvenog konteksta (Fairclough, 1989, str. 26). „Dakle, ukoliko se usredsredimo na sva tri nivoa kritičke analize diskursa, identifikovaćemo strukturalne forme i obrasce i komunikativne prakse koji obezbeđuju transgeneracijsku perpetuaciju i (re)produkciju društvene neravnopravnosti u različitim društvenim i govornim zajednicama“ (Filipović, 2018, str. 49). Ove tri dimenzije u Ferklafovoj analizi medijskog diskursa koreliraju sa tri dimenzije komunikativnog događaja koje on naziva: „*tekst, diskursna praksa i sociokulturna praksa*“ (Fairclough, 1995, str. 57), o kojima ću kasnije još pisati.

U deskriptivnoj fazi, dakle, analizira se tekst, i to rečnik, gramatika i tekstualna struktura. Ferklaf precizira analitička pitanja (Fairclough, 1989, str.110-111):

Tekst:

- „kakvu iskustvenu vrednost imaju reči“ – da li postoje reči u ideološkom kontekstu, da li ima preterane upotrebe reči, kakvi su ideološki značajni odnosi između reči (antonimi, sinonimi, homonimi);
- „kakvu odnosnu vrednost imaju reči“ – da li ima eufemističkih izraza, da li ima formalno markiranih ili neformalnih reči;
- „kakvu ekspresivnu vrednost imaju reči“;
- „koje metafore su upotrebljene“;

Gramatika:

- „kakvu iskustvenu vrednost imaju gramatičke karakteristike“: koji procesi i učesnici dominiraju, da li je agens nejasan, da li se koristi nominalizacija, da li se koristi aktiv ili pasiv, da li su rečenice pozitivne ili negativne;
- „kakvu odnosnu vrednost imaju gramatičke karakteristike“: koji modaliteti se koriste (deklarativ, pitanja, imperativ), da li se koriste zamenice *mi* i *vi* i kako;
- „kakvu ekspresivnu vrednost imaju gramatičke karakteristike“: da li ima važnih karakteristika ili ekspresivnih modaliteta;
- „kako su proste rečenice povezane“: koji logički konektori se koriste, da li su složene rečenice u koordinaciji i subordinaciji;
- „koja sredstva se koriste za ukazivanje na unutrašnjost i spoljašnjost teksta“;

Tekstualne strukture:

- „koje interakcione konvencije se koriste“ – da li postoje načini gde jedan učesnik kontroliše ponašanje drugih;
- „kakvu veću strukturu tekst ima“.

Pod iskustvenom vrednošću Ferklaf podrazumeva „sadržaj, znanje i verovanje“, odnosno vrednost jeste „trag ili znak društvenih odnosa“, a ekspresivna vrednost se odnosi na „evaluaciju proizvođača teksta i ima veze sa subjektom i društvenim identitetima“ (Fairclough, 1989, str. 112).

Interpretacija se generiše iz onoga što je u tekstu i onoga što je u interpretatoru u smislu iskustva, znanja, ideologija, koje on naziva „resursi članova“ („members resorces“ – MR) (Fairclough, 1989, str. 41). Ferklaf razlikuje sledeće nivoe interpretacije:

- „površina izraza“ (značenje reči, pozivanje MR-ova),
- „značenje izraza“ (dodeljivanje znanje konzistentnim delovima teksta),
- „lokalno povezivanje“ (uspostavljanje veza između izraza),
- „tekstualna struktura i „poenta“ (šira povezanost teksta sa karakterističnim obrascima i šemama) (Fairclough, 1989, str. 143-144).

Analitička pitanja za interpretaciju postavljaju se u odnosu na kontekst, tipove diskursa i razlike i promene: „Diskursi i tekstovi u njima imaju istorije, oni pripadaju istorijskim serijama, i interpretacija intertekstualnog konteksta je stvar odlučivanja kojoj seriji tekst pripada, a time šta može biti uzeto kao uobičajena osnova za učesnike, ili *pretpostavljeno*“ (Fairclough, 1989, str. 152).

Cilj finalne faze eksplanacije jeste da „portretiše diskurs kao deo društvenog procesa, i društvenu praksu, pokazujući kako je determinisana od strane društvenih struktura i koje reproduktivne efekte diskursi mogu kumulativno da imaju na te strukture, održavajući ih ili menjajući ih“ (Fairclough, 1989, str. 163). Analitička pitanja za eksplanaciju odnose se na:

- „društvene determinante – koji odnosi moći su pomogli da se oblikuje diskurs,
- ideologije – koji elementi MR-ova su primenjeni sa ideološkim karakterom,
- efekte – kako je diskurs pozicioniran u odnosu borbe, da li doprinosi održavanju odnosa moći ili ih transformiše“ (Fairclough, 1989, str. 166).

Ferklaf se fokusira na dva glavna aspekta odnosa moći i jezika: moć u diskursu, u vidu direktnog ispoljavanja, ili „skrivena“ moć u mas medijima; i moć iza diskursa, u institucionalnoj standardizaciji, pri čemu pod ideološkom moći podrazumeva „moć da se projektuje nečija praksa kao univerzalna i „zdravorazumska“ (Fairclough, 1989). U interpretaciji diskursa, ona se dalje reprodukuje, u otporu ili prihvatanju, zbog čega je ključno prepoznati je.

Na tragu Habermasa, Ferklaf kao nosioce moći prepoznaje ekonomiju, odnosno tržište robe, i državu, odnosno institucije, a pod uticajem Gramšija razlikuje dva načina primene i zadržavanja moći – silom, prinudom ili pristankom, saglasnošću („through coercion or consent“) (Fairclough, 1989, str. 33), što ga i navodi za traganjem za borbom u diskursu, gde smatra da je praktikovanje moći posebno opasno jer je prikriveno i naturalizovano kao zdravorazumsko, podrazumevano, neupitno, jedino moguće.

„Naturalizacija (oprirodnjavanje) pozicije subjekta evidentno obuzdava subjekta, i na duže staze doprinosi i socijalizaciji osobe i ograničenju „zaliha“ društvenih identiteta u datoj instituciji ili društvu. Naturalizacija je tako najteže oružje u naoružanju moći, i sami tim značajni fokus borbe“ (Fairclough, 1989, str. 105-106).

Fenomen *naturalizacije* u smislu u kojem ga je definisao Ferklaf, ključna je osobenost rodne dihotomije u digitalnim medijima koju ispitujem, budući da je diferencijacija rodnih uloga u medijskom diskursu reprezentovana kao prirodna, podrazumevana i „zdravorazumska“.

Potencijale za doprinos „kritičke jezičke analize“ (kasnije će je nazvati kritičkom analizom diskursa) društvenoj emancipaciji Ferklaf vidi u formalnom jezičkom obrazovanju u školama, sa ciljem formiranja „kritičke jezičke svesti“ zasnovane na kritičkoj jezičkoj analizi (Fairclough, 1989, str. 233), kao i u neformalnom obrazovanju kroz različite grupe i kolektive u okviru škola, koledža,

univerziteta, privrednih komora, ženskih grupa, centara za mlade, političkih partija..., putem časova, seminara, projekcija videa i filmova, sa fokusom na temama kao što su rasizam, seksizam, mediji, advertajzing... (Fairclough, 1989, str. 244-245). Ferklaf će potom formulisati i smernice za razvoj medijske pismenosti (Fairclough, 1995), koje ću navesti u okviru opisa njegove metodologije kritičke analize medijskog diskursa.

4.3. Sociokognitivni pristup van Dajka

U svom društveno-kognitivnom pristupu u okviru kritičke analize diskursa Teun van Dajk polazi od određenih pretpostavki, posebno kada su u pitanju javni i medijski diskurs (van Dijk, 1988, str. 107):

1. „Uključeni kognitivni principi imaju opštu prirodu. Dakle, dele ih svi korisnici jezika. To garantuje važan uslov socijalne interakcije, sposobnost međusobnog razumevanja, na nekom elementarnom nivou.
2. U percepciji i interakciji, akteri ili posmatrači mogu imati slična iskustva i otuda barem delimično slične modele. To omogućava slično pozivanje i komunikaciju o takvim iskustvima i upotrebu modela u budućem delovanju i interakciji.
3. Ovo deljeno delimično razumevanje može se dobiti naročito za forme javnog diskursa, poput onih masovnih medija. To omogućava velikim grupama ljudi da imaju slične modele istih situacija. Ovi se modeli mogu ponovo koristiti kao ulaz za komunikaciju o novim događajima.
4. Većina diskursa tumači se u društvenim kontekstima. To znači da se ona tumače zajedno sa sličnom interpretacijom tog društvenog konteksta. Modeli se formiraju ne samo iz tekstualne situacije, već i samom komunikacijskom situacijom. Opet, takva tumačenja mogu deliti društveni članovi ili grupe koje učestvuju u takvim komunikativnim događajima.
5. Učenje uključuje dekontekstualizaciju i apstrakciju modela i formiranje konvencionalnih ili stereotipnih znanja i verovanja organizovanih u okvire ili klastere. Ovaj proces je posebno usmeren na pripremu informacija za opštu, društvenu upotrebu.
6. Pamćenje je, dakle, kognitivno dizajnirano da služi društvenim potrebama. To uključuje informacije, ali i društvenu komunikaciju. Sticanje znanja i uverenja kroz diskurs u životima ljudi kontinuirano se odvija u kontekstima socijalizacije, međuljudske i međugrupne percepcije i interakcije. Možemo, stoga, zaključiti da je kognicija, osim nekoliko univerzalnih principa ljudske obrade informacija, u osnovi društvena“.

Van Dajk definiše: „Sociokognitivni pristup u KAD ispituje društvene strukture moći kroz analizu odnosa između diskursa i spoznaje“ (van Dijk 2015, str. 472). Dakle, on kritičku analizu diskursa orijentiše oko diskursa, kognicije i društvenog uređenja. Diskurs ne posmatra kao samostalni fenomen, već kao društveno funkcionalni, a potom i kognitivni, dok dekonstrukciju diskursa smatra sredstvom razotkrivanja društvenih odnosa moći i vršilaca moći.

Kako primećuje Vuković (2014), Ferklafova i van Dajkova teorija nalikuju po trodimenzionalnoj shemi delovanja i analize diskursa: „Van Dajkov model: diskurs – socijalna kognicija – društvo, dosta podsjeća na Ferklafov model: tekst – diskursna praksa – društvena praksa. Prvi i treći element gotovo su identični i zapravo viđenje i jednog i drugog teoretičara jeste da se analiza zasniva na tekstu i šire diskursu, a da tekst i diskurs treba posmatrati u najširim sistemima socijalnih struktura“ (str. 104).

Međutim, van Dajk analizu zasniva na dva nivoa: mikro planu na kojem je diskurs, odnosno verbalna interakcija u kojoj se ispoljavaju društveni odnosi, i makro planu kojem pripadaju moć, dominacija i nejednakost (van Dijk, 2015, str. 468). Na intermedijalnom nivou koji povezuje diskurs sa društvom je socijalna kognicija, koja „posreduje između mikro- i makro nivoa društva, između diskursa i akcije, između individue i grupe (van Dijk, prema Vuković, 2014, str. 104). Pod dominacijom podrazumeva „zloupotrebu moći“ koja se zasniva na ideologijama, na „osnovnim društvenim uverenjima koja organizuju i kontrolišu društvenu reprezentaciju grupa i njihovih članova“ (van Dijk, 2009, str. 397). Sa druge strane, kognicija uključuje ne samo saznanje već i mišljenje: „leksički izraz mentalnih modela u diskursu moćnih govornika može uticati ne samo na znanje, već i na mišljenje u mentalnim modelima primalaca“ (van Dijk, 2009, str. 474).

Van Dajk određuje osnovne kategorije koje organizuju sopstvena i druga predstavljanja grupa i njihovih članova (van Dijk, 2009, str. 397):

- „osnove za članstvo“ (kako nam ono pripada?),
- „tipične radnje“ (šta radimo?),
- „ciljevi“ (zašto to radimo?),
- „odnosi sa drugim“ (suprotstavljenim) grupama,
- „resursi“, uključujući pristup javnom diskursu.

Pristup proizvodnji diskursa na makro planu koji imaju moćni članovi grupe, ili njihove vođe, „simboličke elite“, omogućava delovanje na mikro planu, odnosno upravljanje upotrebom jezika, i to ne samo načelno ili sadržajno, već i na nivou leksike, semantike, stila:

„Iako je većina kontrole nad diskursom kontekstualna ili tematska, lokalni detalji leksičkog ili sintaktičkog stila, značenje predloga, preokret u razgovoru, retorički mehanizmi i narativne strukture (među mnogim drugim strukturama diskursa) mogu da kontrolišu moćni članovi grupe, profesionalci, grupe, organizacije ili institucije“ (van Dijk, 2015, str. 471).

Ovde on zapravo, uglavnom misli na javni diskurs, odnosno diskurs institucija i medijski diskurs. Moć se, dakle, reprodukuje putem „uticaja moćnih elita koje imaju privilegovan pristup diskursu, te donose odluke o jeziku (koje su u direktnoj vezi sa njihovim kulturnim modelima i ideologijama), koje se potom uspešno implementiraju na nivou šire zajednice kroz pravosudni i administrativni sistem, obrazovne politike i sl.“ (Filipović, 2009, str. 133).

Van Dajk, kao i Ferklaf, koncept moći preuzima od Gramšijevog koncepta hegemonije i konsenzusa, odnosno Fukoovog koncepta primene moći „u bezbroj preduzimanih, zdravorazumskih radnji u svakodnevnom životu“ (van Dijk, 2015, str. 469). Shodno tome, kontrola se dalje sprovodi bez prisile, kroz saznajne mehanizme kao što su mentalni modeli koji u suštini odražavaju nepotpunost diskursa, ali koreliraju sa kulturnim modelima.

„Ako je kontrola konteksta i strukture teksta i razgovora prvi glavni oblik vršenja moći, kontrola umova ljudi kroz takav diskurs je indirektni, ali fundamentalni način reprodukcije dominacije i hegemonije. Zaista, kontrola diskursa obično ima za cilj kontrolu nad namerama, planovima, znanjem, mišljenjem, stavovima i ideologijama, kao i posledičnim postupcima primalaca“ (van Dijk, 2015, str. 472).

Ne samo, dakle, da se moć demonstrira u diskursu, od strane određenih članova grupe nad drugim članovima, već, kako to vidi van Dajk, ima i, kroz kognitivne procese, direktan uticaj na postupke podređenih članova. Otud i potreba za političkim određenjem i društvenim delovanjem sa ciljem uklanjanja društvenih nejednakosti, na kojoj ovaj autor naročito insistira. Njegovu tezu o diskursnoj kontroli nad znanjem, rezonovanjem i postupcima ljudi posebno ispitujem na ekserptima vesti informativnih portala gde je moć „skrivena“ u diskursu, kao i u analizi tekstova „ženskih“ digitalnih medija koji nedvosmisleno nalažu svojoj publici konkretne postupke koje treba da preduzme.

4.4. Diskursno-istorijski pristup Vodak

Kao i za van Dajka i Ferklafa, za Vodak kritička analiza diskursa nadilazi jezičke manifestacije i sprovodi se interdisciplinarno, sa ciljem da otkrije kako jezik konstituiše i prenosi znanje, i kako se upotrebljava u organizovanju institucija i vršenju vlasti. Takođe, kao i pomenuti predstavnici KAD, ona ukazuje da se moć ispoljava i izvan teksta, i to „kontrolom nad društvenim prilikama pomoću žanra teksta ili pristupom određenim javnim sferama“ (Wodak, 2007, str. 210). Drugim rečima, upravljanje javnim diskursom, odnosno dostupnost žanrovima koji imaju javnu funkciju, jeste ključno u vršenju moći. U svoju teoriju ona pored društvenog uređenja uvodi i istorijski aspekt.

Na konkretnom primeru istraživanja antisemitizma u diskursu, Vodak precizira svoju metodologiju koja prolazi kroz nekoliko faza (Wodak, 2007, str. 206, prema Vuković, 2014, str. 107): istorijsku analizu; sociokognitivnu analizu; sociopolitičku analizu; analizu žanra; kontekstualnu analizu; pragmatičku/gramatičku analizu.

„Jedna od najistaknutijih karakteristika diskursno-istorijskog pristupa je njegovo nastojanje da deluje interdisciplinarno, multimetodički i na osnovu različitih empirijskih podataka, kao i kontekstualnih teorija. Zavisno od predmeta istraživanja, ovaj pristup nastoji da nadilazi čisto jezičku dimenziju i više ili manje sistematično uključi istorijsku, političku, sociološku i/ili psihološku dimenziju u analizu i interpretaciju određene diskurzivne prilike“ (Wodak, 2007, str. 210).

Ono što posebno naglašava jeste da za KAD „jezik sam po sebi nije moćan – on dobija snagu upotrebom moćnih ljudi koji ga stvaraju“ (Wodak, 2007, str. 209), pri čemu kao važnu perspektivu analize koja se odnosi na pojam „moći“ naglašava da je tekst veoma retko delo jedne osobe, te da samim tim predstavlja mesto pregovaranja i borbe: „U tekstovima diskurzivne razlike su pregovaračke; njima upravljaju razlike u moći koje su delom kodirane i određene diskursom i žanrom. Stoga su tekstovi često mesta borbe, jer pokazuju tragove različitih diskursa i ideologija koje se suprotstavljaju i bore za prevlast“ (Wodak, 2007, str. 210).

Tekstualni nivo je stoga bitno analizirati, jer jezik nosi velike potencijale za ispoljavanje razlika. Štaviše, kako uočava, „vrlo malo jezičkih oblika nije u određenoj fazi pod pritiskom, u službi izražavanja moći procesom sintaktičke ili tekstualne metafore“ (Wodak, 2007, str. 210). Eksplicitna i sistematska analiza pragmatičnih sredstava, poput insinucija, igre reči i pretpostavki, „kodiranih diskursa tišine i opravdanja“, dakle, pragmatični i diskursno-analitički pristup, treba da bude „u

stalnom dijalogu sa ekstra-lingvističkim kontekstima i drugim nejezičkim teorijama“ (Wodak, 2007, str. 219).

Wodak definiše glavne oblasti KAD koje se odnose i na glavne teoretske, epistemološke i metodološke okvire (Wodak, 2013, str. XXIX):

- a. „Analiza, razumevanje i objašnjenje uticaja ekonomije zasnovane na znanju (Knowledge-Based Economy – KBE) na različite domene našeg društva; u vezi sa tim, rekontekstualizacija KBE u druge delove sveta i druga društva („tranzicija“) i međuzavisnost sa mnogostrukim oblicima globalizacije i globalizujućih ekonomija.
- b. Integrisanje pristupa iz kognitivnih nauka u KAD; to zahteva složena epistemološka razmatranja i razvoj novih alata. Štaviše, neki naučnici postavljaju pitanje na koji način takvi pristupi mogu da zavise od preciznijih zapadnih kulturnih konteksta.
- c. Analiza, razumevanje i objašnjenje novih pojava u našim političkim sistemima koje su posledica uticaja (novih) medija i novih transnacionalnih i globalnih tendencija, s jedne strane, i lokalnog razvoja i srodnih institucija, s druge strane. S tim u vezi je i pokušaj da se shvati uticaj novih medija i novih žanrova, što podrazumeva razvoj novih multimodalnih, teorijskih i metodoloških pristupa. Štaviše, metodologije koje integrišu različite pristupe teoriji argumentacije, retorike, teoriji naracije i pragmatike pokušavaju dekonstruisati manje ili više intencionalne strategije u političkim raspravama na javnim forumima i na mreži.
- d. Analiza, razumevanje i objašnjenje odnosa složenih istorijskih procesa, hegemonističkih narativa i pristupa KAD. Politika identiteta na svim nivoima uvek uključuje integraciju prošlih iskustava, sadašnjih događaja i budućih vizija u mnogim domenima našeg života. Oblici intertekstualnosti i rekontekstualizacije, s jedne strane, i legitimiteta i opravdanosti, s druge, svojstveno su povezani sa interdisciplinarnim diskursno-istorijskim pristupom“.

U odnosu na diskursno-istorijski pristup Wodak, u analizi rodnih dihotomija u ovom radu diskursnu praksu, kao i „kudirane tišine“, posmatram u ekstra lingvističkom kontekstu, a integrativnu metodu primenjujem i u rekontekstualizaciji tradicionalne patrijarhalne ideologije u „novim medijima“, odnosno u multimodalnom medijskom diskursu u digitalnom okruženju.

5. Multimodalna semiotika

Za kritičku analizu diskursa, kao što i njeni praktičari ukazuju, metodologija nije jedinstvena, već se opredeljuje prema korpusu, tematskom okviru, istraživačkom fokusu. Interdisciplinarni pristup, snažan kritički pogled, eklektičnost, poriv za preispitivanjem i inovacijama, kao teorijski postulati, doprineli su održanju i razvoju ove discipline, a orijentisanost ka emancipaciji, odnosno političkom kontekstu i društvenoj akciji, neminovno je usmeravaju ka sadašnjem trenutku. Budući da se razvija istovremeno sa novom tehnološkom revolucijom koja digitalizuje sve pred sobom i koja je istovremeno i rezultat digitalnih konvergencija, pred KAD se otvaraju ne samo nove teme i zahtevi za društvenim delovanjem, već i potrebe za pronalaženjem novih metodoloških instrumenata za istraživanje novih fenomena i formi, kao što su globalizacija i glocalizacija, ili novi mediji i žanrovi gde su neophodni multimodalni pristupi, kao što to sugerise i Vodak u definisanju istraživačkih oblasti KAD koje sam navela.

U okviru interdisciplinarnih pretraga digitalnih medija multimodalna analiza zauzima važno mesto kao nezaobilazni instrument uključivanja svih elemenata medijskog teksta i njihovih značenja, crpeći različite metode i ujedno prožimajući ih – od medijskih i kulturoloških studija, pragmatike, sociolingvistike, analize diskursa, antropoloških i socioloških istraživanja, sa funkcionalnim pristupom koji omogućava sagledavanje i prepoznavanje izvantekstualnog konteksta i interakcija:

„Kao i mnoge od ovih disciplinarnih tradicija, multimodalna analiza prisustvuje kulturnom i političkom kontekstu komunikativnog delovanja. Ono što je posebno važno, multimodalne analize gledaju dalje od diskurzivnog „sadržaja“ slika i drugih tekstova da bi se ispitao izbor samog načina rada koji je opterećen komunikacijskim, epistemološkim i ideološkim značajem. Svaki komunikativni način izražava značenje na sebi svojstven način“ (Thurlow, 2015, str. 620).

5.1. Znak i značenje

Od de Sosirove *Opšte lingvistike* 1916. godine i njegove distinkcije između *langue* i *parole*, nauka o jeziku istražuje moć jezika da simbolizuje stvarnost kao „sposobnost predstavljanja stvarnosti jednim „znakom“, i razumevanje znaka kao predstavnika stvarnosti, dakle, sposobnost uspostavljanja „značenja“ između nečeg i nečeg drugog“ (Benvenist, 1975, str. 34). Definicija jezika kao sistema znakova sa društvenom funkcijom komunikacije proizvela je Sosira u „oca strukturalizma“, sa ključnim uticajem i na semiotiku, a kasnije i na poststrukturalizam (bugarski, 1986, str. 245). Iako je, kako Bugarski ocenjuje, već Sosir tada naglasio i društvenu stranu jezika, „... dok je semiotički deo ove definicije postavio celu nauku o jeziku na nove osnove, snažno odjeknuvši u svim potonjim strukturalističkim pravcima, njen sociološki deo ostao je u pozadini, uglavnom kao nasleđe jednog užeg kruga de Sosirovih neposrednih učenika (Bali, Seše i drugi)“ (Bugarski, 1986, str. 245).

Najverniji nastavljajući Sosirove misli (i Praške funkcionalne lingvistike), bio je Martine (André Martinet), dok su razvoj sociolingvistike inicirali antropolog Malinovski (Bronislaw Malinowski) i sociolog Bernstajn (Basil Bernstein), koji su uticali na razvoj funkcionalističke misli u Evropi i doprineli razvoju Londonske škole (Borucinsky & Tominac Coslovich, 2015, str. 13-14). Hajmz će, kao što sam obrazložila, u sociolingvističkim temeljima usloviti izučavanje jezika njegovom upotrebom pod Halidejevim uticajem koji je smatrao da je gramatika i funkcionalna i semiotička.

Tradicionalna semiotika polazila je od Sosirove dvostruke strukture znaka koju su činili „oznaka“ (ili zvučna slika) – *signifiant* i „označeno“ – *signifié*, mentalni pojam na koji se odnosi, (Janićijević, 2000), posmatrajući jezik kao sistem određenih konvencija. Težeći sistematizaciji i uklapanju u naučnu aparaturu pozitivizma, strukturalisti su jezik posmatrali kao paradigmu, koju, kako definiše Levi-Stros (Claude Lévi-Strauss) sačinjavaju foneme, reči i rečenice (Levi-Stros, 1978, str. 57). Prema tom modelu Levi-Stros rekonstruiše strukturu mita po ugledu na Sosirov lingvistički metod – na primer, raščlanjuje mit na „miteme“ kao lingvističku reč na „morfeme“ (Marić, 1971, str. 33).

Funkcionalni pristupi, za razliku od formalnih, jezik posmatraju u komunikaciji: „Unutar funkcionalne paradigme jezik se konceptualizira kao instrument društvenog djelovanja među ljudskim jedinkama, a koristi se s namjerom da se uspostavi komunikacijski odnos. Prirodni jezik je, drugim riječima, sastavni dio komunikacijske kompetencije (engl. *communicative competence*) korisnika toga jezika“ (Borucinsky, Tominac Coslovich, 2015, str. 13). To, međutim, ne znači da se formalni obrasci ne mogu primeniti u funkcionalnim izučavanjima.

Klasični lingvistički sistem označavanja Bart (Roland Barthes) dopunjuje nivoima „denotacije“ i „konotacije“, odnosno „kulturnim kodovima“: „Denotacija se odnosi na deskriptivan, tj. osnovni nivo značenja koji je prepoznatljiv svakom pripadniku određene kulture... na nivou konotacije značenja se stvaraju tako što se označitelji povezuju sa širim kulturnim konceptima – znacima, kao što su verovanja, sistemi mišljenja i znanja, ideologije“ (Đorđević, 2009, str. 84). Konotativna moć jezika omogućava „mitologizaciju“ – Bartova teorija o mitu kao ideološkom oružju vladajuće klase, u kojem „buržoaska ideologija ulaže svoje ključne interese: univerzalizam, uskraćivanje objašnjenja, neizmenjivu hijerarhiju sveta“ (Bart, 2013b, str. 222), poziva na potvrđivanje Gramšijevog modela hegemonije.

Bart definiše: mit je „govor“, *parole*, dakle, ne *langue* koji je za Levi Strosa predstavljao model za analizu mita (Đorđević, 2009, 85). Mit je „*preterano* opravdan govor, „depolitizovan govor“; mit je „poruka“; mit „preobražava istoriju u prirodu“; mit se „čita kao činjenični sistem, iako je on samo semiološki sistem“ (Bart, 2013b). Retoričke figure mita su: „vaccine“, „lišavanje istorije“, „poistovećenje“, „tautologija“, „ninizam“, „kvantifikacija kvaliteta“ i „tvrđnja“ (Bart, 2013b, 220-222): „Temelj buržoaske tvrđnje je zdrav razum, što će reći istina koja se zaustavlja kada to svojevolljno i proizvoljno odredi onaj ko je izriče“ (Bart, 2013b, 222). Mitovi o postanku Eve ili ženi kao kastratu upravo se zasnivaju na proizvoljnoj istini autoriteta koja je zacrtana kao konačna i zdravorazumska, o čemu ću govoriti kasnije.

Apstraktna i arogantna buržoaska klasa koja nema potrebu da dokazuje svoje istine, koja nameće svoju volju i interese kroz običajne, naturalizovane diskurse u kojima se istorija koja im je po volji predstavlja jedinom prihvatljivom, zdravorazumskom, večnom i neminovnom, lišene eksplicitnog, političkog imperativa, krijući svoje interese iza narativa koji se ponavlja i na taj način postaje mit, u ideološkom smislu kako je vidi Bart, na talasu kritičke analize diskursa dobiće i svoje konkretno otelotvorenje u vidu institucija, medija, dominantnih grupa i dominantnih članova grupe. Kritička analiza diskursa uočava složenu snagu diskursa i njegovu funkciju vršioća moći, ali i diskurzivni prostor borbe i otpora. Takođe, cilj KAD je emancipacija, osveščivanje, kroz konkretne obrazovne sisteme i politike.

Bart oduzima moć mitologizacije opoziciji, odnosno, kako je naziva, „levici“ i revoluciji, jer je njen jezik stvaran, ima pojedinačne, konkretne namere, nema široki ideološki zahvat već jasan politički govor i prema tome ne može proizvesti mit (Bart, 2013b, str. 216-218). Podređeni nemaju ni moć ni volju: „Ako se pred njim pojavi drugi, malograđanin zatvori oči, prenebregava ga i poriče, ili ga pak preobrazi u sebe samog... Stvar je u tome da je drugi sablazan koja napada suštinu“ (Bart, 2013b, str. 221). Prema tome, samo mitolog, analitičar mita, naučnik, ima moć da razotkrije mit, koji je zapravo diskurs moći u tumačenju kritičke analize diskursa, i da pozove na promene.

„Mitovi nisu ništa drugo do onaj neprestani, neumorni podsticaj, onaj podmukli i neumoljivi zahtev da se svi ljudi prepoznaju u toj večnoj, a ipak vremenski određenoj slici koja je o njima sačinjena jednog dana kao da takva mora da bude za sva vremena. Jer Priroda u koju su zatvoreni pod izgovorom da će biti ovekovečeni, nije ništa drugo do Običaj. A upravo taj običaj, koliko god da je raširen, treba da uzmu u ruke i da ga preobraze“ (Bart, 2013b, str. 224).

Bartova semiotička istraživanja uključivala su kao sisteme znakova, odnosno kao prakse označavanja i novinske članke, modu, hranu, gestove, reklame, čime je doprineo razvoju „tekstualne analize savremene kulture“ (Đorđević, 2009, str. 88), kao i funkcionalne socijalne semiotike. Njegova rana istraživanja su zajedno sa teorijom mita, prvi put sakupljena u zbirci *Mitologije (Mythologies)* 1957. godine.

Bartovo viđenje kulture kao teksta, neraskidivog od konteksta u kojem tek dobija značenje, proslavila je studija Dika Hebdidža (Dick Hebdige) *Potkultura: značenja stila (Subculture: The Meaning of Style)*, objavljena 1979. godine, koja se bavi ideološkim konstruisanjem kulture i potkulture u Velikoj Britaniji posle Drugog svetskog rata, do 70-ih godina 20. veka, zaključno sa pankom kao sintezom dotadašnjih pokreta. Hebdidž (1980) pruža obrasce nastajanja potkulture¹² u suprotstavljanju društvenom ustrojstvu uporedo sa formiranjem sopstvenog konzumerističkog, komercijalnog karaktera. Celokupan pokret započeo je negiranjem utvrđenih identiteta i kružnim tokom stigao do „establišmenta“ – pank se oslanjao na prethodne potkulturne stilove, težeći da ih ospori ali i inkorporira, sa osnovnim ciljem podrivanja i rušenja sistema, koji će, međutim, postepeno preuzimati njegove modele i plasirati ih kao prijemčive komercijalne proizvode, i samim tim ugušiti njihov subverzivni karakter (Hebdidž, 1980).

5.2. Funkcionalna socijalna semiotika

Tumačeći Bartovo stanovište prema kojem je govor autonomni društveni proizvod, kao „igra sa sopstvenim pravilima“ jer se može savladati tek posle perioda učenja, Teo van Liuven (Theo van Leeuwen), zaključuje da u takvoj formulaciji „pravila vladaju ljudima“, a ne ljudi, i daje drugačije viđenje koje zastupa u okviru socijalne semiotike:

¹² Prema Hebdidžu, potkulturni stilovi su promene i proširenja postojećih kodova - kombinovanje najneprikladnijih industrijskih predmeta iz najprljavijih konteksta (klozetski lanci kao ukras oko vrata), sa agresivnom konotacijom (zihernadle probodene kroz obraze ili usnu, maske silovatelja), pratio je specifičan stil igre koji je podsećao na „pantomimu praznih robota“ (Hebdidž, 1980, str. 106), u kojem nije bilo fizičkog dodira, dok je muzika sadržala nemelodijske linije praćene vrištanjem, a nastupi podrazumevali lomljivu inventara koncertnih dvorana.

„Socijalna semiotika to vidi malo drugačije. Ona sugerise da pravila, bilo pisana ili nepisana, uspostavljaju ljudi, i stoga ljudi mogu da ih menjaju. Predstavljati ih kao da se ne mogu menjati – ili da se ne mogu dragovoljno menjati – znači predstavljati pravila koja su ljudi uspostavljali kao da su zakoni prirode. Sa druge strane, potrebno je prihvatiti dva uslova. Prvo, ne mogu svi da menjaju pravila. Da biste mogli da promenite pravila potrebna vam je moć, bilo da je to moć vlasti - na primer, u zakonodavstvu o reformi pravopisa, kao što je nedavno učinjeno u Holandiji i Nemačkoj – simbolička moć uticajnih korisnika jezika – filmski i televizijski scenaristi, pesnici, pisci reklama itd. – ili ograničeni uticaj „lidera mišljenja“ u grupi prijatelja“ (van Leeuwen, 2005 str. 14).

Socijalna semiotika se, dakle, ne zaustavlja u razotkrivanju moći diskursa, već se okreće ka identifikovanjem subjekata te moći, a potom i traga za načinima promene odnosa moći. U tom smislu, ova disciplina se približava kritičkoj analizi diskursa i predstavlja jedan od instrumenata za kritičku istragu.

Polazeći od osnovnih semiotičkih pravila, van Liuwen ih modifikuje u skladu sa teorijskim pravcem koji zauzima. Pravilo „leksikona“, ili „arbitrarnosti“ koje uparuje označitelja i označeno na proizvoljan način, kako je Sosir utvrdio, znači, zaključuje van Liuwen, da se ono ne može osporiti. On kao odgovor na tu tezu navodi esej *Protiv proizvoljnosti (Against arbitrariness)* Guntera Kresa iz 1993, sa kojim će zajedno pružiti teorijsku eksplikaciju funkcionalne socijalne semiotike vizuelne komunikacije (Kress & Van Leeuwen, 1996). Kres utvrđuje socijalno semiotičku tačku gledišta prema kojoj se značenje proizvodi u upotrebi: „Znaci su uvek motivisani „interesom“ proizvođača i karakteristikom objekta“ (Kress, 1993, str. 173, prema van Leeuwen, 2005, str. 49).

Druga vrsta pravila – pravilo „gramatike“, predviđa da se poruke grade iz malih brojeva osnovnih „građevinskih blokova“ – fonema koje se kombinuju kako bi se napravile reči. Van Liuwen primećuje – „Ne govorimo pojedinačnim rečima niti tumačimo tekst na bazi izolovane reči“, sugerišući da se poruke mogu proizvoditi i uočavati samo u stvarnim primerima komunikacije (van Leeuwen, 2005, str. 63).

Van Liuwen predlaže sledeći popis pravila ili kategorija u semiotičkoj analizi (van Leeuwen, 2005, str. 67-70):

- „Pravilo ličnog autoriteta“ koje ostvaruju ljudi koji su u poziciji moći i ne vide potrebu za opravdanjem svojih postupaka.
- „Pravilo bezličnog autoriteta“ koje ima dva oblika – autoritet pisane reči i autoritet tradicije.
- „Konformizam“ – radićemo „ono što izgleda svi drugi rade“.
- „Uzor“ – društvena kontrola se ostvaruje primerima koje daju ljudi sa visokim statusom, bilo u vršnjačkoj grupi, na radnom mestu ili u široj zajednici – uključujući i masovne medije.
- „Pravilo ekspertize“ koja je tokom poslednja dva veka zamenila verski zakon i tradiciju u mnogim oblastima, uključujući roditeljstvo, obrazovanje, zdravlje, očuvanje i pripremu hrane i još mnogo toga, a koju sve više biraju i posreduju masovni mediji i izdavačka industrija: „Kao i u slučaju uzora, čini se da ne postoje eksplicitna pravila, već samo obrazložene strategije za postizanje određenih ciljeva, koje dovode do sugestija, preporuka ili smernica koje možete da preduzmete ili napustite onako kako vam se sviđa. Ipak, poruka je jasna. Ovo su stručnjaci. Oni znaju bolje. Njihov savet zanemarujete na sopstveni rizik“ (van Leeuwen, 2005, str. 70).

U istraživanjima u ovom radu u informativnim digitalnim medijima u diskursu uočavam dominaciju „pravila ličnog autoriteta“ i „konformizma“, dok se diskurs „ženskih“ portala naročito odlikuje pravilima „uzora“ i „ekspertize“. „Pravilo bezličnog autoriteta“ – pisane reči i tradicije podjednako je zastupljeno u diskursu svih analiziranih medija. Takođe sam uočila potvrdu teze o uslovu posedovanja moći za promenu pravila u analizi borbe u diskursu u odbijanju, odnosno prihvatanju ženskog oblika „premijerka“ za prvu ženu na toj funkciji.

U okviru razvoja funkcionalizma (Malinovski, Redklif-Braun, Parsons, Merton), van Liuwen se fokusira na ključnu ideju da se društvo vidi kao odnos između delova – pojedinaca ili manjih grupa – i celine – društva – u kojem aktivnosti delova funkcionišu radi održanja jedinstva i kohezije celine, dok celina funkcionise da zadovoljava osnovne potrebe delova. „U tom procesu, osnovne ljudske potrebe se transformišu u kulturne imperATIVE koje ljudi onda usvajaju, tako da one postanu njihova druga priroda i ne vide ih kao nametanja“ (van Leeuwen, 2005, str. 86). On pravi korelaciju sa funkcionalizmom koji se razvija u lingvistici i semiotici pod uticajem Majkla Halideja, koji razlikuje funkciju u strukturi (sintaksičkoj) i funkciju u društvu, odnosno upotrebi jezika, gde je celina rečenica ili tekst, a delovi su elementi rečenice ili strukture teksta (van Leeuwen, 2005, str. 88).

U funkcionalnoj semiotičkoj analizi van Liuwen razlikuje četiri dimenzije, ili ključa za upotrebu semiotičkih resursa u društvu – diskurs, žanr, stil i modalitet (van Leeuwen, 2005, str. 97-177):

1. Diskurs

- „Diskursi su resursi za reprezentaciju, znanja o nekim aspektima stvarnosti, koja se mogu iskoristiti kada se taj aspekt stvarnosti mora predstaviti.
- Diskursi su pluralni. Postoje različiti diskursi, različiti načini osmišljavanja istog aspekta stvarnosti, koji uključuju i isključuju različite stvari i služe različitim interesima.
- Dokazi o postojanju datog diskursa potiču iz tekstova, iz onoga što je rečeno ili napisano – i / ili izraženo pomoću drugih semiotičkih modova. Preciznije, on dolazi od sličnosti između stvari koje se govore i pišu u različitim tekstovima o istom aspektu stvarnosti“ (van Leeuwen, 2005, str. 108)

Van Liuwen preuzima od Fukooa i definicije da su „diskursi ograničeni“ – da sadrže ograničen broj „izjava“, odnosno iskaza, da diskursi imaju „istoriju“, i dodaje da diskursi imaju „društvenu distribuciju“ i da „mogu biti shvaćeni na različite načine“ (van Leeuwen, 2005, str. 97).

2. Žanr

- „Žanrovi su multimodalni procesi“, „semiotički resursi“, „obraci“ za obavljanje komunikativnih stvari;
- „žanrovi su kulturno i istorijski specifični oblici komunikacije“ i realizuju kulturno i istorijski specifične odnose moći između strana koje komuniciraju (van Leeuwen, 2005, str. 141).

Žanr je proces koji van Liuwen opisuje pomoću teorije govornih činova. On polazi od Ostinovog (J. L. Austin) termina „govorni čin“ koji će postati široko primenjen u pragmatici, i razlike između „performativa“, koji nisu ni istiniti ni neistiniti već postaju istiniti samim aktom izgovaranja, i „konstativa“, izjava sa prvenstveno reprezentativnom funkcijom koje mogu biti ili tačne ili pogrešne (van Leeuwen, 2005, str. 130). Prema toj teoriji, svaki govorni čin kombinuje „lokucioni čin“ – čin predstavljanja nečega što se dešava u svetu; „ilokucioni čin“, odnosno izvođenje komunikativnog čina, kao što je obećanje, upozorenje, izvinjenje, komandovanje itd.; i „perlokucioni čin“, izazivanje efekta na slušaoce, pri čemu „većina pragmaticara zanemaruje perlokucioni čin, iako može da postoji razlika između planiranog i stvarnog efekta govornog čina“ (van Leeuwen, 2005 str. 117). Van Liuwen se poziva i na Halidejevo viđenje govornog čina kao dijaloškog, gde razlikuje četiri osnovne „interakcije“: „izjava“ – nuđenje informacije; „pitanje“ – potražnja za informacijama; „komanda“ – potražnja za robom i uslugama; i „ponuda“ – ponuda dobara i usluga (van Leeuwen, 2005, str. 131).

U ovako viđene komunikativne procese van Liuwen unosi multimodalnu komponentu, usložnjavajući žanrovske raznovrsnosti, odnosno načine na koje se izvodi komunikativna interakcija: „Jezičke osobine govornih činova kombinuju se sa drugim, ne-jezičkim i kontekstualnim karakteristikama kako bi stvorile multimodalne komunikativne činove. Mnoge osobine mogu se kombinovati u jedan komunikativni čin, tako da sledi da su mogući različiti tipovi komunikativnog čina i mnoge suptilne modulacije ovih komunikativnih akcija“ (van Leeuwen, 2005, str. 135).

3. Stil

„Stil je način na koji ljudi koriste semiotičke resurse za izvođenje žanrova, i ujedno predstavljanje svojih identiteta i vrednosti“ (van Leeuwen, 2005, str. 107).

- Društveni stil

„Društveni stil je eksterno motivisan i socijalno determinisan“, i izražava „ko smo“ u smislu stabilnih kategorija kao što su klasa, pol i godine, društvenih odnosa, i „šta radimo“ u smislu društveno regulisanih aktivnosti kojima se bavimo i uloga koje imamo u njima (van Leeuwen, 2005, str. 156). U sociolingvistici i stilistici šezdesetih i sedamdesetih, napominje van Liuwen, društveni stil imao je značajnu ulogu za razvoj ideje o „jezičkoj raznolikosti“ – „sociolektu“, „registru“.

- „Životni stilovi“

„Životni stil“ kombinuje individualni i društveni stil i mogu ga karakterisati i društvene pozicije kao što su klasa, pol i starost, zanimanje, zajednički ukus, zajednički obrasci aktivnosti slobodnog vremena, stavovi o društvenim pitanjima... (van Leeuwen, 2005, str. 158).

4. Modalitet

Modalitet je ključni termin za van Liuwenovu (i Kresovu) funkcionalnu socijalnu semiotiku, i definiše ga kao „socijalno semiotički pristup pitanju istine“ ne samo kao tačne ili stvarne – reprezentacije činjenica nasuprot fikciji, na primer, već i u kontekstu društvene interakcije – „da li je nešto prihvaćeno kao istina u jednom društvu, grupi, trenutku“:

„Lingvisti i semiotičari stoga ne pitaju „koliko je to istinito?“ već, „koliko je istinito predstavljeno?“ Njih ne zanima apsolutna istina, već istina kako je vide govornici, pisci i drugi proizvođači znakova, i sa semiotičkim resursima koje koriste da je izraze. Te dve istine ne moraju nužno da se podudaraju. Savršeno je moguće predstaviti nešto što ne postoji kao da postoji. Realistička fantastika uspeva u tome. I jednako je moguće predstaviti nešto što zapravo postoji ili je postojalo kao da je njegovo postojanje sumnjivo – pomislite, na primer, na istoričare koji negiraju Holokaust“ (van Leeuwen, 2005, str. 173).

Van Liuwen podseća da je interes lingvista za modalitet tradicionalno bio usredsređen na specifičan gramatički sistem sa tri stepena modaliteta: „nisko“, „srednje“ i „visoko“, na primer, modalni oblici glagola – moći, hteti i morati, ili prilozi – ponekad, često, uvek (van Leeuwen, 2005, str. 175). Halidej je, dodaje, shvatio da taj modalitet ne samo da nam dozvoljava da izaberemo stepen istine već i vrstu istine (van Leeuwen, 2005, str. 175-176). Van Liuwen još ističe i razliku koju je Halidej pravio između subjektivnog modaliteta i objektivnog modaliteta:

„U slučaju subjektivnog modaliteta, kriterijum istine glasi: što je jače moje unutrašnje uverenje o istinitosti tvrdnje, to je viši modalitet te tvrdnje. U slučaju objektivnog modaliteta ideja objektivne istine eksplicitno se izražava. Opet, to ne znači da je tvrdnja zapravo objektivno istinita već samo da je predstavljena kao takva“ (van Leeuwen, 2005, str. 176).

Formalnom obliku modalnosti koji je utvrđen u sintaksičkom sistemu Halidej dodaje funkcionalnost u interakciji, a van Liuwen ga potom posmatra u socijalnom kontekstu dovodeći funkcionalnu socijalnu semiotiku u polje kritičke analize: „Pošto je objektivnost najviše cenjena vrsta istine u dominantnim institucijama zapadnih društava, subjektivni modalitet se često koristi u vezi sa ljudima koji imaju relativno malu društvenu moć, na primer, žene, deca, potrošači, pacijenti...“ (van Leeuwen, 2005, str. 177). Na primer, subjektivni modalitet je primenjen u proizvodnji diskursa „ženskih“ medija, a objektivni u diskursu informativnih, kao što ću pokazati u istraživanju. Moć u diskursu je u glasnom i odlučnom iskazu istine, koja to možda nije, ali je njen dominantni modalitet čini neprikosnovenom.

Ideološki aspekt u socijalnoj semiotici proizilazi iz gledišta prema kojem „naši komunikacijski izbori i mogućnosti nikada nisu potpuno slobodni ili jednaki;“, odnosno „svu komunikacijsku akciju oblikuju kulturološke norme, vrednosti i šire političke ekonomije“ (Thurlow, 2015, str. 625). I tog razloga, kako dodaje Thurlow, socijalni semiotičari poput Dejvida Makina (David Machin) lociraju svoje analize komunikativnih akcija u vezi sa socijalnim procesima nejednakosti, privilegija, pristupa i institucionalne kontrole (Thurlow, 2015, str. 625).

Na tragu van Liuvena i Rut Vodak koji su uočili da se socijalne prakse mogu rekontekstualizovati u jeziku, kroz zamenjivanje, dodavanje, brisanje, promene redosleda sekvenci koje čine događaj, Makin i Ledin (David Machin & Per Ledin) usmeravaju pažnju na kritičku, socijalno vođenu multimodalnu analizu „gde možemo da otkrijemo ideologije zakopane upotrebom različitih vrsta semiotičkih resursa“ (Ledin & Machin, 2017, str. 64). Sa ciljem razotkrivanja takve rekontekstualizacije reči, žanrova i pojmova iz jednog teksta, ili prakse, u drugi, ideološkog prepravljavanja značenja, socijalni semiotičari, prema Makinovoj metodi (Machin, 2013), prate sledeće procese (Thurlow, 2015, str. 624):

- „brisanje“ – šta je isključeno iz reprezentacije i kako određeni načini prikrivaju (ili otkrivaju) informacije bolje od drugih?
- „dodatak“ – koja alternativna značenja različitim načinima dodaju tekst i povlaćuju neka značenja u odnosu na druge?
- „zamena“ – kako različiti modusi efikasno zamenjuju ili dominiraju nad drugim modusima u tekstu? kako određeni modusi skreću pažnju na sebe na uštrb drugih?
- „evaluacija“ – kako različiti modusi izražavaju ciljeve, vrednosti ili prioritete autora / stvaraoca teksta ili ljudi zastupljenih u tekstovima?

Ove procese ispitaću rekonstrukcijama i dekonstrukcijama diskursa u analizi. Interdisciplinarnost, objedinjavanje socijalne semiotike, kritičkih studija diskursa i kulturoloških studija, uviđa Makin, odražava zajedničku posvećenost razumevanju „kakve vrste identiteta, radnji i okolnosti su u tekstu sakrivene, apstraktne ili istaknute“, sa ideološkim implikacijama (Machin, 2013, str. 352, prema Thurlow, 2015, str. 624), dok je multimodalna analiza neizbežna u savremenom dobu multimodalnih medija.

5.3. Multimodalnost kao imperativ savremenog diskursa

Fenomen multimodalnosti u izvornom smislu može se uočiti u evropskoj tradiciji semiotičkih studija i kod Sosirove distinkcije i odnosa između znaka – grafičkog, ili tonkog, i značenja. Već tokom tridesetih i četrdesetih godina prošlog veka, Praška škola je počela da širi lingvistiku u vizuelne umetnosti i neverbalne aspekte pozorišta (Garvin, Matejka, Titunik). Pariska škola strukturalističke semiotike takođe je koristila koncepte i metode iz lingvistike da bi razumela i druge komunikativne modele osim jezika, primenjujući ih uglavnom na analize popularne kulture i masovnih medija (van Leeuwen, 2015, str. 448).

Interakcija između vizuelnog i verbalnog u „tekstovima“ savremene kulture, koju je analizirao Bart, njegova analiza vizuelnih slika u reklami (Barthes, 1977a) i u modi, pokrenula je multimodalne pristupe u razvoju sociokulturne naučne misli. Usložnjavanje i umnožavanje medija i medijskih

formata i izvan okvira užeg kulturnog polja, prožimajući svakodnevicu u gotovo svim životnim oblicima i ukupnu sliku sveta transponujući u ekransku kulturu, a potom i u digitalnu kulturu, nametnuli su multimodalni imperativ produkcije i primanja poruke, a time i potrebu za multimodalnim analizama u socijalnoj, sociolingvističkoj, antropološkoj, kulturološkoj oblasti. I van Liuwen konstatuje da je savremeni interes za multimodalnost podstaknut rastom multimodalnosti savremene komunikacije. Pojam „multimodalnost“ označava kao fenomen, a ne teoriju ili metodu – fenomen da je „diskurs gotovo uvek multimodalan“:

„U novije vreme računar je doneo tipografiju, ležaut, ilustraciju i grafiku informacija, sve ono što je prethodno bilo u domenu specijalista dizajnera, a sada nadohvat svakog korisnika računara. Jasno je da se diskurs više ne može adekvatno proučavati bez obraćanja pažnje na multimodalnost, bilo u kontekstu razgovora, društvenih medija, radnog mesta ili javne sfere“ (van Leeuwen, 2015, str. 448).

Prema tome, nema analize savremenog diskursa bez analize multimodalnog diskursa, pa su prema tome i analize koje sprovodim orijentisane na multimodalnost diskursa proizvođača i multimodalno delovanje publike.

Van Liuwen se u razradi analitičkog pristupa multimodalnosti poziva na Barta i njegov klasični semiotički pristup povezivanju reči i slika, kao i na Halidejev funkcionalni pristup. Bartova dva ključna koncepta su „anchorage“ (sidrište) i „relay“ (prenosnik):

„U slučaju „sidrišta“ reči ‘razjašnjavaju’ slike – ‘tekst usmerava čitaoca kroz označene slike, navodeći ga da izbegne neke i primi druge i daljinski ga kontroliše prema unapred utvrđenom značenju’. Stoga je koncept „sidrišta“ vrlo blizak Halidejevom konceptu „elaboracije“. To je zapravo neka vrsta specifikacije. Reči biraju jedno od mogućih značenja slike. U slučaju „prenosnika“, ‘tekst i slika stoje u komplementarnom odnosu’ i oba su ‘fragmenti opštije sintagme’, kojoj svaki doprinosi sopstvenim, različitim informacijama. Koncept „prenosnika“ je veoma blizu Halidejevom konceptu „ekstenzije“: dve stvari – jedna verbalna, jedna vizuelna – pružaju različite, ali semantički povezane informacije“ (van Leeuwen, 2005, str. 229).

Bart je polazio od činjenice da iako slika ima istaknuto prisustvo u civilizaciji zasnovanoj na imidžu, posebno sa razvojem masovnih medija, jezik je takođe prisutan u tim medijima, dok Kres i van Liuwen (Gunther Kress, Theo van Leeuwen) šire opseg ovog koncepta: medijski tekstovi s kojima se obično suočavamo nisu isključivo sastavljeni od integracije vizuelnih i verbalnih komponenti (Cremades, 2007, str. 32).

Kresova i van Liuwenova funkcionalna socijalna semiotika vizuelne komunikacije zatim prati funkcionalističku tradiciju u tumačenju da su vizuelni resursi razvijeni sa ciljem praktikovanja određene semiotičke funkcije. Njihov teorijski okvir polazi od primene Halidejevih jezičkih makrofunkcija u vizuelnoj komunikaciji, uspostavljanjem različitih vrsta značenja koja se pripisuju svakoj od Halidejevih, gde različite vrste značenja komuniciraju kroz različite semiotičke izvore, izražavajući „reprezentativno“, „interaktivno“ i „kompoziciono“ značenje (Cremades, 2007, str. 29-30). Ključna karakteristika svih semiotičkih modusa je, dakle, njihova sposobnost da u potpunosti i samodovoljno služe ovim trima osnovnim (ili ‘meta’) funkcijama svih komunikativnih akcija, koje su Kres i van Liuwen preuzeli od Halideja (Thurlow, 2015, str. 622):

- „ideacionalna ili reprezentativna funkcija“ – sposobnost prikazivanja ili izražavanja određenih diskursa, priča ili tvrdnji o svetu uopšte;
- „interpersonalna ili interaktivna funkcija“ – sposobnost generisanja emocionalnih i relacijskih veza između čitalaca, autora i ljudi / likova prikazanih u tekstu;
- „tekstualna ili kompoziciona funkcija“ – sposobnost organizovanja i usklađivanja tekstova za vođenje čitalaca putem prioriteta ili isticanja različitih vrsta informacija.

Kress i van Liuwen definišu multimodalnost „kao upotrebu nekoliko semiotičkih modusa u dizajniranju semiotičkog proizvoda ili događaja, tako da se spoje na određeni način na koji su ti modusi kombinovani, na primer, mogu naterati jedni druge da kažu istu stvar na različite načine, da ispune komplementarne uloge..., ili budu hijerarhijski poređani, kao u akcionim filmovima, gde je akcija dominantna, muzika dodaje dodir emocionalne boje, a zvuk sinhronizacije daje dodir realističke prisutnosti“ (Kress & Van Leeuwen, 2001, str. 20, prema Cremades, 2007, str. 33).

Van Liuwen će precizirati da izraz multimodalnost označava da su različiti semiotički modusi – na primer jezik i slika, kombinovani i integrisani u datoj instanci diskursa ili vrsti diskursa: govorni diskurs, na primer, integriše jezik s intonacijom, kvalitetom glasa, izrazom lica, gestikulacije i držanja kao i aspekte samoprezentacije kao što su haljina i frizura; pisani diskurs integriše jezik sa tipografskim izrazom, a sve više i sa ilustracijom, izgledom i bojom. „Kao polje proučavanja, multimodalnost se stoga fokusira na zajednička svojstva i razlike između tih različitih semiotičkih modusa, kao i na načine na koji su integrisani u multimodalni tekst i komunikativne događaje“ (van Leeuwen, 2015, str. 448).

Van Liuwen definiše četiri načina na koji su različite vrste semiotičkih resursa integrisani i formiraju multimodalne tekstove i komunikativne događaje – ritam, postavka, povezivanje informacija i dijalog (van Leeuwen, 2005, str. 180):

1. Ritam

„Ritam obezbeđuje koherentnost i značenjsku strukturu za događaje koji se odvijaju kroz vreme“: on igra ključnu ulogu u svakodnevnoj interakciji, kao i u „vremenskim medijima“ kao što su film i muzika.

2. Postavka (kompozicija, izgled)

„Postavka obezbeđuje koherentnost i značenjsku strukturu prostornih aranžmana“: ona igra ključnu ulogu ne samo na slikama i lejutima, već i u trodimenzionalnim prostornim aranžmanima kao što su izložbeni prikazi i arhitektura.

3. Povezivanje informacija

Povezivanje informacija zasniva se na „kognitivnim vezama između stavki informacija u vremenu, kao i u prostoru“, kao što su vremenske ili uzročne veze između reči i slika u multimodalnim tekstovima.

4. Dijalog

„Dijaloška razmena može biti u harmoniji ili konfliktu“, i može se prema multimodalnoj logici odvijati i u jeziku, govoru, komunikacijskim događajima, multimedijalnim tekstovima, ali i u muzičkoj interakciji, na primer, kao odnos, interakcija između semiotičkih modova (van Leeuwen, 2005, str. 249).

Ritam i postavka imaju najvažnije uloge u obezbeđivanju multimodalne kohezije, u zavisnosti od vremenske ili prostorne pripadnosti diskursa. U vremenskim okvirima, u kojima se odvijaju razgovor, muzika, gluma, ples, film i televizija, itd., koheziju obezbeđuje ritam. Multimodalni tekstovi i komunikativni događaji kao što su knjige, ekrani, slike, muzejski eksponati, zgrade, organizuju se u prostoru njihovom postavkom. Pri tome je moguće i kombinovanje ove dve vrste organizacije (van Leeuwen, 2005, str. 181). Ritam i postavka predstavljaju „ključnu vezu između semiotičke artikulacije i tela“, oni su „životna snaga“ semiotike, kao biološke datosti:

„Dok delamo zajedno i razgovaramo zajedno mi se sinhronizujemo. Ritmovi naših akcija postaju jednako fino usklađeni kao delovi različitih instrumenata u muzičkom izvođenju. Moraju biti. Ako nisu, stvari će biti drastično pogrešne. Padali bismo i saplitali druge. Uspešna društvena akcija i interakcija bi postale nemoguće Isto važi i za postavke... Postavka je pitanje pozicioniranja stvari u ili na prostoru – ... malo ovako... malo tako... samo malo gore... samo malo dole... itd. – sve dok se ne postigne osećaj ravnoteže tako da aranžman deluje „baš kako treba“. I ravnoteža je bazična kao i ritam. Bez nje padamo. Sve se zaustavlja i akcija postaje nemoguća“ (van Leeuwen, 2005, str. 181).

Multimodalna analiza podrazumeva kompleksnost teksta, ali i njegovu nedeljivost, zbog čega je važno u njemu uočiti mehanizme kohezije:

„Tekst je kompozit ili celina. Geštalt. Različiti semiotički resursi i prakse stvaranja značenja obavljaju različite vrste komunikativnog delovanja, istovremeno radeći zajedno na stvaranju afektivne reakcije i efikasnog odgovora. Što ne znači da nam se mora svideti, da ga moramo prihvatiti ili složiti se s njim“ (Thurlow, 2015, str. 620).

Multimodalna analiza je posebno korisna u pristupu tekstovima onlajn-medija koji su po prirodi multimodalni, budući da uključuju vizuelne, grafičke, jezičke, muzičke, taktilne elemente, računarski posredovane, koji nose određena značenja – pojedinačna, kohezivna i koherentna. „Veb stranica je takođe hipertekstualni i multimedijalni tekst, nudi više mogućnosti za dalje uključivanje i manipulisanje sadržajem: klikom na druge stranice, odabirom različitih puteva čitanja, gledanjem video zapisa, tvitovanjem ili zahtevanjem dodatnih informacija“ (Thurlow, 2015, str. 620). Ono što je osobenost multimodalnog diskursa u digitalnom okruženju jeste njegov zahtev za preduzimanjem određenih akcija kao što su biranje hiperveza, komentarisanje, trenutno deljenje sadržaja, koje podrazumevaju produženo multimodalno delovanje.

6. Istraživanja medija i medijskog diskursa

Dok su u oblasti istraživanja medijskog diskursa dominirali „kritički i semiotički okviri sa svojim primarnim fokusom na sadržaj“ kao i „pragmatični, narativni i stilski pristupi sa istovremenim fokusom na strukturi“ (Cotter, 2015, str. 812), medijska istraživanja u širem smislu obuhvataju i medijske studije i interdisciplinarna proučavanja koja nastoje da proniknu u prirodu medija i njihovog uticaja na publiku, društvo i celokupnu kulturu.

Jedna od najcitiranijih teza koje se odnose na medije, jeste tvrdnja kanadskog filozofa, profesora engleske književnosti i teoretičara komunikacija, Maršala Mekluana (Marshall McLuhan): „Medij je poruka“ (McLuhan, 2008, str. 17), dakle, ne sadržaj već sam medij, pri čemu je „poruka“ svakog medija ili tehnologije „promjena razmjera, brzine ili uzorka koje unosi u ljudske odnose“ (McLuhan, 2008, str. 14). Ova ideja je osnova njegove studije *Razumevanje medija: Produžeci čoveka (Understanding Media: The Extensions of Man)* iz 1964. godine i sagledava medije kao „sirovine“, kao što su ugalj, pamuk i nafta, koje postaju društvena obaveza, odnosno „utvrđeni nameti“ na ukupan „psihički život zajednice“ (McLuhan, 2008, str. 24).

Prihvatajući Mekluanov aforizam prema kojem je medij „društven“, Kolin Koter (Colleen Cotter) naglašava da mediji nadilaze ulogu „snabdevača vestima“, i da se stvarne granice toga šta su mediji zamagljuje uporedo sa širenjem istraživanja „koja seciraju i dekonstruišu uticaje, uloge i kulturne reprodukcije onoga što se široko naziva „mediji““ (Cotter, 2015, str. 796), u studijama kulture, medijskim studijama, kritičkoj teoriji, semiotici, retorici, filmskim studijama, studijama novinarstva. Koter prepoznaje tri glavna pristupa proučavanju medijskog diskursa, uz opasku da istraživači imaju tendenciju spajanja sva tri aspekta u jednom radu (Cotter, 2015, str. 798):

1. „analiza diskursa“ – bavi se pitanjima na nivou diskursa koja se odnose na veće delove govora i teksta izvan nivoa reči ili rečenice, uključujući pitanja učesnika, teme, funkcije i strukture diskursa, kao i specifične žanrovske ili govorne fenomene diskursa, pitanja registara, pozicioniranja i uokviravanja stavova, kao i grafičke prikaze i vizuelnu komunikaciju itd;
2. „sociolingvistički pristup“ – uključuje varijacije i stil u medijima ili sve ono što je blisko analizi jezika, uz društveno motivisane procese standardizacije i propisivanja;
3. „nejezički“ pristup – rad u politikologiji, medijskim studijama, kulturološkim studijama, istoriji ili studijama komunikacije paradigmi.

Kao jednu od najvažnijih razlika u paradigmama istraživanja Koter vidi u razumevanju pozicije publike, prema kojem publika ili „nema izbora da se odupre moći medija“, ili je „istovremeno i aktivna i na nju se deluje“ (Cotter, 2015, str. 803). Kao primer druge navedene paradigme navodi rani rad Majnhofa (Ulrike H. Meinhof) na vizuelnim i tekstualnim dvostrukim porukama u televizijskim vestima gde je fokus daleko od „čitanja teksta u unutrašnjosti, gde su čitaoci teoretisani kao dekoderi fiksnih značenja ka dinamičnijim modelima, gde se značenja dogovaraju aktivnim učešćem čitalaca“ (Meinhof, 1994, str. 212, prema Cotter, 2015, str. 803). To će, dodaje Koter, biti pretpostavljeni faktor u lingvističkoj antropologiji, sociokulturologiji ili lingvističkoj etnografiji, posebno u istraživanjima onlajn-medija usmerenim na komentare vesti (Barton, Lee), blogove (Puschmann) i promene u stilu vesti (Cotter, 2015, str. 803).

6.1. Mediji i ideologija

Monopolizacija medija započela je 20-ih godina prošlog veka u Holivudu i do danas globalne komunikacije poseduju i kontrolišu korporacijski interesi „prvog sveta“ – Amerike, Evrope, Australije i Japana (Mek Kvin, 2000). Devedeset odsto međunarodnih vesti koje objavljuju svetski mediji potiče od četiri velike zapadne agencije: United Press International (UPI), Associated Press (AP), Reuters i Agence France-Presse (AFP): „Osnovni paradoks najnovijeg razvoja medija jeste u tome što je izbor onoga šta ćemo, kako ćemo i gde ćemo „konzimirati“ sve veći, vlasništvo nad medijima, profitabilnost i kontrola informacija sve više se koncentrišu u rukama malobrojne elite“ (Mek Kvin, 2000, str. 284).

U odnosu na društveni i ekonomski kontekst medijske proizvodnje, Dejvid Mek Kvin (David McQueen) u istraživanjima medija razlikuje marksističke teorije, prema kojima mediji imaju „ulogu kontrolora“ i nameću vrednosti vladajuće klase, i liberalno-pluralističke teorije koje tvrde da mediji samo „ojačavaju usaglašene norme i vrednosti“: „Teoretičari liberalizma tvrde da mediji pružaju platforme za javne debate o tekućim problemima, da artikulišu javno mnjenje koje iz tih debata proističe i da primoraju državu da uzme u obzir ono što ljudi misle“ (Mek Kvin, 2000, str. 296).

Marksistička teorija posmatra medije iz perspektive obrasca vlasništva, manipulacija moćnih elita i njihove ideološke uloge u održavanju situacije *status quo* (Mek Kvin, 2000, str. 300). Produžetak marksističkog viđenja dejstva ideologije jeste pojam „lažnih potreba“:

„Prema ovom stavu, ljudi imaju „prave potrebe za, na primer, hranom, skloništem, obrazovanjem, slobodom i stvaralaštvom. Imaju potrebu da učestvuju u odlučivanju koje se tiče njihovog života, posla i društva u kojem žive. U kapitalizmu, ove „prave potrebe“ leže skrivene iza „lažnih potreba“ potrošačkog mentaliteta. Prava sloboda – da se kao kreativan pojedinac koji slobodno misli učestvuje u istinski demokratskom društvu – zamenjena je čitavim nizom izbora između proizvoda i „stilova života“ koje nude tržište i političke partije, a koji predstavljaju interese vladajuće klase“ (Mek Kvin, 2000, str. 300).

Posebne teorijske poglede Mek Kvin izdvaja u razumevanju televizijskog prikazivanja odnosa između polova – feminističko i pluralističko, gde kao zajednički stav prepoznaje mišljenje da su „predstave o ženama koje moraju da budu lepe i uspešne u poslu, i snažnim muškarcima čije poslove mogu da obavljaju i žene, ujedno i oznake stanja u društvu“ (Mek Kvin, 2000, 184). Predstavljanje starosnih grupa takođe označavaju društvene stereotipe – „deca se doživljavaju kao bespomoćna i nevinna, tinejdžeri kao neodgovorni i buntovni, ljudi srednjih godina kao odgovorni i konformisti, a stari ljudi kao ranjivi i na teretu društva“ (Mek Kvin, 2000, str.185). Stereotipno prikazivanje na televiziji okarakterisano je kao jedna od mnogih strategija koje se koriste u očuvanju moći i uticaja dominantnih grupa u društvu (Mek Kvin, 2000, str. 185).

Teorije „medijskih efekata“ na čije su formiranje uticali predstavnici Frankfurtske škole – Adorno, (Theodor Adorno), Horkhajmer (Mark Horkheimer) i Markuze (Herbert Marcuse), koji su negativno ocenjivali uticaj mas-medija i na osnovu nacističke propagande, publiku postavljaju u apsolutno nemoćnu poziciju:

„Adornova dela ističu moć “industrije kulture” da navede pripadnike auditorijuma da prihvate određeni pogled na svet. Markuzeovi radovi otkrivaju istraživačima kako poruke o društvenoj moći mogu da se nađu u svim vrstama medijskih sadržaja, čak i u slučaju kada ih tipični predstavnik publike nije prepoznao. Markuze način na koji kapitalizam preuzima potencijalno

revolucionarne ideje i pripitomljava ih da bi njima izrazio kapitalističke ideale naziva kooptiranjem“ (Tjurou, 2012, str. 249).

U okviru analiza medijske produkcije, razvijene su i: „teorija o kulturnim normama“ koja prepoznaje uticaj medija u selektivnom prikazivanju i naglašavanju informacija; feminističke teorije koje definišu „lažnu sliku rodnih identiteta u medijima“, zatim, „propagandni model“ Noama Čomskog (Noam Chomsky) prema kojem se mediji koriste kao sredstvo kontrole, stvarajući „neophodnu iluziju“; Bartova teorija o „potrošačima mitova“ koji prihvataju ideologiju na televiziji kao nešto što se podrazumeva... (Mek Kvin, 2000, str. 261 – 280).

Adam Brigz i Pol Kobli (Adam Briggs & Paul Copley) iz medijskih istraživanja koja se zasnivaju na odnosima moći u medijskom diskursu izdvajaju „teoriju ideologije“, gde se mediji tumače kao prenosioci ideologija u službi održavanja i jačanja odnosa moći, koji neminovno operišu stereotipima – „uprošćavaju, sužavaju, sažimaju, sabijaju, vrše odabir i odbacuju različite aspekte komplikovanih društvenih odnosa da bi bih predstavile kao fiksne, „prirodne“, „očigledne“ i spremne za potrošnju“ (Brigz & Kobli, 2005, str. 472). Prema takvim stavovima, diskurs nije sadržaj koji prenosi ideologiju, već ukazuje da „sam čin predstavljanja oblikuje naše odnose sa svetom, sobom i drugima“:

„Prema ovom shvatanju, ne postoji ništa „izvan“ datog „diskursa“ - nikakva „realnost“ kao takva – osim drugih „diskursa“. Borbe za moć se stoga ne dešavaju između različitih komponenti društva, od kojih svaka egzistira kao „prirodni“, unapred stvoreni, entitet. „Crno“ definisano kao prirodna odlika kao što su „boja kože“ ili „prirodni ritam“, ne može jednostavno biti suprotstavljeno „belom“ ili „nordijskom“ kao nečemu što oskudeva u osećanju za ritam. Nešto kao „prirodni ritam“ je diskurzivno konstruisano dejstvo“ (Brigz & Kobli, 2005, str. 472).

Borbe za moć odvijaju se između i unutar različitih diskursa, tako što se dovode u pitanje stereotipi u vezi sa kategorijama, npr, rase, klase, roda, i pri tome ili „održavaju ideju da te kategorije definišu osobu na koju se primenjuju“, ili „ispituju opravdanosti tih kategorija kao nečeg što je definitivno“ (Brigz & Kobli, 2005, str. 475).

6.1.1. Birmingemski centar

Dok su predstavnici Frankfurtske škole za masovnu kulturu tvrdili da „razara individualnost“ i stvara „uniformisanost i konformizam“, gde je svaki otpor uzaludan, britanski kulturolozi smatrali su da pojedinac uzima proizvode te kulture i njima „manipuliše kako bi se samoopredelio“ (Janićijević, 2016, str. 117). Tezu o aktivnoj publici postavile su Britanske studije kulture u okviru Birmingemskog centra, koje su zanemarile granice između visoke i trivijalne kulture i uvele proučavanje popularne kulture u teoriju, odnosno analizu kulture kao sveobuhvatnog civilizacijskog preseka vremena. Kritičke teorije ovog centra, koje uključuju i medijska proučavanja, proizašle su iz Altiserove (Louis Althusser) ideje o ideologiji koja se održava tako što pomaže pojedincu da uobliči sopstveni pogled na svet (Altiser, 2008, str. 144), kao i Gramšijeve (Antonio Gramsci) teorije o hegemoniji kao „konsenzusu“, neprekidnom „pregovaranju“ među klasama (Gramši, 2008, str. 149).

Drugi značajan uticaj na britanske studije, posebno na medijske studije, potekao je od Barta i njegove teorije o konotaciji i denotaciji koju je razvio iz klasične lingvistike. Kao što sam navela, Sosir razlikuje oznaku – fizički oblik znaka i označeno – mentalni koncept koji se vezuje za oznaku.

Pri tome, definiše vrste znakova: „ikonu“ – kada znak liči na objekat, „indeks“ – kada je znak uzročno ili posledično vezan za objekat, i „simbol“ – kad znak nema veze sa objektom već je određen konvencijom. Znakovi su organizovani u kodove ili sisteme znakova: „sintagme“ – horizontalne ose izbora sleđa znakova, i „paradigme“ – vertikalne ose izbora – predmeti ili pojmovi koji jedni druge mogu zameniti u sintagmi (Mek Kvin, 2000, str. 334-335). U takav sistem Bart uvodi denotaciju – prvi red označavanja, i konotaciju – drugi red označavanja, gde se značenje rađa na osnovu povezivanja prvostepenih znakova sa drugim značenjima u koja su učitani različiti kodovi (Đorđević, 2009, str. 84). Konotacija je tumačenje opterećeno vrednostima, otvorena za značenje, zavisi od istorijskog konteksta, nacionalnosti, kulture, klase, ličnog ili društvenog iskustva. Ideološka analiza je otkrivanje pretpostavki, mitova i dominantnog diskursa koji leži iza teksta.

U ideološkoj analizi medija Stjuart Hol (Stuart Hall), jedan od najznačajnijih predstavnika i direktor Birmingemskog centra za savremene studije kulture, oslanjajući se na lingvističke i semiotičke teorijske modele, odstupa od linearnog tumačenja odnosa između pošiljalaca i primalaca poruke, i napušta shvatanje medija kao središta manipulativnih strategija kapitala i klase na vlasti, na osnovu kojeg se publika smatrala pasivnim primaocima poruka (Đorđević, 2008a, str. 275). U , u tekstu *Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu* iz 1973, Hol utvrđuje koncepte „kodiranja“ – koje se odnosi na proces formiranja medijske poruke, i „dekodiranja“ – njenog tumačenja, polazeći od stava da ni lingvistički nivo denotacije nije izvan ideologije: „Zapravo, mogli bismo da kažemo da je njegova ideološka vrednost snažno *fiksirana* – pošto je postao toliko univerzalan i „prirodan“ (Hol, 2008, str. 281). Denotacija i konotacija su, prema tome, samo „analitička sredstva“ za razlikovanje „nivoa na kojima se ideologija i diskursi preklapaju“ (Hol, 2008, str. 281). „Srećno spojeni Gramši i Bart u poznatom tekstu Stjuarta Hala *Kodiranje – Dekodiranje* postavili su programsku osnovu za mnoge kulturološke analize i uneli značajne inovacije u dotadašnje studije medija“ (Đorđević, 2009, str. 91).

Jasna Janićijević primećuje da je Hol razradio Ekovu semiotiku istražujući moć odnosa unutar značenja, sa tezom da iako znaci imaju dominantnu interpretaciju koju nameću gledaocu, gledalac može da razvije suprotne kodove i stvori drugačija značenja: „Za njega je proces dekodovanja objektivn, a ne subjektivn“ (Janićijević, 2016, str. 151). Dakle, gledalac može da prihvati dominantni kod, da ga preispituje ili da mu se suprotstavi. Hol definiše da se televizijske poruke kodiraju (proizvode) i dekodiraju (kako ih gledaoci shvataju) na tri načina: „dominantno, dogovorno i suprotstavljeno“ (Janićijević, 2016, str. 278). Drugim rečima, razlikuje odnos publike prema:

1. „dominantno-hegemonističkoj poziciji“ – u kojoj publika deluje u dominantnom kodu,
2. „poziciji dogovornog koda“ – koja je mešavina adaptivnog i opozicionog,
3. „poziciji opozicionog koda“ – u kojoj se odvija borba u diskursu (Hol, 2008, str. 284-285).

Džon Fisk (John Fiske) će u borbi u diskursu prepoznati posebnu moć publike da proizvodi nova značenja u otporu. Njegova teorija o opozicionoj i subverzivnoj publici suprotna je teorijama „tekstualnog određivanja“ i „pozicije gledalaca“, prema kojima su gledaoci „prišiveni“ za ekran tehničkim konvencijama i nameće im se samo jedna vrsta tumačenja (Janićijević, 2016, str. 150). Fisk takođe polazi od semiotičkih postavki koje u svom radu *Uvod u studije komunikacije* svrstava u tri glavne oblasti proučavanja (Fiske, 1990, str. 42, prema Prajs, 2011, str. 112):

1. „Znak“: reč, slika, zvuk, koji predstavlja značenje u okviru određene kulture;
2. „Sistemi u koje su znaci organizovani“;
3. „Kultura u okviru koje funkcionišu ti znaci i sistemi“.

U studiji *Televizijska kultura (Television Culture)* iz 1987. godine, oslanjajući se na holivudski realistični stil montaže, Fisk definiše da je „personalizacija“ osnovni princip izbora i prezentacije u proizvodnji medijskog sadržaja, odnosno da „vest neće biti objavljena ukoliko nema subjekta koji maskira ideologiju“:

„Društvena i politička pitanja prikazuju se jedino ukoliko se mogu pripisati pojedincu, te su tako društveni sukobi interesa personalizovani u sukobe između pojedinaca. Kao rezultat svega ovoga jeste da se gubi društveno poreklo događaja i izvor svih događaja pripisuje se motivaciji pojedinca“ (Fiske, 1989, prema Mek Kvin, 2000, str. 124).

Međutim, publika neće automatski prihvatati predstavljene modele, već će u njima videti fragmente koje će upotrebiti za postizanje sopstvenih zadovoljstava. U knjizi *Popularna kultura (Understanding Popular Culture)* iz 1987, iako uočava da je industrija kulture pretvorila publiku u robu koja se prodaje oglašivačima (Fisk, 2001, str. 35), Fisk veliča primenjeni otpor publike u stvaranju popularne kulture koja „probija granice normi ideološke kontrole ili zahteve bilo kog specifičnog teksta“ (Fisk, 2001, str. 133). Publika koristi ponuđene obrasce centara moći koje prenose mediji, za kreiranje novih proizvoda popularne kulture, s tim što ti obrasci moraju da imaju višeslojnost koja dozvoljava „re-kreiranje i kolažnu igru“: „Da bi postala popularna, roba koju proizvodi kulturna industrija mora biti ne samo polisemična – odnosno sposobna za proizvođenje mnogostrukih značenja i zadovoljstava; tu robu moraju distribuirati mediji čiji su načini potrošnje podjednako otvoreni i prilagodljivi“ (Fisk 2001, str. 181).

6.1.2. Medijska kultura

Nasuprot Fisku, Daglas Kelner (Douglas Kellner) popularnu kulturu posmatra kao podršku mas-medijima u uspostavljanju hegemonije:

„Medijska kultura stvara predstave koje bi trebalo da obezbede slaganje sa određenim političkim stanovištima, da navedu članove društva da shvate određenu ideologiju kao „stanje stvari“ (to jest, da je isuviše snažna vlada loša stvar, da su slobodno tržište i deregulacija koju vrši vlada dobri, da zaštita zemlje zahteva snažnu militarizaciju i agresivnu spoljnu politiku i tako dalje). Popularni tekstovi u kulturi podržavaju takva gledišta i na taj način potpomažu slaganje sa hegemonističkim političkim pozicijama“ (Kelner, 2004, str. 101).

Prema Kelneru, dakle, medijska kultura ima bitnu ulogu u oblikovanju mišljenja i ponašanja i formiranju identiteta, „preuzimajući funkcije koje su tradicionalno pripisivane mitu i ritualu“ (Kelner, 2004, str. 391). Mediji i moć su usko povezani: „Oni učestvuju u stvaranju našeg pogleda na svet, javnog mnjenja, sistema vrednosti i oblika ponašanja, i zbog toga predstavljaju važno središte političke moći i borbe“ (Kelner, 2004, str. 64).

Ekspanzija masovnih medija dovela je i do potrebe za njihovom generalnom karakterizacijom u širokim kulturnim okvirima i teoriji masovne komunikacije. Džozef Tjurou (Joseph Turow) ukazuje da se značaj masovnih medija kao društvene sile očitava u činjenici da se „obraćaju najličnijim delovima naših života“ i da nas „povezuju sa svetom koji se nalazi izvan naše privatne sfere“ (Tjurou, 2012, str. 51):

„Masovni mediji nam omogućavaju da sagledamo šta ljudi misle o svojim kulturnim vezama sa drugima i gde je njihovo mesto u celom društvu. Kada masovni mediji podstiču brojne rasute i nepovezane pojedince da podele iste materijale, oni im skreću pažnju na ono o čemu bi trebalo da razgovaraju i raspravljaju. Drugim rečima, masovni mediji stvaraju ljudima zajedničko proživljeno iskustvo, osećaj pripadnosti istoj kulturi i prihvatljivosti određenih supkultura“ (Tjurou, 2012, str. 58-59).

Prema njegovim rečima, masovni mediji formiraju zajedničko iskustvo i zajedničku pripadnost ljudi na tri načina:

1. „skreću pažnju ljudi na pravila prihvatljivog ponašanja u društvu i na način na koji se o tome može razgovarati“,
2. „govore ljudima ko i je zašto značajan u njihovom svetu“,
3. „govore ljudima šta drugi misle o njima i šta bi „ljudi kao oni“ trebalo da misle o drugima“ (Tjurou, 2012, str. 59).

Poter (James W. Potter) smatra da mediji vrše neposredni i dugoročni uticaj na naše znanje tako što „u našu svest usađuju ideje i informacije; stavove i uobličavanje naših mišljenja, uverenja i vrednosti; mediji izazivaju emocije – strah, bes, žudnju, tugu, zlovolju, dosadu, stvaraju neosetljivost (desentitizacija); mediji utiču na naše organske funkcije koje se odvijaju automatski; mediji mogu da nas pokrenu na akciju“ (Poter, 2011, str. 149-153).

Medijski uticaj prenosi se ne samo na sliku sveta, već i na njegovu organizaciju: „Masovni mediji su deo realnosti ljudskog sveta, ali deo koji determiniše ne samo njeno kreiranje, interpretaciju, već i njeno osmišljavanje“ (Tomić, 2003, str. 73). Prema Encensbergerovoj (Hans Magnus Enzensberger) teoriji medija, „svako korišćenje medija predstavlja manipulaciju“ i pitanje nije da li se medijima manipuliše, već ko njima manipuliše, te je otud potrebno da ih kontrolišu „mase koje su postale produktivne“ (prema Tomić, 2003, str. 156).

Janićijević ukazuje da su masovni mediji „podsistem u većem društvenom sistemu“, koji se kao i sadržaji bilo kojih poruka uvek odvijaju u nekom kontekstu koji je u društvenom sistemu, kao što su folklor, tradicija, vrednosti, jezik, verovanja, institucije i zajednice, koji određuju i oblikuju ljudsko ponašanje: „Masovni mediji funkcionišu unutar ovih uticaja na ponašanje“ (Janićijević, 2016, str. 73).

Teorije koje ne posmatraju medije kao instrument dominacije nad podređenim grupama, takođe priznaju medijske uticaje, ali kao dvosmerne i harmonične u odnosu sa publikom. „Nasuprot idejama Frankfurtske škole o medijima kao moćnim sredstvima društvene kontrole koje masama nude lažna zadovoljstva i razaraju njihovu individualnost i kritičko mišljenje, (Kac i Lazarsfeld) smatrali su da su mediji demokratske institucije koje publiku uvode u glavne tokove kulture“ (Janićijević, 2016, str. 115).

Fransis Bal (Francis Balle) prihvata mogućnost da mediji samo „povlađuju publici“, da je zapravo publika taj centar moći kojoj se mediji prilagođavaju sa ciljem održanja na tržištu, budući da, kako kaže, ljudi prihvataju samo one medijske sadržaje koji predstavljaju ono što oni inače cene ili razumeju: „To objašnjava činjenicu zašto mediji, umesto da deluju u smislu ostvarivanja veće jednakosti, često prikazuju i naglašavaju upravo nejednakosti u kulturi. Tako potvrđuju izreku prema kojoj ljudi imaju baš onakve novine i baš onakvu televiziju kakve zaslužuju“ (Bal, str. 1997, str. 117).

U sociolingvističkoj teoriji, sličnom analogijom određuje se sociolingvistički stil prema „modelu projektovanja govora“ (engl. „speaker design model“), koji definišu Val Wolfram i Natali Šiling-Est (Walt Wolfram, Natalie Schilling-Estes), zasnovan na identitetu govornice ili govornika koji „projektuju različite uloge u različitim okolnostima u odnosu na karakteristike publike kojoj se obraćaju“ (Wolfram & Schilling-Estes, 1998, prema Filipović, 2018, str. 83). Ovaj model prepoznajem u analizi „ženskih“ portala u ovom radu, u kojima je diskurs prilagođen stereotipnom razumevanju osobnosti „ženskog“ jezika. Filipović objašnjava da se takvim modelima „mogu objasniti slučajevi smene dijalekata, odabir dijalekata kao performans (nastup) kojim se uspostavlja solidarnost sa grupom“ ali se postavlja pitanje njihove primene na nivou govorne zajednice i (ne)mogućnosti utvrđivanja svih dimenzija stila, „koje predstavljaju markere grupne, zajedničke stvarnosti, odnosno kulturnog znanja, to jest kulturnih modela“ (Filipović, 2018, str. 83).

Džejs Karan (James Curran) navodi da nasuprot gledištu prema kojem su mediji „agens kontrole“ koji deluje „od vrha prema dnu“, „prema vlasničkim odnosima u velikom biznisu, odnosima snaga u advertajzingu, moćnim institucionalnim izvorima vesti, pritisku države i kulturnoj domaćoj eliti“, postoje gledišta koja medije vide kao agens koji deluje „od dna prema vrhu“, „u skladu sa potražnjom koja vlada na tržištu, profesionalnim interesima novinara, pluralističkom konkurencijom između izvora vesti i zajedničkim društvenim vrednostima“ (Karan, 2005, str. 135). Prema tim stanovištima, štampa u kapitalizmu je autonomna institucija koja „opunomoćava“ narod, „mediji reflektuju kulturne vrednosti društvene harmonije“, odnosno rasuđivanja, stavovi, poruke i pretpostavke medijskih tekstova „kreću se u granicama opšte kulture jednog društva“ (Karan, 2005, str. 137).

Budući da digitalni mediji direktno uključuju publiku u svoj diskurs, kritička analiza diskursa može da proveri navedena stanovišta ispitivanjem učešća publike u re-kreiranju diskursa medijskih tekstova. Rezultati analiza koje sam sproveda otkrivaju dijalektički proces u kojem je „povlađivanje publici“ početna pozicija u proizvodnji diskursa, koja se nadograđuje utvrđivanjem diskursa moći u tekstu, koji potom korisnici i korisnice podražavaju u komentarima koje unose ispod medijskih tekstova. Takav, zatvoreni krug, ukazuje da je promena diskursa moguća samo sa pozicija moći.

6.2. Interdisciplinarna i diskursna analiza

Uprkos prihvatanju teze da publika nije pasivni recipijent koji automatski upija sadržaje koji joj se nude, medijski uticaj na nju nije osporen. Istovremeno sa analizom prirode i mehanizma i porekla medijske produkcije, kao i stepena i vrste medijskog uticaja na publiku, odnosno na potrošačko društvo, sa fokusom na medijskoj moći i moći u medijskom diskursu, u kritičkim teorijama razvijala se i analiza medijskog jezika, prvo kroz analizu sadržaja, a potom i kroz kritičku analizu diskursa, multimodalnu i socijalnu semiotičku i lingvističku analizu korpusa.

Kako ističe Koter, inicijalne ideološke analize industrijskog izveštavanja medijske grupe univerziteta u Glazgovu, sakupljene u knjizi *Bad News (Loše vesti)* 1976, predstavljaju kanon istraživanja medijskog diskursa, posebno u Velikoj Britaniji, Evropi i Australiji, nudeći leksičke izbore, pozicioniranje informacija i upotrebu citata kao dokaz pristrasnosti u štampi (Cotter, 2015, str. 796-797). Ona dodaje da kako je interdisciplinarnost medijskog istraživanja bivala sve čvršće postavljana, analitička i metodološka pitanja pod kritičkim razmatranjem težila su da se fokusiraju na ono što različiti pristupi – uključujući pragmatiku, socijalnu semiotiku, kritičku analizu diskursa, analizu razgovora, varijacionu sociolingvistiku, narativnu analizu, interaktivnu sociolingvistiku, jezičku antropologiju i etnografiju, analizu diskursa uz pomoć korpusa i multimodalne analize – uzeti zajedno – mogu korisno da otkriju u odnosu na postavljena istraživačka pitanja (Cotter, 2015, str. 798).

Shodno tome, navodi Koter, lingvisti najčešće razmatraju tekst vesti sa jedne od dve važne tačke, pretpostavljajući novi, dinamični mehanizam koji rezultira jedinstvenim prikazom medijskog diskursa kroz vreme, kulturu i kontekst (Cotter, 2015, str. 802):

(1) sa „stanovišta strukture diskursa ili jezičke funkcije“ – gde su Bahtinova (Mikhail Bakhtin) „teorija o višeglasju“, Gofmanova (Erving Goffman) „konceptcija okvira“, Belova (Allan

Bell) istraživanja o narativnoj strukturi i stilu, Du Bojovo (William Edward Burghardt Du Bois) istraživanje „stava i usklađivanja kroz dijalošku komunikaciju“ i rad Debre Tenen (Deborah Tannen) o pozicioniranju medija kao „agonista i pokretača polarizovane javne rasprave“ – doveli do uvida u strukturu, funkciju i efekat diskursa i u „značajnu ulogu koju mediji imaju u oblikovanju javnog, kao i medijskog diskursa“;

(2) sa stanovišta uticaja vesti kao „diskursa koji nosi ideologiju ili predstavlja društveni svet“ – gde su interdisciplinarni okvir kritičke analize diskursa (KAD), uključujući Ferklafov primenu socijalne teorije i intertekstualnosti u osvetljavanju diskursne prakse, Faulerovo (Roger Fowler) „kritičko skeniranje društvene prakse i jezika u vestima“, i van Dajkov rad o odnosu „društvenih struktura i struktura diskursa“, zajedno sa Belom – postavili osnove u oblasti studija medijskog diskursa.

Koter dodaje da su okviri koji su primenjeni u drugim domenima govora, kao što je „Labovljev narativni okvir“ (Labov, 1972), takođe primenjeni na analizu diskursa vesti (Cotter, 2015, str. 805). Na primer, Bel (Bell, 1991) koristi Labovljev okvir da ispita globalnu narativnu strukturu vesti preko lokalnih i nacionalnih granica vesti, Koter ga koristi zajedno sa etnografskim i pragmatičnim uvidom u to kako se novinari uče „zanatu“, dok van Dajk opisuje „teoriju shema diskursa“, koja uključuje tradicionalnu shemu naracije kao i razrađeniju „shemu vesti“ – „niz hijerarhijski poređanih kategorija“, koja pomaže u definisanju diskursa (Cotter, 2015, str. 805). Van Dajkova shema predstavlja polaznu osnovu u analizi kompozicije vesti u ovom radu.

6.2.1. Kritička analiza medijskog diskursa: van Dajkove strukture

Za van Dajka, kako sam već navela, kritička analiza diskursa „ispituje društvene strukture moći kroz analizu odnosa između diskursa i spoznaje“ (van Dijk 2015, str. 472), pri čemu razlikuje dva nivoa analize: „mikro plan“ – lingvistički nivo diskursa, i „makro plan“ – tematski, narativni nivo (van Dijk, 2015, str. 468). U knjizi *Vesti kao diskurs (News as Discourse)* kao specifičnost medijskog diskursa van Dajk ističe da takav diskurs ne može da koristi sredstva promocije robe i usluga, jer „iako ima prirodu tržišne robe, cilj mu je *implicitno* promovisanje vladajućih uverenja i mišljenja“ (van Dijk, 1988, str. 83). Stoga, u pragmatičnom smislu, „većina svakodnevnih vesti predstavlja primer govornog čina tvrdnje“, gde se „perlokucionarna ili ubedljiva dimenzija ogleđa u formulaciji značenja na način da se ona „ne shvati ogoljeno“, već da se prihvati „kao istina ili barem kao moguća istina“ (van Dijk, 1988, str. 83):

„Retoričke strukture koje prate asertivne govorne postupke poput onih u vestima trebalo bi da budu u stanju da poboljšaju uverenja čitalaca dodeljenih tvrdnjama iz teksta. Uveravanje u ovom slučaju, stoga, ne mora uključivati promenu mišljenja ili stavova. Asertivno ubeđivanje je nulti nivo ubeđivačkih procesa: bez verovanja u ono što kaže drugi, teško da se može očekivati da menjamo svoje mišljenje zasnovano na takvim uverenjima“.

U tom smislu, na nivou retorike, van Dajk uočava „strateške mehanizme koji povećavaju istinitost, verodostojnost, tačnost, preciznost ili kredibilnost...“, kao što je upotreba brojeva, shematskih stavova, selektivna upotrebu izvora, osoba i institucija, poziv na emocije... (van Dijk, 1988, str. 94).

Kako sumira Ferklafl, van Dajk uspostavlja okvir analize novinskih tekstova u terminima: „struktura vesti“, „proces produkcije vesti“, „proces razumevanja vesti“ (Fairclough, 1995, str. 29).

„Mikrostrukturu“ analizira u okviru semantike, koherentnih odnosa uzročnosti, posledičnosti, sintaksičke i leksičke karakteristike stila vesti i retoričke izraze koji novinskom izveštaju daju „auru faktičnosti“ (Fairclough, 1995, str. 29). Koncept „makrostrukture“ kao sveobuhvatne tematske organizacije gde svaki njen element (naslov, lid, elementi događaja...), korespondira sa opštom temom tematske strukture je ključan za tematsku analizu (Fairclough, 1995, str. 29).

Van Dajk prepoznaje sledeće strategije u produkciji vesti: „selekcija“, „reprodukcija“, „sumiranje“, „lokalna transformacija“, „stilistička i retorička (re)formulacija“ (van Dijk, 1988, str. 116-118). Sa druge strane razumevanje vesti, po njemu, uključuje nekoliko glavnih koraka: (1) „percepciju i pažnju“; (2) „čitanje“; (3) „dekodiranje i interpretaciju“; (4) „prikazivanje u epizodnom pamćenju“; (5) „formiranje, korišćenje i ažuriranje modela situacije“; i (6) upotrebu i promene opšteg, društvenog znanja i uverenja koje čine „okviri“, „scenarija“, „stavovi“, „ideologije“ (van Dijk, 1988, str. 141). Van Dajk ističe i da su makrostrukture koje su izrazito izražene u vestima kao što su naslovi i lidovi, kao i „kognitivni procesi na kojima se zasnivaju“, presudni i za proizvodnju i za razumevanje vesti, jer „definišu suštinu, rezime ili najbitnije informacije vesti“, a pošto „zavise od znanja o svetu, mišljenja i stavova“ i njihovi izrazi mogu biti „subjektivni i pristrasni“:

„Eksplicitna analiza tematske organizacije vesti, u smislu makrostrukturnih zaključaka ili redukcija, omogućava nam da procenimo takve pristrasnosti, na primer kada su teme niskog nivoa nadograđene u glavne teme, pa čak i izražene u naslovima, ili obrnuto. Drugim rečima, definicija situacije onako kako je data tematskom makrostrukturom vesti može se uveliko razlikovati od alternativnih definicija“ (van Dijk, 1988, str. 177-178).

Procena pristrasnosti može se primeniti i u analizi organizacione strukture vesti, koju van Dajk definiše kao „shematsku superstrukturu“, koja je takođe povezana i sa proizvodnjom vesti, i sa tumačenjem, kao i sa svojstvima čitanja vesti, poput „brzih pregleda“:

„Karakteristično je i za makrostrukture i superstrukture njihova diskontinuirana, instalaciona struktura: teme i njihove shematske kategorije ostvaruju se korak po korak kroz ceo tekst vesti. Opšti princip je važan: najrelevantnije informacije (od vrha do dna) dolaze najpre, zatim niži nivoi i, na kraju, detalji svake pojedinačne shematske kategorije (od sažetka, preko glavnih događaja, preko pozadine do komentara)“ (van Dijk, 1988, str. 178).

Van Dajk na sledeći način utvrđuje organizacionu strukturu novinskih članaka (van Dijk, *News Analysis*, 1988, prema Lakić, 2009, str. 9):

1. „Naslov
2. Lid¹³
3. Glavni događaj
4. Pozadina događaja
5. Istorija
6. Kontekst
7. Posledice
8. Verbalne reakcije
9. Evaluacija
10. Očekivanja“.

Osim naslova, lida i glavnog događaja, nisu sve kategorije obavezne (van Dijk, 1988, str. 56). Navedenu superstrukturu vesti van Dajk će dopuniti i u određenoj meri transformisati: uvodi kategoriju „epizode“ – koja može da sadrži i „glavni događaj“, „pozadinu događaja“ i „evaluaciju“:

¹³ Lid (engl. „lead“, „lead paragraph“) u novinarskim žanrovima označava uvodni deo teksta i sumira sve ili neke od odgovora na osnovna novinarska pitanja: ko, šta, gde, kad i kako, i eventualno zašto i šta to znači za zajednicu (5W+H: who, what, where, when, how, why); „lid može biti narativan, kontrastan, stakato lid, komunikativni, upitni, citatni...“ (Valić Nedeljković, 2019).

zatim, predviđa mogućnost ugrađivanja „glavnog događaja“ u „kontekst“ koji može biti „glavni događaj“ u dugim tekstovima; za kategoriju „posledica“ napominje da može da ima viši hijerarhijski položaj u okviru „glavnih događaja“ ili „naslova“; uvodi „komentar“ koji izražava novinarski ili uređivački stav i može da obuhvati i „evaluaciju“ i „očekivanja“ (van Dijk, 1988, str. 51-56).

Narativnu strukturu vesti ustanovio je i Bel, sličnu van Dajkovoj, s tim što će on naslov i lid objediniti u „apstrakt“, dok drugi autori (Delin, Reah, Zoltan) slede njihove modele (Bell, 1991, str. 148, prema Lakić, 2009, str. 98):

1. „Naslov
2. Lid
3. Orijentacija
4. Radnja
5. Evaluacija
6. Rezultati radnje“.

Van Dajk za hijerarhijske strukture vesti smatra da su rutinski utelovljene i u uređivačkim politikama i izborima u proizvodnji, „fokusiranjem na elitne aktere i izvore ili razumljive i ideološki konsonantne događaje“, ali i u uticaju medija koji na ovaj način „indirektniji i strukturalniji“ od jednostavnog usvajanja ponuđenih modela:

„Novinski izveštaji ne propisuju nužno konkretna mišljenja čitalaca. Umesto toga, oni su glavni oblik javnog diskursa koji pruža opšti pregled društvenih, političkih, kulturnih i ekonomskih modela društvenih događaja, kao i prožimajuće dominantne strukture znanja i stavova koji takve modele čine razumljivim. Strukture vesti na mnogim nivoima uslovljavaju čitaoca da razviju takve interpretativne okvire, a ne alternativne, u kojima se drugi ciljevi, norme, vrednosti i ideologije koriste za kontra-interpretaciju vesti“ (van Dijk, 1988, str. 182).

Kao primer primene kritičke analize diskursa, navodi zaključke do kojih je došao u svojim istraživanjima medijskog diskursa o migrantima (van Dijk, 1988, str. 474):

- „*Naslovi i lidovi* vesti izražavaju semantičke makrostrukture (glavne teme) kako ih novinari definišu“ i na taj način mogu stvoriti „preferirane makrostrukture mentalnih modela“: demonstracije i protesti se mogu definisati kao „kršenje društvenog uređenja“ ili kao „demokratsko pravo demonstranata“; nasilni napad može se definisati kao „oblik otpora protiv zloupotrebe državne moći“ ili kao „oblik terorizma“; negativne akcije imigranata ili manjina stoga se pojačavaju njihovim isticanjem na naslovnoj strani i u naslovima koji definišu imigraciju kao „invaziju stranaca“.
- „*Implikacije i pretpostavke* su snažna semantička svojstva diskursa koja imaju za cilj da indirektno ističu „činjenice“ koje možda nisu istinite“: na primer, kad političari i mediji koriste izraze „nasilje demonstranata“ ili „zločin manjina“.
- „*Metafore* su moćna sredstva koja apstraktne mentalne modele čine konkretnijim“: apstraktna predstava o imigraciji može se učiniti „konkretnijom, a samim tim i pretećom“, metaforama poput „*talas imigranata*“ – stvarajući tako strah među ostalim građanima od „utapanja u migrantima“.
- „*Leksički izraz mentalnih modela* u diskursu moćnih govornika može uticati ne samo na znanje, već i na mišljenje u mentalnim modelima primalaca“: imigranti se mogu etiketirati „ilegalnim“ u političkom diskursu, što utiče na javno mnjenje o imigraciji.
- „*Pasivne rečenice i nominalizacije* mogu se koristiti za skrivanje ili umanjivanje nasilnih ili drugih negativnih radnji državnih agenata (npr. vojske, policije) ili grupa (npr. mi, Britanci)“: medijski ili politički diskurs može da govori o diskriminaciji, a da ne izriče „ko diskriminiše koga“.

Društveni aspekt je, dakle, kod van Dajka prisutan u analizi na svim nivoima. Lingvističke karakteristike kao što su nominalizacija, leksički izbori, upotreba metafora, narativno strukturisanje povezani su i pretapaju se u vršenju određenih ideoloških uloga, odnosno u podsticanju kognitivnih procesa. I mikro i makrostruktura koreliraju, od društvenih odrednica, kategorija i odnosa u jeziku, leksici, sintaksi, stilu do prilagođene ideološke poruke u višim nivoima struktura, dok analitičar u njihovoj koheziji razotkriva strategije mehanizma održanja moći u kreiranju određenih saznavnih modela. Ferklaf, međutim, smatra da van Dajku nedostaje analiza društvenog konteksta i intertekstualni pristup (Fairclough, 1995, str. 30). U ovom radu nastojala sam da u sopstvenom istraživačkom postupku primenim sintezu van Dajkove i Ferklafove metode kritičke analize medijskog diskursa.

6.2.2. Kritička analiza medijskog diskursa: Ferklafova intertekstualnost

Polazeći od koncepta moći kao ključnog za utvrđivanje društvenih nejednakosti u kritičkoj analizi diskursa, Ferklaf uočava „skrivenu moć medija“, koja se ogleda u „oštroj razdvojenosti između proizvođača i interpretatora“ (Fairclough, 1989, str. 49). Druga velika razlika u odnosu na direktno ispoljavanje moći jeste „dizajniranje za masovnu publiku“, odnosno za „idealnog subjekta“: „Medijski diskurs je izgradio poziciju subjekta kao idealnog subjekta, gde stvarni gledaoci, slušaoci ili čitaoci moraju da ispregovaraju odnos sa idealnim subjektom“ (Fairclough, 1989, str. 49).

Za okvir analize medija, Ferklaf postavlja tri seta pitanja (Fairclough, 1995, str. 5):

1. „Reprezentacije“: kako su svet, događaji, odnosi... predstavljeni?
2. „Identiteti“: koji identiteti su uspostavljeni za one koji učestvuju u programu ili novinskoj priči, kao što su reporteri, publika, „treća strana“...
3. „Relacije“: Kakvi odnosi su uspostavljeni između onih koji su učesnici (novinar-publika, ekspert-publika, političar-publika...

Ferklaf se slaže sa van Dajkom da medijski tekstovi funkcionišu ideološki, ali ističe da su štampa i komercijalni emiteri prvenstveno profitabilne organizacije „otvorene za efekte komercijalnog pritiska“ (Fairclough, 1995, str. 42). On navodi kompleksno svojstvo medijskih tekstova: oni su „kulture robe na kompetitivnom tržištu“ – pripadaju biznisu zabave, ali i informišu ljude; oni su „kulturni artefakti sa specifičnim pravom i estetikom“, koji reflektuju i doprinose smeni „kulturnih vrednosti i identiteta“ (Fairclough, 1995, str. 47-48). Stoga ideološke analize treba da uključe i druge centre moći, grupisane u vlasničkim strukturama medija, a ne samo u institucionalnim okvirima.

Ono što je za van Dajka „implicitna ideologija“ u medijima, Ferklaf, dakle, naziva „skrivenom moći u diskursu medija“, pri čemu, kako sam istakla, upozorava da je „ideologija najefektnija kada je njeno delovanje najmanje vidljivo“ (Fairclough, 1989, str. 49). Za obojicu predstavnika kritičke analize diskursa, dakle, zadatak analitičara je dubinsko istraživanje ideoloških poruka i stavova vladajućih društvenih grupa kojima grade i održavaju moć putem medija, ali koje nisu jasno uočljive. Van Dajk je u tom smislu smatrao da je potrebno čvršće „povezivanje diskursa i akcije sa spoznajom i društvom“ te da KAD treba da funkcioniše kao „sila protiv diskurzivne zloupotrebe vlasti“ (van Dijk, 2015, str. 479). Ferklaf formuliše i praktične smernice za otklanjanje društvenih nejednakosti putem obrazovanja, a posebno predlaže medijsko jezičko obrazovanje, odnosno metodologiju razvoja medijske pismenosti. U knjizi *Medijski diskurs (Media Discourse)* Ferklaf ističe da je za osvešćeno i aktivno društvo koje teži emancipaciji i uklanjanju društvene nepravde, dakle, „za efektivno

građanstvo“ neophodno „da ljudi budu kritički svesni kulture, diskursa i jezika, uključujući diskurs i jezik medija“ (Fairclough, 1995, str. 202). On definiše osnovna pitanja u „obrazovanju jezika i medija“ (Fairclough, 1995, str. 205):

1. „Kako je tekst dizajniran, zašto je dizajniran na taj način, i kako bi drugačije mogao da bude dizajniran?“;
2. „Kako su tekstovi proizvedeni i kako bi mogli da budu korišćeni i interpretirani?“
3. „Šta tekst indikuje o poretku medijskog diskursa?“
4. „Kakav je širi sociokulturni proces u tekstu ili njegovom delu, koji su njegovi širi uslovi i kakvi bi mogli biti efekti?“
5. „Šta se može učiniti sa tekstom?“ Ovo pitanje koje navodi prema Luke, O'Brien & Comber (1994), odnosi se na „osvetljavanje medijskog teksta kao društvene akcije“.

U metodološkoj postavci KAD, podsećam, van Dijk razlikuje rad na mikrostrukturama, dakle, analizu nižeg nivoa i rad na makrostrukturama koje nose značenja o društvenoj nejednakosti, dok kognitivni aspekt prepoznaje na oba nivoa kao proces kreiranja i usvajanja određenih kognitivnih modela. Njegov analitički postupak ima načelne dodirne tačke sa Ferklafovim trodimenzionalnim modelom: analiza teksta – interpretacija – eksplanacija, odnosno tekst – diskursna praksa – sociokulturna praksa, pre svega u analitičkim namerama na različitim nivoima analize, ali ne i u metodološkim instrumentima, budući da se Ferklaf oslanja na intertekstualnu analizu koja je na međi između prve dve dimenzije, analize teksta i diskursne prakse.

Prema tome, najoštija razlika između ove dvojice analitičara jeste u razumevanju diskursa koji se prema Ferklafu formira iznad, odnosno, izvan, nakon nivoa teksta, dok ga van Dijk uočava i u mikrostrukturi teksta budući da je diskurs po njemu deo svih kognitivnih procesa. Kognicija je uslovljena i određena diskursom, a sam diskurs je „kao vrh ledenog brega“ (van Dijk, 2009, str. 395). Dakle, van Dijk traga za mentalnim modelima u diskursu, dok Ferklaf postavlja pitanja o iskustvenim i odnosnim vrednostima leksičkih, sintaksičkih i strukturnih karakteristika teksta, ali tek na sledećim nivoima, interpretacije i evaluacije, tragajući za pretpostavljenim tumačenjima, društvenim determinantama, kao i za ishodištima borbi u diskursu (Fairclough, 1989, str. 143-166).

U formulisanju metodologije analize medijskog diskursa Ferklaf uočava potrebu za interdisciplinarnim pristupom na svim istraživačkim planovima, i u smislu analitičkog fokusa i u pogledu postavljenih ciljeva. Postupak istraživanja medijskog diskursa izlaže u sledećih osam stavki, sa predlogom analitičkih metoda i disciplina za svaku od njih (Fairclough, 1989, str. 33-34):

1. Jedan fokus treba da bude na tome „kako se šire promene u društvu i kulturi manifestuju u promeni medijskog diskursa u praksi“ (kulturno-generička analiza, komparativna analiza konverzacije, kritička lingvistika, socijalno-kognitivna analiza).
2. Analiza medijskog teksta treba da posveti „detaljnu pažnju na njegov jezik i „teksturu““ (lingvistika i semiotika) i treba da uključi „detaljnu analizu vizuelnih slika i zvučnih efekata“ (komparativna semiotika i društvena semiotika).
3. Analiza teksta treba da bude „komplementarna sa analizom prakse proizvodnje i potrošnje teksta“ (komparativna socijalno kognitivna analiza i drugi pristupi).
4. Analiza teksta i prakse treba da „mapira i analizu institucionalnog i šireg društvenog konteksta medijske prakse“, uključujući odnose moći i ideologije (komparativna semiotička analiza, kritička lingvistika, kulturološko-generička analiza sa lingvističkom i sociolingvističkom analizom i analizom konverzacije).
5. Analiza teksta treba da uključuje „i lingvističku i intertekstualnu analizu u smislu žanrova i diskursa“: treba da prepozna da su tekstovi obično „hibridi intertekstualno pomešani u smislu žanrova i diskursa“ i da se takva hibridnost manifestuje u heterogenim lingvističkim izrazima (kulturološko-generička analiza, socijalna semiotika).

6. Lingvistička analiza teksta treba da bude „zasnovana multifunkcionalno i orijentisana ka reprezentaciji konstitucije odnosa i identiteta kao simultanim procesima“ u tekstu, i odnosima između njih (komparativna kulturološko-generička analiza, kritička lingvistika).
7. Lingvistička analiza tekstova uključuje analizu više nivoa, uključujući fonetsku, leksičku, gramatičku i makrostrukturne sheme (komparativna sociokognitivna analiza sa analizom konverzacije ili kritičkom lingvistikom).
8. Odnosi između tekstova i društva/kulture treba da se posmatraju dijalektički: tekstovi su „sociokulturno oblikovani, ali oni takođe konstituišu društvo i kulturu“ na načine koji mogu biti „i transformativni i reproduktivni“ (kritički pristupi).

Ferklaf insistira na primeni interpretativnog metoda u KAD, koji se postiže, između ostalog, intertekstualnom analizom. Ona ima funkciju otkrivanja „tragova diskursne prakse u tekstu“ i fokusira se na granicama između teksta i diskursne prakse: „Intertekstualna analiza nastoji da otkrije različite žanrove i diskurse – često u kreativnoj diskursnoj praksi, u veoma složenoj mešavini – koja je artikulisana zajedno u tekstu“ (Fairclough, 1995, str. 61). Ona je ključna za povezivanje teksta i društva.

Hibridno svojstvo teksta, dakle, prema Ferklafu ogleda se u „poretku diskursa“, u kojem su konstituisane dve kategorije tipova diskursa: „žanrovi“ i „diskursi“ (Fairclough, 1995, str. 63). Medijski diskurs, budući da, kako to vidi Ferklaf, jasno razdvaja publiku od proizvođača, specifičan je u smislu „neminovnog spajanja javnog i privatnog diskursa“, odražavajući „snažnu tenziju između kontradiktornih javnih izvora i privatnih meta, koji deluju kao suprotni polovi privlačnosti medijskog diskursa“ (Fairclough, 1995, str. 63). Medijski diskurs se prema tome „konstantno reoblikuje kroz redefinisane njegovih odnosa – ponovnog crtanja granica između javnih i privatnih poredaka diskursa“ (Fairclough, 1995, str. 63).

Poredak diskursa je zapravo „mreža društvenih praksi u jezičkom aspektu“, gde njegovi elementi nisu elementi lingvističke strukture, već su to „diskurs“, „žanrovi“, a dodaje i treću kategoriju, „stilovi“ (Fairclough, 2014/2004, str. 380). Žanrovi su „načini delovanja“, diskursi „načini predstavljanja“, a stilovi „načini postojanja poretka diskursa“, dok njihova upotreba utiče i na jezičke i na društvene promene koje se formulišu u jeziku: „Ovi elementi, kao i posebna kombinacija artikulacije ovih elemenata, selektuju određene mogućnosti definisane jezikom i isključuju druge – oni kontrolišu jezičku varijabilnost za pojedine oblasti društvenog života. Tako se poredak diskursa može posmatrati kao društvena organizacija jezičke varijacije“ (Fairclough, 2014/2004, str. 380).

Složeni i kreativni, kako ga karakteriše Ferklaf, proces formiranja i promene medijskog diskursa postavlja pred analitičare i analitičarke zahteve da lingvističku analizu koriste „samo kao sredstvo za interpretaciju“ koja će dati odgovore na pitanja delovanja ideološke nejednakosti kao podrazumevane, a ne nametnute u medijskom diskursu (Fairclough, 1995, str. 61). Otud je i intertekstualna analiza potrebna, jer je po svojoj prirodi „više interpretativna od deskriptivne lingvističke analize“ (Fairclough, 1995, str. 61).

Intertekstualni pristup, sa uočavanjem složenosti nastajanja diskursne prakse, zajedno sa multimedijalnim pristupom, po mom mišljenju, posebno su korisni za istraživanje diskursa u hipertekstu, odnosno medijima u njihovom onlajn-izdanju. Uprkos težnji da se u mogućnosti akcije čitalaca u vidu biranja vesti, komentarisanja, deljenja sadržaja, manipulisanja njime i biranja udaljenih veza, proglasi nestajanje barijera između proizvođača medijskog sadržaja i publike, kako ću pokazati u sledećem poglavlju, ta granica iako zamagljena i dalje je stabilna, ne samo usled suprotnih ekonomskih pozicija proizvođača i distributera medija u odnosu na publiku, već i softverskom obradom i prezentacijom medijskog sadržaja.

6.3. Medijski diskurs u digitalnom okruženju

Krajem prošlog veka teoretičari u oblasti društvenih nauka naslutili su neizmernu snagu novog tehnološkog talasa i njegove moguće posledice po percepciju svih do tada utvrđenih fenomena i vrednosti u domenu znanja i mišljenja. Već sa otkrićem računara javila se potreba za ponovnim promišljanjem specifičnosti ljudskih potencijala, saznavnih, kreativnih, dok se pitanja tela i identiteta značajno usložnjavaju. Sa pojavom multimedija, a potom i interneta koji je pružio mogućnost trenutnog povezivanja najraznorodnijih ideja na jednom mestu, dostupnih u početku samo određenim društvenim grupama, a potom svima koji su imali tehničke uslove, bilo je jasno da nastupa nova kulturna i medijska era koju karakteriše „usitnjavanje medijskog pejzaža“ umnožavanjem medijskih izraza i posledičnom fragmentacijom auditorijuma (Todorović, 2016, str. 81).

Fransis Bal (Francis Balle) početak dramatičnog kulturološkog preokreta, vezuje za 1990, kada su se tri najveća proizvođača elektronske opreme – Sony, Matsushita i Toshiba povezala sa tri glavne holivudske kompanije – Columbia, MCA i TimeWarner (Bal, 1997, str. 27). Zahvaljujući novom premrežavanju podaci bilo koje vrste prenose se i obrađuju brže i lakše nego ikada što dovodi do koncentracije i internacionalizacije medijskog tržišta: „tržište budućnosti biće, dakle, tržište programa i informacija“ (Bal, 1997, str. 27-28). Pojavu i razvoj interneta opisuje kao suštinsku revoluciju, sa dubinskim društvenim i političkim posledicama:

„Američki Internet počeo je da premrežava svet ispredajući numeričku i polivalentnu „paukovu mrežu“: čuveni Web kompanije World Wide Web. Mreža Net, koju je 1968. godina stvorila američka vojska, povezivala je u početku razne strateški značajne tačke i mesta. Radi osiguranja od delimičnog raspada, mreža je bila sastavljena od mnogobrojnih povezanih kompjutera koji su smatrani nepovredivim. Otvarajući se prema univerzitetima i istraživačkim centrima, najpre američkim a zatim i svetskim Net malo-pomalo izmiče Pentagonu. Zahvaljujući eksploziji mikroinformatike Internet je postao džinovska mreža nad mrežama koju korisnici, približno četrdeset miliona krajem 1995. godine, a taj se broj uvećava neverovatnom brzinom¹⁴ – konsultuju dvadeset četiri sata bez prestanka. Otkako je izmakao vojsci, Internet ne pripada više nikom. Nije li ova mreža već postala privilegovano oruđe nove kulture na razmeđu tehnološke militantnosti i nostalgije hipija?“ (Bal, 1997, str. 33).

U takvom, umreženom svetu, Bal ukazuje da umnožavanje medija čini „sve neizvodljivijim i iluzornijim ono povlačenje u sebe, kako pojedinca, tako i grupe, i *a fortiori* jednog naroda“, odnosno da se u potpunosti menjaju pozicije i priroda i medija i publike. Ključne posledice su decentralizacija medija i ljudsko otuđenje, koje vode do potpuno novih društvenih i kulturnih koncepata:

„Shodno sprezi optike i elektronike, vreme i prostor se ukidaju brzinom svetlosti i širenjem komunikacija: udaljeno postaje bliže, dok se u isti mah pojedinac sve više udaljava od svog suseda. To je kraj društva u obliku piramide u čijem se vrhu koncentriše glavna moć. Rađa se novi prostor-vreme“ (Bal, 1997, str. 39).

Sa informatičkom revolucijom, pitanja uticaja medija i proizvodnje i distribucije medijskog diskursa, pa čak i sam pojam mediji, posmatraju se u kontekstu digitalne kulture u nastajanju koja izmiče odrednicama medijske kulture i kulture masovnih komunikacija, prevazilazeći ih, ali noseći u sebi tragove njihovih formalnih i ideoloških postavki, istovremeno delujući na njih i prilagođavajući ih novim društvenim okolnostima: „Pitanje nije „Da li tehnologija oblikuje prirodu diskursa?“ već

¹⁴ U januaru 2020. broj internet korisnika procenjuje se na skoro 4.54 milijarde (www.statista.com).

„Koje aspekte diskursa oblikuje, koliko snažno, na koji način i pod kojim okolnostima?“ (Herring & Androutsopoulos, 2015, str. 143).

Digitalno okruženje postaje „prirodno“ u svim društvenim, političkim, ekonomskim i kulturnim poljima, i kreira potpuno novu sliku sveta, nove rutine svakodnevice, dok mediji „konvergiraju ka digitalnim pojavama kao što su Internet, svetska mreža (*World Wide Web – WWW*), video igre, stvarajući na taj način neprekinuti digitalni „medijaž““ (Gir, 2011, str. 15). „Govoriti o digitalnom znači koristiti ga kao metonimiju za čitavu mrežu virtuelnih privida, trenutnih komunikacija, sveprisutnih medija i globalnih mogućnosti uključenja, koji čine dobar deo našeg savremenog iskustva“ (Gir, 2011, str. 16).

6.3.1. Drugo medijsko doba

Sa promenama u načinima medijske produkcije i distribucije dotadašnjih formi i razvojem interneta i teorijski pristupi medijima se usložnjavaju. Kako podseća Dejvid Holms (David Holmes), istraživanja započinju pod uticajem kulturoloških studija 1970-ih usredsređena na „pitanja sadržaja i reprezentacije“, razvijaju se preko analiza medijskih sadržaja iz jezičke perspektive u odnosu na marksističke konceptualizacije ideologije, pod uticajem „semiotike“, „dekonstrukcije“ i „nove kritike“, kao „proučavanja značenja tekstova i diskursa i načina na koji „masovni“ mediji utiču na kulturne vrednosti i individualnu svest“, do analiza „društvenih implikacija komunikacije putem „medijuma“, odnosno, „razumevanja integrativnih dimenzija medija koje nisu podređene jezičkim derivatima“ (Holmes, 2005, str. 4-5). Tokom 1980-ih, kako nastavlja Holms, pojavila se teza o „drugom medijskom dobu“, „u embrionalnom obliku unutar shvatanja informacionog društva koje se donekle razlikovalo od jednostavno „medijskog društva““, a koja se pojačala sredinom devedesetih, posebno sa knjigom Marka Postera *Drugo medijsko doba (The Second Media Age)* 1995. godine, da bi krajem devedesetih godina „naglo postala ortodoksnost i ušla u glavni tok razmišljanja kao „novo medijska““ (Holmes, 2005, str. 7-8).

U potrazi za paradigmom novog medijskog koncepta koja je izmicala sa rastom i usložnjavanjem medija, tempom koji civilizacija do tada nije zabeležila, razvile su se „vizionarske“ teorije koje su se kretale u okviru dve perspektive, od pesimističkog Bodrijarovog (Jean Baudrillard) „simulakruma“ (Bodrijar, 2006, str. 470), do utopijske slike o „širenju pune istine“ koja će civilizaciju voditi u duhovni progres:

„Na jednoj strani je vizija demokratske nirvane sa kompjuterizovanim pristupom ogromnim informacionim izvorima koji će svima biti dostupni. Na drugoj, mračna upozorenja o sistemu u kojem su pojedinci i grupe fragmentizovani u informaciona ostrva, u nemogućnosti da se povežu jedni sa drugima, nesvesni zajedničkih problema, bez ikakvih zajedničkih kulturnih dodirnih tačaka“ (Janićijević, 2000, str. 325).

Teoretičari „drugog doba medija“ kao što su Poster, Gilder (George Gilder), Negropont (Nicholas Negroponte), Levi (Pierre Levy), navodi Janićijević veruju da internet oslobađa pojedinca centralizovanih aparata informacija koje kontrolišu države ili korporacije, zahvaljujući tehnologijama kompjuterskog doba, „koje povećavaju individualnost i kreativnost, a ne masovnu kulturu i pasivnost“ (Janićijević, 2016, str. 91). Pjer Levi tako smatra da je internet „univerzalan bez totaliteta“, da stvara prostor znanja, da „sajber spejs“ („cyber space“) raste i postaje sve „univerzalniji“ a svet informacije manje „totalitaran“; dakle, internet postaje alternativa masovnim medijima (Levy, prema Janićijević, 2016, str. 92). Nikolas Negropont trijumf digitalnog doba vidi u njegova četiri „moćna

kvaliteta“, a to su „decentralizacija, globalizacija, harmonizacija i ojačavanje“, te se „isto kao i sila prirode, digitalno doba ne može poreći, niti zaustaviti“ (Negropont, 1995, str. 215-216).

Sa druge strane, Brajan Makner (Brian McNair) (2005) iako ističe kao pozitivnu stranu činjenicu da će internet nastaviti da izbegava državnu cenzuru i moralnu regulativu, on upozorava da će biti podvrgnut proračunatoj komercijalizaciji. On izražava sumnju da će internet suštinski promeniti čovečanstvo, iako priznaje da je izvesno, kako se tvrdi u utopijskoj perspektivi, da internet omogućava „kvalitativno novi nivo komunikacije i do sada nezamisliv pristup informacijama“:

„Ali, „globalno selo“ koje iz toga izrasta ne može biti ništa manje benigno od individua koje ga naseljavaju, i materijala koji putuju njegovim magistralama i stranputicama. Internet, kao i sve druge pređašnje tehnologije komunikacije, predodređen je da odrazi sve ono najbolje i najgore što čovečanstvo ima da ponudi“ (Makner, 2005, str. 293).

Holms pravi razliku između medija pre informatičke revolucije, kao što su televizija, radio i štampani mediji, i interneta kao „novog medija“, ali smatra da je „potrebno da se drugo doba medija okarakterise ne kao epohalni pomak, već kao nivo komunikativne integracije koji zapravo uopšte nije nov, ali je interni za niz komunikacionih medija koji su koegzistirali sa emisionim mnogo pre interneta“ (Holmes, 2005, str. 13). Razlika koju ističe odnosi se na tehničke odlike interneta, pre svega njegovu digitalnu prirodu i interaktivno saobraćanje, koje sada pružaju mogućnost otkrivanja komunikacionih mehanizama koji su bili zajednički u „starim medijima“: „Izraz „drugo medijsko doba“ koristan je do te mere da podrazumeva kulturni pomak u percepciji prema medijskom okruženju – utoliko što su mrežne strukture komunikacije postale mnogo vidljivije od nastanka internet komunikacije“ (Holmes, 2005, str. 14).

Holms povlači analogiju između „drugog medijskog doba“ i Mekluanovog doba „automatizacije“ ili „kibernacije“, koje je u suprotnosti s „mehaničkim vremenom masovne reprodukcije“ koje bi predstavljalo „prvo medijsko doba“, podsetivši da kod Mekluana postoje još dva oblika društva: „plemensko“ zasnovano na govoru i „biblijsko“ zasnovano na alfabetu:

„Četiri vrste društva – plemensko, biblijsko, mehaničko i elektronsko – ne razvijaju se linearno, već svaka vrsta društva može obuhvatiti niz kvaliteta koja se nalaze u drugima. Štaviše, Mekluan ne predstavlja preteralan proces razvoja ovih revolucija. Tek u elektronskom dobu ono što on naziva razmera osećanja i senzorne ravnoteže koje pojedinci imaju u svom okruženju, ponovo postaje stabilno. To rezultira onim što on smatra „ponovnom tribalizacijom“ kulture, povratkom danima čulne stabilnosti zvuka, u međuvremenu izobličenih tehnološkim medijima pisma i štampe“ (Holmes, 2005, str. 69)

Holms se poziva i na drugi termin – „druga revolucija komunikacija“, koji je ponudio Jan van Dajk (Jan van Dijk), prema kojoj se „stariji mediji redeterminišu na dva ključna načina – kao interaktivni i kao digitalni“ (J. van Dijk, 1999, str. 9, prema Holmes, 2005, str. 65). S tim u vezi, J. van Dajk zaključuje da „međusobna povezanost procesa i rastuća uloga medijskih mreža rađa novi tip društva“, i predlaže naziv za njega – „mrežno društvo“ („network society“), nasuprot „masovnom društvu“ 20. veka (J. van Dijk, 1999, str. 23, prema Holmes, 2005, str. 82).

Aleksandar Luj Todorović u kontekstu ukupnog „pejzaža proširenih multimedija“ iz kojeg je „potpuno izbačen princip trijade informacija, zabave i obrazovanja“ (Todorović, 2016, str. 82), pruža pesimističku sliku novomedijskog društva:

„Suočen sa pola milijarde piksela, sa bukvalno svim bojama vidljivog spektra, sa bitno proširenom dinamikom slike, šizofreno raspolučen između dva ekrana, suočen sa doživljajem skoro virtuelne stvarnosti koju mu nudi na oči priljubljeni pametni telefon ili žična tačka zakrivljenog ekrana skoro dvometarske dijagonale, usamljeni potrošač, koji nema na šta da se osloni osim na nekaku podršku koju mu pruža neki virtualni surogat društvenog okruženja, postaje lak plen za sve vrste medijskog diskursa“ (Todorović, 2016, str. 91).

6.3.2. „Oslobodena“ publika

Kao što se može uočiti u prethodnom poglavlju, i utopijska očekivanja od interneta od strane teoretičara koji su u njemu videli prostor za ultimativnu duhovnu i intelektualnu revoluciju, i skeptični stavovi prema njegovim potencijalima za društveno osveščivanje, kao i formalniji pristup „novim medijima“ kao medijima kontinuiteta a ne fundamentalno novim medijima, zasnivaju se na tehnološkom iskoraku koji je internet doneo omogućivši fenomen interakcije. Prvi put u istoriji medija, publici je trenutno ponuđeno da bude u međusobnoj komunikaciji, u komunikaciji sa proizvođačem medijskog sadržaja, kao i da manipuliše distribuiranim sadržajem i da ga objavljuje.

Kako podvlači Dejan Petrović u odnosu na prethodne transmisione mehanizme posredovane komunikacije na daljinu, „specifičnost Interneta ogleda se u tome što je on omogućio novi tip direktne masovne društvene interakcije mnogih sa mnogima u bezbrojnim virtuelnim prostorima“, odnosno, internet nije samo komunikacioni kanal već postaje „prostor za društvenu interakciju“ (Petrović, 2012, str. 191). Cilj formiranja novih društvenih odnosa, prema rezultatima njegovog istraživanja koje je obuhvatilo internet korisnike u Srbiji, međutim, jeste upoznavanje vezano za potragu za različitim informacijama i druženje, odnosno uspostavljanje emotivnih ili seksualnih veza (Petrović, 2012, str. 314). Interaktivne mogućnosti interneta, dakle, najpre se koriste za individualne, lične interese, uglavnom u domenu privatnog polja.

Utopijska perspektiva imala je u vidu nešto drugo, interakciju kao sredstvo društvenog umrežavanja sa ciljem oslobađanja kreativnih i političkih potencijala pojedinca, u odnosu na njegovu pasivnu poziciju konzumenta dominantnih modela masovnih medija. Holms „teoriju interakcije“ „koja je izvedena iz „prenosnih“ naloga komunikacije“, vezuje za ideju da je „razvoj u sredstvima komunikacije u vezi sa moralnim napretkom“, dok sa druge strane „teorija integracije“ od kulture očekuje „angažovanost na različitim nivoima komunikacije“:

„Sociološka osnova integracione perspektive opire se tendenciji interakcijskog pristupa prema kojem se telo komunikacije posmatra kao transcendentalno jedinstvo, virtuelna zajednica ili globalno selo. Umesto toga, ideja svih integracionih perspektiva je da su na svakom od „nivoa“ društvene integracije, pojedinci istovremeno razdvojeni i objedinjeni. Arhitektura ovog razdvajanja i jedinstva i napetost koja postoji između nivoa određuje vrste zajednice i asocijacije koje su moguće unutar datih društvenih formacija“ (Holms, 2005, str. 164-165).

Oba ova pristupa u novom tehnološkom kontekstu korisničkih naloga, interakcioni i integracioni, podrazumevaju učešće korisnika u medijskom okruženju koje nije bilo moguće u primanju sadržaja „tradicionalnih“ medija. Shodno novoj tehnološkoj aparaturi upotrebe „novog medija“, koja podrazumeva selektivni pristup sadržanjima, „komandnu“ poziciju korisnika i interakciju, ili integraciju, u odnosu na razumevanje medija kao nosilaca centara moći, iz političke, socijalne i umetničke teorije, u teoriju o „informacionom društvu“, ulazi termin participativna kultura. Henri Dženkins (Henry Jenkins) u ovom terminu uočava „nameru da predstavlja suprotnost starijim pojmovima medijskih razmatranja“:

„U medijskom sistemu koji je u nastajanju, ono što bi tradicionalno moglo biti shvaćeno kao medijski producent ili konzument transformiše se u učesnike od kojih se očekuje da uzajamno deluju u skladu sa novim pravilima, koja niko od nas sasvim ne razume. Konvergencija se ne odvija među medijskim uređajima – koliko god oni sofisticirani bili. Konvergencija se odvija u glavama individualnih korisnika“ (Jenkins, 2006, prema Vučenović, 2016, str. 81).

Aron Delviš (Aaron Delwiche) i i Dženifer Henderson (Jennifer Jacobs Henderson), navode četiri faze razvoja participativne kulture u informatičkom okruženju (Delwiche & Henderson, 2013, prema Vučenović, str. 83):

1. „Prva faza 1985-1993 – informatička revolucija u kojoj se publici daje moć i aktivna uloga; prepoznaje se sposobnost publike da generiše sadržaje i manipuliše njime, kao i da učitava određena značenja.
2. Druga faza – umrežavanje i decentralizacija, i na tehničkom nivou i na nivou sadržaja.
3. Treća faza – do 2004. godine – pojava društvenih mreža i sve više programa koji na jednostavan način omogućavaju velikom broju ljudi da kreiraju i postavljaju svoje sadržaje na globalnu računarsku mrežu.
4. Četvrta faza – mobilne platforme prilagođene potrebama korisnika; novi oblici građanskog novinarstva; korisnik postaje medijski producent“.

Studije participativne kulture, Delviš i Henderson takođe dele na četiri razvojne faze, u odnosu na tehnološki progres:

1. 1985-1993. – začeci studija,
2. 1994-1998. – „buđenje sa vebom“,
3. 1999-2004. – „izdavaštvo na pritisak na dugme“ („push button publihing“),
4. 2005-2011. – „faza sveprisutnih konekcija“, sa pojavom Jutjuba (YouTube) i android telefona (Delwiche & Henderson, 2013, prema Vučenović, str. 83).

Nasuprot razumevanju participativne kulture koju karakteriše „negovanje i razvoj našeg učestvovanja u različitim sferama savremenog života“, određeni autori (Blank, Brown, Deuze, Ems, Lewis, McWilliams, Speer) kritički se odnose prema ovom pojmu, kao „tobožnjoj“ participativnoj kulturi u kojoj su korisnici „navodno slobodni da daju svoj doprinos“, ali samo pod uslovom da taj „doprinos bude usaglašen sa dominantnim društvenim strukturama moći“ (Blank i dr, 2013, prema Vučenović, 2016, str. 83).

Džerom Lenije (Jaron Lanier) tvrdi da su nove tehnologije „umesto da podstaknu i omoguće puno ostvarenje ljudskih potencijala“, proizvele „gušenje ljudskosti“ i dominantnu ideologiju u digitalnom svetu koju naziva, „kibernetski totalitarizam“, a do koje su dovela tri „promasaja“: stvaranje programa koji će na sebe preuzeti sve više zadataka od ljudi i koji će biti efikasniji, pametniji, kreativniji od ljudi, što za posledicu ima drugi „promasaj“ – stvaranje „gomile anonimnih pojedinaca“, koja dalje proizvodi treći „promasaj“ – „besplatnu kulturu“ kojoj nedostaje kreativnost i koja je u suštini retro kultura jer nastaje preslikavanjem već postojećeg (Lanier, 2010, prema Kleut, 2014, str. 261-262). Kako zaključuje Lenije, čim se programi ili platforme pretvore u prostore okupljanja gomila, „inovativnost nestaje i ovi prostori postaju konzervativna snaga“ (Lanier, 2005, str. 125, prema Kleut, 2014, str. 262).

U analizi ekspresivnih mogućnosti u virtuelnom okruženju, Jelena Kleut (2014) proverava u kojoj meri internet „opunomoćuje“ korisnike, u odnosu na dominantnu poziciju proizvođača i distributera masovnih medija. Na primeru tri portala – „Blic online“, „Wikipedia“ i „Youtube“, ona pokazuje da se softverskim i vizuelnim dizajnerskim rešenjima novih medija „projektuju „uzorni“ korisnici i višestruke pozicije iz kojih korisnici mogu da interpretiraju veb-interfejs i deluju“, koje mogu biti pasivne pozicije ili aktivnije pozicije komentatora i koproizvođača, ali su „uglavnom kontrolisane“ ili su „predmet softverske obrade“ (str. 279). To ne znači, naglašava Kleut, da u virtuelnom prostoru ne postoji sloboda interpretacije i delovanja, ali je njen zaključak da „ne postoji ništa imanentno mediju, njegovim metaporukama (interfejs) i porukama (multimodalni sadržaji) što bi ukazivalo na „osvajanje slobode“: „Ukoliko se ono i dešava, potrebno ga je tražiti u nekim drugim faktorima – demografiji interneta, motivaciji korisnika, prethodnim znanjima i kompetencijama“ (Kleut, 2014, str. 282). Softver, dakle, usmerava postupke korisnika, a samim tim i recepciju i eventualne odgovore na sadržaje, dok je interpretacija ograničena ponuđenim vizuelnim isticanjem određenih objekata na internet stranici.

Čarli Gir (Charlie Gere) pružio je dve digitalne perspektive: „sučeljavanje sve tešnje saradnje i sve većeg usitnjavanja“, odnosno „nove „participatorne kulture“ daleko veće saradnje i solidarnosti“

i „opasnost od stvaranja pandemonijuma sukobljenog medijskog šuma, samoisticanja i besmislene bestesne interakcije u sve usitnjenijem društvu” (Gir, 2011, str. 210). Prema njegovom mišljenju, prevazilaženje ova dva puta moguće je samo novim konceptima međuljudskih odnosa i novim shvatanjima zajednice (Gir, 2011, str. 210).

Ispitujući potencijale interakcije i participacije u digitalnim medijima za promenu diskursa rodni ideologija u srpskom društvu, došla sam do zaključka da ti potencijali nisu iskorišćeni, odnosno da publika ne provocira javni i medijski diskurs koji je rodno obeležen. U odnosu na mogućnosti participativnog učešća publike, smislene, angažovane interakcije i/ili efikasne integracije, koje će dovesti od osveščivanja i oslobađanja prorokovanih od strane „digitalnih utopista“, internet, „novi mediji“, nove tehnologije i onlajn-okruženje nude samo brže i kompleksnije tehničke alate za razmenu informacija i edukaciju. Ti alati su u medijskom okruženju kontrolisani sa ciljem održanja stabilnosti društvenih nejednakosti u diskursu, i ne otvaraju istinski slobodan prostor u kojem će se desiti promena svesti. Publika može biti osveščena samo razumevanjem medijskih kodova i konvencija koji su u digitalnom medijskom okruženju dodatno usložnjeni, čime je pojačana potreba za medijskom pismenošću.

Medijska pismenost prepoznata je kao nova pismenost savremenog doba, „koja nam pomaže da medije koristimo mudro, da kritički procenjujemo medijske sadržaje i procenjujemo njihove društvene efekte (Kellner & Share, 2005, str. 372, prema Filipović, 2012, str. 21): „Time se osnažujemo kao ličnosti i društvena bića i prestajemo da budemo pasivni i neselektivni recipijenti medijskih sadržaja. Time formiramo sopstvena kulturna značenja i bivamo osposobljeni da delamo na promeni materijalnih i kulturnih uslova društava u kojima živimo“ (Filipović, 2012, str. 21). UNESCO je još 1982. doneo Deklaraciju o obaveznom medijskom obrazovanju od predškolskog do univerzitetskog nivoa, dok je 2014. usvojena Pariska deklaracija o medijskoj i informacionoj pismenosti u digitalnom dobu (Paris Declaration on Media and Information Literacy in the Digital Era, 2014).

6.3.3. Šta novi mediji nisu, a šta jesu

Fenomen interaktivnosti u kojem je prepoznat ogroman potencijal osveščivanja i oslobađanja ljudi, kao i u integrativnom pristupu i očekivanjima političke, socijalne i kulturološke participacije na osnovu datih tehničkih okvira, Lev Manovič (Lev Manovich) proglašava mitom proizašlim iz potrebe za „opredmećivanjem duha“, i definiše ga kao „sredstvo manipulacije“ (Manovič, 2015). Interaktivnost posmatra i iz ugla recepcije, ali i iz medijacentričnog, tačnije, tehničkog ugla, obuhvatajući vizuelne medije u širem smislu: „Savremeni interfejsi čovek-računar po definiciji su interaktivni“ (Manovič, 2015, str. 97), odnosno, struktura interaktivnih veza je „objektivno postojeća“, a „bukvalno tumačenje interaktivnosti samo je poslednji primer šire savremene tendencije ispoljavanja eksteriorizacije duhovnog života“ (Manovič, 2015, str. 99).

Sintagmom „poslednji primer šire savremene tendencije“ Manovič sugerise da navedena tumačenja „novih medija“ proizilaze iz kontinuiteta koji je utvrđen u do tada postojećim teorijama o vizuelnim medijima kao što su fotografija i film, a koja pronalazi i u modernim psihološkim teorijama o mišljenju, koje, kako kaže, „stalno izjednačavaju duhovne procese sa stvarnim, tehnološki generisanim vizuelnim oblicima“:

„Stalno ponavljanje tvrdnje da će tehnologije novih medija opredmetiti i dati vidljiv oblik rasuđivanju i da će moći da se upotrebe da se ono uveća i kontroliše, zasnovane su na

pretpostavci sličnosti koja postoji između duhovnih predstava i operacija sa stvarnim vizuelnim efektima kao što su pretapanja, kompozitne slike i izmontirane sekvence“ (Manović, 2015, str. 101)

„Moderna želja davanja određenog oblika duhu“ u vezi je sa „potrebom za standardizacijom“ koja se odnosi i na unutrašnje, privatne procese i „njihovo izjednačavanje sa stvarnim vizuelnim oblicima koji se mogu manipulirati, masovno proizvoditi i kao takvi standardizovati“: „Privatno i pojedinačno pretvara se u javno i kao takvo dovodi se u red“ (Manović, 2015, str. 102). Principom hiperveza, i principom interaktivnosti dakle, „duhovni procesi razmišljanja, rešavanja problema, podsećanja i asocijacija sada su oblikovani, izjednačeni sa praćenjem veze, prelaskom na sledeću stranu, biranjem nove slike ili nove scene“ (Manović, 2015, str. 102).

Manović pravi poređenje – kao što smo nekad posmatrajući sliku ili tekst, tražili u sebi dalje asocijacije, sada računar od nas „traži“ da kliknemo na neku drugu sliku ili osvetljenu rečenicu: „Ukratko, od nas se traži da pratimo preprogramirane stvarno postojeće asocijacije“ (Manović, 2015, str. 103). Isto tako funkcioniše i „princip poistovećivanja i žudnje“ – koji se ranije odnosio na telo filmske zvezde na primer, dok „interaktivni mediji traže od nas da se poistovetimo sa mentalnim ustrojstvom nekog drugog“, da pratimo „mentalnu putanju projektanta novih medija“ (Manović, 2015, str. 103). Ovakav koncept Manović smatra osavremenjenom verzijom koncepta „interpelacije“ francuskog filozofa Luja Altisera: „od nas se traži da prihvatimo ustrojstvo nečijeg duha kao naše“ (Althusser, 1971, prema Manović, 2015, str. 103).

Interakcija kao imanentno tehnološko svojstvo novih medija, dakle, nije sredstvo oslobađanja čoveka – takvo tumačenje je mit, tvrdi Manović. Naprotiv, interakcija je mehanizam koji omogućava uspostavljanje istih onih dominantnih pozicija koje su postojale i u medijima pre informatičkog doba, kreiranjem „iluzije o moćnom korisniku“: „U stvari, korisnik je postavljen u mnogo moćniji položaj no ikada pre toga i sada „dekonstruiše“ oglase, novinske izveštaje o skandalima i druge tradicionalne interaktivne medije. Korisnik veruje iluziji upravo stoga što mu je dato da je kontroliše“ (Manović, 2015, str. 254-255).

I u tumačenju digitalnog svojstva medija kao izvora njihovih ogromnih društvenih i kreativnih potencijala Manović takođe vidi mit, budući da „dok teorijski računarska tehnologija podrazumeva besprekorne kopije podataka, njena upotreba u savremenom društvu obeležena je gubitkom podataka, degradacijom i šumom“ (Manović, 2015, str. 97).

„Nove medije“ Manović vidi kao „rezultat spajanja dva odvojena istorijska puta: računarstva i medijskih tehnologija“, čije začetke ukršta u 1830. godini, sa Bebidžovom (Charles Babbage) analitičkom mašinom i Dagerovom (Luj Dager) dagerotipijom, a potom prati njihov paralelni razvoj do nastanka novih medija „pretvaranjem postojećih podataka u numeričke podatke pomoću računara“ (Manović, 2015, str. 62). Predstavljajuće specifičnosti „novih medija“ u odnosu na komunikaciju sastoje se u tome što „stavljajući u prvi plan značaj međuljudskih telekomunikacija i telekulturnih oblika koji ne proizvode nikakve stvari“, nas „primoravaju da iznova razmotrimo tradicionalni odnos kulture i stvari“, dok u odnosu na informaciju imaju dva suprotstavljena cilja – „utopiti korisnike u izmišljeni fiktivni svet sličan tradicionalnoj fikciji i pružiti im efikasni pristup nizu informacija“ (Manović, 2015, str. 59).

U suštini, Manović dopušta problematizaciju terminološke odrednice „novi mediji“ koja implicira ključne razlike u odnosu na „stare medije“, povlačeći paralele koje potvrđuju ideju o kontinuitetu u okviru sopstvenog koncepta „informacione kulture“ koja obuhvata i saobraćajne znake i ekrane na stanicama i opreme knjiga i časopisa i interfejse automobila... (Manović, 2015, str. 55). Tačke razlika su pre svega u tehničkim mogućnostima i zahtevima: „Iako su, s jedne strane, novi mediji još jedna vrsta medija, s druge, oni su jednostavno poseban oblik računarskih podataka, nešto što je pohranjeno u datotekama, preuzeto i sređeno, obrađeno algoritmima i ispisano na izlaznom uređaju“ (Manović, 2015, str. 89).

Za „vizuelnu kulturu računarskog doba“ Manović sumira da je „kinematografska po svom izgledu, digitalna na nivou materijala i računarska (to jest pokretana softverom) po svojoj logici“ (Manović, 2015, str. 225). Sa ciljem da definiše principe novih medija, Manović se ne usmerava na „poznate kategorije kao što su interaktivnost i hipermediji“, već predlaže novi spisak (Manović, 2015, str. 62-88):

1. „Numerička predstava“

„Stvar novih medija“ (koristi izraz stvar umesto proizvod, umetničko delo, interaktivni mediji...) može se opisati formalno (matematički), može se obrađivati algoritmima; „medij se sada može programirati“.

2. „Modularnost“

„Stvar novih medija“ ima uvek istu modularnu strukturu – medijski elementi, kao što su zvuk, slike, oblici ili ponašanja, predstavljeni su kao „diskretni odmeri“ (pikseli, poligoni, vokseli, karakteri, scenariji), koji mogu biti objedinjeni u veće stvari, ali i dalje zadržavaju svoje posebne identitete; za ovaj princip Manović kaže da bi se mogao nazvati „fraktalna struktura novih medija“.

3. „Automatizacija“

Numerički i modularni princip omogućuju da se „automatizuju mnoge operacije u procesu stvaranja, manipulacije i pristupa novim medijima“, pa se, samim tim, „iz stvaralačkog procesa može, bar delimično, isključiti ljudska namera“. U tom smislu Manović govori o „drugoj fazi medijskog društva koje je sada podjednako zaokupljeno pristupanjem i ponovnim korišćenjem postojećih medijskih stvari i stvaranjem novih“ (Manović, 2015, str. 77).

4. „Promenljivost“

„Stvar novih medija“ nije zauvek utvrđena i nepromenljiva i može postojati u različitim, „beskrajnim verzijama“; time kulturnu industriju postavlja „ispred svih drugih industrija“, budući da „logika novih medija odgovara postindustrijskoj logici „proizvodnje po narudžbini“ i logici isporuke „tačno na vreme“, koje su postale moguće zahvaljujući korišćenju računara i računarskih mreža u svim fazama proizvodnje i distribucije“ (Manović, 2015, str. 78).

Kao posebne slučajeve principa promenljivosti navodi:

- „preuzimanje iz medijske baze podataka kako bi se za krajnje korisnike unapred ili „na zahtev“ proizveli brojni objekti različitih oblika, sadržaja i rezolucija;
- razdvajanje nivoa „sadržaja“ i interfejsa; sa istim podacima može se stvoriti niz različitih interfejsa;
- automatsko prilagođavanje sastava medija, kao i stvaranja elemenata na osnovu podataka o korisniku;
- „interaktivnost sa grananjem“: „multimedijalni sastojci dokumenta povezuju se hipervezama“;
- „periodično ažuriranje; proizvodnja različitih verzija iste medijske stvari“ (Manović, 2015, str. 79-80).

„U postindustrijskom društvu svaki građanin može da izgradi svoj sopstveni stil života i da „izabere“ svoju ideologiju iz velikog (mada ne beskonačnog) broja ponuda. Umesto da gura iste stvari/informacije masovnom auditorijumu, tržišni stručnjaci sada pokušavaju da ciljaju pojedinačne osobe“ (Manović, 2015, str. 83).

5. Transkodiranje

„Novi mediji“ se sastoje od „kulturnog sloja“ i „računarskog sloja“; „sve ono što bi se moglo nazvati računarskom ontologijom, epistemologijom i pragmatikom – deluje na kulturni sloj novih medija, njegovu organizaciju, njegove nove žanrove, njegove sadržaje“ (Manović, 2015, str. 88).

Manović utvrđuje svoje viđenje novih medija kao deo jedne iste vizuelne kulture „predstavljajčkih uređaja“, kojoj pripadaju i film, televizija, slikarstvo..., pozivajući se na Bartov „Organon predstavljanja“ iz 1973, u kojem su postavljena dva „predstavljajčka“ temelja: „suverenost čina isecanja (dekupaž) i jedinstvo subjekta...“ (Barthes, 1977, str. 69-70, prema Manović, 2015, str. 145). Koncept prema kojem je „stvarnost isečena pravougaonikom ekrana“ – „sve što ga okružuje

prognano je u ništavilo“, a „sve ono što je primljeno unutar njegovog polja unapređeno je u suštinu, u svetlost, u pogled“, Manovič vidi kao „čin presecanja stvarnosti na znak i ništavilo“ koji „udvostručava posmatrača“. Posmatrač sada postoji „u poznatom fizičkom prostoru sopstvenog tela i u virtuelnom prostoru slike unutar ekrana“ (Manovič, 2015, str. 146). Manovič ističe da ta podela „postaje očigledna sa virtuelnom stvarnošću“, ali da je već postojala u svim dioptričkim umetnostima (Manovič, 2015, str. 146).

Iako novi mediji „prate semiološki poredak dvadesetog veka – poredak filma“ u „jezičkom građenju sekvenci“, ključni preokret koji donose nalazi se u njihovoj strukturnoj organizaciji, primećuje Manovič (2015, str. 276). On se oslanja na semiološku teoriju sintagme i paradigme koju je uspostavio Ferdinand de Saussure, a razvili Bart i drugi semiotičari primenjujući je i na druge sisteme znakova, kao što su moda, hrana... Manovič konstatuje da je prema tim teorijama „baza podataka mogućnosti iz kojih je načinjen narativ (paradigma) implicitna, dok je sam narativ (sintagma) eksplicitan“ (Manovič, 2015, str. 275). Novi mediji „obruć taj odnos“: „Bazi podataka (paradigmi) dato je materijalno postojanje, dok je narativ (sintagma) dematerijalizovan. Paradigma dobija prednost, dok je sintagma potisnuta. Paradigma je realna a sintagma virtuelna“ (Manovič, 2015, str. 275). Principe „novih medija“ kao i strukturnu organizaciju koje je postavio Manovič usvajam u analizama u ovom radu.

„Interaktivni interfejsi stavljaju u prvi plan paradigmatiku dimenziju i često čine očiglednim paradigmatike skupove. Međutim, oni su i dalje organizovani na sintagmatski način. Iako korisnik bira na svakom novom ekranu, krajnji rezultat jeste linearna sekvenca ekrana koju je on pratio. To je klasičan sintagmatski doživljaj“ (Manovič, 2015, str. 276).

Određene razlike u korisničkom doživljaju proističu iz nove mogućnosti „krstarenja“ različitim sadržajima, gde takođe uočava tehnološki uticaj:

„Ako je subjekt modernog društva tražio zaklon od haosa stvarnog sveta u stabilnosti i ravnoteži statične kompozicije jedne slike, a kasnije i filmske slike, subjekt informatičkog doba nalazi mir u saznanju da može jednostavnim pritiskom na miša da klizne u beskrajne prostore podataka, da pronade bilo koji komadić informacije, da hita kroz sisteme datoteka i mreža. Njega ne smiruje ravnoteža oblika i boja, već raznovrsnost operacija rukovanja podacima koja mu stoji na raspolaganju“ (Manovič, 2015, str. 318-319).

Manovič, dakle, sagledava kontinuitet u istoriji razvoja medija, pre svega u njihovim predstavljačkim logikama i nepoljuljanom ideološkom delovanju i stabilnim pozicijama moći, sa računarskom obradom koja utiče na određene elemente „stvari medija“ čineći ih novim (Manovič, 2015, str. 377). Međutim, on priznaje i doprinos informatičkog upliva u pretvaranju celokupne kulture u „otvoreni kod“: „Ovo otvaranje tehnika kulture, konvencija, oblika i koncepata bez sumnje je najizgledniji kulturni efekat prelaska na računare – mogućnost da se svet i ljudska bića iznova sagledaju na način koji nije bio dostupan „čoveku s filmskom kamerom““ (Manovič, 2015, str. 377).

7. Kompjuterski posredovani diskurs

Sa razvojem okruženja Veb 2.0, platformi koje „pripajaju sadržaje koje generiše korisnik i društvenu interakciju, često uz ili kao odgovor na strukture i/ili (multimedijalni) sadržaj koji pružaju same veb lokacije“, u teoriju se uvodi i „diskurs 2.0“ koji obuhvata nove vrste sadržaja, „ažuriranje statusa, tagovanje, izmene na vikiju (wikipedia)“ (Herring & Androutsopoulos, 2015, str. 130). U okviru šireg interdisciplinarnog proučavanja komunikacije posredovane računarom (Computer Mediated Communication – CMC) sa fokusom na upotrebi jezika i korišćenjem metoda analize diskursa, razvijaju se i studije kompjuterski posredovanog diskursa (Computer Mediated Discourse – CMD), koje proučavaju komunikaciju ljudi prenošenjem poruka putem digitalnih uređaja (Herring & Androutsopoulos, 2015, str. 127).

Istraživanje kompjuterski posredovanog diskursa kao društvene prakse započelo je analizom kompjuterski posredovanih interakcija i zajednica tokom 1990-ih (Baim, Cherni), posebno podstaknuto delom Ketlin Ferare, Hansa Brunera i Grega Vajmora (Kathleen Ferrara, Hans Brunner & Greg Whittemore) – *Interaktivni pisani diskurs kao žanr u nastajanju (Interactive Written Discourse as an Emergent Register)* iz 1991, i konsolidovalo se 2000-ih kao „drugi talas“ u lingvističkim internet studijama (Androutsopoulos), uporedo sa širim okretanjem jezičkim praksama u socijalno orijentisanjoj lingvistici (Herring & Androutsopoulos, 2015, str. 138).

Kako sistematizuju Suzan Hering i Dženis Androcopulos (Susan C. Herring & Jannis Androutsopoulos), ove studije razvijale su se kroz četiri pristupa: izučavajući kompjuterski posredovane diskurse kao modalitete, kao pojedinačne modove/žanrove, kao skupove karakteristika koji presecaju moduse, i u odnosu na njihove oflajn i onlajn prethodnike (Herring & Androutsopoulos, 2015, str. 128). Fenomene diskursa u okruženju Veb 2.0 klasifikuju u odnosu na njihove antecedente (ili nedostatak antecedenta):

- „poznati kompjuterski posredovani diskursi“ – fenomeni poznatih CMD modova, kao što su e-pošta i „čet“, prenose se u Veb 2.0 okruženje sa minimalnim razlikama uključujući nestandardnu tipografiju i ortografiju, prebacivanje koda, razlike u polovima i prevare e-pošte;
- „rekonfigurisani kompjuterski posredovani diskursi“ – CMD fenomeni koji se prilagođavaju i rekonfiguriraju u okruženju Veb 2.0 uključuju ažuriranja ličnog statusa i citiranje/retvitovanje koje ima internetske prethodnike koji se mogu pratiti;
- „kompjuterski posredovani diskursi u nastajanju“ – novi ili fenomeni u nastajanju koji nisu postojali pre ere Veb 2.0 uključuju „dinamički kolaborativni diskurs“ koji se odvija na „vikijima“, zajedno sa razgovornim video razmenama i uopšte multimodalnim razgovorima (Herring & Androutsopoulos, 2015, str. 131).

Karakteristično za savremeni kompjuterski posredovani diskurs je da „pokazuje visok stepen međusobne penetracije sa reprezentacijama i diskursima masovnih medija i orijentiše se na prakse medijskog angažovanja dok ljudi koriste onlajn-tekst i razgovaraju kako bi komentarisali i pratili medijske spektakle (Herring & Androutsopoulos, 2015, str. 141).

Kako navode Šeri Kendal i Debra Tenen (Shari Kendall & Deborah Tannen) među prvima koji su izučavali komunikaciju posredovanu računarom bili su istraživači i istraživačice iz oblasti jezika i roda među kojima su najznačajniji radovi Suzan Hering (Susan Herring) (Kendall & Tannen, 2015, str. 652). One izdvajaju rad Hering i Sterger (Susan Herring & Sharon Stoerger) u kojem

rezimiranjem nalaza ranih istraživanja diskusija i grupa, razmatranjem količine razgovora i stavova koje muškarci i žene zauzimaju u odnosu na svoje sagovornike, primećuju da su žene težile da objavljuju kraće poruke, da se češće „kvalifikuju i opravdavaju svoje tvrdnje, izvinjavaju se, izražavaju poštovanje, podržavaju druge i uopšte, zauzimaju „usklađen“ stav prema svojim sagovornicima“ (Herring & Stoerger, 2014, str. 570, prema Kendall & Tannen, 2015, str. 652). Nasuprot tome, muškarci su skloni da objavljuju relativno duže poruke, veća je verovatnoća da će „započeti i zatvoriti raspravu u mešovitim polnim grupama, snažno tvrditi da su njihova mišljenja „činjenice“, izazivati druge, koristiti grub jezik (uključujući uvrede i bahatost) i generalno zauzimati suprotstavljeni stav prema svojim sagovornicima” (Herring & Stoerger, 2014, str. 570, prema Kendall & Tannen, 2015, str. 652).

U tom smislu, kako sugerišu Kendal i Tenen ove studije imaju i ulogu zatvaranja kruga u feminističkim istraživanjima roda i jezika, koje ću predstaviti u narednom poglavlju, vraćajući se konstruktivističkom okviru „sa uočenim obrascima ponavljanja i prilagođavanja obrazaca dokumentovanih u govornoj interakciji“:

„Prepoznata je aktivnost pojedinaca u kreiranju rodnog identiteta, uključujući mogućnosti odupiranja i odstupanja od sociokulturnih normi u jezičkom ponašanju. Ali takođe prepoznata su i sociokulturna ograničenja unutar kojih pojedinci donose svoje jezičke izbore i uticaj tih ograničenja, bez obzira na to da li su ih se pridržavali ili od kojih su odstupili“ (Kendall & Tannen, 2015, str. 654).

Sa rodnog aspekta uočena je „internet dominacija muškaraca“ kao „izvanredna povezanost sa istraživanjima rađenim o načinu na koji muškarci i žene komuniciraju u stvarnom životu, gde muškarci takođe više govore i prekidaju druge, naročito žene“ (Spender, 1995, str. 193, prema de Preez, 2009, str. 88). Kako ističe Amanda du Priz (Amanda du Preez), na internetu je uspostavljena rodna hijerarhija:

„Usled rasprostranjenosti rodne hijerarhije i pristrasnosti na Internetu, šanse da se žene „čuju“ na mreži izgledaju još manje nego u stvarnom životu. Čak i većim uključivanjem na Internet kroz „blogovanje“, čini se da stare hijerarhije ostaju netaknute... Posebno one žene koje su se usudile da „govore“, umesto da samo tiho posmatraju, bile su izložene „vatri“ u ratovima reči koja bi uništila i najsamouverenije sajber-karaktere“ (du Preez, 2009, str. 89-90).

Kompjuterski posredovana komunikacija, odnosno analiza kompjuterski posredovanog diskursa, kao i kritička analiza diskursa i analiza multimodalnog diskursa, među dominantnim su pristupima istraživanjima medija i roda u savremenim interdisciplinarnim izučavanjima koji polaze od ideološki obeleženih diskursa u kojima se traga za transponovanjem i održanjem odnosa moći i društvenih nejednakosti, posebno sa pozicija kritičke sociolingvistike, ali i sociologije, antropologije, odnosno medijskih i rodnih studija.

8. Rodne (ne)osetljivosti

Pre nego što će biološku kategoriju pola zameniti kategorija roda kao socijalno konstruisana, koja će se odnositi i na rodne identitete u širem kontekstu od bioloških odrednica, pitanja koja su u nauci postavljena radi definisanja pozicije žene u društvu, podrazumevala su odnos prema muškim pozicijama, kao početnim, dominantnim, vladajućim, „jačim“, normativnim, „prvim“, aktivnim i samim tim, javnim. I u političkom delovanju, borba za jednaka prava (pravo na plaćeni rad, imovinu, glasačko pravo), odnosila se zapravo na ona prava koja su muškarci već imali.

U naučno-istraživačkim pokretima tumačenja simboličke slike žene kretala su se u okvirima *razlike* u odnosu na sliku muškarca, uglavnom preispitivanjima stereotipizacije učvršćene mitom, predanjem, patrijarhalnim uređenjem, religijskim ustrojstvom, a potom i naučnim i medijskim predstavama, koje su ženu vezivale za privatnu sferu, objekat koji pripada muškarcu, nemoć, „drugost“, ili prirodu u odnosu na kulturu, tradiciju u odnosu na progres, telo u odnosu na superiornost duha i intelekta. Novi biologizam u suptilnijem tonu, ali sa istih pozicija, insistira na *razlici* koja se zasniva na prirodno datim ulogama prema fiziološkim i hormonskim dominantnim sastavima ljudskih tela moćnijih ili nemoćnijih u određenim sferama, a koja se opet svodi na razliku između javnih i privatnih kompetencija.

Bilo da su se određivali prema „jezičkim osobenostima“ u poimanju suprotstavljenosti muškog i ženskog principa, ili su tumačenja zasnivali na ponašanjima, odnosno pravilima i zabranama koja su vladala u određenim zajednicama i društvima, a na kraju i u savremenom, ponovnom vraćanju biološkim osnovama razlika, tekstovi koji su sadržali teme rodne, odnosno polne dihotomije, i to ne samo naučni, već i administrativni, umetnički, narodni, medijski, pozivali su i na tumačenje jezičkog porekla i jezičku analizu takve dihotomije. Jer, ako kažemo – sve je u jeziku, čovek naročito, pa i žena... poslednji deo (dopunski, ironični) te konstatacije povlači sa sobom upravo pitanje (ne)celovitosti pojma „žena“ u opštoj odrednici „čovek“ zajedno sa njegovom (i njenom?) suštinskom osobenošću da saznaje i komunicira putem jezika.

8.1. Razvojne faze feminističke lingvistike

Feministička lingvistika razvija se kroz tri istorijske glavne faze, ili „talase“, počev od 70-ih godina 20. veka, sa pretečama, odnosno inspiratorima ne samo u lingvistici i sociolingvistici, već i u psihologiji, filozofiji, antropologiji... Kako ističe Tatjana Pišković, začeci ove naučne oblasti su u antropološkim i etnografskim radovima o rodnim razlikama u jeziku, iz druge polovine 19. i prve polovine 20. veka (Pišković, 2016, str. 148). Ona ukazuje da je koncept rodne jezičke diferencijacije uspostavljen proučavanjima jezika koji ne pripadaju indoevropskoj porodici (Hall, 2003, str. 355, 360, prema Pišković, 2016, str. 148), koja registruju dihotomiju norme u muškom jeziku i devijacije

u ženskom jeziku, odnosno diferenciranost između „rodno povlaštenoga i rodno ekskluzivnoga jezika“:

„Muški i ženski jezik opisuju se kao odvojeni jezici, što se povezuje s rigidno podijeljenim društvenim rodним ulogama, a prelazak govornika na jezični kod suprotnoga spola doživljava se kao promjena spola... Takvo se rodno stratificiranje jezika često drži dokazom da su u „primitivnih“ neeuropskih naroda muškarci i žene shvaćeni kao različite kategorije ljudskih bića, pri čemu su muškarci superiorna, a žene inferiorna bića“ (Pišković, 2016, str. 148).

Pišković vidi problematičnim ne samo proglašavanje muškoga jezika normom, već i razumevanje neevropskih jezika „primitivnim“ i „arhaičnim“ u odnosu na „civilizovani“ i „moderni“ jezik kao što je engleski, što se, kako upućuje, posebno vidi u Jespersenovom (Otto Jespersen) radu (Pišković, 2016, str. 149). Ona napominje i da Oto Jespersen ima i „pomalo nečasnu pionirsku ulogu u apliciranju spomenute dihotomije između normativnoga muškoga i devijantnoga ženskog jezika na suvremene europske jezike i to ponajprije na engleski“, u knjizi iz 1922. godine *Language. Its nature, development and origin* (u poglavlju *The woman*):

„Ženski se jezik u tom svjetlu prikazuje kao nešto čudno (engl. peculiar), abnormalno, obilježeno, kao nešto što odstupa od norme. Neke Jespersenove usporedbe muškoga i ženskoga jezika toliko su neukusne da ih se i ne može shvatiti ozbiljno. On naime tvrdi sljedeće: da su muškarci „obnovitelji jezika i pokretači jezičnih promjena“ jer izbjegavaju svakodnevnne i banalne riječi te stalno tragaju za novim riječima; da je ženski vokabular „siromašniji“ od muškoga, pa pri učenju stranoga jezika valja najprije čitati mnogo ženskih romana i tek na naprednijemu stupnju učenja posegnuti za tekstovima muškaraca; da žene često ne završavaju rečenice jer počnu govoriti, a da ne znaju što zapravo žele reći; da žene doduše čitaju brže nego muškarci, ali da to nema nikakve veze s inteligencijom; da žene govore više nego muškarci jer im je rječnik siromašniji, pa moraju govoriti više da bi objasnile ono što muškarci kažu puno sažetije; da je razlog jezične inferiornosti žena činjenica da su vezane za domaćinstvo, što ne zahtijeva nikakve dublje misli itd.“ (Jespersen, 1954, str. 247 – 254, prema Pišković, 2016, str. 149).

Ovako sagledane razlike biće polazne zapitanosti u proučavanjima odnosa jezika i pola u prvoj fazi feminističke lingvistike, održaće se i u kasnijim feminističkim istraživanjima, ali će dobiti i potvrdu u novom biologizmu. Pišković zaključuje da iako su i one feminiskinje koje su prihvatale teoriju prema kojoj društvena dominacija muškaraca proizilazi i ogleda se u njihovoj jezičkoj dominaciji, ukazivale na „neprihvatljivost dihotomije između muškog i ženskog jezika uspostavljene u pretfeminističkoj tradiciji“, zapravo su zadržavanjem takvih postavki produbljivale ideju o asimetriji:

„Traženjem potvrda za to da je „ženino mjesto“ u privatnoj sferi, daleko od muške javne sfere gdje su moć, autoritet i pravo na odlučivanje, te da iz takve društvene podjele rada i moći proizlaze različiti načini uporabe jezika nimalo ne doprinose dekonstruiranju ozloglašene dihotomije“ (Pišković, 2016, str. 149).

Poenta je, dakle, da se utvrđivanjem dominacije muškaraca u jeziku i pomoću jezika, ne rešava uviđeni problem, te da se samo prikupljaju dokazi za opravdanost takve njihove pozicije. Ali, dodala bih, na ovaj način otkrivaju se mehanizmi te dominacije, što jeste bilo ključno za period u kojem se tek pojavila nauka koja će se time baviti, a potrebno je i danas, budući da se osveščivanje o fenomenu, poreklu i posledicama jezičke dominacije, još nije dogodilo, ne samo na polju roda, već i etniciteta, ekonomskih klasa, a posebno u kontekstu potrošačkog društva. Nauka je možda i načinila pomake, ali su u društvu samo prepakovani stari obrasci uz jeftine kompenzacije. Što ne znači da se ne slažem sa Pišković, jer smatram da održanju dihotomije jeste doprinelo i večno ponavljanje o specifičnosti ženskog jezika (i ženske čudi), koja na taj način preživljava i u dominantnim diskursima, javnom i medijskom, kako ću i pokazati u analizama „ženskih“ digitalnih medija na srpskom jeziku koji su

praktično ispisani na „ženskom“ jeziku kako su ga opisivali istraživači istraživačice u prvim fazama razvoja feminističke lingvistike.

Prvom lingvističkom studijom koja „na sistematičan, analitičan i kritički način proučava odnos jezika i roda“ smatra se knjiga *Jezik i mesto žene (Language and Woman's Place)* Robin Lejkof (Robin Lakoff) objavljena 1975. godine (Filipović, 2011, str. 2). Takođe, ona „otvara kompletno novo interdisciplinarno polje istraživanja pod imenom “rodne studije” (engl. „gender studies“) koje kombinuju teorijske postulate i metodološke postupke antropologije, komunikologije, psihologije, sociologije, sociolingvistike i drugih disciplina (Bucholtz, 2004, str. 3, prema Filipović, 2011, str. 410). Prema rečima Pišković (2016, str. 149), „pionirski tekst feminističke lingvistike“, potvrdio je dotadašnje „perpetuiranje polarizirana shvaćanja roda u jeziku“ koje će nastaviti da se održava i sa daljim razvojem istraživanja odnosa jezika, roda i marginalizovanosti. Lejkof je zapravo definisala jezičke rodne ideologije koje se do danas sprovede u javnom i medijskom diskursu:

„Žene doživljavaju lingvističku diskriminaciju na dva načina: na način na koji su naučene da uče jezik i na način na koji ih generalna upotreba jezika tretira. Oba služe da potisnu žene na podređene funkcije: na seksualne objekte ili na služavke; i zato određene stavke znače jednu stvar kada se odnose na muškarce a drugu kada se odnose na žene, to su različitosti koje se ne bi mogle predvideti osim sa referencama na različite uloge koje polovi imaju u društvu“ (Lakoff, 1973, str. 46).

Teza o dvostrukoj lingvističkoj potlačenosti žena koja nosi težinu njihove stvarne društvene pozicije, kao polazište i kao posledica, otvorila je i nove pravce u kulturološkim i sociolingvističkim studijama, i iako je preispitana i donekle potisnuta kasnijim zaključcima tokom razvoja rodnih studija, i danas predstavlja sublimaciju procesa održanja muške dominacije pomoću jezičke ideologije, dugog više hiljada godina, ali i formiranja identiteta žene kao slabijeg i nepotpunog, gubitničkog pola. Žene su, primetila je Lejkof, dvostruko sputane: ne mogu biti i dobra žena i dobra osoba: ako govore „ženski jezik“, vide se kao slabe i neefikasne, ali ako to ne čine, na njih se gleda kao na neženstvene i time nedopadljive (Lakoff, 1975, prema Kendall & Tannen, 2015, str. 640).

I Ferklaf, koji će uticati na formiranje feminističke kritičke analize diskursa, uočiće ovaj paradoks analizirajući fenomen „Tačerezma“ – diskurs o ženama koje su postigle visoke pozicije u politici, profesiji, industriji:

„One su proklete ako se ponašaju kao muškarci, u smislu da muško ponašanje poziva na nipodaštavanje žene, optužbe da nije ženstvena. One su proklete ako se ne ponašaju tako, u smislu da su te pozicije prihvaćene samo ako se nosioci ponašaju onako kako su se uvek ponašali. Pošto su takve pozicije tradicionalno masovno pripadale muškarcima, sa retkim izuzecima, to znači na muški način“ (Fairclough, 1989, str. 182).

U srpskom jeziku, ovaj fenomen približavanja ženske figure u javnom prostoru muškim modelima kao uzornim, transparentan je u insistiranju na upotrebi imenica muškog roda za prestižne profesije i kada ih obavljaju žene, budući da su tradicionalno pripadale muškarcima, kao što su doktor, profesor, naučnik, predsednik, dekan: „Čak i kada žena dobije prostor u „javnom“ svetlu, od nje se implicitno očekuje da postane član “muškog” društva i identifikuje se muškim gramatičkim rodnom imenice kako se ne bi “izdvajala” i razlikovala od svojih kolega“ (Filipović, 2011, str. 414). Filipović napominje da se argumentacija za takve gramatičke izbore kreće se „od tvrdnje da gramatički muški rod ima neutralno značenje, do subjektivnih opravdanja da imenica za datu profesiju, u gramatičkom ženskom rodu, ne zvuči „lepo“ (Filipović, 2009, str. 135-141). U svom istraživanju proveravam kako se medijski diskurs opredeljuje za gramatički rod imenica premijer/premijerka, mandatar/mandatarka, kandidat/kandidatkinja, predsednik/predsednica (Vlade), u odnosu na činjenicu da žena prvi put u istoriji Srbije stupa na premijersku funkciju, ali i imenica ministar/ministarka, član/članica (Vlade) u odnosu na dužu političku praksu u kojoj žene zauzimaju te funkcije.

Teoriju „dominacije“ koja je sa radom Lejkof obeležila prvu fazu istraživanja odnosa jezika i roda 70-ih godina prošlog veka, zamenice deceniju kasnije teorija „različitosti“ ili „model dve kulture“, odbacivanjem čvrstih postavki dominantno/podređenih odnosa u jeziku i utvrđivanjem *razlika* kao bazične lingvističke odlike roda, pri čemu se u teoriji razdvajaju kategorija biološkog pola socijalno konstruisane kategorije roda. U trećoj fazi istraživanja u okviru teorije „performativnosti“ rod se određuje kao dinamična kategorija koja se razvija, „kreira i rekreira tokom čitavog života“ pomoću jezika kao jednog „od ključnih sredstava za predstavljanje tog identiteta u različitim domenima ljudske komunikacije u zajednici“ (Filipović, 2018, str. 194). Istovremeno, razvija se teorija zasnovana na istraživanjima rodno-jezičkih varijacija u okviru koncepta „delatne zajednice“ (engl. „community of practice“). Savremene feminističke kritičke orijentacije koje u fokusu imaju rodne ideologije kombinuju ostvarene teorijske pomake, dok u okviru studija kritičke analize diskursa jača feministički „ogranak“ KAD.

8.1.1. Teorija dominacije

Šeri Kendal i Debra Tenen (Shari Kendall & Deborah Tannen) kao ključnu godinu za pokretanje područja istraživanja jezika i roda proglašavaju 1975. kada su se pojavila, kako ističu „pionirska dela“ u ovoj oblasti tokom feminističkog pokreta drugog talasa 1970-ih, dovođenjem u pitanje identifikacije muških normi kao opštih ljudskih normi i biološke determinisanosti ženskog i muškog ponašanja (Kendall & Tannen, 2015, str. 640). Te godine objavljene su tri knjige značajne za potonja istraživanja: *Language and Woman's Place* (prvi deo pojavio se u časopisu *Language and Society* dve godine ranije, 1973) Robin Lejkof (Lakoff, 1975), *Male/Female Language* Meri Riči Kej (Mari Ritchie Key, 1975) i *Language and Sex: Difference and Dominance* Bari Torn i Nensi Henli (Barrie Thorne & Nancy Henley 1975).

Robin Lejkof definiše zatvoreni ciklus koji započinje nejednakom ulogom žena i muškaraca u društvu, iz koje sledi diferencirana rodna socijalizacija kojom devojke uče da koriste „nemoćan stil“ i uklapaju se u društvene norme ženskosti, a potom im upotreba „ženskog jezika“ uskraćuje pristup moći, pojačavajući društvenu nejednakost (Kendall & Tannen, 2015, str. 640). Pretpostavka njene studije *Jezik i mesto žene (Language and Woman's Place)* da je „jezik muškaraca“ jedan od ključnih mehanizama za uspostavljanje i održavanje dominacije nad ženama, vodi ka formiranju *teorije dominacije* koja će obeležiti prvu fazu rodnih studija u lingvistici i lingvističkoj antropologiji (Filipović, 2011, str. 2). Filipović skreće pažnju da Lejkof pored razlika između dominantnog govora muškaraca i subordinantnog govora žena, uočava i ono što Kira Hol (Kira Hall) naziva „jezički devijantno ponašanje“: žena koja psuje, muškarac koji koristi previše opisnih prideva, muškarac iz akademskog sveta čiji govor više liči na „ženski“ govor (jer je formalniji, standardniji itd.) (Hall, 2003, prema Filipović, 2011, str. 2).

Lejkof identifikuje jezičke forme kojima „ženski jezik“ slabi ili ublažava govor: „slabije“ ekspletive („oh, dragi“ nasuprot „prokletstvo“); „trivijalizujuće“ prideve („božanski“ nasuprot „sjajni“); označavajuća pitanja koja se koriste prilikom izražavanja mišljenja govornika („Način na koji rastu cene je užasno, zar ne?“); povišena intonacija u deklaracijama („Šta je za večeru?“ – „Pečena govedina?“); i ublaženi zahtevi („Da li biste molim zatvorili vrata?“ nasuprot „Zatvori vrata!“) (Lakoff, 1975, str. 10-18, prema Kendall & Tannen, 2015, str. 640). Zatim, „navodi primere semantičkih parova prihvaćenih na nivou šire društvene zajednice u kojima ženski rod ima otvoreno derogativno značenje (na primer, engl. master: izvorno značenje: gospodar, izvedeno značenje: stručnjak; mistress: izvorno značenje: gospodarica; izvedeno značenje: ljubavnica)“, ili parove reči u

kojima reči ženskog roda imaju dodatne, negativne konotacije: profesionalac/profesionalka (Filipović, 2011, str. 411). Lejkof upozorava i na „utišavanje ženâ u društvu i mnogo agresivnije zadiranje u bračni, ljubavni, seksualni i, uopće, privatni život žena nego muškaraca“ (Pišković, 2016, str. 146).

Iako Lejkof „ublažava rigidno rodno polariziranje društvenih položaja i jezičnoga ponašanja“, primerima u kojima se i muški posao smatra manje značajnim (kulturni ili umetnički, npr), gde se muški jezik približava ženskom, „jasno se primjećuje stalno isticanje muške dominacije i ženske podređenosti“ (Pišković, 2016, str. 147). Sa tog stanovišta razviće se dominacijski pristup rodu i jeziku, koji prevladava u prvoj fazi istraživanja jezika i roda. Prema rečima Pišković, jedna od najilustrativnijih studija u ovoj fazi je *Man Made Language* iz 1980. godine, australijske feminiskinje Dejl Spender (Dale Spender), koja „istražuje seksizme u jeziku, semantičku derogaciju žena, nečujnost i nevidljivost žena u javnoj sferi, mušku dominaciju i primarnost, razlike u poimanju (i prohibiranju!) muške i ženske seksualnosti, dvostruke standarde u procenjivanju muških i ženskih sposobnosti itd.“ (Spender, 1990, prema Pišković, 2016, str. 146). Polazeći od statistike Ujedinjenih nacija iz 1980, prema kojoj su muškarci posedovali 99% svetskoga kapitala, Spender tvrdi da je jezik muškaraca norma, a jezik žena odklon, devijacija, te da takav „jezični determinizam“ povezan s ekonomskim determinizmom ugnjetava žene u društvu (Spender, 1990, str. 6, prema Pišković, 2016, str. 146).

Rani fokus istraživanja na ženskom govoru, polnoj diskriminaciji putem jezika i asimetričnim odnosima moći ogleđa se u dva uticajna zbornika: *Women and Language in Literature and Society*, McConnell-Ginet, Borker & Furman (Sally McConnell-Ginet, Ruth Borker & Nelly Furman) (1980), i *Language, Gender and Society*, Thorne, Kramarae & Henley (Barrie Thorne, Cheris Kramarae & Nancy Henley) (1983), posebno u radovima pod uticajem antropološkog lingviste Džona Gampresa (John J. Gumperz) i sociologa Ervinga Gofmana (Erving Goffman), u kojima se sugerše da žene i muškarci stiču različite konverzacijske navike tokom detinjstva i adolescencije pošto se igraju u istopolnim grupama (Kendall & Tannen, 2015, str. 641-643).

8.1.2. Teorija različitosti ili model dve kulture

Dok se, dakle, na tezi Lejkof da jezik muškaraca odražava njihovu prevlast i proističe iz njihove dominacije, razvila teorija dominacije kao prva faza feminističke lingvistike, na njenoj drugoj tezi da je jezik muškaraca i žena različit, utemeljena je sledeća faza u pristupu rodu i jeziku, koja je „svojevrсна reakcija na radikalno postavljene dihotomije u dominacijskome pristupu“ (Pišković, 2016, str. 147). Teorija različitosti, koja se još naziva i modelom dve kulture (engl. „two-cultures model“), „teži da žene postavi u jedan ravnopravniji položaj u odnosu na muškarce, pri tome uočavajući i prihvatajući različitost njihovih govornih delatnosti“ koja se objašnjava razlikama u procesu socijalizacije, usvajanja jezika i sociopsihološkog razvoja (Filipović, 2011, str. 411).

Kao godinu međašicu između prve dve faze feminističke lingvistike Kendall & Tannen određuju 1990. kada je objavljena knjiga Debre Tannen (Deborah Tannen) *Ti jednostavno ne razumeš: Žene i muškarci u konverzaciji* (*You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*) (Tannen, 1990), koja je tokom devedesetih godina i kasnije, kao i prethodna ključna knjiga za istraživanje jezika i roda – *Jezik i mesto žene*, „služila kao polazište brojnih studija, i kao kamen temeljac za dalje istraživanje i kao „strašilo“ protiv kojeg će se definisati argumenti“ (Kendall & Tannen, 2015, str. 643).

Za Pišković (2016), međutim, simboličku i hronološku smenu paradigmi označava tekst *Kulturološki pristup muško-ženskom nesporazumu (A cultural approach to male-female miscommunication)* Daniela Malca i Rut Borker (Daniel Maltz, Ruth Borker) iz 1982, koji se nadovezuje na Gampersov istraživački model i metodologiju proučavanja međurasne komunikacije, kao i na istraživanja Mardžori Gudvin (Marjorie Goodwin) jezičkog aspekta igre afro-američke dece u Filadelfiji (Pišković 2016, str. 150). Malc i Borker zaključuju da se dečaci i devojčice u SAD od svoje predškolske dobi orijentišu na vršnjake istog pola od kojih uče i usvajaju jezičko ponašanje: „Dakle oblikovanje rodno specifičnih jezičnih navika u predškolskoj i osnovnoškolskoj dobi pokazatelj je svojevrstne konsolidacije rodnih uloga u društvu koje se nastavljaju „igrati“ i u adolescentskoj i odrasloj dobi“ (Pišković 2016, str. 150).

Tenen, kako objašnjavaju Kendal & Tenen, u knjizi *Ti jednostavno ne razumeš* takođe pod uticajem Gampersove interkulturalne perspektive (koja će, upućuju ove dve autorke, kasnije biti nazvana interakcijska sociolingvistika), oslanjajući se i na okvir „rodno određenog komunikacijskog stila i ljubaznosti“ koji je utvrdila Lejkof, kao i na sopstveni prethodni rad na stilu konverzacije, „dolazi do zaključka da rodni obrasci diskursa čine koherentnu mrežu motivisanu ženskim i muškim pristupima društvenim odnosima“ (Kendall & Tannen, 2015, str. 643). Tenen je, naime, otkrila jezičke strategije koje karakterišu ženski i muški govor u službi određenih interaktivnih ciljeva. Na primer, dok i muškarci i žene neprekidno „pregovaraju o vezama“ (koliko su bliski ili udaljeni, ili žele da budu), kao i o statusu, razgovorni rituali koje uče devojčice i održavaju žene uglavnom su usmereni na „dimenziju veze“, dok su rituali koje uče dečaci i održavaju muškarci uglavnom usmereni na „statusnu dimenziju“ (Kendall & Tannen, 2015, str. 643).

Kako navodi Filipović, Tenen takođe skreće pažnju na različite „mehanike konverzacije“, na primer: devojčice sede jedna naspram druge i „gledaju se u oči“, dok dečaci sede pod uglom jedan od drugog i „gledaju po prostoriji“; devojčice „dugo govore o jednoj temi“, dok dečaci „skaču s teme na temu“; devojčice proizvode više pratećih zvukova kao reakcije na govor sagovornika – „aha, mmm, da, stvarno...“, dok dečaci ćutanjem pokazuju da slušaju... (Tannen, 1990, prema Filipović, 2011, str. 412). Otud i „komunikacijski problemi“ između muškaraca i žena nastaju, na primer, u braku, zaključuje Tenen, usled „različitih očekivanja“ od procesa i rezultata konverzacije: „Pošto oni (muškarci) ne pretpostavljaju da je govor cement njihovih odnosa, muškarci ne znaju kakvu vrstu govora žene žele, i ne nedostaje im kada ga nema“, dok sa druge strane, „žena očekuje da njen muž bude nova i unapređena verzija njene najbolje prijateljice. Ono što je važno nisu teme o kojima se razgovara, već osećaj bliskosti, zajedničkog života, što se stvara dok ljudi jedni drugima govore o svojim mislima, osećanjima i utiscima“ (Tannen, 1990, prema Filipović, 2011, str. 412).

Model koji je uspostavila Tenen pretpostavlja da različiti oblici socijalizacije devojčica i dečaka uslovljavaju i različitu komunikativnu dinamiku: unutar porodice, gde su deca „prisnija sa majkom nego sa ocem“; na radnom mestu, gde žene češće koriste komunikativne strategije „zajedništva i podrške“, a muškarci strategije „takmičenja“, čime se „hijerarhijska struktura muško-ženskih grupa još više potencira, a žene postižu slabije rezultate na radnom mestu jednostavno jer su manje „vidljive“ u komunikaciji i interakciji“; u obrazovnom procesu, gde su „dečaci nametljiviji“, a „devojčice uzdržanije“... (Filipović, 2011, str. 4).

Međutim, podvlače Kendal & Tenen, ove dve dinamike i strategije – muška i ženska, neraskidivo su isprepletene, te je „teza da postoji jezička dominacija/subordinacija u osnovi netačna“, odnosno, uzimajući u obzir interakcijsku sociolingvistiku, takav odnos je zapravo „konstruisan i podržan u interakciji“ (Kendall & Tannen, 2015, str. 644). Drugim rečima, kako je Tenen tada sugerisala, „insistiranje na muškoj dominaciji nije dovoljno za opis jezičkog ponašanja muškaraca i žena, a dominacija nije uvek rezultat namere da se dominira“ (Tannen, 1990, str. 18, prema Pišković, 2016, 147), već su razlike između govora muškaraca i žena samo posledica „različitih vaspitnih mera i usvajanja društvenih konvencija o poželjnom i prihvatljivom muškom i ženskom jeziku“ (Tannen, 1990, str. 18, prema Pišković, 2016, str. 147). Takve razlike Tenen definiše kao „rodolekte“ (engl.

„genderlects“), pri čemu ženski jezik usmeren najviše na ostvarivanje veze i saradnje, naziva „prisnim, intimnim govorom“ (engl. „rapport-talk“), dok jezik muškaraca koji odražava statusna nastojanja naziva „izveštajnim, reportažnim govorom“ (engl. „report-talk“) (Tannen, 1990, str. 77, prema Pišković, 2016, 147). Pišković na osnovu navedene podele zaključuje: „Iz takva tumačenja i, usuđujemo se reći, pojednostavljivanja rodni razlika u jeziku proizlazi opća teza o natjecateljskome muškom i suradničkome ženskom jeziku koja obilježava mnogobrojne tekstove izrasle na razlikovnome pristupu rodu i jeziku“ (Pišković, 2016, str. 147).

Sa druge strane, Filipović primećuje da i kasnije analize konverzacije koje je Tenen sprovela ukazuju da „nijedna konverzacijska strategija ne mora biti u direktnoj korelaciji sa rodom govornika“ niti za nju postoji „univerzalna shema na skali dominacija-submisivnost“, već, naprotiv, „prekidanje nekada može biti znak podrške, tišina znak kontrole (suprotno od pretpostavke da je prekidanje nečijeg govora demonstracija moći, a ćutanje podređenosti), odnosno, „interakcija individualnih stilova govornika rezultira uspostavljanjem određenih odnosa društvene moći u komunikaciji“ (Filipović, 2011, str. 5). Takođe, „već Tenen uočava da polna ili rodna dihotomija ne uključuju svu varijantnost jezičkih ponašanja koje koreliraju sa rodom“ (Filipović, 2011, str. 5).

Osim kritike upućene ka generalizaciji, teorija razlika, kao i teorija dominacije, bile su podvrgnute preispitivanju i zbog rodne polarizacije. Pišković (2016) problematizuje pretpostavku Malc i Borker da deca bez izuzetka biraju jezički kod svojih vršnjaka istoga pola, odnosno da se „automatski identifikuju sa biološki zadatim polom“ (Pišković, 2016, str. 150). S tim u vezi ona navodi zapitanosti Kire Hol (Kira Hall) – „šta se događa s teorijom različitosti kad deca iznevere tako zamišljenu socijalizaciju, kad dečak ne govori kao drugi dečaci ili kad devojčica govori kao dečak“; „hoće li postati homoseksualci koji dele konverzacijski obrazac s osobama suprotnoga pola“; „jesu li oni izuzeci koje potvrđuju pravilo“; „da li se sankcioniše njihovo „devijantno“ jezičko ponašanje?“ (Hall, 2003, str. 366, prema Pišković, 2016, str. 150). Kira Hol, međutim, uočava da se u radovima Tenen jezik homoseksualaca ne prikazuje kao devijantan, što prepoznaje kao progresivnu pojavu za to vreme (Hall, 2003, str. 372, prema Pišković, 2016, str. 151).

Zatim, nastavlja Pišćević, Beri Torn (Barrie Thorne) ističe da se od članka Lejkof 1973. do 90-ih promenilo vaspitanje i socijalizacija dece, kao i da su razlike među decom veće u grupi istog pola nego među dečacima i devojčicama podeljenim u dve grupe, pokazujući da se rod može proučavati i bez uspostavljanja dihotomija (Thorne, 1993, str. 109 – 112, prema Pišković, 2016, str. 150). Konstruisanje apstraktnih, često stereotipnih suprotnosti često rezultiraju povezivanjem „rodno devijantnog“ jezičkog ponašanja dece sa homoseksualnom orijentacijom odraslih osoba, upozorava Pišković, naglašavajući da do kraja druge faze u studijama o rodu i jeziku primeri govora homoseksualaca figuriraju kao „ekstreman primer rodne dihotomije u jeziku“ (Pišković, 2016, str. 150). U slučaju konverzacijskog primera Tenen jednog homoseksualnog para (Tannen, 1986, str. 119) koji je u radu Nensi Barel i Meri En Ficpatric (Nancy A. Burrell & Mary Anne Fitzpatrick) preinačen u heteroseksualni, bez intervencije u primeru, dakle, doslovnim prenošenjem konverzacije samo sa drugim imenima, odnosno polovima učesnika (Burrell & Fitzpatrick, 1989, str. 176 – 177), Pišković vidi nenamernu ilustraciju performativnosti rodni identiteta koji nisu uslovljeni polom, i zaključuje da spoznaja o „nemogućnosti poistovećivanja roda i pola“ donosi sledeću promenu paradigme u feminističkoj lingvistici (Pišković, 2016, str. 150).

8.1.3. Teorija performativnosti i koncept delatne zajednice

Pod uticajem Deridine (Jacques Derrida) dekonstrukcije binarnog kodiranja u okviru kritike zapadnog mišljenja, feminizam se udaljava od radikalnih zahteva i otvorenog političkog angažmana, prihvatajući labilnije strukture koje su „relativizovale sukob dva distinktivna roda i uvodila u igru ideju o različitim „prelaznim oblicima“ seksualnosti“ (Đorđević, 2009, str. 143). I u rasprave o rodu i diskursu teoretičari su sve više uključivali seksualnost, prepoznajući da su rod i seksualnost isprepletani na složene načine: „Rodni identiteti pojedinaca obuhvataju ne samo biološki pol (npr. ženski, muški), već i seksualni identitet (npr. transrodni, gej, hetero, biseksualni); muževnost i ženstvenost u samopredstavljanju; i želje u pogledu privlačnosti i u tome ko šta želi“ (Kendall & Tannen, 2015, str. 649). Razdvajanje roda i pola proizvešće treću paradigmu u razvoju feminističke lingvistike, koja je inicijalno ponela naziv „teorija performativnosti“ (Butler, 1990, Filipović, 2011, str. 413), a koju će takođe obeležiti i uvođenje pojma „delatne zajednice“ i pojava queer-lingvistike (Hall, 2003, Pišković, 2016, str. 151).

Tezu o performativnom izvođenju i održanju polnih i rodni identiteta, koja uključuje i pol kao konstrukt, a ne biološku datost, Džudit Batler (Judith Butler) uvela je u feminističke i kulturološke studije dvema uticajnim knjigama – *Nevolje sa rodom: feminizam i subverzija identiteta* (*Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*), 1991, i *Tela koja nešto znače: O diskurzivnim granicama pola* (*Bodies that Matter: On the Discursive Limits of Sex*), 1993. Polazeći od Fukoa i ideje da diskurs konstruiše tela kao „objekte znanja“, ona utvrđuje kategoriju pola kao „normativnu“ (Đorđević, 2009, str. 144). Prema njenim shvatanjima, „pol se i proizvodi i destabilizuje“ tokom konstrukcije kao vremenskog procesa „koji napreduje kroz ponavljanje normi“ (Batler, 2001, str. 23). Granice „pola“ određuje „prećutna operacija isključivanja“ u okviru „dvojne diferencijacije unutar heteroseksualne matrice“ (Batler, 2001, str. 26). „Pol“ se, dakle, ne stiče prirodno, već se „proizvodi“ u diskursu, i to kao produktivno, performativno „ponavljanje hegemonističke norme“ od koje je nemoguće odstupiti:

„Izgleda da diskurzivna performativnost proizvodi ono što imenuje, da uspostavlja sopstveni referent, da imenuje i da čini, da imenuje i da pravi. Međutim, ta proizvodna sposobnost diskursa je izvedena, ona je jedan oblik kulturnog ponavljanja ili reartikulacije, praksa ponovnog označavanja, a ne stvaranje *ex nihilo*. Uopšte, performativ funkcioniše tako što proizvodi ono što objavljuje. Kao diskurzivna praksa (performativni „činovi“ moraju se ponavljati da bi bili delotvorni), performativi su lokus diskurzivne proizvodnje. Nijedan „akt“ izvan uređene i odobrene prakse ne može imati moć da proizvodi ono što objavljuje. Doista, jedan usamljeni performativni čin koji ne pripada ponavljanom, a i time sankcionisanom nizu konvencija, uzalud pokušava da proizvede ono što ne može proizvesti“ (Batler, 2001, str. 142).

Sumirano, rod se, prema Batler, ostvaruje u „krutom regulatornom okviru“ koji ograničava i suzdržava ovu konstrukciju (Butler, 1993, str. 33, prema Kendall & Tannen, 2015, str. 649). Ova regulacija „deluje kao uslov kulturne razumljivosti za bilo koju osobu“ (Butler 2004, str. 52, prema Kendall & Tannen, 2015, str. 649), tako što definiše kategorije (poput muškog i ženskog) i razgraničava ono što se smatra „normalnim“ kroz „proces normalizacije“ (Butler 2004, str. 55, prema Kendall & Tannen, 2015, str. 649). Pol kao konstrukt nastaje „konvergencijom bilo kojih zvaničnih diskursa koje govore o rođenju deteta, kako nas Batler podseća: „To je devojčica“, i čineći to pokreću postupak „pravljena devojčice“ koji se nastavlja dok osoba prolazi kroz institucije tokom svog života“ (McRobbie, 2005, str. 85). Pišković zaključuje da to znači da „naše razumevanje biološkog pola proizlazi iz kulturnog razumevanja društvenog roda“ (Pišković, 2016, str. 153).

Teorija performativnosti podrazumeva i da se rodne odlike i rodni identiteti stvaraju tokom celog života, korišćenjem jezika kao jednog od ključnih sredstava za predstavljanje tog identiteta u različitim domenima ljudske komunikacije u zajednici, u skladu sa obrazovnim, klasnim, političkim, etničkim, religioznim i drugim uverenjima i stavovima, odnosno ideologijama i kulturnim modelima (Filipović, 2011, str. 413). Sa analizom obrazaca govora žena i muškaraca u različitim zajednicama, društvima i kulturama, nastaje teorija kojoj je u fokusu jezik i rod u „specifičnim delatnim zajednicama“ (engl. „community of practice“) (Hall, 2003, prema Filipović, 2011, str. 413).

Pojam delatne zajednice prvi put je upotrebljen u studiji *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation* (1991), koja proučava pripravnštvo kao model učenja, gde autori antropolog i teoretičar obrazovanja, Žan Lav i Etjen Venger (Jean Lave, Étienne Wenger), definišu delatnu zajednicu kao grupu ljudi koji „dele zajedničke interese i u svakodnevnoj interakciji uče kako mogu da unaprede svoj rad“ (Pišković, 2016, str. 10). U feminističku lingvistiku ovaj pojam uvode Penelopi Ekert i Seli Mekonel-Ginet (Penelope Eckert, Sally McConnell-Ginet) 1992, koje odnos roda i jezika „proučavaju u određenim lokalnim zajednicama u svakodnevnim društvenim situacijama smatrajući da se upravo u takvim kontekstima konstruiraju i rod i jezik“ (Pišković, 2016, str. 152).

Autorke odbacuju dotadašnje pretpostavke: da rod može biti „izolovan od ostalih aspekata društvenoga identiteta i društvenih odnosa“, da rod i njegova jezička manifestacija imaju „jednako značenje u svim zajednicama“, da je rod skup „polno determinisanih svojstava pripisanih pojedincu“, koja su često u vezi sa rodnom podelom društvenih aktivnosti, kao i „rodne pozicije u kojima muškarci ugnjetavaju žene“ (Eckert & McConnell-Ginet, 1992, prema Pišković, 2016, str. 152). One definišu rod kao „rezultat kompleksnih društvenih praksi koje se ispoljavaju kroz individualne rodne identitete članova delatne zajednice“ zajedno sa njihovim socijalnim, etničkim, klasnim identitetima, i kroz njihove međusobne odnose, kao i kroz složene odnose moći (Eckert & McConnell-Ginet, 1992, prema Pišković, 2016, str. 152). Praktično, koncept delatne zajednice prihvaćen je u istraživanju jezika i roda „kao korektiv nezadovoljavajućem esencijalističkom pristupu analizi roda“ (Holmes & Meyerhoff, 1999, str. 175).

Dženet Holms i Mirijam Mejerhof (Janet Holmes, Miriam Meyerhoff) navode tri ključne dimenzije delatne zajednice koje je definisao Venger: „međusobni angažman, zajedničko ispregovaranje i zajednički repertoar pregovaračkih resursa koji se akumulirao tokom vremena“ (Holmes & Meyerhoff, 1999, str. 175). Prema rečima Filipović (2009, str. 132), koncept delatne zajednice time je otvorio prostor za „preciznija sociolingvistička istraživanja“ koja nisu bila moguća sa dotadašnjim konceptima govorne zajednice, društvenog identiteta ili društvene mreže, budući da je za njih relevantan bio bilo kakav kontakt članova, dok je za delatnu zajednicu „ključan kvalitet interakcija“, uključujući redovnost i međusobno određenje članova (Holmes & Meyerhoff, 1999, str. 179-180, prema Filipović, 2009, str. 132).

„Dakle, delatne zajednice karakteriše rodno-jezička varijacija koja u različitim društvenim kontekstima korelira na inter- i intra-grupnom planu (u grubim crtama, između žena i muškaraca, ali i između različitih pod-grupa žena ili različitih pod-grupa muškaraca, ili različitih rodno mešoviti pod-grupa) sa drugim parametrima socijalnog identiteta: klasom, etnicitetom, starosnom dobi, seksualnim opredeljenjem, itd.“ (Filipović, 2011, str. 414, Cameron, 2003, str. 289).

Potencijal koncepta delatne zajednice je u okviru definicija u kojem se mogu ispitati načini na koje članstvo u takvoj zajednici deluje „u procesu sticanja kontrole nad odgovarajućim diskursom“ (Holmes & Meyerhoff, 1999, str. 175), kao i u povezivanju analiza na *mikro nivou* – koje podrazumeva „detaľnu etnografsku analizu diskursa u kontekstu“ da bi se identifikovale značajne ili reprezentativne društvene interakcije, i na *makro nivou* – radi „identifikacije te zajednice“ (Holmes & Meyerhoff, 1999, str. 175, str. 181). Kako ističe Filipović, budući da se u većini delatnih zajednica može jasno sagledati „uticaj moćnih elita koje imaju privilegovan pristup diskursu, te donose odluke

o jeziku (koje su u direktnoj vezi sa njihovim kulturnim modelima i ideologijama)“, koje se implementiraju u okviru institucija i drugih mehanizama vlasti, „kritička sociolingvistika i kritička analiza diskursa delatnih zajednica mogu nam ponuditi jasniju sliku o dinamičnoj prirodi odnosa između elite koja “upravlja” diskursom i neprivilegovane većine koja zadati diskurs prihvata i reprodukuje“, odnosno procesu održanja zadatih ideologija i kulturnih modela (Filipović, 2009, str. 133).

8.1.4. Presek tri talasa

Burna smena feminističkih dominantnih teza u relativno kratkom vremenskom periodu, ne samo u lingvističkim istraživanjima već i u širem naučnom, društvenom i političkom okviru, podstiče teoretičare i teoretičarke da se vraćaju sistematizacijama i poređenjima tih teza, posebno usled ubrzanja koje je doneo tehnološki progres nametnuvši teorijska „preslišavanja“ i zauzimanje novih perspektiva. U sumiranim gledištima Sare Mils (Sara Mills) (2003), koje je prenela Tatjana Pišković (2016), nalazi „trećeg talasa“ feminističke lingvistike upoređeni su sa prethodnim fazama na osnovu pet glavnih tema oko kojih se koncentrisalo feminističko bavljenje jezikom. To su: značenje, moć, preispitivanje pojma „ženski jezik“, odnos između individualnoga i društvenoga i tumačenje seksizma.

Polazište Mils je podela na esencijalističku i antiesencijalističku struju u feminističkim studijama roda i jezika, gde predstavnice prve (Lakoff, Spender itd.) prihvataju razlike između žena i muškaraca kao biološke i društveno zasnovane, i na osnovu njih analiziraju razlike između „muškog“ i „ženskog jezika“, dok predstavnice druge struje, antiesencijalistkinje (Butler, Buchtolz, Hall, Eckert, McConnell-Ginet itd.) smatraju da ne postoje esencijalne razlike među polovima, odbacuju pojmove „muškog“ i „ženskog“ jezika i proučavaju kako se u jeziku manifestuju različiti rodni i drugi identiteti u konkretnim kontekstima, kao pluralni i konfliktni (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 154-155).

1. Značenje

Predstavnice i predstavnici dominacijskog i razlikovnog pristupa, prema mišljenju Mils, značenje reči posmatrali su doslovno, sa pretpostavkom da su „određene reči i određene govorne strategije moćnije od drugih“, dokazujući, npr, da je „upotreba generičkog muškog gramatičkog roda seksistička i diskriminatorna“, da je u jeziku „više deprecijativnih i derogativnih leksičkih jedinica koje se odnose na žene“ („kurva“, „kuja“, „droca“, „glupača“, „kokoš“, „ćurka“ i sl.), i na osnovu takvih stavova sastavljali rečnike seksističkog jezika i priručnike za neseksističku upotrebu jezika (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 155). U performativnom pristupu značenje se posmatra kao „konstrukcija svih učesnika komunikacije u određenom kontekstu“, pri čemu se izbegavaju rasprave i zaključci o globalnim društvenim strukturama kao što je patrijarhat (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 155).

2. Moć

Teoretičarke i teoretičari prvog i drugog talasa moć vide kao „neopipljivo i apstraktno svojstvo“ koje „dolazi odozgo“ i „blagosilja“ muškarce, dok se u trećem talasu, pod uticajem Fukoa, moć tumači kao „svakodnevna, materijalna i svjetovna mreža odnosa koja se ostvaruje, postiže i osporava u interakciji“ (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 156). Istraživačice i istraživači, prema tome, u „manje ostrašćenome tonu“, ispituju kako se pojedinci nose sa „dodeljenim statusima u

određenome kontekstu“, i kako jezikom učvršćuju taj status, osporavaju ga i postižu željeni status (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 156).

3. „Ženski jezik“

Teze o „popustljivosti, pristojnosti, zabrinutosti“ kao karakteristikama ženskog jezika, odbacuju se u trećem talasu i pažnja se usmerava „na jake govornice koje se ni po čemu ne razlikuju od muških govornika ili pak svjesno iskorištavaju predrasude o ženskome jeziku kako bi postigle ono što žele“ (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 156). Iako takva praksa može da „upućuje na njihovu prilagodljivost, ali ne i na rušenje ustaljena poretka“, ona ne treba da usmerava na izvođenje zaključaka o muškoj dominaciji i ženskoj podređenosti, već „u ženskome usvajanju dominantnih muških obrazaca“ treba da prepozna „osviještenu strategiju i postizanje moći“ (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 156).

4. Individualno i društveno

Društvo je, ukazuje Mills, za predstavnice i predstavnike teorije dominacije i teorije razlike, „zadani entitet koji generira rodnu neravnopravnost“, dok je jezik „jedan od mehanizama kojima se takav poredak potvrđuje i perpetuira“ (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 157). Nasuprot tome, teoretičarke i teoretičari trećeg talasa usredsređeni su na ograničene kontekste, gde je „nemoguće raspravljati o odnosu jezičnih navika i društva u cjelini jer se zaključci mogu povezivati samo s proučavanom zajednicom prakse“ (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 156). Budući da je važno na koji način društvo utiče na ponašanje u delatnim zajednicama, „zanimanje prvoga i drugoga vala za takve „globalne“ teme više se ne doima anakronim i prevladanim, nego se nameće kao spasonosna dopuna uske perspektive trećega vala“ (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 156).

5. Seksizam

Koncept seksizma u prvom, a delimično i u drugom talasu zasniva se na postavci da je „diskriminacija žena sustavna, da seksističkim jezikom govore oni koji su na poziciji moći i da je seksizam duboko ukorijenjen u svim društvenim strukturama“, što se potvrđuje upotrebom generičkog muškog roda, „leksičkim prazninama“ za određene profesije, „pejorativnim konotacijama ženskih imenica“, odnosno tezom da je muški jezik norma, a ženski odstupanje od norme (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 156). Treći talas, smatra Mills, upozorava „da je seksističko jezično ponašanje obično mnogo suptilnije: tek se nagoviješta ili pretpostavlja, manifestira se kroz humor, ironiju, nepreuzimanje odgovornosti i slične dvosmislene i neizravne strategije kojima se seksizam izvrsno maskira i govorniku omogućuje da porekne seksističnost svojih izjava“ (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 158). Feministkinje i feministi, naime, „razlikuju antiseksizam od „političke korektnosti“ koja tobože podrazumijeva brigu za manjine, a zapravo je površno i neupućeno imitiranje feminizma bez ikakva pravog razumijevanja feminističkih praksi, što naposljetku zbog pretjerana uopćavanja dovodi do apsurdna“ (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 159). Oni, dakle, traže „prepoznavanje kamufliranih seksizama zaogrnutih ironijom i humorom u pojedinačnim, izoliranim situacijama“, uključujući i fonološka, morfološka, sintaksička, leksička i diskursna ispoljavanja, ali i vrednosne kriterijume određene delatne zajednice (Mills, 2003, prema Pišković, 2016, str. 159).

Iako se može steći utisak da su prva i druga teorija feminističke lingvistike prevaziđene i anahrone, kako navodi Pišković, mišljenja sam da novi koncepti identiteta i lokalizacije pitanja koja u svom izvorištu i univerzalnoj primeni još uvek nisu razrešena, pri čemu ne mislim samo na ekonomski nerazvijena društva sa dugom patrijarhalnom tradicijom kao što su srpska i druga balkanska društva, nisu dovoljni za temeljno i kako bi Adichie rekla „pošteno“ (2012) ispitivanje rodni ideologija. Očekivanje Pišković je da će se „možda“ razviti četvrti talas feminističke lingvistike u „prepoznavanju komplementarnosti ranijih pristupa i suvremenoga promišljanja roda i

jezika“, sa ciljem povezivanja „globalnih pitanja o rodnim identitetima iskazanima jezikom s njihovim mnogobrojnim odgovorima uronjenima u kontekst“ Pišković (2016, str. 159).

Usvajajući koncepte delatne zajednice, ali i univerzalne rodne dihotomije, performativne mogućnosti roda, ali i njegovu suštinski okamenjenu socijalnu konstrukciju, novije feminističke kritičke orijentacije u interdisciplinarnim istraživanjima diskursa vraćaju u fokus rodne ideologije koje su „preživjele“ feminizam i prilagodile se novim društvenim uslovima. Iako zabašurene faktičkim političkim pravima žena (u većini država), one se i dalje objavljuju u javnom diskursu, praktikuju na porodičnom i pojedinačnom planu, kao istinitije i logičnije nego ikad, vodeći se naučnom argumentacijom i istorijskim ishodima feminističkog pokreta. Novi diskurs rodnih ideologija, međutim, još uvek čuva jezičko nasleđe iskonski utemeljenih pozicija moći.

8.2. Poreklo „razdora“

Sve tri struje feminističke lingvistike, kao i novija kritička istraživanja odnosa roda i jezika i jezičkih rodnih ideologija kao sistema koji ujedno konstruišu i transponuju rodne identitete i rodne relacije, neminovno su posezali i do samih izvorišta takvih ideologija. Fokus na jezičkoj polarizaciji u analizama „muškog“ i „ženskog“ jezika vodio je od utvrđivanja očekivanog i poželjnog jezičkog ponašanja žena i muškaraca, do svih ostalih diversifikacija, što je zajedno kreiralo prihvatljive kulturne modele „ženskog“ i „muškog“ kao opozita, sa dodeljenim specifičnim rodnim ulogama. U tom smislu, ukazuje Filipović (2011, str. 6), „razotkrivanje jezičkih ideologija koje uslovljavaju naše vrednovanje sopstvene i drugih govornih zajednica, kao i naše jezičke izbore“ predstavlja važno sredstvo „za identifikaciju društvenih odnosa i kulturnih modela na osnovu kojih formiramo sopstvene lične i grupne identitete“, prema tome i rodni identitet, kao „jedan od ključnih aspekata identiteta svih nas“.

Kako ističe i Kameron, prikazi muškog i ženskog jezičkog ponašanja funkcionišu kao simboličke potvrde muške i ženske prirode i prirode njihovih međusobnih odnosa (Cameron 2014, str. 282, prema Pišković, 2018, str. 294). Uprkos tome što ideologije jezika i roda uključuju i vremenske i prostorne uticaje, kao i faktore klase, rase, narodnosti i starosne dobi, „njihova je konstanta insistiranje na tvrdnji da su muški i ženski jezik dva različita jezika“, što se može tumačiti kao „jedna od društvenih strategija za uspostavljanje rodnih razlika i hijerarhija“ žena (Cameron 2014, str. 285, prema Pišković, 2018, str. 294). Kameron, dakle, smatra da to nije jedina strategija, odnosno da „ideologije same ne oblikuju žensku podređenost“ kao što ni „prokazivanje ideologija ne popravljaju stvaran društveni položaj žena“ (Cameron 2014, str. 285, prema Pišković, 2018, str. 294). Ipak, Ketrin Vulard ocenjuje da su istraživanja jezika i roda koja se kritički postavljaju prema esencijalističkim tumačenjima rodnog ponašanja pomogla „u prepoznavanju posredničke uloge jezičkih ideologija u organizaciji moći“ (Woolard, 1998, str. 15, prema Pišković, 2018, str. 294).

Već sam iznela mišljenje da teorijsko usložnjavanje koncepta rodnog identiteta, njegovog ideološkog formiranja i delovanja, kao i diskursa moći u okvirima rodnih tema, nije otklonilo binarne podele u društvu (ne samo srpskom) zasnovane na polnim razlikama i proizvedene i negovane u diskursu, javnom i privatnom. Među uzrocima opstanka takvog diskursa uprkos feminističkim pokretima i razvoju feministički orijentisane nauke, svakako su istorijski kontinuitet, dugovečno samoponavljanje i prilagođavanje. „Habitus“ žene potvrđuje se kao subordiniran u okviru Burdijeove

definicije prema kojoj taj pojam predstavlja „trajno ugrađeni generativni princip regulisanih improvizacija“ (Bourdieu, 1977, str. 78). Prema njegovom teorijskom modelu društvenog poretka promena „nije moguća apelovanjem na svest dominiranih, s obzirom da je uzrok njegove reprodukcije lociran duboko u habitusima društvenih aktera“ (Bourdieu, 2001, str. 40 – 42, prema Petrović, 2013, str. 184). Iako je Burdijeova teorija pružila potvrdu tezi o socijalnoj konstrukciji roda, „lišavanje aktera bilo kakvog delatnog potencijala“ izazvalo je i kritičke stavove feminiskinja, budući da njegova perspektiva „može dovesti u pitanje same osnove na kojima počiva feministička teorija još od šezdesetih godina prošlog veka“ (Petrović, 2013, str. 179).

Kao i za svaki drugi diskurs moći, jedan od razloga održivosti rodnih ideologija leži i u konformizmu prihvatanja tumačenja sveta i identiteta kroz jasne binarne podele definisane unutar autoritativnih modela patrijarhata, mita, odnosno, verovanja i religije, i određenih naučnih pretpostavki filozofije, psihologije, biologije, biohemije, iz kojih potiču i razvijaju se i narativizuju rodna dihotomija i odnosi moći u njenim okvirima. Pre nego što navedem i teze savremene kritičke feminističke lingvistike, ilustrovaću neke od ključnih modela rodne dihotomije budući da u ovom formatu nemam prostora za celokupnu istoriju rodno obeleženog diskursa.

8.2.1. Patrijarhalno ustrojstvo

Patrijarhalne rodne ideologije utemeljene su u patrijarhalnom društvenom modelu, koji je poduprt narodnom religijom i verovanjima kao i institucionalnom religijom, ali i selektivnim naučnim zaključcima iz oblasti biologije, biohemije, psihologije i sl. Tatjana Pišković u analizi patrijarhalne rodne ideologije u hrvatskim ženskim časopisima prve polovine 20. veka, njeno ostvarenje posmatra kroz „specifične prakse“, odnosno „podvrste“ – „ideologiju biologizma“ i „ideologiju vjere, obitelji i nacije“, koje se, kako kaže, često prepliću, „što samo potvrđuje da se jako dobro nadopunjuju i međusobno hrane te da su potekle iz istoga izvora“ (Pišković, 2018, str. 298). U pogledima koje iznosim razdvojiću patrijarhalna, „građanska“, mitska i naučna „opravdanja“ i izvorišta konstrukcije rodnih uloga radi preglednosti, iako se slažem da su sva ona međusobno povezana, često i podudarna i nadovezujuća.

U srpskom patrijarhalnom nasleđu, kako opisuje Tihomir Đorđević u delu *Naš narodni život (knjiga 2)*¹⁵, žena je prvenstveno reproduktivno sredstvo za nastavak loze, radna snaga i objekat zadovoljenja drugih potreba muškaraca, koja se tretira kao predmet ili kao životinja, koja može biti kupljena, odbačena i zamenjena ukoliko ne ispunjava svoje obaveze i time svoju žensku funkciju:

„Žena se u seoskoj narodnoj masi uzima ne da postane drug svoga muža, već da on od nje izvuče koristi: da mu rađa decu, među kojima mora biti i muške, da mu radi i da mu bude prirodna naslada. Samo žena koja ispunjava ove uslove smatra se za pravu ženu; samo se takva žena trpi i čuva, inače biva oterana, ili se pored nje može dovesti druga, koja će zadovoljiti narodne pojmove o ženi. Zbog takvog poziva i takve uloge žena se kupuje kao i sve drugo što ima da zadovolji potrebu“ (Đorđević, T. 1984, str. 16, prema Jovanović, 2001, str. 90).

Prema istraživanju Vere Erlih (Vera Stein Ehrlich), u patrijarhalnom društvu prve Jugoslavije između dva svetska rata žene se otimaju, siluju, zlostavljaju u porodici, ćute dok muškarac govori,

¹⁵ Sabrani etnološki spisi Tihomira Đorđevića, u deset knjiga, pod naslovom *Naš narodni život*, objavljeni su prvi put u periodu od 1930. do 1934. godine u izdanju „Gece Kona“.

stoje dok muškarac sedi, rađaju u polju ili u štali, moraju da budu poslušne i prema svojim sinovima... (Erlich, 1964, str. 490, prema Kodrnja, 2010, str. 125).

Pretpostavljeno poreklo patrijarhalne rodne ideologije u kojoj je ženi dodeljena pasivna uloga potčinjenog, zavisnog, nemoćnog i manje vrednog bića u odnosu na aktivnog i dominantnog muškarca, oca i stvoritelja, Zorica Tomić sumira polazeći od prapočetka:

„Gotovo sve mitske patrijarhalne koncepcije o stvaranju sveta instaliraju konstrukt po kojem je očevo prvenstvo u stvaranju ne toliko biološkog koliko ontološkog reda. Društveno očinstvo, koje je karakteristično za matrilinarna društva, biva zamenjeno priznanjem biološkog očinstva, štaviše, muškarac se javlja i kao stvoritelj žene, što je posebno uočljivo u jevrejskoj starozavetnoj tradiciji. Muška partenogeneza oduzima ženi moć majke, svodeći njenu biološku reproduktivnu funkciju, dakle, njenu biološku moć, na puki pasivitet nesposoban da bez pokretačkog, dakle, muškog stvaralačkog principa, stvori život“ (Tomić, 200, str. 47).

Reč „patrijarhat“ izvedena je od reči „patrijarh“ (grčki *patria* = *pleme* i *archos* = *vođa*), koja znači: „praotac, rodonadželnik, glavu roda u rodovskom društvu, glavu Pravoslavne crkve i uglednog starca“, dok je definicija patrijarhata „oblik rodovske zajednice u kojoj je osnovna društvena jedinica ohev rod...“ (Klaić, 1962, prema Kodrnja, 2008, str. 39). Ili: „Doslovno, vlast oca; pojam se originalno upotrebljava za opis autoriteta muške glave domaćinstva. Danas se upotrebljava općenitije, naročito u feminističkim teorijama u kojima znači mušku dominaciju...“ (Marshall, 1998, str. 485, prema Kodrnja, 2008, str. 39). Prema Vujakliji reč „patrijarhat“ znači: 1. „dostojanstvo i oblast vrhovnog poglavara hrišćanske pravoslavne crkve“, 2. „očevo pravo, stanje u kome dete ne pripada materinskoj, nego očevoj lozi; dok patrijarhalan znači miran i skroman, koji se pridržava starinskih običaja i shvatanja“ (Vujaklija, 1975, str. 695).

Patrijarhalnost, koja se razvila u patrijarhalni kulturni model, u svom osnovnom značenju, dakle, sadrži figuru vođe plemena, oca, kao centra i starešinu porodice i zajednice, nosioca roda, koji je i nosilac ugleda, imalac prava nad decom i simbol održanja starinskih običaja i shvatanja. Kako upućuje Kodrnja, Maks Veber (Max Weber) analizirajući patrijarhalnu strukturu kao najvažniju predbirokratsku strukturu vlasti, utvrđuje začetak patrimonijalnosti (kako naziva patrijarhalno uređenje) „u autoritetu poglavara u kućnoj zajednici“ (Weber, 1999, str. 93, prema Kodrnja, 2008, str. 42). U pokoravanju normama koje postoji u oba sistema, kao bitnu razliku vidi u tome što je birokratska vlast „utemeljena u zakonu“, dok norme u patrimonijalnoj vlasti proizlaze „iz tradicije i volje gospodara“:

„Za podređene članove kućanstva izvor autoriteta je specifično prislan, osoban i trajan zajednički život u kući s njegovom vanjskom i unutrašnjom zajednicom koja dijeli istu sudbinu; za ženu to je normalna nadmoć fizičke i duhovne snage muškarca, za malo dijete njegova objektivna potreba za pomoći, a za odraslo dijete navika, trajan utjecaj odgoja i čvrsto ukorijenjena sjećanja iz mladosti, za slugu njegova nezaštićenost izvan područja moći gospodara, pokoravanje kojem ga još od djetinjstva uče životne činjenice“ (Weber, 1999, str. 94, prema Kodrnja, 2008, str. 42).

Strah, zavisnost i navika podređenih članova upućuju ih na gospodara i održavaju patrijarhalnu zajednicu, dok ih on predvodi, štiti i predstavlja – on je „patrijarh“, on je ispred svog plemena, svoje, ljudske zajednice. Pozicija žene je pozicija fizički i duhovno nemoćnijeg bića u odnosu na muškarca. U hrišćanstvu, ona je stvorena od rebra muškarca, kao posebni, manji deo celine, pridodati element, u funkciji neophodnog inkubatora, kao organski „gedžet“, da upotrebim savremenu tehnološku sliku. I kao da takav njen status „otpatka“ nastao iz potrebe za naknadnom prepravkom i dopunom „remek dela božije promisli“, nije dovoljno unižavajući, pridodat joj je i „prvi greh“ uz večnu kaznu porođajnih muka i ukidanje prava na porod.

U rodnim patrijarhalnim ideologijama utemeljuju se i jezičke rodne ideologije. Na osnovu koncepta o necelovitosti žene, njene dopunske funkcije, razvija se koncept prema kojem one koriste nesavršen, „devijantan“ jezik, dok je muški jezik savršen, „normativan“ (Jespersen, 1922, prema Filipović, 2011, str. 410). Analogije su uočljive već u značenju muške imenice „čovjek“, koja ima pun smisao – označava i muškarca i ljudsko biće, dok reč „žena“ upućuje na „ostala bića“. U tumačenju Jasenke Kodrnje, „čovjek“ kao rodni pojam označava pre svega jedan rod, te je ženski rod delom isključen iz rodnog pojma: „Muškarac je čovjek po tome što je muškarac i po tome što je čovjek, dok je žena čovjek po tome što je čovjek, ali ne i po tome što je žena“ (Kodrnja, 2008, str. 16). I kao što u početku beše reč, tako *prvo* beše reč „čovjek“ i sam čovek...

8.2.2. „Anđeo u domu“

Praktično rešenje rodnih uloga koje ima opravdanje, ali i posledice, u jeziku, veri i svakodnevnici rodnih zajednica, utvrđeno u patrijarhalnom i hrišćanskom modelu, kanonizuje se i estetizuje, prenosi predanjima, živi u narodnom i umetničkom stvaralaštvu i u zakonima, pisanim i nepisanim, didaktičkim propovedima i priručnicima, enciklopedijama. U odnosu na viševjekovni kontinuitet prihvatanja društvene subordiniranosti žena Daša Duhaček navodi kao istorijski ključnu zapitanost Meri Astel (Mary Astell) u 17. veku: „Ako Apsolutna Vlast nije neophodna u Državi, kako to da je neophodna u Porodici? (...) Ako su svi Muškarci rođeni slobodni, kako to da su sve Žene rođene kao robinje?“ (prema Mitchell str. 387, prema Duhaček, 1995. str. 1). Iako se pitanje porekla i opravdanja ženske potlačenosti, dakle, postavlja i ranije, tek će 20. vek priznati (ili, *dodeliti?*, što nije pitanje samo semantike, već kritičke analize diskursa) ženama ljudsko pravo.

Immanuel Kant (Immanuel Kant) definiše univerzalna svojstva žene i muškarca: osnovno obeležje ženskog pola je „lepotu“, a muškog „uzvišenost“, i o tome treba voditi računa kod vaspitanja i podučavanja „jer bi u protivnom nestale razlike prirode“ (Kant, 1973, str. 45, prema Kodrnja, 2008, str. 14). Po njemu, ženu krasi i „sažaljivost“, „sramežljivost“, „skromnost“, „ljupkost“: „Žena nije mnogo zabrinuta što nema visoka znanja, što je bojažljiva i što joj nisu povjereni važni poslovi itd.; ona je lijepa i privlačna i to je dosta“ (Kant, 1973, str. 45, prema Kodrnja, 2008, str. 14). Savremeni ženski mediji upravo lepotu tela i lica žene izjednačavaju sa njenim bićem i postavljaju ih kao uslove njene individualne ostvarenosti. Jedan od portala koje analiziram nosi naziv „Lepa i srećna“. Hegel (Georg Wilhelm Friedrich Hegel) mužu dodeljuje „supstancijalni život u državi, znanosti i slično, te inače u borbi i radu s vanjskim svijetom i sa sobom samim...“, dok „osjećajnu subjektivnu osjećajnost“ muž dobija u porodici, „u kojoj žena ima svoje supstancijalno određenje, a u tom pijetetu svoje običajnosno uvjerenje“ (Hegel, 1964, str. 154, prema Kodrnja, 2008, str. 41).

U „građanskom“ društvu „viktorijanskog“ stoleća¹⁶ povučena je „oštra granica između ženske privatnosti i muške javnosti“, koju prepoznajem u poređenju „ženskih“ i informativnih portala u 21. veku, a karakteri polova su polarizovani i „ontologizovani“, kako ilustruje Gizela Bok (Gisela Bock):

„Rad i „svet“ su bili muška stvar, kuća i domaćinstvo ženska, kao u ondašnjoj izreci: „Muškarcu država, ženi porodica“. Ova vizija se (danas kao i tada) ilustruje slikom žene predstavljene kao anđeo u domu („angel in the home“) i njenim veličanjem. Ta slika potiče iz pesme *The Angel in the House* Koventrija Petmora (Coventry Patmore) (1855) i bila je zastupljena u Engleskoj, SAD i kontinentalnom delu Evrope (u Nemačkoj nešto manje); bila

¹⁶ Kraljica Viktorija vladala je Ujedinjenim kraljevstvom Velike Britanije i Irske u periodu od 1837. do 1901. godine, u doba ekspanzije industrijske revolucije.

je povezana sa pričom o vrednosti žene, njenom „određenju kao domaćice, supruge i majke“ i njenoj ulozi čuvara običaja, kulture i religije“ (Bok, 2005, str. 141).

Bok navodi i da se od istočne Evrope do zapadne Amerike u više varijanti moglo čuti upozorenje poljskog fratra Kaplanskog, oko 1900. godine:

„Pod plaštom jednakih prava, žene teže za vlašću nad muškarcima (to se moglo pročitati još u 34. knjizi Livijeve *Ab urbe condita*). Kada se to desi, naša će se nacija suočiti sa većom katastrofom nego što je bila podela, jer kada se ovaj nezdravi princip raširi među ženama i kada one pokušaju da vladaju pod plaštom jednakih prava, njihova antipatija prema muškarcima će se pojačati i muškarci će iz straha od emancipovanih supruge izgubiti poštovanje i divljenje prema ženama, taj strah će ih odvracati od ženidbe, vladace nemoral, neće se rađati deca, a muška iskvarenost vodiće do propasti porodice, srozavanja društva i gubitka nacije. Otuda je emancipacija žena smrtni neprijatelj svake nacije“ (prema Mazzini, 1972, str. 67, Aubert, 1975, str. 6, prema Bok, 2005, str. 216).

Ipak, konačno, u Povelju Ujedinjenih nacija je 1945, pored osude diskriminacije na osnovu „rase“, ušla i ravnopravnost polova, dok je Opšta deklaracija o ljudskim pravima Ujedinjenih nacija iz 1948. utvrdila i jednaka prava u braku, zaštitu porodice i jednaku platu (Bok, 2008, str. 366). Prvi član koji je prvobitno glasio „Svi ljudi su stvoreni jednakim“ (engl. „All men are created equal“), preformulisano je u „Sva ljudska bića su stvorena jednakim“ (engl. „All human beings are created equal“), kako bi bilo jasno da se odnosi i na žene, iako je pravo na „primereni životni standard“ važno samo za „njega i njegovu porodicu“ (Bok, 2008, str. 366). Novi pogled na prava žena, dakle, zadržao je patrijarhalno ustrojstvo na čijem je vrhu „muška glava“ kojoj *pripada* porodica čije je održanje *briga* žene. Patrijarhalni model ostao je okosnica rodnih ideologija, a samim tim biće glavna meta feminističke kritike.

Simon de Bovoar (Simone de Beauvoir) u knjizi koja se smatra temeljom feminističke teorije, *Drugi pol: Činjenice i mitovi (Le deuxième sexe: Les faits et les mythes)* 1949. godine, položaj žene određuje „preživjelostima“ koje se u „novoj civilizaciji“, koja se „izgrađuje iz najdrevnijih tradicija“, uporno održavaju: „Ženama su otvorena vrata fabrika, kancelarija, fakulteta, ali i dalje vlada mišljenje da je za nju brak najčasnija karijera koja je oslobađa svakog drugog učešća u kolektivnom životu“ (de Bovoar, 1982, str. 188). Ovo stanje svesti još uvek nije prevaziđeno, u srpskom društvu na primer, što ću potkrepiti i rezultatima analize pristupu rodnim temama u nastavnom programu u srpskim osnovnim i srednjim školama.

Kritikujući istorijski materijalizam prema kojem je „nesposobnost žene usloвила njen pad, pošto ju je čovek obuhvatio planom bogaćenja i ekspanzije“, de Bovoar primećuje da takvo tumačenje nije dovoljno da objasni *zašto* je žena bila „podjarmljena“, budući da je podela rada među polovima mogla biti i „prijateljsko udruživanje“ (de Bovoar, 1982, str. 81). Upravo suprotno, pokazuje: „I u trenucima kada je čovečanstvo najenergičnije zahtevalo da se rađa što više dece, jer je potreba za radnom snagom bila veća od sirovina za eksploataciju, i u periodima najvećeg poštovanja materinstva, žena nije mogla da zauzme prvo mesto“ (de Bovoar, 1982, str. 91). Razlog, smatra de Bovoar, je težnja za progresom, „činjenica da čovečanstvo nije obična prirodna vrsta“, koja samo pokušava da se održi i stagnira, već je njegov cilj „da sebe prevaziđe“ (de Bovoar, 1982, str. 91).

„Istorija nam pokazuje da su muškarci uvek imali sva konkretna prava. Još od vremena patrijarhata smatrali su korisnim da žena bude u zavisnom položaju, pa su stvarali i zakone uperene protiv njih. Upravo na taj način žena se izgrađivala kao Drugo, a to je služilo ekonomskim interesima muškaraca i odgovaralo njihovim ontološkim i moralnim pretenzijama“ (de Bovoar, 1982, str. 193).

Žene, dakle, nisu imale šanse, prema de Bovoar, njihova zavisnost je sistematski održavana, a njihova reproduktivna funkcija nije im obezbedila poziciju *prvih* jer nije imala moć da pokreće

promene, što je tumačenje koje će feminiskinje trećeg talasa odbaciti kao ograničavajuće. Početak formalnog priznavanja ljudskih prava ženama, i to nepotpunih, veliki broj naših savremenika i savremenica još bi mogao da pamti, odnosno, još uvek ne pripada davninama, dok se celokupna ljudska istorija i njena perspektiva stalno pokušavaju sagledati. Prema Fukou: „Čovjek je skorašnje otkriće, kome arheologija naše misli lako utvrđuje datum“ (Fuko, 1971, str. 424). „Dokaz“ o Postanju, kao jedan od „novijih“ tekstova o istoriji civilizacije je spis star više od dve hiljade godine, dok je „otkriće žene“ događaj koji se vezuje za savremenu kulturu – sa potpisivanja Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima iz 1948. postoje i televizijski snimci dostupni na portalu Ujedinjenih nacija¹⁷. Mišljenja sam da u svetlu tih činjenica, a u kontekstu vremenskog kontinuuma rodni ideologija, koje seže duboko u doba i pre pisma, bilo koja feministička teorija ili borba koja je usledila posle Opšte deklaracije o ljudskim pravima nije imala vremena ni da „sazri“ a kamoli da bude proglašena anahronom.

Srpsko društvo još iz robovlasničkog i feudalnog doba čuva negativne stereotipe o ženi kao i sliku njene podređenosti u srpskim narodnim poslovicama i narodnoj književnosti, u kojima je ona „zla, brbljiva, glupa, verolomna, lukava, osvetoljubiva, a odnos muškarca prema njoj je svojinski, prezriv i agresivan“ (Trebješanin, 2001, str. 196). Pretpostavka je, ili izgovor, da se patrijarhalni model održao duže i da ima posebnu okoštaloost i agresivnost usled viševjekovnog robovanja pod Otomanskim carstvom, sa tezom da se „sudbina porobljenog naroda posebno dramatično odražava na život žene“:

„Nemogućnost muškarca da adekvatnim pružanjem otpora odgovori na tursku okupatorsku agresiju pokrenula je mehanizam pomeranja sopstvene agresije na svoje najbližnje i najnemoćnije. Žena postaje žrtva te pomerene agresije i biva grešna i kriva bez sopstvene krivice. Unižena i ponižena, ona u patrijarhalnoj zajednici ima ulogu žrtve nakupljene muške agresivnosti, koja je presudno uticala na formiranje nezavidnog položaja žene u srpskoj tradicionalnoj kulturi. U tom nezavidnom položaju žena je ostala i nakon nacionalnog oslobođenja i ponovnog uspostavljanja srpske državne samostalnosti. Očuvan u našim seoskim sredinama i nakon Drugog svetskog rata, tradicionalni patrijarhalni obrazac je ostao čuvar zarobljene i potčinjene žene“ (Jovanović, 2001, str. 98).

Kao potvrda da je rod društveni konstrukt, nametnut unapred utvrđenim rodni ulogama, može se uzeti i fenomen „virdžine“ u tradicionalnim balkanskim kulturama – žene, odnosno devojčice, kojima su dodeljivane muške uloge kada u porodici nije bilo muškog naslednika: „Sredina se prema njima odnosila kao prema muškarcima, kretale su se u muškom društvu, pušile su i pile, učestvovala u zborovanjima muškaraca, radile sve što je muškarcima bilo dozvoljeno, a ženama uskraćeno“ (Jarić & Radović, 2010. str. 139).

Podređenost je u komunističkom društvu, uprkos zaslugama borkinja za veće poštovanje žena u javnom diskursu i praznikovanju prava žena na rad, bila jasno vidljiva u ženinoj primarnoj ulozi majke i domaćice, kao stereotipu koji se održao i u 21. veku. Smatra se da su obrazovanje i nastavni programi „među glavnim motorima za proizvodnju stereotipa u pogledu rodni uloga – očekivanih uloga za muškarce i žene, kao i u ohrabrivanju da se oni prihvate“, ali da bi takođe trebalo da imaju ulogu u otklanjanju tih stereotipa u borbi protiv rodne diskriminacije (Mertus, Mršević, Dutt & Flowers, 1995, str. 67, prema Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010, str. 9). Istraživanje u Srbiji iz 2010. godine *Obrazovanje za rodnu ravnopravnost: Analiza nastavnog materijala za osnovnu i srednju školu*¹⁸, autorki Dragane Stjepanović-Zaharijevski, Danijele

¹⁷ <http://webtv.un.org/watch/universal-declaration-of-human-rights-general-assembly-3rd-session-181st-and-183rd-plenary-meetings/2581096758001>; <http://webtv.un.org/watch/universal-declaration-of-human-rights-general-assembly-3rd-session-139th-plenary-meeting/2581092038001/?term=>

¹⁸ Istraživanje su sprovedli Mena Group i Odbor za građansku inicijativu iz Niša, u okviru projekta „Jačanje uloge civilnog društva u kreiranju politika i prakse za smanjenje siromaštva“, Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) uz

Gavrilović i Nevene Petrušić, na osnovu analiza osnovnoškolskih i srednjoškolskih udžbenika i nastavnih programa sa aspekta rodne ravnopravnosti, iz predmeta Svet oko nas, Priroda i društvo, Biologija, Geografija, Sociologija i Ustav i prava građana, donosi, između ostalih, sledeće nalaze (Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010, str. 113-114):

- Pitanja relevantna za razumevanje odnosa (ne)ravnopravnosti polova „eksplicitno se ne pojavljuju kao tema“, iako su rodno relevantni sadržaji prisutni u udžbenicima i priručnicima i mogu se analizirati.
- Kvantitativno prisustvo muških i ženskih likova je veoma neujednačeno – i na slikama i u tekstu predstavljeno je „višestruko više muških nego ženskih likova“, a posebno je neujednačen broj znamenitih ličnosti i onih koje obeležavaju značajne momente u istorijskom razvoju, predstavljenih u udžbenicima, kao i citiranih autora, koji su pretežno muškarci.
- Žene su u odnosu na muškarce nesrazmerno predstavljene kao „ključni nosioci poslova u domaćinstvu i kao brižne supruge i majke“ sa tipično „ženskim“ osobinama, dok su profesije, sfera rada i rukovodeći položaji „gotovo ekskluzivno“ predstavljeni kroz muške likove. Izuzetak su takozvana „ženska“ zanimanja: učiteljice, vaspitačice, medicinske sestre, čistačice i sl. – uglavnom dodeljena ženskim likovima.
- U priličnom broju analiziranih udžbenika sistematski je upotrebljavan „rodno stereotipan jezik“.

I u analiziranim priručnicima iz Građanskog vaspitanja, rodne uloge su „uglavnom stereotipno podeljene“: „ženski likovi (tamo gde ih ima) prikazani su u aktivnostima brige, nege, podučavanja i vaspitavanja, a muški u podučavanju, odlučivanju, sportskim aktivnostima i nizu aktivnosti vezanih za raznovrsne uloge u javnoj sferi“ (Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010, str. 118). U priručnicima za niže razrede osnovne škole je u „priličnoj meri zadržana stereotipna polna podela porodičnih uloga“ – „u ulogama roditelja dominiraju ženski likovi, a deca i unuci su mahom dečaci“, zatim, „preovladavaju stereotipni opisi devojčica kao plačljivih, manipulativnih i pasivnih, a dečaka kao preduzimljivih, radoznalih, hrabrih, drskih, i neodgovornih“, dok je „preovlađujuća profesionalna uloga učitelja/ice predstavljena „uglavnom ženskim likovima“ (Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010, str. 118):

„U priručnicima za više razrede osnovne škole i srednju školu preovlađuju uloge u javnoj sferi (političke i profesionalne uloge), kojima dominiraju muški likovi, između ostalog i zbog sistematične upotrebe muškog gramatičkog roda za označavanje naziva funkcija i zanimanja. Retki ženski likovi prikazani su u ulozi učenica ili nastavnica“.

U analizi skrivenog programa u realizaciji nastave Građanskog vaspitanja, s obzirom na njen rodno osetljivi sadržaj „uočeno je da i nastavnici/e i učenici/e imaju već izgrađene stereotipe o rodnim ulogama i osobinama učenika: dečaka i devojčica“ (Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010, str. 120). Pri tome, stereotipi ostaju „neprimećeni“, a „...nastavnici/e se retko bave problemom diskriminacije žena i tome se pristupa kao problemu iz prošlosti ili problemu samo pojedinih patrijarhalnih sredina“ (Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010, str. 120):

„Nastavak obrazovanja na fakultetu i profesionalna karijera se doživljavaju kao neodgovarajuća strategija za žene, suprotstavljena njenoj „primarnoj“ ulozi, najčešće u seoskim školama, među učenicima/ama romske nacionalnosti, u tzv. patrijarhalnim sredinama i u srednjim stručnim, trogodišnjim školama. Ponekad je čak i među učenicima/ama iz modernijih sredina duboko ukorenjeno shvatanje, zasnovano na iskustvu, da najveći deo odgovornosti za „kućne“ poslove nosi osoba ženskog pola.“

U sprovođenju radionica o planiranju profesionalne karijere u okviru nastave Građanskog vaspitanja „skoro niko od nastavnika/ca ne dovodi u pitanje da su dodatne obaveze u kući i oko dece

finansijsku podršku Delegacije Evropske unije u Srbiji, i uz institucionalnu podršku Uprave za rodnu ravnopravnost Ministarstva rada i socijalne politike Vlade Republike Srbije.

neizbežne za žene“, a učešće žena u javnom životu i građanskom aktivizmu je „najmanje promovisano“: „Iako većina nastavnika/ca opisuje devojčice kao aktivnije učesnice na času i brojnije predstavnice grupa u timskom radu, *odustajanje žena od participacije u javnom životu predstavlja se kao prirodna posledica njihove prirodne uloge da budu supruge i majke* (Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010, str. 120, moj kurziv). U Srbiji bi se dakle građansko vaspitanje u 21. veku moglo delom svesti na pomenutu izreku zapadnog industrijskog društva iz druge polovine 19. veka – „Muškarcu država, ženi porodica“, što je paradigma koju i danas promovišu srpski digitalni mediji kako ću pokazati u svom istraživanju. Međutim, to nije karakteristika samo našeg savremenog društva:

„Najduža revolucija nije završena. Na pitanje o najvećoj mogućoj sreći najvećeg mogućeg broja (u smislu prosvetiteljstva, ali sada ne androcentrično, već obuhvatajući polove) može se – kada je o ženama reč – dvojako odgovoriti: u poređenju sa njihovim majkama, bakama i prabakama, sigurno da im je bolje nego pre (svakako ne i tamo gde je rat). U poređenju sa muškarcima njihove generacije, preostaje mnogo toga da se uradi. Rodni odnosi jesu uslovljeni istorijski i kulturno, ali ih upravo stoga i bez obzira na reagovanja i lomove nije lako menjati: kultura i istorija su duboko ukorenjene i imaju svoje „processe dugog trajanja“ (*longue durée*). I uz pomoć novih formi građanstva žena, njihovih građanskih, političkih i socijalnih prava, trajna promena se pospešuje samo onda kada je prati promena kako javne, tako i privatne, kako ženske, tako i muške svesti, a cilj nije samo jednakost već i sloboda. Querelle des sexes nije okončana – i to je dobro“ (Bok, 2005, str. 398).

8.2.3. Mit o isključenosti iz kulture i razornom povratku

„Procesi dugog trajanja“ (Bok, 2005) obuhvataju i vekovnu istoriju rodnih odnosa koja potiče od priča o nastanku sveta, pri čemu mit o ženi kao „slabijem polu“, drugoj u redu, gubitnici u postanju, nije karakterističan samo za hrišćansku tradiciju. Kako navodi Zorica Tomić (2007, str. 80), „helenska mitologija, kao i sve patrijarhalne koncepcije o nastanku sveta, sadrži ideju o postojanju pradavne borbe polova, iz koje su muškarci, muški bogovi ili muški junaci izašli kao pobednici“. Neko je nekada proglasio muškarce večnim pobednicima prilikom zauzimanja sveta i ta pobjeda je imanentna u diskursu rodni ideologija. „Ideološki konstrukt koji se skriva iza moguće verodostojnosti ovakve slike povesti implicira tezu po kojoj je problematičnost muške dominacije jednom za svagda razrešena u prošlosti, tako da više nije sporna“ (Tomić, 2007, str. 80).

Ovakvom mitskom predstavom može se tumačiti (i potkrepljivati) i danas prisutan „zdravorazumski“ diskurs o muškoj snazi, fizičkoj i duhovnoj nadmoći, u odnosu na žensku slabost i nestabilnost, u smislu u kojem i Ferklaf podrazumeva „zdravorazumske istine“ (Fairclough, 1989) koje su naizgled nesporne iako suštinski proizvedene u diskursu. U slovenskom mitu budući roditelji čovečanstva usnuli su poziv da rađaju decu: „Bude se, jedno drugom pričaju san i, prema legendi, drugarskim dogovorom ostvaruju njegovu božansku dalekovidost“ (Alečković-Nikolić, 2001, str. 177-178). Tako je mogao nastati dominantni diskurs o nastanku ljudi, kao što je, shodno takvom „nemogućem“ diskursu, dominantna ideologija mogla biti „carstvo slobode“ u kojem „muškarci i žene, i pored svojih prirodnih razlika, bez dvoiličnosti afirmišu svoje bratstvo“ (de Bovoar, 1982, str. 607). Ali, nije.

Jasenska Kodrnja utvrđuje da „rodno iščitavanje olimpske mitologije pokazuje sustavnu degradaciju ženskih likova“ (Kodrnja, 2008, str. 4). Mitove o Eurinomi izdvaja kao paradigmatične za sistemsku, postepenu degradaciju žene: u prvom pretpatrijarhalnom mitu ona je boginja koja,

„plešući na vjetru uz nadahnuće i žudnju, spojena s nastalom zmijom, stvara čitav svijet“, u drugom mitu, „u olimpijskoj mitologiji Eurinoma je jedna od boginja, u trećem je kraljica, a u četvrtom je sobarica na dvoru kralja Odiseja“ (Kodrnja, 2008, str. 4). Mit o Heri koju je silovao Zevs, kojem je to bio uobičajen kontakt sa ženama, „pokazuje da je seksualno nasilje u osnovi uspostave rodne moći, pa silovanje valja iščitavati kao paradigmatički mitem važan za legitimiranje novih (patrijarhalnih) zakona, odnose rodova, povijest, povijest ratovanja, svakodnevicu, umjetnost i znanost“ (Kodrnja, 2008, str. 4).

U mitskim predstavama patrijarhalnog modela na ovim prostorima, kao i na drugim područjima, ženi su dodeljene i posebne uloge veštice i vile, u okviru arhetipova „deve-žene-majke“ i „demonskih vile-veštice“ (Radulović, 2007). Prema nekim tumačenjima to je bila kompenzacija za prognanost žene iz „kulturnog“ prostora: „Uskraćena u realnom socijalnom životu, žena je nastojala da svoju inferiornost natkompenzuje magijskom praksom, dok je u vreme određenih obreda, kao i u sferi mita ova kompenzacija vršena tako što joj je pridavana ritualna i fiktivna moć“ (Jovanović, 2001, str. 103). Prema drugim stanovištima, figura veštice je produkovana iz straha od povezanosti žene sa Prirodom i onostranima, sa ciljem dodatne stigmatizacije i kažnjavanja njenih „slobodarskih“ težnji: „Veštica predstavlja, i na neki način jeste, otelotvorenje muške fantazije o razuzdanoj ženskoj seksualnosti. Veštica je metafora za žensku slobodu, moć i seksualnost. Njena mučenja i spaljivanja bila su svirepa kazna za tu slobodu, i za tu seksualnost“ (Popović-Perišić, 1989, str. XVI). Veštice nisu stradale samo u diskursu – Karađorđevim krivičnim zakonom 1810. godine, strogo je sankcionisano traženje, mučenje i ubijanje žena optuženih da su veštice, ali se ovaj „okrutni običaj održao i tokom 19. veka“ (Jovanović, 2001, str. 99).

U „velikoj zapadnoj misli“, mit kao stecište ideološkog sukoba između dva principa i Darwinova ideja o prahordi, biće inspiracija Frojdu (Sigmund Freud) u formiranju ideologije kulture kao okvira njegove psihoanalize. Frojdova teorija zasnovana je na dva osnovna ljudska nagona, Eros i Thanatos, gde on „zapravo razume (prvobitno) društvo kao udruženje muškaraca“ (Frojd, 1969, str. 268, prema Tomić, 2009, str. 78). Prema tumačenju Zorice Tomić (2009, str. 78-79), „svet prahorde, koji je primarno muški svet, determinisan je samovlašćem tiranskog oca, poslušnošću sinova i ženama koje su samo objekti razmene među muškim članovima“; nakon pobune i „ubijanja tiranskog oca“, nastaje kultura „kao posledica osećanja krivice zbog oceubistva, ali i kao potreba da se nagoni porivi mladih mužjaka prema ženama socijalizuju“. Međutim, „nagonsko je po svojoj prirodi žensko, dok je „prevladavanje nagonskog“, odnosno, stvaranje kulture, odlika maskulinog principa“ (Frojd, 1969, str. 213, prema Tomić, 2009, str. 84). Žena je, po Frojdu, „manje agresivna, samozadovoljnija, ali i zavisnija i poslušnija od muškarca“, a njena „sposobnost za sublimaciju manja nego u muškarca“ (Frojd, 1969, str. 236, prema Tomić, 2009, str. 84). Pri tome, Super-Ego žene „ne može da postigne onu snagu i nezavisnost koja mu daje njegov značaj u kulturi“ (Frojd, 1969, str. 230, prema Tomić, 2009, str. 84).

Frojd će konstruisati fantastičan, do danas jedan od najpopularnijih diskursa o rodnom polaritetu, kao obrazac psihoanalize koji, kako naglašava Tomić, ženu određuje kao neku vrstu „kastriiranog muškarca“, budući da je njena sramežljivost samo druga strana „prikivanja defekta genitalija“ (Frojd, 1969, str. 234, prema Tomić, 2009, str. 83). Obrazac koji je značio i da „razlika između muškaraca i žena, zasnovana na anatomiji, ima za posledicu različiti stepen mogućnosti uspostavljanja granica ega“, feminiskinje su osudile kao falocentričan, muškocentričan i egocentričan (Đorđević, 2009, str. 137).

Simon de Bovoar se usprotivila Frojdovoj teoriji tešom da žena „ne može da se definiše sveću koju ima o svojoj ženskosti“ („kao što za ženu nije dovoljno reći da je ženka“), jer „tu svest ona stiče u samoj zajednici čiji je član“, kao što se svaka individua definiše „određujući sebe u svetu“ (de Bovoar, 1982, str. 73). Njena centralna kritika usmerena je na činjenicu da Frojdova psihoanaliza ne objašnjava „zašto je žena Drugo“: „I sam Frojd dopušta da se prestiž penisa objasni superiornošću oca, a priznaje da ne zna poreklo muške nadmoći“ (de Bovoar, 1982, str. 73). Nasuprot Frojdovoj

uzbudljivoj i slikovitoj transformaciji mita koja je danas deo i popularne kulture, ona je ponudila racionalnije objašnjenje prema kojem je društvo to koje definiše drugorazrednu poziciju žene:

„Žena se ne rađa kao žena, već to postaje. Nikakva biološka, psihička i ekonomska podređenost ne definiše lik koji ženka čoveka dobija u društvu; čitava civilizacija stvara taj prelazni proizvod između muškaka i kastrata nazvan ženski rod. Isključivo posredovanje drugih može od jedinke stvoriti Drugog“ (de Bovoar, 1982, str. 11).

Džudit Batler (2001) pruža radikalniji otpor, ukazuje na opasnosti od usvajanja diskursa o kastratu koji u sebi nosi anatomske razlike u polovima, i upravo u njemu, između ostalog, nalazi povod za poništavanje granice polova, odnosno odbacivanje polnog identiteta (o tome je u ovom radu bilo reči i u odeljku posvećenom teoriji performativnosti). Ona smatra da ponavljajuće usvajanje „ženske pozicije“, podrazumeva „figuru kastracije“ ili borbu za odnos sa njom, „simbolizujući u isto vreme pretnju muškoj poziciji i jemstvo da muško „ima“ falus“, te se u takvoj slici „ženska pozicija“ mora usvojiti „na način koji ne zastrašuje“ (Batler, 2001, str. 135). Žena se, upozorava Batler, „zakonom kastracije“ ostvaruje kao „izgubljeni referent“, dok se feminizam otkriva „kao uzaludan pokušaj opiranja tom posebnom objavljivanju zakona (kao vrsta psihoze u govoru, opiranje zavisti na penisu)“ (Batler, 2001, str. 267). Otud je potrebno „preformulisati taj opis“ i „otvoriti taj termin kao mesto za ekspanzivnije reartikulacije“ (Batler, 2001, str. 268).

Tumačeći teoriju Batler, Dejvid Gauntlet (David Gauntlet) kaže da se ona pita da li feminizam zapravo izvodi „prepravku rodnih odnosa“ (Gauntlet, 2002, str. 106). Prema njegovom viđenju budući da je jedna od početnih ideja feminizma bila „društvo u kome se svi tretiraju kao jednake osobe“, „stvarajući binarnu opoziciju žena protiv muškaraca, feminiskinje su potvrđivale pojam žene kao jedinstvene vrste – pojam koji bi, u drugom kontekstu, bio smatran seksističkim“ (Gauntlet, 2002, str. 106). Gauntlet na ovaj način podržava novi mit, odnosno diskurs, prema kojem je *feminizam* za nekoliko decenija zapravo proizveo binarnu opoziciju žena i muškaraca, a ne hiljadama godina unazad rodovska zajednica, prethrišćanska i patrijarhalna tradicija, hrišćanska dogma, rana građanska društva ili zapadna kultura. Novi biologizam koji je usledio pojavio se kao „spas“ za krizu rodnih identiteta, za koji delom jeste bio „zaslužan“ feminizam, iako je celokupna postmoderna misao doprinela rušenju oslonaca kulture. Kako smatra Frederik Džejmson (Frederic Jameson), sposobnost delovanja i borbe neutralizovana je u prostornoj i društvenoj konfuziji: „Politički oblik postmodernizma, ukoliko ikada bude postojao, moraće da pronađe i projektuje globalnu spoznajnu mapu, kako u društvenim, tako i u prostornim razmerama“ (Džejmson, 2006, str. 528).

Kako Entoni Gidens (Anthony Giddens) sugeriše, „iščezavanje „velike naracije“ – „koja nas sve smešta u istoriju kao bića koja imaju određenu prošlost i predvidivu budućnost“ i postmoderni pluralizam heterogenih povezivanja – „u kojem nauka nema privilegovano mesto“, doveli su do „dezorijentacije“ (Gidens, 1998, str. 14). Proizveli su „osećanje“ da se ne može postići sistematsko znanje o društvenoj organizaciji i „utisak koji mnogi od nas imaju, da smo zarobljeni u svetu događaja koje ne razumemo u potpunosti i koji najvećim delom izgledaju kao da su izvan naše kontrole“ (Gidens, 1998, str. 14).

Kontrola se, dakle, mora povratiti, moraju se ukrotiti „zmajeve kočije“ (engl. „juggernaut“) (Gidens, 1998, str. 134). Dokazano efikasni mehanizam kontrole je „tradicija“, koja je „rutina“, i čija značenja leže u „opštem poštovanju, pa čak i obožavanju, koje je imanentno tradiciji, i povezanosti tradicije s ritualom“ (Gidens, 1998, str. 105). I mada ritual, podseća Gidens, „često sadrži i jedan aspekt prisile“, on je „i duboko utešan, jer u dati skup praksi udahnuje kvalitet svetog“ (Gidens, 1998, str. 105, kurzivi moji). Prema ovom uticajnom sociologu, tvorcu „teorije strukturacije“¹⁹, prema kojoj je „predstavljanje roda... nešto što se uči i kontroliše, i na čemu se mora stalno raditi i nadgledati“

¹⁹ Prema Gidensovoj teoriji strukturacije, ponavljanje dela pojedinaca predstavlja ono što reprodukuje društvenu strukturu - koju čine tradicija, institucije, moralni kodeksi i ustaljeni načini postupanja – koji se mogu promeniti kada ljudi počnu da ih ignorišu, zamenjuju ili reprodukuju na drugačiji način (Gauntlet, 2002, str. 74).

(Gauntlet, 2002, str. 75), tradicija je ta koja će povratiti ontološku sigurnost održavanjem poverenja „u kontinuitet prošlosti, sadašnjosti i budućnosti“, i povezivanjem tog poverenja „sa rutinizovanim životnim praksama“ (Gidens, 1998, str. 106). Poštovanje običaja i rituala jedno je od imperativa medijskih tekstova na „ženskim“ portalima koje analiziram.

8.2.4. Fizionomija žene

U knjizi *Istorija seksualnosti: Volja za znanjem (Histoire de la sexualité I: La volonté de savoir)*, objavljenoj prvi put 1976. godine, Mišel Fuko (Michel Foucault) među četiri strateške celine kojima su počev od 18. veka razrađeni „posebni dispozitivi znanja i moći povodom seksa“, navodi i „histerizaciju tela žene“²⁰, kao biološko-etičku ideologiju u koju je uključena polna, fiziološka specifičnost žene, koja je suštinski patološka, a njeno smeštanje u porodični prostor je zapravo „jedina veza sa društvom“ (Fuko, 2006, str. 118). Histerizacija tela žene je trostruki proces kojim je, prema Fukou, telo žene analizirano – kvalifikovano i diskvalifikovano:

„... kao telo skroz zasićeno polnošću; tim procesom koji je to telo integrisano u sferu medicinskih praksi, kao posledica patologije, koja mu je, navodno, svojstvena; kojim je, konačno, telo žene dovedeno u organsku vezu sa društvenim telom (kom treba da obezbedi regularnu plodnost), s porodičnim prostorom (čiji supstancijalni i funkcionalni element mora da bude) i sa životom dece (koji stvara i za koji mora da jamči na osnovu biološko-moralne odgovornosti koja traje sve dok i vaspitanje); Majka i „nervozna žena“, koja je njena slika u negativu, najvidljiviji su oblici histerizacije“ (Fuko, 2006, str. 118).

„Normalizujuće društvo“ koje je istorijska „posledica tehnologije čije je težište na životu“ (Fuko, 2006, str. 161), dakle, može da proizvode ženu samo u „majku“ ili u „nervoznu ženu“ kao njenu suprotnost, budući da je histerizacija žene, koja je iziskivala i „podrobno medikalizovanje njihovog tela i seksa“, izvedena „u ime odgovornosti koju žene imaju pred zdravljem svoje dece, pred čvrstinom porodice kao institucije i pred dobrostanjem društva“ (Fuko, 2006, str. 164). „Nervozna žena“ feudalnog, građanskog i industrijskog društva je, zaključujem, pandan negativnim suprotnostima ženskih ideala, nasleđen iz „izvornih“ patrijarhalnih ideologija koje sankcionišu neposlušnost i iskorak žene iz rodne determinisanosti i time ugrožavaju ultimativnu agendu održanja, koje predstavljaju Lilit, Marija Magdalena, Dalila, potom veštice i vračare, a u 20. i 21. veku – feminiskinje.

Jedan od najvećih autoriteta u zastupanju tradicionalne kulture u Srbiji, krajem 20. i u prvim decenijama 21. veka, bio je Vladeta Jerotić, koji je kao neuropsihijatar, sa naučnim i akademskim kredibilitetom, promovisao tradicionalne duhovne vrednosti utemeljene u hrišćanstvu i pravoslavlju. Njegov pristup rodним razlikama i rodним pozicijama i ulogama, zasnivao se na biološkim specifičnostima žene, koje su, prema njegovom mišljenju, neminovno uticale i na njene intelektualne i duhovne mogućnosti:

²⁰ Preostale tri strateške celine su: pedagogizacija seksa dece, proizašla iz stava da seksualna aktivnost, pošto je „neprirodna, „prirodna“ i „protiv prirode“ u isti mah“, nosi „opasnosti po zajednicu i opasnosti po ličnost“; socijalizacija prokreativnih ponašanja – ekonomska, u vidu podstreka ili kočenja „nametnutih plodnosti parova „društvenim“ ili poreskim merama“, politička, kojom se „parovi proglašavaju odgovornim pred celi društvenim telom“ i treba ih ograničiti ili ojačati, i medicinska - pripisivanjem za jedinku i vrstu „patogenih dejstava praksi kontrole rađanja“; i na kraju - psihijatrizacija perverzних zadovoljstava, kojim je polni nagon izdvojen „kao autonoman biološki i psihički nagon“ (Fuko, 2006, str. 119).

„Anatomska građa polnih organa žene, zajedno sa fiziologijom ovih organa i samo za ženu tipičnim menstrualnim ciklusom, zajedno sa mlečnim žlezdama osposobljenim za dojenje, morali su uticati i na duševni život žene vezujući je čvršće za zemlju i mesto stanovanja, odnosno čineći je manje pokretnom i manje sposobnom za česta i uspešna kretanja nego što je muškarac“ (Jerotić, 2001, str. 26).

Iz ovakve biološki determinisane oštre dihotomije, Jerotić izvodi zaključke o psihološkim i „energetskim“ potencijalima žena i muškaraca, libidu, uglavnom pod uticajem Jungove (Karl Gustav Jung) teorije, i zaključuje da se polovi „razlikuju i u rasporedu i u korišćenju životne energije“, kao i u mogućim, različitim, doživljajima zadovoljstva prilikom međusobnih seksualnih odnosa:

„Muškarac ima koncentrisanu energiju, sposoban je za velike napore, ali se zato više iscrpljuje i treba mu duži odmor. Ženska energija je razlivenija, manje se odjednom prazni, žena je laganije troši i brže je obnavlja, pa zato može duže da izdrži napor. Sa seksualnom energijom je slično. Ona se kod muškaraca naglo budi, snažna je i traži brzo zadovoljenje, dok ženino telo u ljubavi sledi sporiji ritam, pa je potrebno da se razbudi celo njeno telo da bi osetilo seksualno zadovoljstvo“ (Jerotić, 2001, str. 26).

U diskursu „eksplozivne energije“ muškaraca, koja je koncentrisana, „snažna“, „traži brzo zadovoljenje“, i sa druge strane, „izdržljivosti“ žene, koja znači i trpeljivost, utkana je i njena obaveza da bespogovorno, logikom zdravog razuma, prema božjoj volji i prirodnom ustrojstvu, brzo odgovori na zahtev da zadovolji tu energiju, da bude i brižnica i negovateljica, jer *njemu* treba i „duži odmor“. „Razlivenu“ energiju žene je i teže sapeti, ona je spora i nju je teže zadovoljiti, a budući da se muškarac „više iscrpljuje“, zapravo ona to ne može ni da traži, jer, opet, zdrav razum kaže, nije joj dato. Ovo je još jedna modifikacija teorije deficita preneti na plan rodne dihotomije, prema kojoj getoizirana grupa nema *kompetencije* da razvije „epistemološka znanja koja poseduje šira populacija“ (Filipović, 2018, str. 75).

Feminizam je u početku, u prvom i drugom talasu, prihvatao „biološku argumentaciju“ za odrednicu ženskog pola kao „specifičnog“, „slabije pokretnog“, čime su priznate „fizičke“ poteškoće za ostvarivanje jednakih prava koje uživaju muškarci i „opravdana“ podjarmljenost žene ne samo muškarcu, već i prirodi, višim zakonima koji bi se u tradicionalnoj rodnoj ideologiji mogli povezati sa kaznom za „prvi greh“.

„Krizi puberteta i menopauze, mesečno „prokletstvo“, duga i često teška trudnoća, bolan i katkad opasan porođaj, bolesti, nesrećni slučajevi, sve su to odlike ženke ljudskog roda. Čini se da je njena sudbina utoliko teža ukoliko joj se više suprotstavlja potvrđujući se za ličnost“ (de Bovoar, 1982, str. 56).

I kao što u tezama o podeli rada istorijskog materijalizma i „falusnoj raspodeli“ psihoanalize de Bovoar zahteva da se objasni zašto je žena na Drugom mestu, odnosno, zašto je njena razlika čini manje vrednom (zašto je sposobnost rađanja manje važna od radne sposobnost i zašto je imati penis prestižnije nego nemati ga, u ljudskoj samosvesti), de Bovoar traži i odgovor na pitanje zašto biološke razlike žena i muškaraca *moraju* da podrazumevaju hijerarhijski odnos:

„Telo žene je jedan od glavnih elemenata za status koji ona ima u ovom svetu. Ali telo nikako nije dovoljno da odredi taj status; življena stvarnost postoji samo utoliko ukoliko je sveću primljena kroz aktivnosti u društvu. Biologija nije dovoljna da nam odgovori na pitanje koje nas preokupira: zašto je žena Drugo?“ (de Bovoar, 1982, str. 61).

Argumentacija da je žena društveno biće, i ujedno „ženka ljudskog roda“, u sebi sadrži imanentni, dominantni diskurs dodatno ojačan teorijom evolucije koja je muškarce slikom horde proglasila „Prvima“. U njoj je žena opozit kao pojava izvan društva – posebna, „očučena“ vrsta. *I mi smo ljudi*, kao da hoće da vikne de Bovoar, a *ne oni drugi!* Šeri Ortner (Sherry Ortner) u tekstu iz 1974, *Žena spram muškarca kao priroda spram kulture? (Is female to male as nature is to culture?)*,

takvu „drugost“ naziva „međupoložajem“ između kulture i prirode, koji je određen fiziologijom žene i „strukturalno podređenim domaćim kontekstom“ s jedne strane, a sa druge, ipak neporecivom pripadnošću žene kulturi, između ostalog i jer je njeno posredovanje presudno za pretvaranje „životinjama podobne odojčadi u kulturna bića“ (Ortner, 1983, str. 177-178). Takav međupoložaj svakako podrazumeva hijerarhiju u kojoj žena nije na vrhu, uključuje i povezivanje kulture i prirode, tajnu rođenja i umiranja, divljenje i strah, može biti i uzvišen i unižen, ali svakako ne normalan:

„Prvo: međupoložaj znači srednji status u hijerarhiji bića čiji raspon ide od kulture do prirode. Drugo: međupoložaj može imati značenje posredovanja, sintetisanja ili pretvaranja između prirode i kulture. Na kraju: dvosmisleno značenje, pripisivanje prividno protivrečnih značenja, kao što su život i smrt. Mnogo više no simbolika muškarca, simbolika žene ispoljava ovu sklonost polarizovanoj dvosmislenosti – ponekad krajnje uzvišenoj, ponekad krajnje uniženoj, a retko kad u normalnom opsegu ljudskih mogućnosti“ (Ortner, 1983, str. 180).

Lis Irigare (Luce Irigaray) postaviće osnovu dekonstrukcije rodnih identiteta ustanovivši da „subjektivnost koja se poriče ženi, nesumnjivo predstavlja jemstvenu hipoteku svakog nesvodivog uspostavljanja objekta: predstavljanja, diskursa, želje“ (Irigare, 2014, str. 171).

„Žena je i dalje mesto, jedno sve mesta u kojem sebe kao takvu ne može prisvojiti. Okušana je kao sve-moćna na mestu na kojem je radikalno nemoćna u svojoj nediferencijaciji. Nikada nije ovde i sada, jer jeste ono što je posvuda i daleko u kojem „subjekt“ nastavlja da crpe svoje rezerve, svoje izvore, a da ih/ga ne shvata. Neiskorenjena u odnosu na materiju, zemlju, majku, a da je ipak, i istovremeno već raspršena na x mesta koja se ne sabiraju u bilo čemu što bi njoj bilo poznato, te ostaje osnova (re)produkcije – naročito diskursa – u svakoj mogućoj formi“ (Irigare, 2014, str. 285).

Performativnom pristupu polu i rodu koji je utemeljila Džudit Batler (2001) pružena je potpora u vidu teorije rodnih odnosa u knjizi *Vladavina muškaraca* iz 1998, Pjera Burdijea (koju sam već pominjala), iznikla iz njegove sociološke teorije o „habitusu“ i antropoloških istraživanja kabilske agrarne zajednice u Alžiru. „Habitus“ je pozicioniran „ispod nivoa svesti“ i obuhvata brojne karakteristike ljudskog bića, „od držanja tela i gestikulacije“ do „mišljenja, načina percepcije i interpretacije društvene stvarnosti“, određen je društvenim položajem, primarno se stiče „procesom socijalizacije u okviru porodice“, a njegovo formiranje se nastavlja „kroz interakcije u okviru određenog društvenog polja“ (Burdije, prema Petrović, 2013, str. 181). Takav, zatvoreni krug u definisanju i praktikovanju roda polazi i završava u telu kao „biološkoj stvarnosti“:

„Zbog toga što princip društvene vizije konstruiše anatomske razlike, i što ta društveno konstruisana razlika postaje osnova i garant prirodne očiglednosti društvene vizije koja tu razliku osniva, imamo, na taj način, odnos kružne uzročnosti koji zatvara misao u očiglednost odnosa vladavine koji su istovremeno upisani u objektivnost, u obliku objektivnih podjela, i u subjektivnost, u obliku misaonih shema koje, uređene po ovim podjelama, obrazuju opažanje ovih objektivnih podjela“ (Burdije, 2001, str. 18).

Tumačeći mitsko-obredne prakse relativno izolovanog društva, Burdije, dakle, dolazi do zaključaka da su hijerarhijske postavke anatomske razlike u prirodi neosnovane, te da se iz potrebe za uspostavljanjem dominacije jednog pola proizvoljni društveni zakon („nomos“) pretvara u „prirodnu nužnost“ („phusis“) (Burdije, 2001, str. 22). Na primer, on ukazuje da je povezivanje „falusne erekcije“ sa „životnom dinamikom punjenja“, iako je ona „svojevrsna svakom procesu prirodne reprodukcije“ (kao što su klijanje biljaka ili trudnoća npr.), zapravo „simboličko registrovanje društvene konstrukcije polnih organa“ kojom se potvrđuju „neosporna prirodna svojstva“ (Burdije, 2001, str. 22).

„Na taj način društveno određenje polnih organa nije prosto registrovanje, neposredno opaženo, prirodnih svojstava, već proizvod konstrukcije izvršene po cijenu niza *usmjerenih*

izbora, ili, tačnije, *naglašavanjem nekih razlika ili osporavanjem nekih istovetnosti*, kao negativnih“ (Burdije, 2001, str. 23, kurzivi moji).

U odnosu na opšteprihvaćenu „muškocentričnu“ matricu svih stvari i pojava kao univerzalnu i prirodnu, žene trpe „simboličko“ nasilje, u činu „doksičkog²¹ odobravanja“ i verovanja (Burdije, 2001, str. 49): „Potčinjeni primjenjuju kategorije izgrađene sa stanovišta onih koji vladaju vladajućim odnosima, čineći ih tako da izgledaju kao prirodne“ (Burdije, 2001, str. 51).

Jedan ranije ponuđeni otklon od utvrđene rodne hijerarhije, kao pomirenje binarnih podela, koje je u odnosu na „bratstvo“ Simon de Bovoar i razdvajanje „dve kulture“ teoretičarki i teoretičara razlika, bliže performativnom pristupu polu i rodu, koristi tehnološku dominaciju savremenog društva kao potencijalnu silu koja u figuri kiborga može da poništi biološku i teološku bazu rodni ideologija, sa ciljem prevazilaženja „querelle des sexes“ i proizvodnje novog, hibridnog, nedeljivog diskursa roda.

8.2.5. Jedno (ne)moguće razrešenje: kiborg

U nastojanju da izgradi „ironični politički mit“ veran feminizmu, socijalizmu i materijalizmu Dona Haravej (Donna Haraway), zoološkinja, filozofkinja, biološkinja, profesorka feminističkih i tehničkih nauka u svom ogledu *Manifest za kiborge: Nauka, tehnologija i socijalistički feminizam osamdesetih godina XX veka (A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century)*, koji je prvi put objavljen u časopisu *Socialist Review* 1985, vizionarski kreira sliku kiborga koji osporava binarne podele kao konstrukcije ideologije moćnih (Haravej, 2006). U okviru pojma „hibrid“, koji je „srž kulture savremenog sveta“ u kojoj se mešaju predstave o polovima, visokoj i niskoj kulturi, realnoj i medijskoj stvarnosti, čoveka i prirode, Haravej, u ironičnom tonu, nudi viziju zajedničkih vrednosti i mogućnosti političkih udruživanja, oslanjajući se na razumevanje tela kao kulturne činjenice: „Kroz telo se prelamaju vrednosti društava i kultura, sistemi klasifikovanja klasnih, staleških, rodni odnosa, stavovi prema religijskom i svetom, način uspostavljanja veze s drugim i prema samom sebi“ (Đorđević, 2009, str. 162).

Ideju o kiborgu kao hibridu mašine i organizma, Haravej je preuzela iz savremene naučne fantastike, moderne medicine, moderne proizvodnje i replikacije, dakle, iz društvene stvarnosti i „proživljenih društvenih odnosa“, odnosno „političke konstrukcije“ koja je „fikcija koja menja svet“ (Haravej, 2006, str. 605) i koju Haravej samo koristi kako bi kreirala novu ideologiju.

„Svi smo mi, na kraju dvadesetog veka, u našem mitskom vremenu, postali priviđenja; teorizovani i isfabrikovani hibridi mašine i organizma; ukratko, postali smo kiborzi. Kiborg je naša ontologija; on određuje našu politiku. Kiborg je kondenzovana predstava kako imaginacije, tako i materijalne stvarnosti, dvaju združenih središta koja strukturišu svaku mogućnost istorijskog preobražaja“ (Haravej, 2006, str. 606).

Kiborg jeste produkt „militarizma i patrijarhalnog kapitalizma“, kao i „državnog socijalizma“, njihovo „nezakonito potomstvo“, ali im izmiče iz utvrđenih definicija dualiteta i „priča o poreklu u zapadnom smislu“, kao suštinski „opozicion, utopijski i potpuno lišen nevinosti“ – on nije izašao iz raja niti se može svrstati u javno ili privatno, prirodu ili kulturu, heteroseksualno ili homoseksualno, muškarca ili ženu, čoveka ili životinju, na njemu nije primenjiv „mit o prvobitnom jedinstvu,

²¹ Doxa (δόξα) – (grč.) „slava, vera“ – izbor reči za naziv Burdijeovog pojma govori o iracionalnoj osnovi interpretacije društvene stvarnosti (Petrović, 2013, str. 181).

blaženstvu i užasu“, niti o Frankenštajnu, Edipu i organskoj porodici: „Kiborg je odlučno opredeljen za pristrasnost, ironiju, intimnost i perverznošću“ (Haravej, 2006, str. 607).

Haravej prepoznaje tri oblika „ukidanja graničnih linija“ na kraju 20. veka: između ljudskog i životinjskog, organizma i mašine i fizičkog i nefizičkog (Haravej, 2006, str. 607-610). Ljudska animalnost i povezanost čoveka sa drugim bićima vodila je ka ideji o „prekoračenju pukotine između prirode i kulture“, „živahnost mašina“ u odnosu na sve manju pokretnost ljudi stvorili su dijalog između materijalizma i idealizma, dok se „fluidnost mašina“, koje su svugde, nevidljive su, tiče „svesti i njene simulacije“ (Haravej, 2006, str. 607-610). Autorka kiborga vidi kao rezultat „prekoračenih granica i moćnih spojeva“, koji može biti političko sredstvo za konačno preuzimanje moći, stvaranje „kontrolne mreže“ (engl. „grid of control“) koja bi prekrila čitavu planetu, kao i prevazilaženja „parcijalnih identiteta i protivrečnosti“ (Haravej, 2006, str. 610).

Da bi objasnila kontekst u kojem ideja o kiborgu može da funkcioniše politički, Haravej podseća na cepanja feminističkih teorija koje su usledile nakon konačnog priznanja društvenog konstituisanja roda, rase i klase, ukazujući da te kategorije više ne mogu pružiti osnovu za „verovanje u „esencijalno jedinstvo““: „Ne postoji ništa u bivanju „ženom“ što prirodno povezuje žene jednu sa drugom“ (Haravej, 2006, str. 612). Ona razmatra „koaliciju – afinitet a ne identitet“, novi politički glas „obojene žene“ Čele Sandoval (Chela Sandoval) (1984), koji ishodi iz antikolonijalističkog diskursa koji rastvara „Zapad“ i njegov „najviši proizvod“ – tvorca istorije, muškarca, kao i „žensku kulturu“ Kejti King (Katie King) (1984), gde je moguće stvoriti „poetsko-političko jedinstvo“ bez logike dominacije, prisvajanja, inkorporacije i identifikacije (Haravej, 2006, str. 613-614). U tom ključu Haravej predlaže i sopstvenu političku misao: „Kiborg-feministkinje moraju da tvrde da „mi“ ne želimo više nikakvu prirodnu matricu jedinstva i da nijedna konstrukcija nije celina“ (Haravej, 2006, str. 615).

Haravej podseća da su i marksističko-socijalistički i „radikalni feminizam“ „istovremeno naturalizovali i denaturalizovali kategoriju „žena“ i svest o društvenom životu „žena““ (Haravej, 2006, str. 615). Nasleđe marksizma na koje se oslanja socijalistički feminizam zasnovano je na „ontološkoj strukturi rada“ i obojeno je „zapadnjačkim“ analogijama, gde je ženski rad u domaćinstvu, svakodnevna odgovornost i aktivnost majke postavljen kao imperativ i inkorporiran u strukturu klase (Haravej, 2006, str. 616). Radikalni feminizam Ketrin Mekkinon (Catharine MacKinnon) (1982) oslanja se na totalitarne težnje koje se odnose na identitet, gde je konstituisano „seksualno prisvajanje žena od strane muškaraca“, koje u otporu, brisanju razlike poništava egzistenciju žene kao takve (Haravej, 2006, str. 617). Haravej zaključuje da iz toga sledi da radikalni feminizam može da „u sebe primi“ oblike rada socijalističkog feminizma samo ukoliko se oni mogu „seksualizovati“: „Reprodukcija poprima različite nijanse značenja za ove dve tendencije: jednu ukorenjenu u radu, drugu u polnosti, dok obe tendencije nazivaju posledice dominacije, kao i neznanje o društvenoj i ličnoj stvarnosti, „lažnom svešču““ (Haravej, 2006, str. 618).

Autorka želi da naglasi da su se navedene teorije konstituisale kao „totaliteti“, bez obzira na ženske „partikularnosti i protivrečne interese“, odnosno da su pratile logiku „belog humanizma“ da bi utvrdile svoj „revolucionarni glas“ uspostavljanjem temelja jedinstvene dominacije (Haravej, 2006, str. 618-619). Ona smatra da treba težiti ka stvaranju delimične, stvarne povezanosti, a ne pronalaziti svoje mesto u svetskoistorijskim sistemima dominacije: „Celokupni univerzum objekata koji se mogu naučno saznati mora biti formulisan kao skup problema komunikacionog inženjeringa (za menadžere) ili teorije teksta (za one koji pružaju otpor). I jedno i drugo su kiborg-semiologije“ (Haravej, 2006, str. 621).

Haravej definiše: „Stvarna situacija žena jeste njihova integracija/eksploatacija u jednom svetskom sistemu produkcije/reprodukcije i komunikacije koji se može nazvati „informatika dominacije““ (Haravej, 2006, str. 622). U takvom sistemu strategije kontrole biće formulisane kategorijama „stopa“, „troškova ograničenja“, „stupnjeva slobode“; na primer, „strategije kontrole

nad ženskom sposobnošću da rađaju nova ljudska bića“ biće iskazane „na jezicima populacione kontrole i maksimiranja postizanja cilja za pojedinačne donosioce odluka“ (Haravej, 2006, str. 621). Upravo u svom istraživanju dekonstruišem diskurs „populacione politike“ i „stimulacije rađanja“ kao strateški mehanizam uspostavljanja moći nad kontrolom rađanja. Haravej predlaže drugačiji sistem u kojem su komunikaciona tehnologija i moderna biologija „oruđa za preoblikovanje tela“ u kiborga kao „postmodernog kolektivnog i ličnog sopstva kojeg feminiskinje treba da kodiraju“ (Haravej, 2006, str. 621). Ali ne totalitetom i dihotomijama već ideološkim „umrežavanjem“ koje obuhvata „obilje prostora i identiteta, te propusnost granica ličnog i političkog tela“ (Haravej, 2006, str. 630).

„Paradoksalno, možda ćemo iz naših stapanja sa životinjama i mašinama naučiti kako da ne budemo čovek, to ovaploćenje zapadnog logosa! Ako pođemo od zadovoljstava koja nam donose ta moćna i tabuisana stapanja, ona koja su društveni odnosi nauke i tehnologije učinili neizbežnima, onda je feministička nauka možda zaista moguća“ (Haravej, 2006, str. 631).

Kao teoretičarke koje pružaju osnovu za razvoj ideologije kiborga Haravej navodi: antropološkinju Meri Duglas (Mary Douglas) (Douglas, 1970; Duglas, 2001), koja je ispitivala „pojmove telesnih granica i društvenog poretka“; zatim francuske feminiskinje Lis Irigaray (Luce Irigaray) (2014) i Monik Vitig (Monique Wittig) (1975), koje su istraživale koliko je poredak predstava o telu presudan za pogled na svet i politiku, i „znaju kako se piše telo“; zatim predstavnice američkog radikalnog feminizma Suzan Griffin (Susan Griffin) (1978), Odri Lord (Audre Lorde) (1984) i Andrijen Rič (Adrienne Rich) (1978), čiji simbolički sistemi i povezanost sa ekofeminizmom i feminističkim paganizmom mogu reprezentovati adekvatne opozicione ideologije na kraju 20. veka (Haravej, 2006, str. 632). Ona naglašava da su „prave riznice bogtastva za feminiskinje“ u „slomu čistih distinkcija između organizma i mašine“ i drugih distinkcija koje strukturisu zapadno sopstvo, dok „simultanost slomova mrvli matrice dominacije i otvara geometrijske mogućnosti“ (Haravej, 2006, str. 632-633).

Haravej usmerava da se kao identitet kiborga može shvatiti oznaka „obojene žene“ koja je subjektivitet nastao kao spoj „autsajderskih identiteta“ (Haravej 2006, str. 633). Opismenjavanje kolonizovanih grupa razorilo je mit o usmenom primitivcu i pismenoj kulturi zapada i donelo književnost koja ne govori o celovitosti pre „Čoveka“ i „izgubljenoj nevinosti“, i koja može da bude uzor „kiborg-pismu“ (Haravej 2006, str. 633). Ovde nije reč o književnoj dekonstrukciji već o preobražaju ideje, jer se odbacuje privilegija povratka u celovitost i čistotu, koju nudi svaka „priča o Postanju“:

„Kiborg-politika jeste borba za jezik i borba protiv savršene komunikacije, protiv onog jednog jedinog koda koji sva značenja savršeno prevodi, te središnje dogme falogocentrizma. Zato će kiborg-politika insistirati na šumu i zagovarati zagađivanje veseleći se nezakonitim stapanjima životinje i mašine. To su sparivanja koja Muškarca i Ženu čine tako problematičnim, podrivajući strukturu želje – silu za koju se zamišlja da generiše jezik i rod – pa tako i strukturu i moduse reprodukcije „zapadnog identiteta“, prirode i kulture, ogledala i oka, roba i gospodara, tela i duha“ (Haravej, 2006, str. 635).

Autorka rezimira: dualizmi zapadnih tradicija, kao što su sopstvo-drugi, kultura-priroda, muško-žensko, aktivno-pasivno itd., koji su vodili ka postojanju „Jednog“ – moćnog koji uključuje i „drugog“ – nebitnog, ali višestrukog, „bez jasne granice“, sada su osporeni zahvaljujući „kulturi visoke tehnologije“ (Haravej, 2006, str. 636). Mašina i organizam, tehničko i organsko ne mogu se „fundamentalno ontološki razdvojiti“, a jedna od posledica ili dokaza jeste da postoji povezanost sa našim oruđima, čak „stanje zanosa“, recimo, kod korisnika računara (Haravej, 2006, str. 636-637). Kiborzi podrazumevaju ironiju, ponovo razmatraju utvrđene identitete, polnost, materinstvo, sa intimnim osećanjem granice i njene konstrukcije i rekonstrukcije, ali bez poriva za razvijanjem totalne teorije:

„Skupina predstava o kiborgu može pokazati izlaz iz lavirinta dualizama u kojima sami sebi objašnjavamo svoja tela i svoja oruđa. To nije san o zajedničkom jeziku, već o moćnoj i neznabožačkoj heteroglosiji. To je imaginacija feministkinje koja govori raznim jezicima kako bi unela strah u kola (circuits) superspasilaca nove desnice. To znači i gradnju i uništavanje mašina, identiteta, kategorija, odnosa, prostora, priča. I mada su i kiborg i boginja zajedno uhvaćeni u spiralni ples, više volim da budem ono prvo nego ovo drugo“ (Haravej, 2006, str. 640).

Kako komentariše Amanda du Priz (Amanda du Preez), iako Haravej pokušava da amortizuje sve mitove i utopije o poreklu, njen post-rodni kiborg donosi „originalni mit o potpunosti“ i priziva utopiju, mesto kojeg nema²² (du Preez, 2009, str. 150). Stoga smatra da uprkos najboljim pokušajima da stvori ironičan društvenopolitički mit bez roda, Haravejev kiborg ne shvata to stanje bez roda, „osim kao himera koja treperi šifriranim horizontom „ne-mesta““ (du Preez, 2009, str. 150).

U istom duhu postmodernističkih dekonstrukcija već pomenuta Batler predlaže potpunu „reartikulaciju“ polnih identiteta, jer je reč „žene“ u diskursu „žene“, determinisana onim što je isključeno iz nje (Batler, 2001, str. 267). Tako definisana reč „u političkom diskursu nikad ne može potpuno da opiše ono što imenuje“, budući da „obeležava gustu tačku preseka društvenih odnosa koji se ne mogu sumirati terminima identiteta“:

„Ta reč će dobijati ili gubiti svoju postojanost u meri u kojoj ostaje diferencirana i u kojoj ta diferencijacija proizvodi učinak radikalnog esencijalizma roda, ta reč će kidati svoje konstitutivne veze s drugim diskurzivnim mestima političkog ulaganja i umanjice sopstvenu moć da naloži i proizvede skup koji imenuje. Konstitutivnu nepostojanost te reči, njenu nemogućnost da ikada potpuno opiše ono što imenuje, proizvelo je upravo ono što je isključeno da bi se omogućila determinacija“ (Batler, 2001, str. 267).

U negaciji pola kao datosti, u napuštanju binarnih podela „prirodno podrazumevanih“, odnosno izlasku iz diskursa a ne konfrontaciji i polemici unutar njega, i Haravej i Batler vide mogućnost poništavanja diskursa moći. Međutim, kako će pokazati naredne decenije, i dekonstrukciji binarnih podela može se „doskočiti“, prividnim obrtom pozicija u diskursu, popuštanjem „stega“ kvalifikacije i povlađivanjem njegovom podjarmljenom delu, odnosno priznavanjem određenih moćnih svojstava ženi, uz implicitno učvršćivanje razlika. Strateški, na taj način osigurava se ostanak žene u milenijumski očvrslom jezgru rodne ideologije sada „ogrnutu“ naizgled bezopasnim i prijemčivim plaštom novog biologizma, kompenzacijski poduprte utehom tradicije i poštroslačkim ideologijama sa vrednosnim imperativom materijalnog. U tom svetlu mogao bi se steći utisak da „stoji“ Burdijeova teza prema kojoj se „simbolička revolucija“ koju je zahtevao feministički pokret ne može svesti na „prost razgovor svijesti i volja“: „prekid odnosa saučesništva koji žrtve simboličkog nasilja imaju sa vladajućim, može se očekivati samo radikalnom promjenom društvenih uslova proizvodnje dispozicija koje navode potčinjene da zauzmu isto stanovište vladajućih, i o samima sebi, i o vladajućima“ (Burdije, 2001, str. 60).

²² Utopija, reč grčkog porekla (ou-topos), znači bukvalno ne-mesto.

8.3. Kritika diskursa savremenih rodnih ideologija

Patrijarhalne rodne ideologije u jeziku i društvu imale su svoj razvojni put od mizogine objektivizacije i apsolutnog isključivanja žene iz kulture i društva, do biološke i psihoanalitičke argumentacije koja u fizionomiji žene traga za njenom fizičkom, intelektualnom i duhovnom nemoći. Ideološke konstrukcije ženske slabosti i fluidnosti odražavaju se i u njenim siromašnim jezičkim potencijalima i proizvode se u jeziku, a za posledicu imaju produženo dejstvo patrijarhalnih normi ograničavanja kretanja žene u okvirima privatnog i porodičnog prostora i njenog usmeravanja ka ispunjenju potreba i pružanju zadovoljstava prodornom, „falusom blagoslovljenom“ muškarcu. Kako utvrđuje Suzan Filips (Susan Philips), „patrijarhalna ideologija koja je dobila najveću pažnju u ženskom pokretu bio je stav da su žene biološki inferiornije od muškaraca – manje inteligentne, fizički slabije, manje agresivne i emotivnije“ (Philips, 2003, str. 255, prema Cameron, 2011, str. 2). U novom ruhu, takva ideologija je u postfeminizmu manje eksplicitna, ali sada još snažnija:

„Biološke razlike između žena i muškaraca nisu uvek uključene. Niti se ženska inferiornost uvek potvrđuje. Niti je neophodna za patrijarhalnu rodnu ideologiju. Ono što je neophodno jeste da postoji *kulturno razumevanje da muškarci treba da imaju moć i autoritet nad ženama*, koju žene ne bi trebalo da imaju nad sobom ili muškarcima. I neki bi rekli da što je implicitnije i uzeto zdravo za gotovo, to je moćnije“ (Philips, 2003, str. 255, prema Cameron, 2011, str. 2, kurziv moj).

Sa krizom identiteta i rušenjem velikih naracija sa jedne strane, i vapajem za „starim vrednostima“ i povratkom stabilnosti i tradiciji sa druge, rodna ideologija doživela je još jednu transformaciju. Dekonstruisana, postala je još moćnija, jer njoj više nisu potrebni dokazi, ona je duboko utisnuta u kulturu i naviku, i ona čak može da kaže, da je žena „jači pol“ i time se ponovo potvrdi kao totalitarna. Nove kritičke orijentacije u polju lingvističkih nauka usmerene su ka razotkrivanju novih ideoloških diskursa koji se više ne objašnjavaju, inspirisani novim biologizmom i relativizovani logikom potrošačkog društva, ali, isto tako, i još uvek prisutnim tradicionalnim patrijarhalnim ideologijama

Pitanje društvene nejednakosti koja se ispoljava i proizvodi u diskursu, kao što sam već obrazložila, u fokusu je istraživanja kritičke analize diskursa čiji su glavni predstavnici Ferklaf, van Dajk i Rut Vodak upućivali i na analize rodne diskriminacije kao jednu od glavnih tema KAD. Budući da je i feministička lingvistika orijentisana na izučavanje odnosa jezika i roda, sa naročitom pažnjom na diskriminatorskim polugama u diskursu, ove dve discipline susreću se na polju istraživanja rodnih ideologija, ali i u političkim nastojanjima koja su u kritičkoj analizi diskursa deklarativna, dok su u feminističkoj lingvistici imanentna, nasleđena iz feminističkog pokreta. Obe discipline u centar svojih istraživanja postavljaju rod i rodnu ideologiju, dok se i sama kritička analiza diskursa sve više bavi pisanim govorom u kome su upravo rod, rodna ideologija i odnosi moći dominantne odlike analiziranog diskursa (Buchtolz & Hall, 2003, str. 57-58, prema Babić-Antić, 2016, str. 15).

8.3.1. „Savršena rodna ideologija“: novi biologizam

Biologizam u 21. veku „još uvek nije mrtav i sahranjen“, saopštava Debra Kameron, 2011. godine, ocenjujući povratak njenoj favorizaciji u stručnom i popularnom diskursu jednim od najupečatljivijih događaja u prethodnoj deceniji (Cameron, 2011, str. 3). Tradicionalna rodna patrijarhalna ideologija i ideologija biologizma otvoreno su seksističke, razvijene i ispoljene u diskursu na binarnim opozicijama značenja i upotrebe jezika, gde je jedna od ključnih potvrda niže vrednosti žene i u jezičkoj ideologiji koja njen govor određuje kao devijantan. „Novi biologizam“ koji se pojavio krajem 20. veka u okviru konzervativnih struja koje su nastojale da se vrte binarnom načinu razmišljanja, tvrdi Kameron je „još podmukliji“ od svojih prethodnika i predstavlja „savršenu patrijarhalnu ideologiju postfeminističkoga društva“, mnogo moćniju od drugih patrijarhalnih rodni ideologija, budući da su zapadna društva u 21. veku uglavnom sekularna i daju prednost naučnim saznanjima (Cameron, 2011, str. 3).

„Novi biologizam“, naglašava Kameron, ne samo da ne kaže da su žene inferiornije od muškaraca, već implicira da su žene „jezički superiornije“, uz tezu da polovi imaju različite i komplementarne verbalne sposobnosti i tipične obrasce verbalnog ponašanja (Cameron, 2011, str. 3). Budući da „to nije preterano mizoginistička argumentacija ili čak patronizirajuća nalik ranim komentatorima poput Otoa Jaspersena“, takva tvrdja „naturalizuje i tako opravdava društveni aranžman u kojem muškarci imaju moć i autoritet“ (Cameron, 2011, str. 3).

Kameron analizira evolucionističke teze koje polaze od pretpostavke da su se muškarci i žene nadmetali pre svega za „seks i status“ na potpuno različite načine: Džon Lok (John Locke) u knjizi *Dueli i dueti: Zašto muškarci i žene govore tako različito* (*Duels and Duets: Why Men and Women Talk So Differently*), i nekoliko drugih evolucionista, smatraju da je jezik bio glavno sredstvo u tom nadmetanju, posebno efektivno „za rane muškarce da pokažu svoju reproduktivnu kondiciju, a za rane žene da procene ono šta se pokazuje“ (Cameron, 2011, str. 4). Za razliku od drugih vrsti, gde muška udvaranja uključuju na primer, „šareno perje, velike rogove i borbe sa svojim suparnicima“, „lingvistički oblik udvaranja ima prednost u tome što pokazuje više od samo dobrog zdravlja ili velike snage“ – može se proceniti i nečiji intelekt i šarm (Cameron, 2011, str. 4). U Lokovoj argumentaciji značajno je i što „verbalni duel manje košta od fizičkog“: „Fizičko nadmetanje može rezultirati smrću ili ozbiljnom povredom, ali verbalni duel utvrđuje superiornost pobednika bez nanošenja takve štete“ (Locke, 2011, prema Cameron, 2011, str. 4):

„Klasični verbalni dvoboj je takmičenje za status između muškaraca, koje promatraju žene koje će uzeti u obzir ono što vide i čuju kako bi odlučile s kim žele da se pare. Same žene ne učestvuju u dvoboju jer nema razloga da to čine. Njihova uloga je da odaberu partnera za parenje, a ne da se udvaraju, tako da su one publika, a ne izvođači. Vrsta jezičkog ponašanja koja najbolje služi njihovim reproduktivnim potrebama nije dvoboj već duet – kolaborativni, afektivni razgovor sa drugim ženama.“

Teorija različitosti u drugoj fazi feminističke lingvistike upravo se zasnivala na tezama da je ženski jezik „saradnički“ a muški „takmičarski“, pri čemu ih je Tenen definisala „rodolektima“ (Tannen, 1990). I Dženifer Kouts (Jennifer Coates) u knjizi „Žene, muškarci i jezik“ (*Women, Men and Language, Longman*) iz 1986, tvrdi da muškarci i žene različito govore – muškarci svoj jezik organizuju na konkurentan način, dok žene to čine na kooperativan način, ali se žene mogu smatrati društvenom grupom u nepovoljnom položaju, dok deca usvajaju „rodno diferenciran“ jezik (Coates, 1993, prema Prajs, 2011, str. 86). Ovo je česta taksonomija u sociolingvističkoj analizi konverzacije: žene sarađuju, muškarci se takmiče – i oslanja se, između ostalog, i na istraživanja koja se bave odnosom jezika i društvene klase u okviru varijacionističke sociolingvistike (Labov, 1966, Trudgill, 1992, prema Filipović, 2018, str. 70).

Lok i drugi evolucionisti, nastavlja Kameron, nude nekoliko razloga zbog kojih su „rane žene“ bile upućene na saradnju – pre svega da bi ostvarile „reproduktivni uspeh“ (Locke, 2011, prema Cameron, 2011, str. 5). Prema darvinističkoj teoriji preživljavanja gena pojedinca prenošenjem na potomstvo, podseća Kameron, taj „uspeh nije prvenstveno u tome koliko često se pare“, već delom u izboru najboljeg partnera, „onoga ko ima dobre gene i koji će obezbediti potomstvo“, a delom u „održanju potomstva živim tokom trudnoće, rođenja i dojenja“ zbog čega „ženama treba pomoć jedna od druge“ (Locke, 2011, prema Cameron, 2011, str. 5). Takođe, „žene su potrebne jedna drugoj da bi muškarce održale u redu“, jer, ako se žene udruže „imaće više šanse da nateraju neradnike da izvršavaju svoje očinske odgovornosti“ (Locke, 2011, prema Cameron, 2011, str. 5). Zatim, „kada su vremena teška i muškarci su nepouzđani, ženama su potrebne jake mreže podrške da deca ne gladuju“, i na kraju, „ženi je potrebna pomoć drugih žena oko samog porođaja“, pošto „naša evoluirana karlična anatomija jedva može podneti glavu bebe u punom porođajnom terminu, pa je rađanje teže i opasnije za nas nego za ostale primat“ (Locke, 2011, prema Cameron, 2011, str. 5). Dodatna argumentacija je da „iste veštine koje su kooperativne i empatične koje omogućuju ženama da se efikasno povezuju jedna sa drugom, takođe ih čine boljim u negovanju dece“, dok za najvažnije uloge muškaraca u ranom ljudskom društvu – lov i borbe – „visok nivo empatije je suprotno od prednosti“ (Locke, 2011, prema Cameron, 2011, str. 5).

Kameron objašnjava kako se takva teorija može upotrebiti radi objašnjenja muške dominacije u javnom govoru u modernim uslovima:

„I formalno i funkcionalno, javni govor zamišljen je kao svojevrsni dvoboj, orijentisan na prikazivanje i u osnovi protivnički. Pošto je prema evolucijskom gledištu to vrsta verbalnog ponašanja za koju su muškarci tesno vezani, oni će biti glavni dominantni eksponenti. Oni će odlučiti da se bave javnim govorom češće od žena i obično će biti bolji od žena. Dalje, takve situacije će prihvatiti većina žena: njihova nedovoljna zastupljenost u ulogama u javnom govoru nije zato što trpe diskriminaciju, već samo zato što dvoboj ne odgovara njihovim prirodnim sposobnostima i sklonostima“ (Cameron, 2011, str. 5).

Novi biologizam ponovo sugerise totalitarnu teoriju prema kojoj su uloge davno podeljene, i stvari su takve kakve jesu po svojoj prirodi, nema potrebe niti svrhe očekivati drugačije odnose niti se boriti za njih. Sada sa „čiste“ naučne pozicije, bez direktnog upliva patrijarhalnog diskursa i hijerarhijskog definisanja. Kameron rezimira u ironičnom tonu:

„Dakle, ako žene danas nisu najslavnije svetske propovednice, političke govornice i inspirativne liderke u biznisu, ako postignu niži rezultat na takmičenjima u debati i verovatnije je da imaju strah od javnog govora, to je očekivano: verbalne veštine koje zahteva moderna javna sfera nisu bile predviđene ulogama žena u nomadskim društvima Pleistocenske epohe, kada je genetski nacrt ove vrste bio večno postavljen“ (Cameron, 2011, str. 6).

Kameron u ovom tekstu još objašnjava da je odbila poziv BBC-a da gostuje u debati sa Lokom jer „medijski okvir pretpostavlja status istine novog biologizma“, dok je za feminiskinje to „nezgodna istina“, te „toksični feministički kritičar“ treba da objasni „kako opravdava pridržavanje svojim staromodnim naučnim idejama“ (Cameron, 2011, str. 6). Isto tako, dodaje, na skupovima na kojima je govorila često bi joj rekli da „veruju u rodnu ravnopravnost“, ali da u odnosu na teze Loka i drugih evolucionista uviđaju da je to iracionalno: „nekada smo mislili da je jednakost dostižna, ali sada nam je nauka pokazala da nije“ (Cameron, 2011, str. 6). Njena poenta je da Lok govori o muškarcima i ženama koji imaju nejednaka tela i mozgove“, pri čemu u datom diskursu „nejednakost više nije politički koncept“:

„Iz ove perspektive, nepotrebno je i besmisleno brinuti se o nečemu poput učešća žena u javnom govoru. Trebalo bi da prepoznamo mušku dominaciju u ovoj oblasti kao činjenicu iz prirode, a ne oblik društvene nepravde; a gde nema nepravde, nema leka“ (Cameron, 2011, str. 6-7).

8.3.2. Kritičke orijentacije

U odnosu na „zahteve“ trećeg talasa feminističke lingvistike za prevazilaženjem roda kao univerzalne odrednice i usložnjavanjem identiteta s obzirom na socijalne, etničke i druge i odlike, feminističke lingvistkinje kritičke orijentacije vraćaju se početnim dominantnim postavkama, ne u smislu potrage za razlikama u muškom i ženskom jeziku, već sa ciljem analize konstruisanih razlika u diskursu koje potkrepljuju rodne ideologije.

U svom prilogu *Priručniku o jeziku i rodu* iz 2003. (*Handbook of Language and Gender*) – *Moć rodnih ideologija u diskursu* (*The Power of Gender Ideologies in Discourse*) antropološkinja Suzan Filips (Susan Phillips) upozorava:

„Muškarci dominiraju u javnom govoru, i to ne samo na nivou seoske politike, i ne samo u ne-zapadnjačkim društvima. Čak i ako su na ovaj govor uticale žene zakulisno, šta god da se postigne njegovom produkcijom, u aktivnostima koje su ideološki zamišljene kao javne, muškarci govore, a žene ne“ (Phillips, 2003, str. 258).

Kameron u svom govoru na skupu Centra za interdisciplinarna istraživanja jezika i razlika, na Aston univerzitetu u Birmingemu (20. 11. 2011), u kojem kritikuje i teze Loka, ističe citiranu tvrdnju Filips, konstatujući da je snažna, „možda jača nego što bi neki od nas (prisutnih na tom skupu) voleli“, ali da u kontekstu tog skupa koji je posvećen temi „Rod i jezik u javnom prostoru“ („Gender and Language in the Public Space“) ima „retoričku funkciju“ –

„... podsećajući mlađu generaciju naučnika pod uticajem postmodernističkih i feminističkih ideja „trećeg talasa“, da koliko god da je teška generalizacija o javnoj/privatnoj podeli s jedne strane, i ponašanju muškaraca i žena s druge, koliko god pažljivi morali da budemo sa lokalnim gledištima i nenametanjem jedinstvenog analitičkog okvira svim društvima ili situacijama, ipak postoji prilično dosledan obrazac muške javne dominacije, prožet kulturama i vremenom, koji treba priznati, istražiti i teoretisati“ (Cameron, 2011, str. 1).

U jednom ranijem tekstu, *Pitanja roda u jezičkoj promeni* (*Gender Issues in Language Change*) Kameron podseća da „iako su feminiskinje rod uvek smatrale društvenim, a ne prirodnim fenomenom“, u feminističkoj teoriji tokom 1990-ih „došlo je do pomeranja u pravcu radikalnijeg društvenog konstrukcionističkog pristupa“, gde se „rod ne doživljava kao stabilan ishod rane socijalizacije, već kao nešto što se kontinuirano konstruiše u društvenoj interakciji“:

„Prepoznato je da konstrukcija roda ima različite oblike u kulturama i kroz vreme – ne postoji univerzalna suština muškosti ili ženstvenosti – i da se rod može različito proizvesti u pojedinim društvima ili zajednici. ‘Žene’ i ‘muškarci’ se više ne tretiraju kao diskretne i iznutra homogene kategorije o kojima se mogu dati univerzalne izjave (‘žene rade X, muškarci rade Y’); postoji varijacija unutar svake grupe i preklapanja između njih. U istraživanjima jezika i roda, istraživači su se odvratili od potrage za univerzalnim generalizacijama o govoru muškaraca ili žena i usredsredili se na posebne uslove koji oblikuju ponašanje muškaraca i žena u određenim lokalitetima“ (Cameron, 2003a, str. 189).

Međutim, nastavlja Kameron, odvija se još jedan skoriji teorijski razvoj „koji upečatljivo ide protiv društveno konstrukcionističkog semena... oživljavanje interesovanja za kvazibiološka (neodarvinistička) objašnjenja za jezičko ponašanje diferencirano po polu“ (Cameron, 2003a, str. 189). Pri tome, ukazuje na teze evolucioniste Robina Danbara (Robin Dunbar) (1996) prema kojem su žene u ranim ljudskim društvenim grupama bile „glavna sila u evoluciji prirodnih jezika“ te otud nadmašuju muškarce verbalnim sposobnostima, kao i sociolingviste Džeka Čembersa (Jack Chambers, 1992, 1995) koji navodi „evoluiranu, neurobiološki zasnovanu verbalnu superiornost žena

kao potencijalni faktor koji objašnjava njihovu sklonost ka iskazivanju veće „stilske fleksibilnosti“ od muškaraca“ (Chambers, 1992, 1995) (Cameron, 2003a, str. 189).

Paradoks koji uočava Kameron mogao bi da implicira da feministička teorija nije završila svoj posao u dokazivanju postojanja muške dominacije kao društveno nametnute a ne prirodne i „zdravorazumske“, ili da nije u dovoljnoj meri argumentovala i popularizovala tezu o diskursno i društveno konstruisanim rodnim ideologijama, ili da binarna podela još nije spremna da mirno ode u istoriju. Iako je u feminističkim studijama prevaziđena uopštena kategorizacija muškog i ženskog roda, u javnom (i privatnom) diskursu i praksi ona se i dalje ispoljava, u donekle izmenjenim formama, kao sredstvo održanja rodnih ideologija i pozicija moći, te je samim tim ni feministička teorija nije izgubila iz vida, uprkos trendu napuštanja Gramšijevske postavke na širem planu društvene misli i uopšte krize feminizma i liberalnih ideja. Pri tome, osim inovativnih ideoloških obrazaca u vidu novog biologizma i potrošačke ideologije, ni tradicionalna rodna ideologija još uvek nije iščezla u mnogim komunikativnim praksama, nezavisno od društvenog razvoja.

Kako naglašava Filipović (2018), jezik nije „jednostavan odraz“ rodnih kategorija, već sredstvo „za njihovo stvaranje i održavanje“ u diskursu u kojem su one najčešće podrazumevane i mogu predstavljati element kulturnog i nacionalnog identiteta:

„Ipak, iako je rod tako duboko ukorenjen u naše društvene strukture (kulturne modele i ideologije) da je nemoguće razdvojiti ga od ostalih aspekata društvenog života, kulturni modeli i ideologije čiji je on sastavni deo su najčešće implicitni, neprepoznatljivi za većinu govornica i govornika, odnosno članica i članova određene govorne i društvene zajednice. Drugim rečima, oni se (gotovo) nikada ne dovode u pitanje, naprotiv, njih (često veoma gorljivo) podržavaju neki ili većina članova zajednice doživljavajući određene obrasce ponašanja kao *ključne nosioce društvenog jedinstva i kulturnog i/ili etničkog kontinuiteta*“ (Filipović, 2018, str. 196, kurziv moj).

Penelopi Ekert (Penelope Eckert) na ilustrativan način pruža objašnjenje praktične potrebe za istraživanjem rodne asimetrije u širem kontekstu, u odnosu na kompleksne identitete i interakcije koje podrazumevaju lokalni pristupi borbi u diskursu i sistemima represije, uzimajući u obzir značaj šireg delovanja moći u diskursu univerzalne rodne asimetrije:

„Iako su odnosi moći između muškaraca i žena slični onima između dominantnih i podređenih klasa i etničkih grupa, svakodnevni kontekst u kojem se odigravaju ovi odnosi moći sasvim je različit. Nije kulturna norma za svakog pojedinca iz radničke klase da bude doživotno u paru sa pripadnikom srednje klase ili za svaku crnu osobu da živi sa belom. Međutim, naša tradicionalna rodna ideologija diktira upravo ovakav odnos muškaraca i žena“ (Eckert, 1989, str. 253 – 254, prema Lazar, str. 143).

Pod tradicionalnom rodnom ideologijom ovde razumem bračni odnos muškarca i žene u bilo kojoj etničkoj, klasnoj, socijalnoj, političkoj itd. kombinaciji, ali mislim da se ova teza može odnositi i na druge vrste odnosa između muškaraca i žena, na primer, saradnički odnos u delatnoj zajednici. Gauntlet, međutim, kaže, u odnosu na generalne stavove o muškoj nadmoći, da bi na nivou individualnih odnosa uvek bilo “Iako pronaći slučajeve u kojima žene izgleda da imaju više moći nego muškarci” i pojačava ovu tvrdnju u maniru suptilnog seksizma “obogaćenog” ironijom, o kojem je Mils (1995) govorila:

„Konkretno, ideja o tome da svi muškarci imaju moć, dok su žene ujedinjene u svojoj globalnoj nemoći, nikada nije zaista funkcionisala – posebno kada bi sredovečna feminiskinja akademkinja imala mnogo više zajedničkog sa svojim muškim kolegama nego sa ženom koja živi u siromaštvu u Trećem svetu“ (Gauntlet, 2002, str. 93).

Kada bih primenila kritičku analizu na ovu izjavu, koja pretenduje da predstavlja akademski diskurs, što u suštini i jeste – njen potpisnik je profesor u sferi visokog obrazovanja, autor naučnih

publikacija i aktivista u oblasti medija i komunikacija, koji svojim autoritetom garantuje tačnost svoje tvrdnje zajedno sa argumentacijom koja poziva na potvrde u feminističkoj teoriji – zaključci bi mogli da budu sledeći:

- navedena izjava se ruga proširenim identitetima trećeg feminističkog talasa, na silu spajajući dve različite socijalne klase u rodni identitet, a ujedno i složenom pristupu dinamičnom diskursu moći u kontekstu izvan opštih binarnih podela i univerzalnih istina ove teorijske struje;
- izjava diskredituje žene Treće sveta – očigledno autor nije čitao dela Adičie (Adichie), prevedena na više od 30 jezika, niti je čuo za ovu književnicu; autor podrazumeva siromaštvo „žene Trećeg sveta“ i onda grubo zloupotrebljava takav njen položaj, uzimajući je za alibi i sredstvo populističke zamene teza, i unižava je poredeći je sa akademkinjom kojoj, s druge strane, na taj način daje superiornu poziciju i oduzima joj pravo da traži za sebe bilo šta;
- izjava starosno diskriminiše „feminiskinju akademkinju“ pomoću stereotipa *sredovečne žene* – jer, „feminiskinja akademkinja“ ne može biti mlada, da se slučajno ne bi o njoj stvorila slika da je privlačna ili energična i smela, a ne može biti ni stara, budući da to može da uputi na njenu mudrost i iskustvo, već mora biti da je sredovečna, možda i u menopauzi, verovatno neudata, nečim sigurno frustrirana; dok su njene „kolege“ jednostavno „muške“ – ne znamo koje su starosne dobi;
- žene u ovoj izjavi su, dakle, jezički markirane, jedna je „siromašna“, druga je „sredovečna“, za razliku od muškaraca za koje ne znamo ni kojih su godina niti ekonomskog stanja, oni su jednostavno „muški“, i u tome je sav njihov kvalitet – ne precizira se ni da li su u pitanju kolege akademci feministi ili akademci antifeministi, akademci kao takvi, ili kolege koje rade u akademskoj instituciji na administrativnim poslovima ili održavanju, npr;
- i na kraju, ključna diverzija – naravno da „sredovečna feminiskinja akademkinja“ ima više zajedničkog sa svojim „muškim kolegama“, čime god se oni bavili i koje god da su starosne dobi, nego sa „ženom koja živi u siromaštvu u Trećem svetu“, ali, problem je u tome što ta ista „sredovečna feminiskinja akademkinja“ mora da provodi vreme sa svojim „muškim kolegama“ koji je vide i nazivaju „sredovečnom“, a ne sa „siromašnom ženom Trećeg sveta“ niti sa njenim „muškim kolegama“, koji su u ovoj izjavi izostavljeni i očito nedostaju po logici uparivanja – možda i da bi ostali tabu i kao takvi imali ulogu da zastraše, da zaprete „akademkinji feminiskinji“ potencijalnim ishodima njene „ženske“ sudbine koja joj je bila ipak naklonjena smestivši je u akademski milje umesto u Treći svet (kao da u Trećem svetu nema akademske zajednice), ali najpre da usled logike koja bi usmerila parove po kulturološkoj i geografskoj bliskosti, autor, akademik, ne bi promašio poentu kojoj je stremio – „akademkinja feminiskinja“ bolje da čuti, uopšte joj nije loše.

Rodna dihotomija, dakle, nije apstraktan teorijski pojam koji se može osporiti samo zato što ne sadrži u sebi sve moguće istine i relacije. Rodna dihotomija je praksa, svakodnevna realnost, koja je proizašla iz kategorizacija koje je feministička teorija možda osporila, ali život nije. Kao takva, ona ima i praktične mehanizme koji odolevaju nesumnjivo progresivnim teorijskim dometima feminističkih studija. Na primer, jedan od takvih mehanizama je stereotipizacija, primenjena i u prethodno navedenoj izjavi – u slikama „siromašne žene Trećeg sveta“ i „sredovečne feminiskinje akademkinje“. Meri Talbot (Mary Talbot) utvrđuje da rodni stereotipi podržavaju rodne ideologije kao „ideološki recepti za ponašanje“, prema kojima pojedinci „moraju reagovati na stereotipne uloge koje se od njih očekuju“: „Rodni stereotipi povezani sa rodnom ideologijom reprodukuju naturalizovane rodne razlike. Pri tome oni funkcionišu kako bi podržali hegemonsku dominaciju muškaraca i žensku potčinjenost“ (Talbot, 2003, str. 472).

Feministički kritički pristup koji i dalje preispituje tradicionalne rodne pozicije u diskursu, razvija se i u književnoj teoriji. Sanderlend (Sunderland) definiše da se „feministička kritika fokusira na otkrivanje načina na koji se rodne uloge reflektuju u tekstu, kako se dominacija i submisivnost

oslikavaju u tekstu, ili kako se uopšte rodne uloge razvijaju u tekstu“ (Sunderland, 2006, str. 5-6, prema Babić-Antić, 2016, str. 16). Takođe, i u drugim naučnim oblastima granaju se feministički pristupi, odnosno, razvija se i feministička stilistika (Sara Mills, *Feminist stylistics*, 1995), feministička pragmatika (Christine Christie, *Gender and language: Towards a feminist pragmatics*, 2000), feministička analiza konverzacije (Celia Kitzinger, *Doing feminist conversation analysis*, 2000) (prema Lazar, 2007, str. 142).

8.3.3. Lazar: „Manifest“ feminističke KAD

Budući da je u okviru istraživanja kritičke analize diskursa zastupljena i tema roda, dok su s druge strane razvijeni feministički kritički pristupi rodnim ideologijama u lingvističkim, sociolingvističkim i drugim poljima društvenih nauka, kako primećuje Mišel Lazar (Michelle Lazar), stvorila se potreba za okupljanjem takvih, rasutih teorijskih radova pod okrilje jedne nove discipline (Lazar, 2007, str. 141). Za „artikulaciju postojećih stremljenja“ Lazar predlaže naziv „feministička kritička analiza diskursa“ ili „studije feminističkog kritičkog diskursa“ (Lazar, 2007, str. 141). Zajednički imenitelj kritičke analize diskursa i feminističkih nauka, koji upućuje na njihovo objedinjavanje u feminističku KAD, jeste „kritika grubo nejednakih društvenih uređenja“, „motivisana ciljevima društvene emancipacije i transformacije“ (Lazar, 2007, str. 141). Objedinjena teorijska oblast, prema tome, za cilj ima da „unapredi bogato i nijansirano razumevanje složenog delovanja moći i ideologije u diskursu u održavanju (hijerarhijskih) rodnih društvenih aranžmana“ (Lazar, 2007, str. 141).

U svom manifestnom tekstu *Feministička kritička analiza diskursa: Artikulacija feminističkih diskurzivnih praksi* (*Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis*), 2007, pored zajedničkih karakteristika feminističkih diskurzivnih analiza, kao razlog za uspostavljanje novog teorijskog okvira navodi i „spoljnu“ činjenicu da su pitanja roda, moći i ideologije „postala sve složenija i suptilnija“ (Lazar, 2007, str. 141). Kako podseća, feminističke teorije problematizovale su univerzalnost izraza „žene“ i „muškarci“, i pokazale da se rod kao društvena kategorija prožima sa drugim kategorijama društvenog identiteta, uključujući seksualnost, etničku pripadnost, starosnu dob, (in)validitet, socijalnu klasu i položaj i geografski položaj, dok je i ideološki sistem patrijarhata prožet korporativnom i potrošačkom ideologijom, sa kojima „složno komunicira“ (Lazar, 2007, str. 141). Istovremeno, „delovanje rodne ideologije i asimetričnih odnosa moći u diskursu poprimaju prilično suptilne forme“, a pri tome, dodaje, „pojavi su se novi oblici grubog seksizma kao i tvrdnje o obrnutom seksizmu nakon (post)feminističkog odziva“ (Lazar, 2007, str. 141).

Prema tome, cilj studija feminističkog kritičkog diskursa, jeste „da prikaže složene, suptilne, a ponekad i ne tako suptilne načine na koji se rodne pretpostavke i hegemonistički odnosi moći, koji se često uzimaju „zdravo za gotovo“, diskurzivno proizvode, održavaju, pregovaraju i izazivaju u različitim kontekstima i zajednicama“ (Lazar, 2007, str. 142). Tako formulisan interes, naglašava Lazar, ne služi sam sebi, odnosno akademskoj dekonstrukciji tekstova, već proizilazi iz priznanja da pitanja kojima se bavi „imaju materijalne i fenomenološke posledice za grupe žena i muškaraca u određenim zajednicama“ (Lazar, 2007, str. 141).

S tim u vezi, feministička KAD perspektiva je, prema tome, interdisciplinarne prirode, jer „doprinosi (kritičkom) proučavanju jezika i diskursa i perspektivi koju su objavile feminističke studije“, a s druge strane, „sugeriše korisnost studija jezika i diskursa za istraživanje feminističkih pitanja u rodnim i ženskim studijama“ (Lazar, 2007, str. 141). Lazar ističe i interdisciplinarnu prirodu kritičke analize diskursa, koja se ogleda i u primeni multimodalnih analiza, u kojima se jezik „kritički

analizira zajedno sa drugim semiotičkim modalitetima poput vizuelnih slika, izgleda, gestikulacija i zvukova, što omogućava bogatiju i dublju analizu“, pa prema tome ukazuje i da „multimodalni pogled na diskurs ima veliku vrednost za holističku feminističku kritiku diskurzivnih konstrukcija roda“ (Lazar, 144-145).

Prirodu rodnih ideologija koje su „na meti“ disciplina koje želi da sjedini, Lazar sumira: sa kritičkog stanovišta, „ideologije su prikazi praksi formiranih iz određenih perspektiva u interesu održavanja nejednakih odnosa moći i dominacije“ koji su iz marksističke tradicije klasnih borbi transponovani u rodne i druge društvene nejednakosti, dok iz feminističke perspektive, „preovlađujuća koncepcija roda shvata se kao ideološka struktura koja ljude deli na dve klase, muškarce i žene, zasnovane na hijerarhijskom odnosu dominacije i potčinjenosti“: „Na osnovu seksualne razlike, rodna struktura nameće društvenu dihotomiju rada i ljudskih osobina ženama i muškarcima, čija suština varira u zavisnosti od vremena i mesta (Lazar, 2007, str. 146).

Lazar izdvaja dva važna pogleda koja treba da prepozna feministička KAD: „razlike i diverzitete između „žena“ (i „muškaraca“), koje su pozivale na preduzimanje istorijskih i kulturno kontingentnih analiza roda i seksizma; i prožimajuće, suptilno diskurzivno delovanje savremene moći u mnogim današnjim društvima“ (Lazar, 2007, str. 148). To, dakle, znači, da iako su otvorena nova polja za analizu diskursa rodne ideologije u njenom „unapređenom“, savremenom obliku, koja zahteva pronicljiviji pristup i kompleksniju metodologiju, nisu do kraja iscrpljeni ni tradicionalni diskursi „teškog“ seksizma koji vode u direktno fizičko i ekonomsko ugrožavanje žena (moji termini i navodnici).

„Odnosi moći su borba interesa koji se sprovode, odražavaju, održavaju i odupiru raznim modalitetima, proširenjima i stepenima eksplicitnosti. Otvoreni, očigledni, oblici rodne asimetrije ili seksizma tradicionalno uključuju socijalnu praksu isključivanja, fizičko nasilje nad ženama i seksualno uznemiravanje i omalovažavanje žena. Ovakve otvorene manifestacije moći (ili pretnje od nje) ostaju stvarnost žena u mnogim društvima, čak i tamo gde postoji zakonodavstvo protiv grube rodne diskriminacije. U isto vreme, prodorno i podmuklo u (kasnim) modernim društvima jeste delovanje suptilnog i naizgled bezopasnog oblika moći koji je po naravi diskurzivne prirode“ (Lazar, 2007, str. 148).

Prema tome, zaključuje Lazar, istraživanja međusobnih odnosa roda, moći, ideologije i neslaganja nužno su složena i višestruka, „što objašnjava zašto su feminističke studije i kritička analiza diskursa podjednako (i feministička KAD u njihovom „ušću“) otvoreni za interdisciplinarna istraživanja“ (Lazar, 2007, str. 151). Ona dodatno proširuje interdisciplinarnu potencijale feminističke kritičke analize diskursa sugerišući i termin „postdisciplinarnost“, koji u okviru predloženog objedinjenog teorijskog postulata posmatra na tri načina:

- u smislu „vrste društvenih i političkih pitanja“ kojima želi da se bavi, odnosno, teorijsko-etičkih i empirijskih uvida iz širokog spektra disciplina koje izvodi i sa kojima ulazi u dijalog;
- u metodološkom smislu – budući da neke feminističke KAD studije „prikupljaju i kontekstualizuju jezičke podatke zasnovane na etnografskim metodama“ uključujući intervju i promatranje učesnika, dok druge u potpunosti uzimaju „usku tekstualnu analizu pismenog i govornog diskursa“ u cilju tumačenja i objašnjenja društvene strukture;
- u smislu izgradnje „kolaborativnih istraživačkih projekata“ i mogućnosti izrade interdisciplinarnih publikacija (Lazar, 2007, str. 151).

Feministička kritička analiza diskursa, prema tome, ne samo da udružuje interdisciplinarnost i metodološku fleksibilnost feminističkih studija i kritičke analize diskursa, već upućuje i na udruživanje, zajedničke naučne poduhvate i zajedničko javno delovanje sa ciljem konkretnih društvenih odjeka svojih nalaza, koji su takođe karakteristični za discipline koje Lazar želi da artikuliše u jedinstveni teorijski okvir. S obzirom na to da je kritička analiza diskursa po opredeljenju društvena i politička „formacija“ (u teorijskom smislu) već dostupna feminističkim studijama,

zaključujem da je pridodati epitet feministička, zapravo svrstava u određenu političku struju, dok u praktičnom smislu doprinosi prepoznatljivosti, da upotrebim marketinški izraz – *brendiranje*, i time probojnosti stvaralačkog korpusa u oblasti istraživanja roda i jezika. U tom smislu, eklektični pristup tezama iz razvojnih faza feminističke lingvistike i uvidi savremenih feminističkih teorija, kao i metode kritičke analize diskursa, koje sam primenila u svom istraživanju, kao i interdisciplinarni i transdisciplinarni okvir, mogu da kandiduju ovaj rad za široko polje feminističke kritičke analize diskursa kako ga je postavila Mišel Lazar.

III ROD U MEDIJIMA: ISTRAŽIVANJE

Korpus koji analiziram u ovom radu čine medijski tekstovi objavljeni u digitalnim medijama na internetu, proizvedeni i plasirani u periodu u kojem se u društvenom životu u Srbiji odigralo nekoliko događaja koji su imali rodne perspektive i time istakli rodne ideologije u medijskom diskursu. Kao značajne događaje na polju rodnih pitanja izdvojila sam: izbor prve premijerke u istoriji Republike Srbije, državnu kampanju za podizanje nataliteta i podsticanje rađanja sa konstituisanjem novog Saveta za populacionu politiku, kao i medijske kampanje za podršku rađanju i porodici. Ovi događaji obeležili su 2017. godinu, tačnije period od parlamentarnih izbora održanih u aprilu 2017. godine, do raspisivanja Javnog konkursa za slogan medijske kampanje za podsticanje rađanja u decembru 2017. godine. Navedeni društvenopolitički događaji imali su i prethodnice u vidu prvobitnog formiranja Saveta za populacionu politiku pre izbora – u decembru 2016. godine, ali i „odjeke“ u reakcijama na rezultate pomenutog konkursa, kao i u odnosu na javnu promociju istraživanja „Kultura rađanja“ iz 2017. godine koja je održana u martu 2018. Shodno tome, deo korpusa čine i tekstovi proizvedeni i plasirani krajem 2016. i u prvom kvartalu 2018. godine.

Za prvi deo analize medijskog diskursa u datom periodu odabrana su dva tada najposećenija dnevna informativna portala, iznikla iz dnevnih novina, koja su zadržala i štampana izdanja – „Blic“ (www.blic.rs) i „Kurir“ (www.kurir.rs). Budući da ovi mediji neke aspekte pomenutih događaja nisu pokrivali, uključujem i tekstove sa drugih informativnih onlajn-medija, kako bih ukazala na šire pristupe navedenim temama, ali i isključivanje takvih aspekata sa najposećenijih portala. Kao „drugi pol“ korpusa izabrani su u istom periodu najposećeniji „ženski“ onlajn-portali magazinskog tipa: podsajtovi portala Blic.rs i Kurir.rs – Žena.blic.rs i Stil.kurir.rs, kao i samostalni portali „Lepa i srećna“ (www.lepaisrecna.rs) i „Mogu ja to sama“ (<https://mogujatosama.rs>), čije su teme i sadržaji tradicionalno namenjeni ženama, odnosno u tradicionalnoj žanrovskoj podeli medija pripadaju „ženskim“ časopisima. Osim ovog korpusnog jezgra, predmet analize, kao što sam napomenula, biće i medijski tekstovi objavljeni neposredno pre ili nakon izdvojenih događaja koji su u koherentnoj vezi sa njima, odnosno u koheziji reprezentuju rodnu dihotomiju u srpskim onlajn-medijima. Sa ciljem širih multimodalnih komparativnih uvida, pored arhivskih materijala koji čine pojedinačne vesti u korpusu, analiziram i naslovne strane navedenih digitalnih medija u realnom vremenu.

Budući da sam se opredelila za kritičku analizu diskursa koja uključuje i sociopolitički kontekst u kojem se diskurs kreira i projektuje, pored opisa izdvojenih društvenih događaja u kojima pripadnost rodu igra značajnu ulogu, izneću i rodnu statistiku u oblasti demografije, obrazovanja, zapošljavanja, naučnog rada, ekonomske i političke moći, kao i informacionog društva, kako bih argumentovala ideološku pozadinu rodnih ideologija u javnom i medijskom diskursu. Takođe, navešću i važeće propise koji čine pravni okvir rodnih i medijskih politika u Republici Srbiji, kao i istoriju, vlasničke strukture i uticaj, odnosno posećenost medija koje analiziram. Na početku, u prvim poglavljima ovog dela rada, izneću pregled dosadašnjih istraživanja rodnih pitanja u srpskom jeziku i u medijima i najnovije kvantitativne medijske analize, u kojima uočavam paradigme koje ću istaći u svojim analizama, sa posebnim osvrtom na nove tehnološke mogućnosti delovanja medijskog diskursa u digitalnom okruženju.

1. Rod u srpskom jeziku

Razvojni put feminističke lingvistike u zapadnoj teoriji, kao što sam predočila, obuhvatio je prvobitna istraživanja jezika i govora u odnosu na zaključke pretfeminističkog perioda koji su podrazumevali slabije kompetencije – jezičke i društvene, pripadnica ženskog pola, na osnovu kojih je prvi talas feminističke lingvistike takva tumačenja problematizovao iz perspektive društvene potčinjenosti žena. U drugoj fazi, koju je obeležila teorija razlika, zahtevana je promena prakse utvrđenih razlika u govoru i (jezičkom) ponašanju i tretmanu žena i muškaraca, negovane od ranog doba u okviru vaspitanja dece, dok je treći talas težio poništavanju konstruisanih rodni identiteta.

Srpska lingvistika, međutim, na polju jezičke standardizacije, kao što sam ukazala u Pojmovnim odrednicama ovog rada, do danas osporava vezu jezika i društva i potrebu za promenama norme, koje ne samo što bi bile usklađene sa jezičkom praksom već bi i doprinele rodno balansiranom jezičkom ponašanju, a time i iskorenjivanju rodni stereotipa u jezičko-kognitivnom poimanju roda. Sa druge strane, teoretičari i teoretičarke u sferi sociolingvistike i kritičke sociolingvistike, činili su i čine napore, intenzivirane na početku 21. veka, da u svojim istraživanjima i preporukama utiču na promene konzervativnih stavova koji prave oštru granicu između gramatike i društva i na taj način održavaju tradicionalne rodne jezičke ideologije. U tom smislu, feministička srpska lingvistika nije ni imala prilike da temeljno istraži i dostignuća trećeg talasa, budući primorana da još uvek radi na primarnom osveščivanju struke, javnosti i medija o potrebama za (makar) formalnim priznanjem žena u jeziku i uklanjanju seksističke jezičke prakse.

Nastojanja u kojima su kao „pionirke“ prepoznate Svenka Savić i Jelena Filipović (Cvetinčanin Knežević & Lalatović, 2019), u poslednjih dvadeset godina postigla su određene rezultate, pa tako sve više i javnost i normativa „priznaju“ da *postoje* predsednice i direktorke, na primer, doduše katkad u još uvek pritajenom diskriminatorском tonu, dok borba za doslednost, na primer, za „akademkinje“ i „vojnkinje“ još uvek traje. U međuvremenu, druge tradicionalne ideološke prakse u jeziku koje neguju rodnu dihotomiju još uvek nesmetano žive i razvijaju nove uspešne strategije.

1.1. Preskriptivna pitanja i sociolingvistički uvidaji

Do kraja 20. veka istraživanje jezika i roda u okviru feminističke lingvistike nije se „jače osetilo“ u srpskoj sociolingvistici, odnosno u jugoslovenskoj – „u radovima serbokroata“ (Savić, 1995). U pregledu istraživanja vezanih za upotrebu naziva za zanimanja i titule žena, u tekstu *Jezik i pol*, Svenka Savić (1995) podseća na rane preskriptivne radove u periodu posle Drugog svetskog rata, prateći razvoj ove teme do novijih istraživanja zasnovanih na analizi diskursa i psiholingvistici. U Beogradu, navodi Savić, ovo pitanje je pokrenuto kada Miloš Janjanin (1934) „skreće pažnju da je titula u ženskom rodu uz naziv profesije u muškom rodu nepravilna“, npr, „gospođa profesor“ (Savić, 1995). Dvadeset godina kasnije, u Zagrebu će ovo shvatanje podržati i Zlatko Vince (1954/55), dok

Svetozar Nikolić (1954/55) u Beogradu zastupa suprotan stav, jer „jezik ne mora da bude u skladu sa zahtevom tekućeg društvenog života i gramatičke tradicije“, koji će i kasnije biti podržan u stručnoj literaturi i javnim glasilima (Klajn, 1980, Ćorić, 1982) (Savić, 1995).

Početakom 80-tih godina 20. veka u Zagrebu se sve više raspravlja o ovom pitanju. Eugenija Barić, iako „uvažavajući postojanje tzv. neutralne i konkretne forme“, traži dosledniju upotrebu formi ženskog roda, i naglašava da „nije inertan jezik, nego su inertni neki njegovi korisnici“ (Barić, 1987, str. 16, prema Savić, 1995). Kako ističe Svenka Savić, ovakva zalaganja nisu direktno povezana sa zahtevima feministički orijentisanih stručnjaka, „već su se dve preporuke, potekle iz različitih razloga, jednostavno susrele: prva, da bi se potencijal sistema jezika ostvario; druga, da bi se ženska osoba u profesiji učinila vidljivom u društvu“ (Savić, 1995). Sa sociolingvističkog stanovišta, sa uvidom u tokove razvoja istraživanja u svetu teoretičari i teoretičarke kao što su Ljubiša Rajić (1982) u Beogradu i Damir Kalođera (1981) i Dora Maček (1984) u Zagrebu, zalažu se za dosledniju upotrebu formi ženskog roda za zanimanja i titule žena, „potkrepljujući argumentaciju postavkama iz teorija jezičkih varijacija“ (Savić, 1995).

Ranko Bugarski u vezi sa ovom problematikom, takođe iz sociolingvističkog ugla, govori o „proširivanju polja primene“ mocionih sufiksa za imenovanje ženskog vršioaca radnje, s obzirom na to da „žene osvajaju zanimanja ranije rezervisana za muškarce“:

„Još sve do II svetskog rata, doktorka je uglavnom značilo isto što i gospođa doktor, dakle supruga nekog lekara (setimo se, uostalom, i Nušićeve „Gospođe ministarke“) – dok danas označava ženu koje je sama lekar. Iako mnoge od ovakvih imenica mogu oblikom muškog roda da obuhvate i ženske nosioce zanimanja, titula ili funkcija, kao da postoji težnja da se u ovom drugom slučaju, ako tome nema posebnih prepreka, ipak izvedu ženski gramatički oblici. Tako se dugo moglo pratiti kolebanje između predsednik i predsednica ako je u pitanju bila žena, da bi skorašnji izbor jedne žene na visoku funkciju predsednika SIV-a naglo doneo prednost izvedenom obliku, koji se bar u sredstvima informisanja sada javlja primetno češće“ (Bugarski, 1986, str. 66).

Bugarski, dakle, zadržava stav prema kojem je gramatički rod imenica koje označavaju zanimanja svakako polje lingvistike, ali polje u koje postoji upliv socijalnih okolnosti – „težnja“ proistekla iz činjenice da ta zanimanja „osvajaju“ žene. Usled novih okolnosti, moguće je, dakle, izvođenje gramatičkog ženskog roda i kod imenica koje nisu imale takvu praksu, ali samo ako „nema posebnih prepreka“. Pod preprekama Bugarski podrazumeva „nezgrapnosti u rekciji“, odnosno slučajeve u kojima su „osnove koje po svom sastavu teško primaju ovakve nastavke“ – na primer, „psihološkinja“, „pedagogica“ (Bugarski, 1986, str. 67). Međutim, iako, dakle načelno oslonjen na normativu, a ne na sociološko pitanje vidljivosti žene u određenim profesijama, Bugarski prihvata ideju da se jezik „živo“ razvija: „Biće zanimljivo videti kako će naš jezik da reši ovakve probleme; možda na taj način što će sklopovi danas još tuđi našim jezičkom osećanju već kroz generaciju-dve postati sasvim prirodni tadašnjim govornicima ovog jezika“ (Bugarski, 1986, str. 67). Kako će pokazati analize digitalnih medija koje sprovodim u ovom radu, više od pola veka kasnije u srpskom jeziku i dalje postoji otpor i prema onim oblicima koji nisu „nezgrapni“, poput oblika „premijerka“, ili „ministarka“ na primer, uprkos sociopolitičkoj realnosti u kojoj žene obavljaju premijersku i ministarske funkcije, što potvrđuje da su prepreke ka usvajanju ženskih gramatičkih oblika kao standardnih pre svega ideološke prirode.

Da je Bugarski uviđao rodne ideološke pretpostavke u srpskom jeziku, ukazuje i njegov osvrt na normativno razgraničenje između instrumentala sa neživim instrumentom glagolske radnje i drugih konstrukcija sa živim instrumentom, na primeru izraza „oženiti se nekim, sa fokusom na muškarcu koji se ženi, prema izrazu udati se za nekoga, sa fokusom – opet na muškarcu, jer se žena za njega *udaje!*“ (Bugarski, 1986, str. 46). Pored toga što ukazuje na karakteristično odsustvo formalnih alternativa: „još se nijedna žena nije *omužila* (bar ne u standardnom srpskohrvatskom), kao

što se ni muškarac ne ženi *za svoju ženu*“, on ističe i da književnojezička norma i posle glagola oženiti se dosledno ne proskribuje predlog (Bugarski, 1986, str. 47). Prema tome, on ocenjuje govornu alternativu *oženiti se s nekim* kao substandardnu – „iako ova na svoj način upravo razbija implicitnu arhaičnu strukturu „demokratizujući“ čin koji označava time što mu pridaje komponentu uzajamnosti“ (Bugarski, 1986, str. 47):

„Ukratko, gramatika, kao da još uvek dodeljuje ženi ulogu običnog instrumenta u procesu sklapanja braka, a ne dobrovoljnog i ravnopravnog učesnika, što bi svakako bilo više u skladu sa današnjim društvenim odnosima. A ako mi u ovakvim primerima više i ne primećujemo neki raskorak, to nije stoga što se dati segment jezičke strukture prilagodio novim prilikama, nego otuda što izmenjeni društveni odnosi deluju, da tako kažemo, na našu percepciju nepromenjenog gramatičkog sklopa“.

Drugim rečima, gramatika nalaže instrumental bez predloga za „nežive“ predmete radnje, a uz glagol „oženiti se“ gramatički pravilno instrumental se koristi bez predloga – „oženiti se ženom“, jer iskaz „oženiti se sa nekim“ gramatika razume kao uzajamnu radnju, što ne može da prihvati jer se žena ne ženi već udaje, odnosno, drugu mogućnost gramatika iznikla iz patrijarhalne kulture ne poznaje. Može se, dakle, zaključiti da gramatika razume ženu kao stvar, što je svakako opravdano iz vizure tradicionalne patrijarhalne ideologije, koja je, na primer, nalagala kupovinu neveste od njenih roditelja. Nestandardna upotreba instrumentala sa predlogom u govoru ukazuje na promenu svesti, odnosno prihvatanje ideje da brak (heteroseksualni) uključuje obostrani slobodni pristanak, a kako kaže Bugarski, samim tim se i percepcija na nepromenjeni gramatički sklop menja.

Po analogiji koju sam istakla sa kupovinom neveste, i danas se širom Srbije, i u urbanim i u ruralnim delovima, na tradicionalno organizovanim svadbama mlade kupuju (za simboličnu ili ne tako simboličnu sumu, u zavisnosti od finansijskih mogućnosti mladoženje), što je deo običajnog prava koje danas nema nikakvu pravnu snagu, ali zadržava svoju simboličku funkciju. Ona neposrednim učesnicima može da bude irelevantna ili simpatična, mogu joj se i podsmevati, ali za kritičku analizu ima značaj odraza i održanja duboko ukorenjene rodne nejednakosti u srpskom društvu.

1.2. Od „Psiholingvističkih istraživanja“ do inventara

Interdisciplinarno proučavanje jezika i roda u srpskoj sociolingvistici koje je uključivalo feminističko bavljenje ovim pitanjima, razvijalo se 80-ih godina prošlog veka u okviru projekta „Psiholingvistička istraživanja“ na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu, na kojem su Svenka Savić i druge istraživačice i istraživači prikupljali empirijske podatke o upotrebi naziva za zanimanja i titule žena u različitim privatnim i javnim razgovorima u gradskim, a delom i u seoskim sredinama (Savić, 1995). Istraživanja su sprovedena „u teorijskim okvirima analize diskursa i psiholingvistike, sa usmerenjem na interakcijske aspekte jezičke delatnosti i traganje za faktorima i aspektima međuzavisnosti govornika i sagovornika u činu opštenja“, a uključivala su i istraživanja na filozofskim fakultetima u Zagrebu i Novom Sadu, kao i medijske analize.

U istraživanju Svenke Savić (1981) „Jezik i pol: termini za označavanje zanimanja koje vrše žene na fakultetu“, rezultati su, između ostalog, pokazali da su zanimanja i titule koja su hijerarhijski

niža, doslednije korišćena u ženskom rodu; potom, da se forme ženskog roda češće koriste za osobe koje nisu prisutne tokom razgovora; kao i da postoje semantičke nijanse u dubletima šefovica/šefica, doktorica/doktorica, dekanica/dekanka i sl., u zavisnosti od „afektivnih faktora govornika“ (Savić, 1995). Time što se u analize uvode „namera govornika, zatim sociolingvističke osobine govornika i sagovornika u određenim razgovornim situacijama o određenoj temi (poznatost, status, obrazovanje, i sl.)“, ispitivanje se „pomera od ranijeg preskriptivnog razmatranja pojedinačnih primera zanimanja kod dotadašnjih filologa, prema interdisciplinarnom izučavanju o jeziku i polu“ (Savić, 1995).

Kako nastavlja Savić, u istraživanju Svetlane Berisavljević (1986) u jednoj banci u Novom Sadu, dobijena je potvrda „o zavisnost forme u ženskom rodu od nižeg mesta koje dato zanimanje ima u hijerarhijskoj lestvici – viši rang, tj. više moći vuče formu muškog roda“, čime se prisutnost žene „zamagli“ „u društvu drugih moćnih muških rukovodilaca u istoj ustanovi“ (Savić, 1995). Drugi rad Berisavljević (1988) o sintaksičkoj problematici na primeru zanimanja koja su u društvu nova, ili su tek počela da se afirmišu (*sudinica, vojnkinja*), pokazao je da „obrazovani i seljaci u selu imaju tendenciju doslednije upotrebe formi ženskog roda i za stara i za nova zanimanja (dilerka, švercerka, i sl.) nego što je to slučaj u gradskoj populaciji obrazovanih intelektualaca“, odnosno da se „dominacija forme muškog roda za zanimanja žene osvaja ulaskom u institucionalni život pojedinca“ (Savić, 1995). Kako upućuje Filipović, "kroz standardnojezičku kulturu koja je u osnovi jezičkih obrazovnih ideologija – jezik je svetinja koja se ne sme menjati, dakle, ako je standardni srpski odredio muški gramatički rod kao neutralan, tako mora biti zauvek“, ističući da se na taj način deca tokom osnovnog obrazovanja „desenzitiviziraju“ za rodno osetljivi jezik (Filipović, 21. 1. 2019).

Podaci iz istraživanja štampe koje ću kasnije detaljnije izneti, pokazali su da je upotreba muške forme „više odraz mistifikacije društva o vidljivosti žene, nego što je to zahtev strukture jezika“, kaže Savić i zaključuje da je sa ciljem promene takve prakse neophodno „normirati neke aspekte javne upotrebe jezika sa stanovišta ravnopravnosti polova“: „Princip vidljivosti žene u društvu nadređen je principima jezičke derivacije“ (Savić, 1995). Savić iznosi preporuke i za normativu i za rodno osetljiv jezik u medijima koje ću navesti u poglavljima posvećenim istraživanjima roda u medijima.

Autorke okupljene oko projekta o rodno osetljivom jeziku sprovedenog u periodu od 2004. do 2008. godine, pri Udruženju Ženske studije i istraživanja u Novom Sadu – Svenka Savić, Marijana Čanak, Veronika Mitro i Gordana Štasni u zborniku *Rod i jezik*, utvrđuju da normiranje jezika zapravo znači „intervenirati u njemu u pravcu neke poželjne jezičke politike“ (Savić, Čanak, Mitro & Štasni, 2009, str. 9). U njihovom pristupu, sa stanovišta „teorije delatnosti“, takva norma ne odnosi se na ispravno ili neispravno upotrebljenu reč kao u strukturalističkom teorijskom pristupu, već podrazumeva „inventar formi kojima se neka namera može ostvariti u tekstu i njegovim delovima“ (Savić, Čanak, Mitro & Štasni, 2009, str. 10), u konkretnom slučaju sa zahtevom da „učini ženu vidljivom u jeziku u javnoj sferi“ (Savić, Čanak, Mitro & Štasni, 2009, str. 11).

U zbornik je tako uključen *Registar imenovanja žena* – imenica kojima se označavaju žene prema profesiji, zanimanju ili aktivnosti (menadžerka, arhitektinja, hostesa); prema zvanju, zanimanju, tituli supruga ili oca (aginica); prema tituli, društvenom položaju, počasti koju žena nosi (dekanka, rektorka, guvernerka); prema ideji koju sledi (feministkinja); prema pripadnosti grupi ili pokretu (antifašistkinja, omladinka, učenica); prema načinu života, hobiju, bolesti ili psihofizičkom svojstvu (dijabetičarka, alkoholičarka), a izostaju one imenice kojima se imenuju žene prema rasnoj, etničkoj, nacionalnoj ili srodničkoj pripadnosti (Štasni & Mitro, 2009, str. 35). Registar sadrži 2386 imenica ženskog roda iz različitih tipova izvora iz 19. i 20. veka: rečničke građe, stručne i feminističke literature, štampanih i elektronskih medija, govornog jezika, upitničke građe, sa ciljem ukazivanja na problematiku koju „treba rešavati“ kad je u pitanju normiranje upotrebe formi ženskog roda za imenovanje žena, posebno profesija i titula (Štasni & Mitro, 2009, str. 35).

1.3. Asimetrije u funkciji ideologije

Polje istraživanja jezika i roda proširuje Jelena Filipović sa fokusom na ideološki aspekt, u istraživanju iz 2007. godine, koje sam predstavila u ovom radu u teorijsko-metodološkom okviru. Istraživanje je autorka sproveda unutar svoje društvene mreže i dela društvene grupe, među visokoobrazovanim ženama, od kojih je određeni broj iz lingvističke struke, dok pojedine imaju obrazovanje iz rodnih studija. Cilj istraživanja je bio se da utvrdi „da li postoji korelacija između eksplicitnih stavova o upotrebi jezika i jezičke i rodne ideologije (koja je deo patrijarhalnog kulturnog modela)“, pri čemu takva ideologija rezultira i potpunim razdvajanjem pitanja rodne ravnopravnosti od pitanja upotrebe jezika i jezičkog standarda (Filipović, 2018, str. 198).

Definisana ciljna grupa je „representativna na nivou šire zajednice“ budući da se radi „o ženama sa visokim nivoom samosvesti koje poseduju i eksplicitno izražavaju potrebu za ličnom afirmacijom u profesionalnoj, javnoj sferi“ (Filipović, 2018, str. 198). Pretpostavka je da „ukoliko one nemaju razvijenu svest o socijalnoj kategoriji roda i njenom odrazu u jezičkim praksama“, to znači „da je moć patrijarhalnog kulturnog modela u upravljanju društvenim ponašanjem u široj ženskoj populaciji u Srbiji još značajnija“ (Filipović, 2018, str. 198).

Rezultati istraživanja pokazali su da kod ispitanica postoji „određena kritička svest o rodnoj neravnopravnosti i društvenoj nepravdi koju ona prouzrokuje“, ali i „odsustvo eksplicitne ili implicitne veze između te svesti i metalingvističkog znanja koje bi uključivalo i sociolingvističku kompetenciju o društvenom značaju asimetrične upotrebe muških i ženskih oblika imenica za nazive zanimanja i titula u srpskom javnom diskursu“ (Filipović, 2018, str. 204). Filipović ovakvu sociopsihološku strukturu objašnjava uticajem „tradicionalnog kulturnog modela prisutnog u našoj kolektivnoj i individualnoj svesti“ (Filipović, 2018, str. 204). Deset godina kasnije u odnosu na replicirano istraživanje Ivane Vranić (2017) i na osnovu analize aktuelnog stanja u jeziku i društvu, posebno u medijskom diskursu, Filipović zaključuje da je potrebna promena jezičke i društvene prakse koja bi omogućila jasno sagledavanje odnosa „između restriktivne upotrebe gramatičkog roda i (re)produkcije seksističke društvene prakse“:

„Novi kulturni model, koji bi se zasnivao na rodnoj ravnopravnosti u srpskom društvu, morao bi da uključi svest o potrebi da se odbace veštačka metalingvistička tumačenja upotrebe „čistog“ jezika u srpskoj jezičkoj politici i standardizaciji. Na taj način, jezička varijacija u srpskom bi mogla da krene svojim „prirodnim tokom“, koji bi u obzir uzeo i (često) intuitivna tumačenja govornika o odnosu između upotrebe jezika i društvene strukture, bez prevelikog osvrtnja na preskriptivne, ideološke predrasude sadašnjih jezičkih planera“ (Filipović, 2018, str. 205).

Filipović, dakle, smatra, da je za promenu jezičke i društvene prakse neophodno podići nivo „metajezičke kritičke svesti“, odnosno da je potrebno odbaciti stav da je muški rod imenica „nemarkiran, normativan i da uključuje sva ljudska bića“:

„Time bi se otvorio prostor za formiranje jednog novog ženskog rodnog identiteta na individualnom i na kolektivnom planu. Drugim rečima, ova vrsta promene mogla bi nas uvesti u jednu novu etapu socijalnog razvoja u kojoj govornici ne bi bili svesni samo čisto gramatičkih, već i impliciranih, intuitivnih značenja i tumačenja ženskog morfološkog roda. Ta nova jezička praksa omogućila bi govornicima srpskog jezika da jasno sagledaju odnos između restriktivne upotrebe gramatičkog roda i (re)produkcije seksističke društvene prakse koja potvrđuje i jača tradicionalni kulturni model na osnovu koga su žene isključene ili manje

vidljive (pa time i manje prisutne) u srpskom društvenom i javnom životu“ (Filipović, 2018, str. 205).

Istraživanjima rodni aspekata u srpskom jeziku bavile su se i Žarana Papić i Lidija Sklevicki (Lydia Sklevicky), kao što sam navela u teorijsko-metodološkom delu ovog rada, polazeći od stava da su jezičke ideologije „kognitivni konstrukti“, te da stoga rodne karakteristike jezika „najčešće puno govore o tome na koji način funkcionišu i kakve su prirode zajednica žena i muškaraca u datom društvu“: „Na primer, tradicionalna upotreba imenica muškog roda za označavanje profesija i titula oba pola... najčešće se povezuje sa društvenom dihotomijom privatno i javno“ (Papić & Sklevicki, 2003, str. 18, prema Filipović, 2011, str. 6).

Na planu jezičkih rodno osetljivih politika do sada su objavljena izdanja: *Uputstva za standardizaciju rodno osetljivog jezika* (1995) i *Kodeks neseksističke upotrebe jezika* (2015) Svenke Savić, *Vodič za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji* (2012) Jelene Filipović i Ane Kuzmanović Jovanović, kao i *Priručnik za upotrebu rodno osetljivog jezika* (2019) Hristine Cvetinčanin Knežević i Jelene Lalatović.

2. Rod u srpskim medijima: kvantitativne i kvalitativne analize

Istraživanja roda i medija sprovodila su se i sprovode se u okviru više naučnih disciplina i interdisciplinarno, obuhvatajući pored rodnih i medijskih studija i studije kulture, antropologiju, sociologiju, sociolingvistiku, kritičku analizu diskursa, komunikologiju, kompjuterski posredovanu komunikaciju, vizuelne umetnosti... Teoretičari i teoretičarke u analizama nastoje da utvrde da li postoji rodna diskriminacija u medijskom diskursu i/ili medijskoj reprezentaciji roda, i na koji način se ona ispoljava. U ovom poglavlju navešću istraživanja na polju roda i medija počev od 80-ih godina prošlog veka koja su se razvila u okviru pomenutih „Psiholingvističkih istraživanja“, uključujući, dakle, i lingvističke, sociolingvističke i diskursne analize, medijske reprezentacije i istraživanja onlajn-medija, prevashodno u srpskoj teoriji, uz kraći osvrt i na anglosaksonsku teoriju, kao i na globalne medijske analize uz uporednu analizu nalaza istraživanja roda u srpskim medijima i prosečnih „rezultata“ svetskih medija.

Uprkos i novom konceptu publike i novim tehnološkim sredstvima medijske produkcije koji sada otvaraju vrata toj publici da bude interaktivna i participativna, ili baš zahvaljujući digitalizaciji, kako je posumnjao Manović (2015), medijski diskurs još uvek nije usvojio rodnu senzitiviranost i ostao je imun na društvene kritike. Osim usložnjavanja i umnožavanja medijske produkcije, nove tehnologije omogućile su i detaljnije analize medija među kojima je i jedno od najsveobuhvatnijeg istraživanja – projekat Globalnog monitoringa medija (Global Media Monitoring Project – GMMP), u okviru kojeg je analizirana i srpska medijska scena. Na osnovu takvih pregleda moguće je steći široku predstavu o rodnim ideologijama u medijskom diskursu na globalnom i nacionalnom planu, koja je samo potvrdila nalaze parcijalnih višedecenijskih istraživanja i ponudila mogućnost sistematizacije modela rodne dihotomije. Žene su i u okviru detaljne statistike u sveobuhvatnim komparativnim analizama medijima nevidljive u rečima i slikama „ozbiljnih“ vesti, dok „ukrašavaju“ medijske priče o domu, porodici, hrani, zdravlju i, naravno, lepoti.

2.1. Jezički rodni obrasci u medijskim izveštavanjima krajem 20. veka

U okviru pomenutog projekta „Psiholingvistička istraživanja“ novosadske grupe, koji su sprovodili studenti pod mentorstvom Svenke Savić, primenjene su i analize jezika i roda u medijskim tekstovima objavljenim u dnevnoj štampi i ženskim časopisima 80-tih i 90-ih godina prošlog veka. Razmatrana su dva načelna principa upotrebe gramatičkog roda imenica koje označavaju zanimanja koja obavljaju žene: „princip *razumljivosti* i izbegavanje seksističke upotrebe formi jezika“ (Savić, 1995). Prema zaključcima Aleksandra Šunjka (1995) na osnovu tekstova u političkoj rubrici u dnevnim listovima „Politika“ i „Dnevnik“, u periodu 1989-1995, imenice koje označavaju zanimanja i titule žena uglavnom se pišu u muškom rodu (*ministar, predsednik, ambasador*), s tim što se mešaju i oba oblika, dok izbor zavisi i od sintaksičke pozicije u rečenici (*Ministarka* je otvorila sajam;

Margaret Tačer ostaje *premijer vlade*; Nemački premijer je primio *britanskog premijera* Margaret Tačer) (prema Savić, 1995). U istraživanju Sanje Pepić (1995), tekstova kulturnih rubrika u dnevnim listovima „Politika“, „Dnevnik“ i „Borba“, u periodu 1989-1992, inventar zanimanja i titula koji se pojavljuju u ženskom rodu čini ukupno 48 različitih zanimanja, a u muškom rodu ukupno 28, pri čemu je prisutna i nedosledna upotreba oblika (prema Savić, 1995). „Dobijeni podaci ukazuju da se u dnevnoj štampi različitom frekvencijom koriste nazivi za zanimanja žene: u političkoj rubrici ređe, u kulturnoj češće, a u sportskoj dosledno“, pri čemu je u sportskim rubrikama to „odraz terminologije sportskih disciplina, a ne specijalne uređivačke senzitivnosti prema jezičkoj praksi ove vrste u novinama“ (Savić, 1995).

Isti fokus imala su i istraživanja Đurđe Milanović (1981) tekstova u ženskim časopisima „Svijet“, „Bazar“ i „Praktična žena“, gde su dobijeni podaci pokazali „velike frekvencije upotrebe naziva za ženska zanimanja“, što Savić (1995) tumači činjenicom da su takvi časopisi namenjeni ženama: „To pokazuje da će se neka forma pre pojaviti u ženskom rodu ako govornik zna da je sagovorniku, primaocu poruke do toga stalo. Isto se događa i u usmenom komuniciranju“. U uporednoj analizi Branke Perović (1989) ženskih časopisa dva jugoslovenska centra – „Praktična žena“ iz Beograda i „Svijet“ iz Zagreba, „konstatovano je da se u Zagrebu doslednije nego u Beogradu koristi ženski rod“ za imenice koje označavaju zanimanja, kao što je to bio slučaj sa istraživanjem Savić na filozofskim fakultetima u ta dva grada: u „Svijetu“ je 93,4% takvih imenica u ženskom rodu, i samo 6,55% u muškom rodu, dok je u „Praktičnoj ženi“ u ženskom rodu 47,9%, a u muškom 52,5% (prema Savić, 1995). Dok su ove analize pokazatelji i različitih uređivačkih politika ženskih časopisa u dva kulturna i jezička centra, ukupni podaci istraživanja štampe „izneli su na videlo novu argumentaciju za tvrdnju da je upotreba muške forme više odraz mistifikacije društva o vidljivosti žene, nego što je to zahtev strukture jezika“ (Savić, 1995).

Na temelju analize 500 tekstova o ženskim osobama, objavljenih u tri dnevna lista: beogradskim – „Politika“ i „Naša Borba“ i novosadskom – „Dnevnik“, u periodu od 1990. do 1996. godine, Svenka Savić izradila je 1998. godine *Kodeks neseksističke upotrebe jezika* sa ciljem „da prikaže korpus empirijskih podataka iz dnevne štampe“, na osnovu njega da opiše jezičku polnu diskriminaciju i „predloži pravila kodifikacije u institucionalnoj upotrebi, pre svega u masovnim medijima“ (Savić, 2015, str. 8). Na taj način Savić prati prve tri etape jezičke standardizacije: selekciju jezičkog materijala, njegovu deskripciju i kodifikaciju – „ustanovljavanje niza pravila na osnovu kojih se predstavnici jezika ponašaju“ (Savić, 2015, str. 12).

Autorka primenjuje pragmatičku i diskursnu analizu polazeći od stava da jezički izraz zavisi od zajedničkog znanja sagovornika, konteksta – političkog, društvenog i tekstualnog), autora teksta, čitalaca, urednika (i lektora i korektora), organizacije teksta, i inventara jezičkih izraza u datom jeziku (Savić, 2015, str. 10). Najveća jedinica analize je ukupan tekst, „sve što je omeđeno belinama (ili linijama) na stranici lista“, koji uključuje sledeće elemente (ne obavezno sve): naslov, nadnaslov, podnaslov, kontinuirani tekst podeljen u paragrafe, potpis autora teksta, slike i druge priloge (Savić, 2015, str. 11). Po obavljenju analizi, Savić konstatuje, između ostalih, i sledeće situacije:

- formom muškog roda za neku žensku osobu, autori najčešće izražavaju poštovanje i pozitivan stav prema ženskoj osobi o kojoj dalje u tekstu pišu;
- ukoliko se u naslovu pojavi forma ženskog roda za titulu i zanimanje, autori tekstova najčešće izražavaju negativan stav prema ženskoj osobi o kojoj pišu – ova pojava je doslednija ukoliko se radi o ženama koje su u hijerarhiji vlasti na višem položaju: kada se žena na visokom položaju „ponaša prihvatljivo“, koristi se forma muškog roda za njenu titulu u naslovu, a kada se „ogreši o očekivanje društva“, skreće se pažnja da je u pitanju žena „izvlačenjem na videlo njene polnosti i to na najvidljivijem mestu teksta – u naslovu (nekada u samom tekstu uopšte nema više forme ženskog roda)“;
- obrnuto je proporcionalna dužina titule i zvanja sa više od jedne reči i ženski rod – ukoliko je forma kraća, veća je verovatnoća da će se pojaviti u ženskom rodu;

- nova zanimanja se najpre pojavljuju u muškom rodu, a posle izvesnog vremena počinje njihova frekventnija upotreba u ženskom rodu „ukoliko je zanimanje ili titula niže na lestvici moći“, dok se kao „prelazna forma“ pojavljuje profesija, zvanje ili titula u muškom rodu + žena: žena vojnik (Savić, 2015, str. 14-24).

Uz osvrt na insistiranje normative, pre svega Srpske akademije nauka i umetnosti, da se imenice koje označavaju profesije, titule i zvanja, koriste u muškom rodu kao neutralnom, odnosno u ženskom rodu ako se odnose na konkretnu žensku osobu ukoliko to oblik dozvoljava, a u svetlu dobijenih rezultata istraživanja koji pokazuju nedoslednu upotrebu oba gramatička roda koja u najvećem broju ima u pozadini polnu diskriminaciju, autorka obrazlaže potrebu za doslednom jednakom upotrebom ženskog roda praktičnim i političkim razlozima:

„Ako se ženska forma uvede dosledno u upotrebu, neće biti mogućnosti za manipulisanje dvema formama, kojima bi se odlikavala društvena, polna diskriminacija žene na onom položaju u hijerarhiji koji je do sada bio rezervisan za muškarce. Praksa će izgubiti uporište u jezičkoj formi. Pre toga, naravno, potrebno je u mislima i nameri onih koji pišu tekstove (muškaraca i žena), izmeniti stav prema diskriminaciji uopšte, pa i prema polu“ (Savić, 2015, str. 21).

Kao ostale seksističke jezičke prakse Svenka Savić navodi:

- skraćenice za titule i zanimanja, odnosno za lična imena: „konsekvence prakse skraćivanja titula ili zanimanja, nisu jednake za oba pola“, uključujući i korišćenje inicijala umesto punog imena – „za ženske osobe to je još jedan vid nevidljivosti“²³;
- izraze za obeležavanje bračnog stanja neudate ženske osobe: seksistički izrazi kvalifikacije prema bračnom statusu – „gospođica“, „usedelica“;
- izraze za supružnike i nevenčane parove: fokusiranje na samo jednu, mušku osobu iz para – „najčešće se radi o važnoj političkoj ličnosti u čijoj pratnji je njegova supruga“, gde je žena „deo glavne ličnosti, bez sopstvenog identiteta“ (Savić, 2015, str. 24-28).

Preporuke koje formuliše sa ciljem izbegavanja diskriminacije prema rodu u kodifikaciji jezičkog izraza u službenoj upotrebi, masovnim medijima, jeziku formulara, propisa, zakona, konkursa, obaveštenja i sl., „iz uverenja da će iste biti iskorišćene i u privatnoj komunikaciji“, zasnivaju se na dve osnovne strategije:

1. simetrije – učiniti i mušku i žensku osobu jednako vidljivim u jezičkom materijalu;
2. neutralizacije razlika – birati jezičke izraze kojima se briše vidljivost samo jedne osobe (Savić, 2015, str. 30).

Između ostalih, preporuke obuhvataju i grafičko predstavljanje oba roda sa ciljem pokazivanja namere o simetričnosti (npr, rektor/ka ili rektor/rektorka), iskazivanje funkcije neutralnim oblicima (npr, „profesura“ umesto „profesor/ka“), izbegavanje epiteta za žene koji su deo istorijskog nasleđa, kao što su „slabiji pol“ ili „lepši pol“, navođenje oba roda kada je reč o grupi u kojoj su oba pola ili prilikom oslovljavanja (muškarci i žene, profesorke i profesori i sl.), takođe i oba roda zameničkih oblika (npr, on/ona), umesto „polno opterećenih oznaka (kao “čistačica”“), koristiti oznake koji isključuju „negativno vrednovanje posla na hijerarhiji vrednosti u društvu“ (npr, osoblje za održavanje čistoće) itd. (Savić, 2015, str. 31-36).

²³ U *Kodeksu* se preporučuje „da se puno ime navodi uvek, bilo da se radi o novinarskom ili naučnom tekstu, naročito u spisku bibliografije radova, iz koje se lako može rekonstruisati doprinos žena u nekoj naučnoj disciplini“ (Savić, 2015, str. 25). Iako se slažem da je takva praksa potrebna, u bibliografiji ovog rada navodila sam prema pravilima APA stila citiranja samo inicijale imena, ali sam u samom tekstu rada sve citirane autorke i autore predstavila punim imenom i prezimenom.

Iako je *Kodeks neseksističke upotrebe jezika* imao određeni uticaj na medijski i javni diskurs, navedene preporuke smatrale su se neformalnim smernicama i nisu dosledno primenjivane, ali su svakako ostavile traga na svest medijskih autora i autorki. U deceniji koja je usledila, sa jedne strane, učinjeni su minimalni nesistematični pomaci, prema individualnim nahođenjima novinara, novinarki (kao i uredništva i lekture), dok su sa druge, počele da se kreiraju nove strategije potiskivanja žena iz javnog prostora, a istovremeno je i prošireno polje istraživanja roda u medijima. Rasprava o (ne)doslednoj upotrebi gramatičkog ženskog roda za profesije i zvanja žena traje do danas, dvadeset godina kasnije, o čemu sam pisala i na početku ovog rada, dok je u medijskom i javnom diskursu upotreba oblika muškog roda kao univerzalnog za žene ostala jedna od strategija simboličkog isključivanja žena iz struktura moću, kao što ću pokazati u analizama diskursa informativnih portala.

2.2. Status quo na prelazu dva veka i optimistička perspektiva

Jezičke prakse u upotrebi imenica koje označavaju profesije, zanimanja i zvanja žena, uočene u analizama novosadske grupe, a potom i u medijskim analizama Svenke Savić 90-ih, opstale su i na prelazu dva veka, kako to pokazuje Monitoring srpskih štampanih medija koji je Ženski INDOK centar sprovodio u periodu od 1999. do 2009. na godišnjem nivou, sumiran u *Priručniku za medije* Lidije Vasiljević i Violete Anđelković (Vasiljević & Anđelković, 2009). Autorke navode da se u medijskim izveštavanjima imenice koje označavaju profesije, zanimanja i titule žena pojavljuju „skoro podjednako“ u oba gramatička roda, uz specifičnosti koje su prepoznali i novosadski istraživači i istraživačice deceniju, dve i tri ranije:

- navođenje zvanja po vertikalni moći gde se muški rod češće koristi za više pozicije: direktor, poslanik, predsednik, urednik, ministar, doktor, režiser, članica, imitatorica, glumica, saradnica, novinarka,
- i navođenje po (ne)uspešnosti koje muški oblik vezuje za pozitivnu, a ženski za negativnu konotaciju: „postavljen novi direktor“, „direktorka škole osuđena“, „najmlađi poslanik“, „poslanica prešla u drugu pariju“, i sl. (Anđelković, 2009, str. 13).

Najčešći epiteti za žene su „lepotice“ i „dame“, dok su prisutni i neosnovani mizogini naslovi: „Sida dobija lice žene“ – o sve većem broju obolelih, „Metla u rukama žene“ – o novopostavljenoj direktorki Gradske čistoće, „Raskrsnica kobna za žene“ – o raskrsnici u Beogradu gde je zabeležen najveći broj nesreća za koje su žene bile odgovorne u samo 2% slučajeva... (Anđelković, 2009, str. 13).

Prema ovim istraživanjima najveći broj članaka o ženama objavili su dnevni listovi „Blic“ (u proseku 30%), „Danas“ (27%) i „Politika“ (19%), a o ženama se najviše pisalo u oblasti kulture (oko 29%), i to najviše o ženama iz „šou biznisa“ (22%) (Anđelković, 2009, str. 11). Uočen je trend učestalijeg pisanja o ženama iz medija – voditeljicama, urednicama, reportericama, koje su najčešće predstavljene kao mlade, lepe, uspešne žene koje govore o svom ličnom iskustvu, životu i porodici, sa akcentom na njihovim fotografijama na kojima su u najvećem broju slučajeva (83%) predstavljene kao savršeni modeli (Anđelković, 2009, str. 11).

Na stranicama rubrika „Društvo“, članci o ženama zastupljeni su sa oko 17%, od kojih je najveći broj posvećen reproduktivnom zdravlju, abortusu, beloj kugi, braku i porodici, modi i savetima kako žena treba da izgleda, da se ponaša i čime bi trebalo da se bavi (Anđelković, 2009, str.

11). Na osnovu naslova koje Anđelković navodi, primetna je tema razlika među polovima u duhu „novog biologizma“ o kojem sam pisala u prethodnom delu ovog rada kao novoj patrijarhalnoj ideologiji: „Hormon sreće niži kod žena“ – Politika 12.08.2007, „Sve manja razlika među polovima – biseksualnost“ – Blic 09.09.2007, „Zašto muškarci jure mlađe žene“ – Blic 06.09.2007, „Žene su stvarno rođene za šoping“ – Panorama 02.09.2007. Takođe, žene su zastupljene u tekstovima na teme „bele kuge“, reproduktivnog zdravlja (68% članaka u vezi sa zdravljem govore o prevenciji raka grlića materice), (ne)pravima na abortus, i u najvećem broju slučajeva (82%), na ove teme govore muškarci (Anđelković, 2009, str. 11).

Žene su u političkim i ekonomskim vestima zastupljene u samo 15% od ukupnog broja članaka, od toga je 46% posvećeno srpskim političarkama, pri čemu se „veoma malo“ piše direktno o njima, već su date njihove izjave i komentari (Anđelković, 2009, str. 12). Žene se najmanje pominju u tekstovima o bitnim državnim pitanjima i odlukama (izbori, Ustav, donošenje zakona, EU integracije, pitanje Kosova gde se gotovo i ne pominju), dok su prisutne u tekstovima koje se bave aferama, pravima mladih, ekologijom, nasiljem i sl. (Anđelković, 2009, str. 12). Za žene u biznisu većina tekstova sugerise da je za njihov rad zaslužan „uspešan muškarac ili ceo tim muškaraca“: „Danas veoma uočljiv tip žene je uspešna biznismenka. Ovaj tip žena je zapravo ćerka koja obožava oca, jako je lojalna njegovom sistemu vrednosti i često ga nasleđuje u poslu bilo da je reč o lekarskoj, advokatskoj ili nekoj drugoj firmi“ („Savršenstvo zvano žena“, Glas, 17.09.2007, prema Anđelković, 2009, str. 12).

U rubrici „Hronika“ žene se pojavljuju u oko 13% tekstova, posebno u vezi sa ubistvima, seksualnim zlostavljanjem, trgovinom ženama i prostitucijom, ali se poslednjih godina istraživanja rubrika „intenzivno dopunjuje člancima o sudskim procesima koji se vode protiv kriminalki, čedomorki, teroristkinja koje su u najvećem broju, već čitajući same naslove i podnaslove članaka, osuđene i od strane medija“ (Anđelković, 2009, str. 12). U tekstovima u kojima su žene pretrpele nasilje, prisutno je i ignorisanje obaveze „prikriivanja“ identiteta žrtve, naročito maloletnica – pored navedenih inicijala žrtve daje se i detaljan opis svih ostalih učesnika u delu, mesto/adresa i „često fotografije kuće u kojoj žive“, s tim što se dešava i da se „objavi fotografija same žrtve sa inicijalima“ (Anđelković, 2009, str. 12).

Rubrika „Sport“ pokriva oko 7% članaka o ženama i to „samo u kontekstu njihove uspešnosti u sportovima kao što su tenis, odbojka, košarka (86%) dok se o ženama u ostalima sportskim disciplinama (fudbal, kik boks, džudo, karate, šah, plivanje itd.) veoma malo piše“, uprkos tome što osvajaju nagrade i u tim disciplinama (Anđelković, 2009, str. 12). „O uspešnosti nekog ženskog tima govore skoro isključivo njihovi muški treneri kao eksperti (92%)“, a „poslednjih godinu dana na stranama sporta se može naći sve više tekstova o ženama poznatih sportista, o njihovim porodicama ali i njihovoj lepoti“ (Anđelković, 2009, str. 12).

Teme u vezi sa aktivizmom i radom ženskih nevladinih organizacija obuhvataju 3% objavljenih članaka, dok se o položaju žena u društvu i rodnoj ravnopravnosti „skoro uopšte ne piše (1%), i takve podatke možemo samo neposredno, u najvećem broju slučajeva, da izvučemo iz nekih opštih statistika i istraživanja“, i to najčešće u hronikama (oko 38%) (Anđelković, 2009, str. 12).

Kako sumira Anđelković, diskriminacija i stereotipizacija žena su česte pojave, „muškarci dominiraju kao sagovornici“, „prednjače sa ulogama eksperata i komentatora“, dok se žene „pojavljuju u ulozi davanja ličnog iskustva“:

„Ono što dominira u izveštavanju je idealizovana slika ženstvenosti: mlada, lepa, bela, heteroseksualna, bogata... pri čemu se može uočiti dvostruka diskriminacija: fizičko savršenstvo (koje se ne zahteva od muškaraca) i stvaranje nerealne slike ženske vrednosti; drugo je predstavljanje žene kao objekta za stimulaciju muškaraca. Istovremena poruka ženama je da izgledaju što lepše i poželjnije kako bi se dopale muškarcima“ (Anđelković, 2009, str. 12).

Fokus je na zdravim ženama bez fizičkih nedostataka i najčešće se prikazuju mlade žene (često polunage, u izazovnoj pozi) (Anđelković, 2009, str. 13). Majke koje se predstavljaju govore uglavnom o receptima i o svojoj deci, dok su starije žene u ulozi bake ili „veštice“ (Anđelković, 2009, str. 13). O dvostruko marginalizovanim grupama kao što su Romkinje, seksualne manjine, osobe sa invaliditetom piše se samo povodom pokrenutih programa od strane državnih institucija, u okviru neke akcije ili kampanje (Anđelković, 2009, str. 13).

Na fotografijama se najčešće pojavljuju kada su u tekstu navedene u negativnom kontekstu, dok kada su u pozitivnom, veoma često se dešava da se na slici pojavi muškarac koji daje svoje lično ili stručno mišljenje (Anđelković, 2009, str. 13). Često fotografija žene izostaje kod „ozbiljnih“ tema, za razliku od rubrika kao što su zabava ili slobodno vreme, „gde žene preovlađuju, vitke i nage, ali bez mišljenja“ (Anđelković, 2009, str. 13).

Rezultati navedenog istraživanja posmatraju se u tranzicionom kontekstu, u periodu u kojem je srpska država prošla kroz transformaciju od Jugoslavije, preko državne zajednice Srbije i Crne Gore do samostalnosti koju su pratile posleratne promene, uključujući i prelazak u višepartijski sistem (Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 8). Kako autorke *Priručnika za medije* navode, uključenost žena u javnu sferu je „u pojedinim segmentima bila na zavidnom nivou do obrušavanja komunističke tvorevine stare Jugoslavije“ – nezadovoljstvo načinom i kvantitetom reprezentovanja u medijima žene su pokazale još 70-tih godina, a tema slike žene u medijima bila je prisutna u okviru opštih rasprava o ulozi žena u javnoj sferi (Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 8). Međutim, dodaju, „tokom 90-tih godina gubi svoju snagu i regresira na nivo tradicionalizma gde je veoma malo prostora ostavljano ozbiljnim kritikama sistema iz vizure ženskog aktivizma“ (Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 8). Za temu rodne reprezentacije u medijima karakteristično je i „višedecenijsko kaskanje za analizom“ ove oblasti, te i dalje „preovladava nota razbibrige, ili bar pokušaj ulepšavanja realnosti dodavanjem epiteta romantičnog“: „Dominantni jezik i sadržaj, kao i stereotipi vezani sa ženski identitet – sliku žene, kao i brak, porodicu i decu su se najmanje promenili“ (Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 8).

U perspektivi, autorke su smatrale da je za unapređenje rodne ravnopravnosti u medijima, veliki pomak predstavljao Nacionalni plan akcije za žene²⁴, te da je „veća prisutnost ozbiljnih ženskih tema“ u ženskim časopisima potpomognuta i „postojanjem interneta i baza podataka“: „Ostaje da se vidi, da li će povećanje kritične mase članaka o ženama, uticati i na potrebu proliferacije njihovih sadržaja“ (Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 8). Autorke smatraju da su se početkom milenijuma stekli „povoljniji uslovi“ za postizanje rodne ravnopravnosti, sa ozbiljnijim analizama, uključivanjem u svetske tokove i pridruživanjem mrežama, boravkom naših ekspertkinja u inostranstvu, uključivanjem vladinih institucija, razvojem rodni studija, treninzima „Žene to mogu u medijima“ koji su započeli 2002. i osnivanjem ženske sekcije NUNS-a (Nezavisno udruženje novinara Srbije) 2006, a posebno uključivanjem istraživačkog tima iz Srbije, Ženskog Indok centra, u projekat *The Global Media Monitoring Project* (GMMP), 2005. godine, koji je pokrenula međunarodna nevladina organizacija WACC (The World Association for Christian Communication) kao „najsveobuhvatnije istraživanje rodni komponenti u medijima“ (Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 9). Rezultatima analiza u okviru tog projekta posvetiću posebnu pažnju.

Kako dalje navode autorke, kvantitativnom i kvalitativnom analizom stereotipa u medijima bavile su se i organizacije INDOK Centar, Ženske studije, Labris, kao i organizacije koje su pratile medije sa ciljem analize oblasti koju pokrivaju: ASTRA (sex trafiking), AŽC (nasilje nad ženama), ističući i *ad hock* Inicijativu protiv mizoginije u medijima (IPMM) nastalu sa ciljem ukidanja emisije na TV Pink izrazito mizoginog sadržaja (Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 9). Među domaćim

²⁴ Nacionalni plan aktivnosti za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti 2007-2010. u Odeljku F. *Žene i mediji*, predviđa uklanjanje rodni stereotipa i promociju rodne ravnopravnosti (prema Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 35).

teoretičarkama u ovoj oblasti, izdvajaju se Snježana Milivojević, Marina Blagojević, Milena Dragičević-Šešić, Zorica Tomić, Svenka Savić, Nadežda Radović i dr. (Vasiljević & Anđelković, 2009, str. 9).

2.3. Milenijumski pad: „strategije isključivanja“

Zaključci Indok centra na osnovu monitoringa medija u periodu od 1999 do 2009, saglasni su sa istraživanjima i tezama Snježane Milivojević koje je objavila u časopisu za feminističku teoriju GENERO 2004. godine, u tekstu *Žene i mediji: Strategije isključivanja*. Polazeći od stava da „vladajuće predstave o ženama umnogome zavise od medijskog reprezentovanja“, autorka razmatra tri aspekta rodne nejednakosti: šta govore medijske poruke u kojima su žene tema, kako popularni mediji obrazuju svoju žensku publiku i da li „vidljiva feminizacija medijskih profesija“ utiče na promenu medijskih sadržaja (Milivojević, 2004, str. 12-13). „Odnos „žena i medija“ uznemiravajući je u svakom od njih“, zaključuje je Milivojević (2004, str. 13).

Mediji, podseća autorka, ne predstavljaju već „prikazuju“ stvarnost – „predstavljaju je u odsustvu“, „re-kreiraju predstavu“, „re-prezentuju objekat, osobu“, i pri tome „moraju da prepoznaju „opšte“ u raznovrsnosti pojavnog“: „Kako u tom procesu nužno i pojednostavljuju, mediji vrlo lako umesto „tipova“ nude „stereotipe“, umesto afirmacije različitosti proizvode uprošćene i nekritičke predstave „drugosti““ (Milivojević, 2004, str. 12). Takve predstave „umnožavaju i pojačavaju“ značenja i „formiraju interpretativne okvire“ kao podrazumevajuće i prepoznatljive među pripadnicima iste kulture, u kojima se zatim tumače i nove poruke: „Od simboličke isključivanje do „getoizacije“ ženskih iskustava i interesovanja, svi oni imaju zajednički produkt – simboličku rodnu nejednakost“ (Milivojević, 2004, str. 13).

Ona naglašava „simboličku“, jer kako kaže nije ključan problem u tome što medijska slika ne odgovara statistici – što kvantitativno pojavljivanje žena „u TV svetu“ ne odgovara njihovom udelu u radnoj snazi ili ukupnoj populaciji, već je značajnija pojava to što njihova reprezentacija „uglavnom koincidira sa tradicionalnim odnosima i čuva patrijarhalnu osnovu rodne podele uloga u društvu“: „Takva simbolička odbrana nejednakosti znatno otežava izgradnju drugačije stvarnosti“, posebno sa stanovišta opšteg pogleda na medije iz kojeg sumira – „lice ozbiljne štampe je muško, telo revijalne štampe je žensko i ta granica je teško promenljiva“ (Milivojević, 2004, str. 14-15). Naime, kako ukazuje, informativna, „ozbiljna“ štampa „potvrđuje svakodnevno znanje o svetu“, „rutinski verifikuje pravila“ šta je „normalno“, „prihvatljivo“, a šta je „neobično“, koristeći novinarske konvencije po meri „kulture a ne prirodne određenosti“ i na taj način implicitno „utvrđuje gradivo iz rodne nejednakosti“: „Čuvanjem svakodnevnog poimanja rodnosti informativni mediji socijalizuju za nejednakost“ (Milivojević, 2004, str. 15).

Ovakve strategije sprovode se pomoću jezika – „muškarci govore jezikom univerzalne nadrodne pozicije“, dok žene svoje pojavljivanje u medijskom prostoru izvan uobičajenih „ženskih tema“ i „šarenih strana“ ili reklama, najčešće moraju da pravdaju, „dokazujući da su lepe, pametne i uspešne“, „bez obzira“, na svoju „ženskost“ (Milivojević, 2004, str. 15). Medijskim diskursom, kaže autorka, „odzvanja“ poruka – „same su krive“, po potrebi dopunjena „benignim svakodnevnim seksizmom o ženskim alapačama i glupim plavušama“: „Seksizam koji počinje jezikom prenosi se stereotipima a čuva u zdravorazumskoj pameti“ (Milivojević, 2004, str. 16).

U informativnim dnevnim novinama, što su „ozbiljnije“ manje je fotografija žena, pri čemu „bukvalna nevidljivost nije jedini vid rodne nesrazmere“, jer i kada su žene prisutnije, kao u „Blicu“ na primer, „uvek je bar duplo a često i mnogostruko više fotografija muškaraca koji su identifikovani, čije je pojavljivanje u smisljenoj vezi sa tekstom“ (Milivojević, 2004, str. 17). Dok su muškarci na fotografijama jer su sagovornici, učesnici događaja, autori, žene su često anonimne, neidentifikovane, „odabrane da ilustruju tekst o zimbicima, zadušnicama, devojkama koje vole da se zabavljaju“, a često su to samo „njihovi fragmenti, delovi tela izdvojeni, uveličani, poentirani“ (Milivojević, 2004, str. 17). „Broj takvih fotografija raste sa porastom šarenih i zabavnih strana“, gde su žene „lepše za oko, lakše za upotrebu“: „Najuspešnija žena dana, ona koja se probije najbliže početnim stranama obično stigne do treće ili pete strane i tu, među svim tim važnim vestima, polunaga, podseća na žensko prisustvo u svetu“ (Milivojević, 2004, str. 17). Istovetne medijske prakse prenete su i u diskurs digitalnih medija 15 godina kasnije, kao što ću utvrditi u multimodalnim analizama koje sprovedim.

Kako dalje navodi Milivojević, u medijskoj slici, jasno su preporučene poželjne socijalne uloge gde je „najznačajniji ženski javni angažman“ – „zabavljački“, odnosno oko polovina, a u nekim novinama i do dve trećine žena na fotografijama su zabavljačice, pevačice, modeli, TV ličnosti (Milivojević, 2004, str. 17). Ova zanimanja „ugrožavaju“ samo uloge „majke, domaćice, supruge, pratilje uspešnih muškaraca“, pri čemu se i profesionalno uspešne žene često pojavljuju kao supruge i majke, „ili bar moraju da otkriju svoj recept za pomirenje ‘karijere i porodice’“ (Milivojević, 2004, str. 17). Sa druge strane, predstavnici i predstavnice javne, stručne sfere, biraju se tako da njihove delatnosti budu u čvrstoj vezi sa tradicionalnom rodnom podelom socijalnih uloga:

„Ekspertkinje su najčešće psihološkinje, socijalne radnice, savetnice za promašene brakove, kozmetičarke, savetnice za ishranu i dijete, lekarke, učiteljice. Njihova stručnost prilagođena je familijarnoj sferi i ‘prirodnoj’ ulozi žena da brinu o porodici. Nasuprot njima, muškarci sa fotografija pojavljuju se u svim mogućim zanimanjima – astronauti, arheolozi, istraživači, političari, pesnici, naučnici, glumci itd. Raspon socijalnih uloga otkriva svet pun mogućnosti za muškarce i pun ograničenja za žene“ (Milivojević, 2004, str. 17).

Kako ističe Milivojević, isključivanje sa informativnih stranica dnevnih novina „kompenzuje se pažljivom getoizacijom ženskih iskustava“, na stranama koje su prostor za „‘lake’ društvene teme, socijalnu politiku, zdravstvo ili obrazovanje ukoliko nisu konfliktne i ni u kom smislu ‘političke’“, ili za pisanje o „ženskim i ‘porodičnim’ temama sa kojima velika štampa uglavnom ima nelagodu i radije ih izbegava“ (Milivojević, 2004, str. 18):

„Ali, ove strane pre svega, ‘propisuju’ šta je u svetu značajno žensko, podsećaju žene da čak i ako čitaju novine, njihovo ‘obavezno gradivo’ ostaju moda, izgled, dijeta ili kuvanje. U podtekstu ovakvih sadržaja nekako je uvek osećanje da su novine ipak muške jer su samo pojedine strane u njima ‘ženske’“.

Na ovim stranama, „izgled“ se eksplicitno nameće kao „glavna ženska preokupacija“, budući da bez obzira na druge identitete, „žene moraju da budu konvencionalno lepe, zabrinute zbog telesnih nesavršenosti, u potrazi za idealnom siluetom ili partnerom“ (Milivojević, 2004, str. 17). Na ovaj način informativni mediji se pridržavaju „iste matrice ‘ženskosti’“ revijalne štampe, koja se zasniva „na glamurizaciji ženske pojavnosti“ i gde se „zvezde i slavne ličnosti“ nude kao „modeli za identifikaciju i oponašanje“ (Milivojević, 2004, str. 17). „Proizvodnja zvezda i parazitiranje na ličnom životu poznatih je posao zabavnih medija i u drugim sredinama“, gde određeni obrasci poprimaju lokalni karakter, podseća Milivojević, uočavajući paralelu para u fokusu evropske revijalne štampe, koji su činili supružnici Bekam – „pevačica i fudbaler“, sa domaćim pandanom popularne kulture devedesetih gde su „‘kraljevski’ par“ predstavljali „folk diva i ratni zločinac“ (Milivojević, 2004, str. 17).

Imajući u vidu sve veći broj žena u novinarskoj profesiji, Milivojević smatra da se profesija „žilavo opire“ promeni rodnih stereotipa, i da često upravo novinarka „čuvaju patrijarhalni kod

trudeći se da dokažu da je ‘profesija neutralna’ i da one nemaju nikakvih namera da je na bilo koji način menjaju“ (Milivojević, 2004, str. 23). Sa druge strane, „novinarke često vatreno zagovaraju da ‘novinar’ zvuči bolje nego ‘novinarka’ da feminizacija naziva trivijalizuje i profesiju samu“ (Milivojević, 2004, str. 17), što kao bivša novinarka mogu da potvrdim. Na osnovu toga zaključuje da nije presudno da bude više novinarki, već da se „izbore za promene standarda“, za šta je potrebna „radikalna promena shvatanja koja počinje spremnošću da se prihvati očigledno“ – „Na primer, da feminizacija naziva profesije ne devalvira profesiju nego je priznanje činjenice da se njom bave pripadnici/e oba pola“ (Milivojević, 2004, str. 17).

U širem društvenom kontekstu, Milivojević poentira da je „patrijarhalna isključivost“ „podloga drugih isključivosti jer je na početku ljudske nejednakosti koja se svakodnevnom socijalizacijom prenosi i familijarizuje kao norma“:

„Kada se jednom otvore i prihvate razgovori o rodnim stereotipima i sve druge društvene različitosti ispoljavaju se i prihvataju lakše. Do tada se javna nespornost za ovakav razgovor prepoznaje u mnogim strategijama odbijanja koje mnogima čak izgledaju benevolentno. Prvi takav odgovor patrijarhalne kulture je podsmeh, omalovažavanje koje po potrebi radi da se istim žargonom prepoznaju ‘butkice’ Medlin Olbrajt, kurva Karla del Ponte, ili domaće NVO ‘guzate babe’. Trezor takvih metafora otvoren je za javnu upotrebu i koriste ga svi – novinari, ministri, književnici, ambasadori, predsednici svega i svačega. Sa ženske strane ga podupire usvojena inferiornost, lepo vaspitanje, obrazovanje i sve ono što utiče na shvatanje da je o ovim temama nedostojno govoriti ‘zato što ima važnijih’ a kada svima bude bolje biće i ženama. Sve koje drugačije govore su ‘feministkinje’, ‘frustrirane’, ‘paćenice’, ne briju noge... i tako u nedogled“ (Milivojević, 2004, str. 23-24).

U međuvremenu, upozorava autorka, „pripremaju se nove mlade, lepe, razgolićene devojke“, „glamurozno polugole podjednako defiluju televizijama koje se zaklinju u tradicionalne porodične vrednosti i onima koje bi da budu ultra moderne“ i tako „udružene održavaju nepostojeću sliku sveta i žena u njemu“, i „odbranom stereotipa“ „sprečavaju komunikaciju o promenama koje većina već živi“ (Milivojević, 2004, str. 24). Ona podseća i da „prisustvo ženske većine ne može da se potisne i kada vodeća medijska produkcija teži da je ignoriše“, ali da isto tako, „stereotipe ne proizvode samo mediji“, već su to „pažljivo branjeno kolektivno delo“ – „Odgovorni mediji danas zato nisu mediji ‘muške’ ili ‘ženske’ većine, već oni koji ruše bedeme odbrane lažne sigurnosti“ (Milivojević, 2004, str. 24).

Istraživanja srpskih medija koje će Snježana Milivojević koordinirati u okviru Globalnog monitoringa medija 2015. godine, pokazaće dalji pad odgovornosti medija i usložnjavanja diskursa stereotipizacije, o čemu ću govoriti nakon osvrta, odnosno, pregleda najznačajnijih studija roda i medija u američkoj i britanskoj teoriji. Cilj iznošenja teza koje slede jeste pružanje uvida u kritičke perspektive u ovoj oblasti, prevashodno radi ukazivanja na karakteristike rodno obeleženog medijskog diskursa koje prevazilaze okvire lokalnih, odnosno nacionalnih medija i jedne govorne zajednice.

2.3.1. Zapadni „uzori“

Istraživanja na polju rodne reprezentacije u medijima razvijala su se u okviru feminističkog pokreta i feminističkih studija uporedo sa ekspanzijom medijske i popularne kulture. Jedan od prvih uticajnih radova na ovom polju je knjiga Beti Friden (Betty Friedan), *The Feminine Mystique* (1963), koja je ukazala da medijske poruke, odnosno savremena popularna kultura novim generacijama žena

poručuje da nisu „dorasle“ do ideala „srećne domaćice“, tražeći od njih da se preispitaju održavajući njihov osećaj neadekvatnosti (Friedan, 1963, prema Milivojević, 2004, str. 13). Posebno je kritikovano određivanje rodni uloga u reklamama, budući da „komercijalni mediji svoju publiku i tretiraju kao veliki potrošački rezervoar“, koji u drugoj polovini prošlog veka masom čini ženska publika, „mnoštvo domaćica koje su uz porast kupovne moći raspolagale i velikom količinom neradnog vremena pogodnog za potrošnju“ (Milivojević, 2004, str. 19). Diskurs reklama u okviru medijske produkcije obeležila je rodna diferencijacija koja je karakteristična i danas iako su takve reklame „potpuno daleke i neprevodive u životne stilove žena širom planete“ (Milivojević, 2004, str. 19).

Skala vrednovanja žene u reklamama koja je objavljena u časopisu *Žurnal komunikacija* (*Journal of Communication*) 1976. godine, razlikuje pet vrsta prikazivanja žena u medijima, od otvoreno seksističkog pozicioniranja žena u rodni ulogama do mogućeg izostajanja rodni podela:

1. ‘ponizi je’ (‘put her down’): „pojednostavljena, dvodimenzionalna slika“ žene, uobičajena u muškim magazinima, gde žene izgledaju kao „glupa plavuša, seksualni objekat ili ucveljena žrtva“;
2. ‘zadrži je tamo gde joj je mesto’: u većini medijskih predstava prepoznaju se „tradicionalne ‘ženske’ vrednosti i kvalitete a tradicija se koristi da odredi ‘ženske’ uloge“ – „žene funkcionišu dobro kao majke ili domaćice ali se muče u svakoj profesionalnoj ulozi bilo zato što joj nisu dorasle ili zato što zbog nje moraju da razviju ‘neženstvene’ osobine“;
3. ‘daj joj dva mesta’: predstave karakteristične za mnoge ‘progresivne medije’ prema kojima „žene mogu biti advokatkinje ili profesorke sve dok je ‘ručak na stolu u određeno vreme’, sve dok njihova profesionalna uloga ne ugrožava kućna zaduženja i dok su domaćinstvo i materinstvo na prvom mestu“;
4. ‘ona je potpuno jednaka’: retke predstave žena sa „profesionalnim svojstvima bez neophodnog podsećanja da su domaćičke i materinske uloge njihovi podrazumevajući poslovi“;
5. potpuno nestereotipno i retko prikazivanje žena i muškaraca prema ličnim kvalitetima, bez obzira na pol, bez „dogmatskog čitanja obaveze ‘žena mora biti jednaka muškarcu’“ (Pingree, S. et al, 1976, prema Milivojević, 2004, str. 20-21).

Milivojević na osnovu ove skale zaključuje da seksizam „podjednako zahteva i prikazivanje muškaraca u rodno povezanim ulogama i odnosima“, te da „njihovo učenje počinje ranim kućnim TV vaspitanjem kroz popularne programe“: „Već dok memorišu jednostavne poruke TV reklama, devojčice i dečaci dobijaju prve lekcije iz medijske ekonomije ali i važne pouke o žensko-muškim odnosima“ (Milivojević, 2004, str. 21).

Gej Takman (Geye Tuchman) u studiji *Srce i dom: slike žena u masovnim medijima* (*Heart and Home Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*) pokazuje da su žene u medijima „nevidljive, njihove aktivnosti se trivijalizuju a ponašanja osuđuju“, čime mediji obavljaju njihovu „simboličku anihilaciju“ i upućuju na tradicionalnu rodnu ulogu unutar porodice (Tuchman, 1978, prema Milivojević, 2004, str. 13). Dobitnica Pulicerove nagrade, Suzan Faludi (Susan Faludi) na početku poslednje decenije 20. veka, u knjizi *Backlash: The Undeclared War Against American Women*, upozorava da američki mediji vode „neobjavljeni rat protiv žena“ i „brane status quo, ignorišući dostignuća rodne ravnopravnosti“ (Faludi, 1991, prema Milivojević, 2004, str. 13).

Dok je kritika medijske reprezentacije žena bila uperena naročito protiv ženskih časopisa, određeni teoretičari su u duhu liberalne interpretacije, prema kojoj „mediji reflektuju kulturne vrednosti društvene harmonije“, a u okviru postmodernističke verzije ovog pristupa, „u kontekstu društva koje karakterišu nagle promene, fluidni identiteti i sve veći pluralizam“ tragali za pozitivnim uticajima medijskog diskursa na jačanje ženske emancipacije (Karan, 2005, str. 138). Džejms Karan kao primer navodi radove britanske teoretičarke popularne kulture, Andžele Makrobi (Angela

McRobbi), iz 1994. i 1996. o časopisima za žene, u kojima „nasuprot tradicionalnim radikalnim feminiskinjama koje su sklone da vide žensku štampu kao instrument patrijarhalne kulture“, autorka tvrdi da usled usmerenosti tih časopisa ka tržištu, oni sada nude „relativno liberalne definicije o tome šta čini savremenu ženu“ (Karan, 2005, str. 138). Uređivačka politika zasniva se na ispitivanjima tržišta koja pokazuju šta „čitateljke žele“, pa se prema tome i regrutuju mladi novinari, „od kojih su neki bili upoznati s feminizmom kroz kurseve na studijima medija, a mnogi razvili veliku prisnost sa čitateljicama“ i na taj način ženski časopisi učestvuju u jednom „kompleksnom i protivrečnom društvenom procesu“ (Karan, 2005, str. 138).

U analizama časopisa „Kosmopoliten“ („Cosmopolitan“), Dženis Vinšip (Janice Winship) (1987) prepoznaje da je koncept ovog časopisa „bar u jednom trenutku“, bio „sredstvo oslobađanja i promena, dajući glas idejama i perspektivama koje ranije nisu bile u masovnom tiražu“ (Gauntlet, 2002, str. 44). Sa druge strane, kritičarka Suzan Dagleas (Susan Douglas) (1995) u tom časopisu uočava „trijumf kapitalizma, koji je uspeo da pretvori feminizam u nešto narcističko na šta treba da trošite mnogo novca, i – u skladu sa L'Orealovim „Jer sam vredna toga!“ sloganom – čak i da pri tome osećate zadovoljstvo i oslobođenje“ (Douglas, 1995, prema Gauntlet, 2002, str. 44).

Gauntlet u svojim istraživanjima dolazi do zaključka da časopisi poput „Kosmopolitena“ „sugerišu načine na koje lukave žene mogu koristiti „ženstvene“ trikove kako bi izvukle određene stvari od lakovernih muškaraca“, pri čemu, tvrdi da „tradicionalna ženstvenost“ nije od suštinske važnosti za modernu čitateljku – „umesto toga, to je samo jedna od tehnika među mnogim, i pri tome zabavna i lagana“ (Gauntlet, 2002, str. 13). Bez ponovnog udubljanja u Gauntletove diskurzivne prakse, primetila bih da autor sugerise da žene svesno manipulišu svojom tradicionalnom rodnom ulogom kako bi u negovanju svog identiteta kao slabijeg ostvarile zadovoljstvo ili korist. Takvo gledište, zapravo, s jedne strane potvrđuje postojanje rodni ideologija u ovim časopisima, ali i otkriva nove strategije održavanja tih ideologija u duhu „novog biologizma“ koji u određenim sferama, u ovom slučaju (a i inače) svakako ne krucijalnim za subjektivitet ljudske osobe, ženama priznaju prvenstvo, i na taj način, održavajući rodne dihotomije, prikrivaju opstajanje tradicionalnih pozicija moći.

Nema sumnje da su časopisi zabavnog karaktera namenjeni ženama, već svojim tiražima, doprineli masovnijem podizanju svesti kod svojih čitateljki o mogućnostima emancipacije. Međutim, kako to pokazuju i ranija istraživanja i noviji nalazi u 21. veku, ideologija insistiranja na specifičnostima polova, uglavnom pod uticajem javnog diskursa i diskursa informativnih medija, kao i potrošačke ideologije kao još jedne evolutivne verzije rodni patrijarhalni ideologija, razvijala se u pravcu oštrog razdvajanja rodni identiteta i jasne i prihvaćene izolacije medijskog diskursa o ženi u medijima namenjenim ženama.

2.4. Srbija i svet u Globalnom monitoringu medija

Kako sugerise Jelena Filipović u okviru *Vodiča za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji* (2012), istraživanja Globalnog monitoringa medija govore „o tome koliko su mediji još uvek pod uticajem vekovne kulturne tradicije“ (Filipović & Kuzmanović, 2012, str. 14). Kao potvrdu ona navodi tada aktuelne podatke iz istraživanja 2010. godine prema kojima su u ukupnoj statistici o tome

„ko proizvodi i čini vest“ žene bile zastupljene 24% (Global Media Monitoring Project, 2010, prema Filipović, 2012, str. 14). U obradi tema iz „udarnih“ informativnih rubrika, žene su 2010. godine bile zastupljene sa 19% u političkim priložima i sa 20% u priložima iz oblasti ekonomije; u predstavljanju profesija u vestima muškarci su zastupljeni sa 69% u oblasti obrazovanja, 69% u zdravstvu, 83% u oblasti prava i 90% u nauci, dok su žene brojnije u zanimanjima „domaćice“ sa 72%, i kao učenice i studentkinje sa 54% (Global Media Monitoring Project, 2010, prema Filipović, 2012, str. 14). „Samo 13% vesti bavi se isključivo ženama, a svega 6% temama rodne ravnopravnosti ili neravnopravnosti“; „46% medijskih naslova potvrđuje i utvrđuje rodne stereotipe, dok takve predrasude preispituje i osporava svega 6% naslova, a među njima je više tekstova koje pišu žene nego muškarci“ (Global Media Monitoring Project, 2010, prema Filipović, 2012, str. 15).

Na osnovu komparativne statistike medijskih tema, zastupljenosti novinarki i novinara i sadržaja vesti na globalnom nivou, koje je GMMP predstavio za period od 1995. do 2010. godine Filipović zaključuje da „najuticajniji vidovi medijske komunikacije u većini zemalja u svetu ne nude izbalansiranu sliku različitosti života žena i njihovog doprinosa društvima u kojima žive i rade“, odnosno da „medijska slika žene i dalje reprodukuje i afirmiše patrijarhalnu i tradicionalističku ulogu žene koja ograničava njeno profesionalno i društveno angažovano delovanje“ (Global Media Monitoring Project, 2010, prema Filipović, 2012, str. 19).

2.4.1. Ispod svetskog proseka 2015.

Projekat globalnog praćenja medija – *Ko pravi vesti?* (*Global Media Monitoring – Who Makes the News?*) je najdugotrajnije i najopširnije istraživanje o rodu u medijima, koji je započeo 1995. godine kada su volonteri u 71 zemlji širom sveta pratili prisustvo žena na radiju, televiziji i u štampanim novinama, i od tada se sprovodi na svakih pet godina. 2010. u projektu je učestvovalo 108 zemalja, a u poslednjem istraživanju 2015. godine 114 zemalja iz celog sveta. Istraživanje 2015. je prvi put uključilo i onlajn-medije, a ukupno je analizirano 22.136 vesti koje je objavilo, emitovalo ili tvitovalo²⁵ 2.030 različitih medijskih kuća, napisalo ili prezentovalo 26.010 novinara i koje su sadržale 45.402 intervjuisane osobe i/ili subjekata vesti (Global Media Monitoring Project 2015). Globalni monitoring medija 2015. u Srbiji sproveo je Centar za medije i istraživanje medija Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu i na osnovu istraživanja objavljen je Nacionalni izveštaj GMMP (Milivojević, Ninković & Matović, 2015). U ovaj rad uvrstila sam komparativnu statistiku koja uključuje i istraživanja iz 2015. godine, koju prilažem u ovom radu kao Prilog 1, dok nacionalnu statistiku za Srbiju iz 2015. godine prilažem u Prilogu 2.

Kao i pet godina ranije, u 2015. godini žene su u medijima mogle da se čuju i vide u samo 24% svih vesti u štampi, na radiju i televiziji, dok su sada prvi put analizirani informativni portali i Tviter pokazali da ni u onlajn-okruženju nema bitne razlike – učešće žena je samo 25% (Global Media Monitoring Project, 2015²⁶). Jednako je verovatno da će se žene pojaviti kao teme i kao osobe intervjuisane na osnovu ličnog iskustva na mreži, kao i u novinama, štampanim i radijskim vestima, ali je za dva odsto verovatnije da će se pojaviti kao stručnjaci u onlajn-medijima. Bitna razlika od 10 odsto je u izboru ženskih subjekata i izvora, koji su u onlajn-medijima zastupljeni sa 33%. U „ozbiljnim“ rubrikama u centralnim vestima tradicionalnih medija, koje obrađuju teme iz oblasti

²⁵ Deljenje medijskih sadržaja na nalogu medija na onlajn-platforni društvene mreže Twitter (twitter.com).

²⁶ Podaci koje navodim preuzeti su iz globalnog izveštaja GMMP koji se nalazi na veb adresi <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports> (na koju upućuje i referenca u spisku Onlajn-izvora na kraju rada), kao i u tabeli koju prilažem ovom radu kao Prilog 1.

politike i rada vlade, uočen je pad zastupljenosti žena koja sada iznosi 16%, tri procenta manje nego 2010, dok je u vestima iz ekonomije procenat zastupljenosti žena porastao za jedan – u 2015. godini u tim vestima zastupljene su sa 21% (Prilog 1). Procenat vesti koji ispituju rodne stereotipe pao je sa 6% na 4%, a isti procenat takvih vesti je i na Tviteru, dok je procenat vesti o rodnoj (ne)ravnopravnosti porastao sa 6% na 9% u 2015. 37% medijskih priča izveštavaju žene, dok je na internetu taj procenat veći i iznosi 42% (Prilog 1). Opšti zaključak u odnosu na period od dvadeset godina koliko se istraživanje sprovodi, jeste da se stopa napretka ka rodnoj jednakosti u medijima gotovo zaustavila u periodu od 2010. do 2015. godine (Global Media Monitoring Project, 2015).

Srpska medijska scena ispitana je na uzorku od 258 vesti u 18 medijskih izdanja – 15 tradicionalnih i tri digitalna. Prema nacionalnom izveštaju GMMP, u Srbiji 2015. godine samo 8% medijskih priloga je o ženama, pitanje rodne ravnopravnosti pojavljuje se u 3% priča, a manje od 1% ispituje rodne stereotipe (Milivojević, Ninković & Matović, 2015²⁷). Žene su ukupno prisutne u 22% medijske produkcije, što je ispod svetskog (24%) i evropskog (25%) proseka. Njihova vidljivost je u suprotnosti istaknutosti i značaju tema: u politici koja je dominantna tema – 34% svih vesti je iz oblasti politike i državne uprave, žene su zastupljene u samo 14% tekstova, dok su u vestima o slavim ličnostima, umetnosti i medijima i sportu prisutne u 44% (Prilog 2, Tabela 1).

Žene su vidljive u grupama sa nižim društvenim statusom i zanimanjima koja su tradicionalno „ženska“, kao što su: domaćice/roditelji, seksualni radnici, zdravstveni, socijalni ili dečji radnici, deca ili mladi, kao i slavne osobe/umetnice/glumice (Prilog 2, Tabela 4). Ekspertkinje su u vestima najmanje prisutne – u 7% slučajeva, dok je evropski prosek 18% a Severno-američki 32%. Za žene u vestima je tri puta veća verovatnoća da budu identifikovane po porodičnom statusu i ulozi. U produkciji vesti žene čine većinu sa 71%, i to 58% novinarki/reporterki i 80% prezenkerki, dok je svetski prosek 37% novinarki i 49% prezenkerki. U digitalnom informativnom okruženju žene čine 20% ličnosti koji se pojavljuju u vestima i tvitovima vesti, dok je svetski i evropski prosek 26%.

Glavni nalazi u odnosu na poređenja rezultata svih istraživanja u Srbiji od 2005. u okviru GMMP ostali su gotovo nepromenjeni (Prilog 2, Tabela 6). Žene su akteri u manje od četvrtine vesti, sa manjim rastom u 2010. na malo više od četvrtine i ponovnim padom u 2015: 21% u 2005, 28% u 2010. i 22% u 2015. godini, u svim tradicionalnim i digitalnim medijima (20% u 2015. kada su prvi put analizirani i digitalni mediji). U dominantnim vestima na teme politike, uprave i kriminala, žene su znatno manje zastupljene, dok su blizu ravnopravnom pojavljivanju u „lakšim“ temama kao što su vesti o slavim ličnostima, umetnosti i medijima (44%). Procenat vesti posvećenih ženama je vrlo nizak i iznosi 8% u 2015, dok priča koje preispituju stereotipe i odnose se na pitanje rodne ravnopravnosti gotovo da nema. U novinarskom i reporterskom sektoru žene čine više od polovine, sa manjim odstupanjem 2010. godine: 56% u 2005, 49% u 2010. i 58% u 2015 (Prilog 2, Tabela 6).

Statistički podaci pokazuju da se rodna nejednakost ispoljava u srpskim medijima za nekoliko procenata ispod svetskog i evropskog proseka. Vidljivost žena u ukupnoj medijskoj produkciji iznosi 22% u Srbiji, 24% u svetu i 25% u Evropi, a njihovo prisustvo u dominantnim informativnim temama iz oblasti politike i uprave u srpskim medijima iznosi 14% dok je svetski prosek 16%. Teme rodne ravnopravnosti u srpskim medijima obrađene su u 3% svih vesti u Srbiji, a u svetu u 4%, dok je Srbija znatno slabija od svetskog proseka po pitanju „izazivanja“ rodnih stereotipa sa 1% takvih medijskih sadržaja naspram 9% u svetu. Sa druge strane, domaći mediji „vode“ po procentu novinarki i reporterki sa 58% naspram 37%, kao i prezenkerki sa 80% naspram 49%, što može da bude potvrda teze da kvantitativna zastupljenost novinarki i voditeljki nije presudna za rodno osveščivanje u medijskom izveštavanju.

²⁷ Podaci su preuzeti iz nacionalnog izveštaja na koji ukazuje i referenca, koji se nalazi na veb adresi http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Serbia.pdf, kao i u Prilogu 2 koji prilažem u ovom radu.

Rodna diferenciranost prema tematskim oblastima uočljiva je i u svetskom i u srpskom proseku: žene se približavaju jednakoj zastupljenosti u sadržajima koji imaju svrhu da zabave, dok su vesti koje prenose informacije od značaja za celokupno društvo i egzistenciju ljudi „rezervisane“ za muškarce. Što se tiče namenjenih rodnih uloga, i u srpskim i u svetskim medijima, statistika potvrđuje kontinuirano i dosledno podsećanje medija na tradicionalna porodična zaduženja žene, dok se muškarci „mere“ isključivo kriterijumima moći u javnom prostoru. Digitalni prostor, u kojem Srbija zaostaje za svetskim prosekom u rodnoj jednakosti u vestima za šest odsto (20% : 26%), ni na svetskom medijskom planu nije doneo veći pomak u otklanjanju rodne dihotomije u medijskim tekstovima, već su u njega samo transponovani rodni obrasci tradicionalnih medija.

2.4.2. Rod u srpskim digitalnim medijima

Za analizu onlajn-medija u Srbiji u okviru Globalnog medija monitoringa 2015. godine, izabrani su informativni sajtovi Blic.rs i Kurir.rs, na osnovu najvećeg broja poseta, dakle, prema kriterijumu odabira analitičkog korpusa koji je primenjen i u ovom radu, s obzirom na to da su ova dva portala bila najposećenija i u 2017. godini i do danas su zadržali prve pozicije. U uzorku GMMP je i Tviter nalog B92. Iako je u pitanju ograničen uzorak, s obzirom na posetu koju ostvaruju analizirani portali i nalog, rezultati pružaju rodnu sliku koju većina internet korisnika koja prati vesti prima od ovih medija. Kao što sam već navela, žene su akteri u 20% onlajn-vesti na srpskim portalima i u informativnim tvitovima, dok je u svetu taj prosek 26%.

Žene su vidljive u pričama o slavnim ličnostima, medijima i sportu, gde su zastupljene sa 50%, dok ih je u političkim temama 13% (Prilog 2, Tabela 5). Ovakva zastupljenost žena u tim oblastima je u obrnutoj srazmeri sa zastupljenosti samih oblasti: politika i uprava su predmet 45% vesti na informativnim portalima, dok je vesti o slavnim ličnostima, umetnosti i sportu 3%. Ekspertkinje su samo 10% žena koje se pojavljuju u onlajn-izveštavanju. U multimedijalnim sadržajima koji su deo medijskih tekstova, prilikom prikazivanja ljudi 25% su žene, a 75% muškarci, a sličan procenat je direktnog citiranja: 24% žena i 76% muškaraca. U svim digitalnim vestima ukupno je 13% priča bilo usmereno na žene, dok su sve osobe koje su identifikovane po porodičnim ulogama bile žene. Pitanje rodne ravnopravnosti i rodnih stereotipa u onlajn-vestima u Srbiji u istraženom uzorku se ne postavlja.

Rod novinara i novinarki uglavnom nije vidljiv u onlajn-okruženju, tako da ostaju otvorena pitanja posledica takvog trenda, ali i uzroka – da li je ovo deo opšte prakse izveštavanja na mreži ili naših kulturnih specifičnosti (Milivojević, Ninković & Matović, 2015). U analizama diskursa srpskih portala koje sam sproveda takođe sam uočila da tekstovi uglavnom nisu potpisani imenima autora i autorki, dok sam u slučajevima kada je njihov rod bio vidljiv u potpisu isticala njihovu rodnu pripadnost upravo da bi se moglo zaključiti da li ima uticaja na rodnu (ne)senzitivnost diskursa.

Opšta ocena istraživačica nacionalnog GMMP jeste da se medijske prakse iz tradicionalnih medija prenose u novo okruženje po pitanju rodnih stereotipa, zastupljenih zanimanja žena, kao i njihovih tradicionalnih porodičnih uloga. „Ne bi bilo preterano reći da je internet u Srbiji rodno slep“, zaključak je srpskog istraživačkog tima (Milivojević, Ninković & Matović, 2015).

Prema jednom prethodnom istraživanju koje je sproveda Jelena Višnjić na onlajn-izdanjima štampanih medija „Blic“, „Politika“, „Danas“, „Kurir“ i „Dnevnik“, od novembra 2013. do marta 2014, procenat tekstova o ženama u politici iznosio je 22,73%, a u ekonomiji 6,49%, na osnovu čega je autorka zaključila da u onlajn-vestima žena nije relevantan subjekat niti objekt u oblastima koje

predstavljaju „polja koncentracije moći, uticaja“, ali da je u posmatranom uzorku zapravo najmanje pisano o ženama u kulturi (5,19%), „iako su one odavno osvojile prostor javne sfere, kulture i umjetnosti“ (Višnjić, 2016, str. 175-176). Njena teza je prema tome da je identitet žene „nezavisno od globalne transformacije medijskih žanrova i načina komunikacije u savremenom tranzicionom društvu u Srbiji“, još uvek „reprezentovan kroz figuru „drugog“ i „drugosti“, i to bez obzira na identitetsku poziciju koju zauzima u društvenoj raspodjeli moći“, pri čemu pod kategorijom „drugosti“, podrazumeva „drugorazredno, nepoželjno, manje vrednovano u vladajućim ideologijama i njima svojstvenim medijskim praksama“ (Višnjić, 2016, str. 175).

Pomoću kritičke analize diskursnih strategija medijskih tekstova i komentara čitalaca onlajn-izdanja navedenih dnevnih novina, autorka uočava da je najveći broj diskursnih strategija „utemeljen na uspostavljanju patrijarhalnog, tradicionalnog, konzervativnog diskursa u polju medijskog, javnog prostora u okviru kojeg se negiraju i brišu osvojene slobode i prava žena i počinje proizvodnja govora mržnje i diskriminacije“ (Višnjić, 2016, str. 179). Pri tome, najveći broj takvih strategija „mapiran je u polju seksualizacije žena u medijskom diskursu... bez obzira na sve njene različite identitetske (privatne, javne) koordinate“ (Višnjić, 2016, str. 180).

2.5. Stalna mesta kritike „neumrle stare paradigme“

Na osnovu pregleda koji sam iznela, zaključujem da kritički pristup analizi roda u medijskom diskursu u poslednjih pedeset godina registruje rodne stereotipe kao mehanizme tradicionalnih rodnih ideologija, na makrolingvističkom i mikrolingvističkom planu, semantičkom polju, u okviru diskursnih strategija isključivanja, kao i u vizuelnim reprezentacijama. Novi vek doneo je i nove ideološke strategije sa istim ciljem proizvodnje, održavanja i perpetuacije jasno diferenciranih uloga i rodne dihotomije u medijskom diskursu, koje „prirodno“ muškarcima dodeljuju javni prostor, a ženama privatni, sada proširen i potrošačkim. Srpski mediji se u tom smislu uklapaju u prosečnu globalnu medijsku scenu, gde se u društvenom kontekstu, i u političkom i u privatnom životu, takve ideološke postavke teško dokazuju jer ih mediji promovišu kao „zdravorazumske“, kontradiktorno ih dovodeći u vezu sa rodnom ravnopravnošću kao takođe faktičkim stanjem.

Kao sugeriše Zorica Tomić, u „globalnom projektu demistifikovanja tela, od brojnih naučnih emisija, do popularnih kolaža, vladajuće liberalizacije govora o polnosti i trendu pacifikacije muško-ženskih odnosa, još uvek neumrta, stoji stara paradigma“ (Tomić, 2008, str. 148). Paradigma koja razlikuje i vrednuje ljude prema pripadnosti određenom polu, jer rod kao društveno konstruisana kategorija, sve je manje u upotrebi u medijskom diskursu, budući da se kosi sa „prirodnim“ stanjem stvari koje novi biologizam vraća u populistički, ali i naučni diskurs. U tom smislu, tradicionalni stereotipi su kamuflirani novim nazivima rodnih uloga i rodnih pozicija, osvetljeni novim saznanjima o prirodi muškaraca i žena i predstavljeni ponovo kao nepobitnost i večna istina. „Sindrom ženskih lokaliteta „kreveta, kujne i ulice“ ostao bi deo univerzalnih stereotipova o socijalnim ulogama žena, da se iskazan javno ne postavlja kao neka vrsta otkrovenja, univerzalna istina koja omogućava oživljavanje mita o muškarcu konzumentu i ženi kao potrošnoj robi“ (Tomić, 2008, str. 150).

Jedna ponuđena klasifikacija medijskih aspekata koji kreiraju rodni disbalans sadrži sledeće načelne nalaze globalnih istraživanja u ovoj oblasti (Lowe Morna, 2002, str. 3-9, prema Filipović, 2012, str. 49-51):

- nevidljive žene: žene se pojavljuju u ograničenom broju uloga, retko u udarnim vestima, dok se „pojedine kategorije kao što su starije žene, radnice, pripadnice etničkih, seksualnih i verskih manjina, pojavljuju još ređe“;
- širina pokrivenosti: najveći broj medijskih izveštaja kreće se u granicama oblasti koje se vezuju za porodične i usko socijalne teme, dok ih je mnogo manje u ekonomskim, društvenopolitičkim i sportskim temama;
- dubina pokrivenosti: „žene su ređe izvori medijskih vesti i istraživanja“, dok se u principu rodna perspektiva gotovo uopšte ne koristi za pokrivanje tema od šireg društvenog značaja;
- ugao izveštavanja: predstave žena u medijima često se oslanjaju na njihov fizički izgled, a ne na sposobnosti, dok su „uobičajeni stereotipni prikazi žena kao seksualnih objekata ili negovateljica (majki, domaćica, i sl.)“;
- jezik je „jedno od glavnih sredstava kreiranja i održavanja moći“ i samim tim i „diskriminacije u medijima“;
- vizuelne predstave, kao i jezik, „najčešće prikazuju žene u ukorenjenim, tradicionalnim, stereotipnim ulogama koje odražavaju duboke rodne predrasude, naročito o ženskom telu“;
- uloga televizijskih voditeljki: „jedina medijska pozicija u kojoj žene dominiraju nad muškarcima“, ali u kojoj „retko izražavaju sopstvene stavove i mišljenje o određenim društvenim ili političkim temama“;
- mesto u medijima: pozicioniranje žena uglavnom u tzv. „soft news“ („meke vesti“) iz različitih društvenih sektora – npr., zdravlje, obrazovanje, „ženska pitanja“, „najčešće izolovane na posebnim stranicama novina ili u medijima namenjenim isključivo ženama“, obično nisu analitične i sadrže praktične savete o kuvanju, dečjem zdravlju, „u skladu sa stereotipom da je briga o porodici primarna uloga žene“ (Made, 2000, Prior, 2003, prema Filipović, 2012, str. 51), dok su nasuprot njima „hard news“ („tvrde vesti“), udarne vesti na naslovnim stranama i u udarnim terminima na teme iz oblasti politike, međunarodnih odnosa, biznisa, gde su „žene u velikoj meri marginalizovane“ (Made, 2000, str. 32, prema Filipović, 2012, str. 51).

Osim eksplicitne jezičke diskriminacije, jezik u medijima i medijski diskurs odražavaju i sve druge navedene aspekte. Na primer, nevidljivost žene u medijskom i javnom diskursu u srpskom jeziku postiže se upotrebom gramatičkog muškog roda kao generičkog za imenice koje označavaju profesije ili titule, ili univerzalnim nastavkom *-man* u engleskom jeziku – npr., *chairman*, koji se sa ciljem postizanja rodne jednakosti zamenjuje nastavkom *-person: chairperson*²⁸. Primena ovakve jezičke norme u društvenoj i jezičkoj praksi koja ju je prevazišla, upravo je bila jedna od inicijalnih problematizacija prikazivanja žene u medijima i javnosti, koja u srpskom društvu još uvek nije razrešena. Kritičku analizu diskursa primeniću upravo i na ovom sociolingvističkom problemu u istraživanjima koje sprovodim na uzorcima produkcije onlajn-medija.

²⁸ Ovaj primer navodi Odbor za standardizaciju srpskog jezika, kao i upotrebu „police officer“ umesto „policeman“, radi isticanja stanovišta „da se rodna ravnopravnost zapravo obezbeđuje upotrebom rodno neutralnih oblika, dok insistiranje na obeležavanju pola u kontekstu u kome je taj podatak irelevantan može ukazivati na diskriminaciju“, pri čemu se ukazuje da je u srpskom jeziku rodno neutralni oblik muški oblik (SANU: Psihološkinja, vojnkinja, sekretarka - gramatički nepravilno!, 15. 10. 2017).

3. „Godina žena“ u Srbiji: 2017

Navodnici u naslovu ovog poglavlja mogu pogrešno da navedu na ideju da je 2017. godina bila zvanično, nezvanično ili medijski, u okviru neke kampanje ili inicijative, pokreta, reklame i sl., proglašena za „Godinu žena“. S obzirom na činjenicu da je u Republici Srbiji na najvišoj funkciji vlasti prvi put postavljena žena, možda se takva kampanja i mogla očekivati. Međutim, kao što ću pokazati u daljoj analizi, ta činjenica je registrovana i problematizovana, ali nije pozitivno promovisana u okviru podrške rodno ravnopravnom sastavu državne uprave. Moguće je da su mediji slučajno propustili priliku da predoče jednu takvu rodnu ideologiju koja bi uticala na promenu svesti o tradicionalnoj ulozi žene, ili su izbegli tu vrstu popularizacije kompetencija žena usled neveštosti i zbunjenosti činjenicom da je ta žena gej, što dovodi u pitanje razumevanje roda kao pola, jer su u medijskom diskursu, kao što sam napomenula te dve kategorije najčešće spojene. Ni činjenica da je prvi put na bilo kojoj visokoj funkciji u vlasti u Republici Srbiji deklarirana gej osoba, nije popularisana u službi antidiskriminacione politike, već je zajedno sa „ženskim identitetom“ te osobe takođe samo senzacionalizovana i problematizovana.

Za analitičare i analitičarke takav medijski propust može biti rečit kao „procep u diskursu“ (Benvenist, 1975), može da označava neizrečenost u funkciji diskursno društvene prakse održanja ideološke moći (Fairclough, 1989), odnosno „kodirani diskurs tišine i opravdanja“ (Wodak, 2007). Navodnike sam, prema tome, upisala sa namerom da sintagmi dam ironičnu notu, a množinu imenice „žena“ upotrebila sam ne samo da bih istakla propuštanje mogućnosti kreiranja univerzalne poruke za sve žene u Srbiji da bi mogle da budu i predsednice Vlade, već i zbog drugih političkih i društvenih događaja koji su u medijski diskurs udarnih vesti postavili žene u prvi plan. Budući da u tim vestima žena uglavnom nema ili su objektivizirane, kako pokazuju kvantitativne i kvalitativne analize koje sam prethodno predstavila, njihovo sporadično pojavljivanje potcrtava diskursne prakse rodne ideologije u informativnom, „muškom“ okruženju. Žene u ulogama nosilaca takvih vesti dominiraju ne kao donositeljke odluka od kojih zavisi mikro i makropolitika sigurnost i ekonomska stabilnost, već kao glavni faktori u biološkom očuvanju nacije u kontekstu populacione politike.

U ovom poglavlju iznosim i društvenopolitički kontekst rodno obeleženog diskursa u datom periodu, demografsku sliku zastupljenosti žena i muškaraca u ukupnoj populaciji, obrazovnom, ekonomskom, upravnom i okviru informacionog društva, zatim državne propise koji su na snazi i koji uređuju oblast rodne ravnopravnosti, počev od Ustava, zakona do Strategije rodne ravnopravnosti, kao i opis medijske sfere i njenog uređenja kada su u pitanju rodno osetljivi jezik i medijski sadržaji.

3.1. Društvenopolitički kontekst

Politički život Srbije u periodu u kojem su proizvedeni i plasirani tekstovi koje analiziram, obeležio je izbor pripadnice dvostruko diskriminisane društvene grupe, žene homoseksualne orijentacije, na mesto predsednice Vlade Srbije, 29. juna 2017. godine – prvi put u istoriji Republike

Srbije. Dan ranije, u svom ekspozeu buduća premijerka je kao prioritete navela: digitalizaciju, ekonomski razvoj i obrazovanje, dok će „nastavak evropskih integracija i kontinuitet u reformama i spoljnoj politici“ biti glavni politički okviri (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017). U ekspozeu, koji je praktično izlaganje predloga programa Vlade Srbije, Brnabić je istakla da je politikom počela da se bavi „iz ljubavi prema Srbiji“, sa ciljem da doprinese promenama „na bolje“, a na temeljima rezultata prethodne Vlade (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017). Prethodni premijer bio je Aleksandar Vučić koji je pobeđivši na neposrednim izborima za predsednika Republike Srbije premijerku funkciju po zakonu (Ustavu) morao da napusti i automatski je i „njegova“ Vlada rasformirana. Vučić je prema ustavnim nadležnostima predsednika države imenovao Anu Brnabić za mandatarku nove Vlade. dakle, osobu koja treba da predloži Skupštini Srbije sastav nove Vlade, odnosno ministre i ministarke. Na osnovu njenog predloga skupštinski poslanici formalno glasanjem biraju Vladu i njenog predsednika ili, prvi put u istoriji Srbije, predsednicu.

Brnabić je u ekspozeu naglasila i da će podsticati „konstruktivnu kritiku i uprkos uvredama u javnom govoru“, koje su joj, kako je rekla, već upućene i koje očekuje i ubuduće, braniće „istinu i činjenice“ „s dostojanstvom i dignitetom“ (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017). Ona možda pri tome aludira na javni i medijski diskurs koji ju je diskriminisao i doveo njene sposobnosti u pitanje na osnovu pola i seksualne orijentacije, ali ne ističe potrebu za rodnom ravnopravnošću niti osuđuje takav javni govor, a svakako ne ohrabruje pripadnice društvenih grupa na koje se takav govor takođe odnosi. Takođe je moguće da njen komentar nema nikakve veze sa problematizacijom njenog rodnog identiteta već je odgovor na optužbe za sukob interesa (Ekspoze Ane Brnabić, 28. 6. 2017).

Mandatarkin ekspoze je usmeren na isticanje pozitivnih rezultata prethodne Vlade u čijem radu je i učestvovala kao ministarka za državnu upravu i lokalnu samoupravu, i njenog premijera zahvaljujući kojem je zapravo dobila mandat, ponavljajući političke poruke koje je slao i njen prethodnik: „da je državna kasa u dobrom stanju, makroekonomski pokazatelji su pozitivni, u budžetu je suficit, inflacija je u predviđenim granicama, postoji trend smanjenja javnog duga“, za šta je prethodna Vlada i zaslužna, budući da je „uspela da zaustavi bankrot države, od kojeg su nas delila svega tri meseca, uspela da konsoliduje budžet i smanji deficit sa kojima su se ranije vlade neuspešno borile“, popravila rejting na Duing biznis listi²⁹, započela sveobuhvatnu reformu državne uprave, izgradila „više kilometara puteva nego decenijama pre toga“... (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017).

Prioriteti u radu nove Vlade, nadovezuju su na prethodne – digitalizacija kao „ključna poluga za nastavak ekonomskog rasta i razvoja zemlje“, čemu će Vlada, kaže buduća premijerka, „pristupiti odmah“, ističući (izvozni) potencijal sektora informacionih tehnologija – „šest puta je profitabilniji od drugih sektora ekonomije i velika je šansa Srbije“, a budući da u tom sektoru nedostaju kadrovi, „ključno je kvalitetno obrazovanje“, koje „treba da podstiče inovacije, kritičko razmišljanje i obezbedi mladima veštine koje mogu da primene“ (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017). Nastavak ekonomskih reformi podrazumeva unapređenje poslovnog okruženja, političku stabilnost, „dalje približavanje EU“, „reformne državne uprave i efikasniji rad države koja treba da bude servis građana“, putne infrastrukture (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017). Mandatarka kao cilj navodi i nastavak regionalne saradnje, ističe „na veliki srpski praznik Vidovdan“ nastavak politike mira i saradnje na Kosovu i Metohiji, a u oblasti kulture najavljuje programe za decu u okviru svih institucija kulture u Srbiji i kulturnu politiku zasnovanu na tradiciji, budući da „Srbija ima „sjajno“ kulturno nasleđe“ (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017).

Predloženi program Vlade Srbije na čijem će čelu biti žena i deklarirana lezbijka, koncipiran je na kontinuitetu sa programom prethodne, inače suštinski konzervativne Vlade (Ekspoze

²⁹ „Doing Business“ lista Svetske banke „obuhvata 11 oblasti poslovne regulacije u 190 zemalja“, od kojih su deset oblasti – „započinjanje biznisa, rešavanje građevinskih dozvola, snabdevanje električnom energijom, registrovanje svojine, dobijanje kredita, zaštita manjinskih investitora, plaćanje poreza, prekogranična trgovina, sprovođenje ugovora i rešavanje nesolventnosti“, uključeni „u konačan skor i rang u lakoći poslovanja“, gde je Srbija na 47. mestu (Marković, 3. 8. 2017).

Aleksandra Vučića 2016, 10. 8. 2016), dok je kulturna politika okrenuta ka tradiciji prezasićenoj patrijarhalnom ideologijom. Ne samo da se pitanje rodne jednakosti ne pominje, već se i deklarativno buduća Vlada orijentiše ka tradicionalizmu, u političkim okvirima liberalne demokratije i evropskih integracija, ali bez naznake promene rodne ideologije.

Skupština Srbije većinom glasova, sa 157 glasova za i 55 protiv, izabrala je novu Vladu Srbije na čelu sa Anom Brnabić i predloženi program, 29. juna 2017, a svečanim polaganjem zakletve istog dana počeo je njen mandat (SRBIJA DOBILA NOVU VLADU: Premijerka Ana Brnabić i ministri položili zakletvu, 29. 6. 2017). Od ukupno 21 ministarske pozicije 17 zauzimaju muškarci, a u novom sastavu Vlade su kao u i prethodnom, samo četiri žene – tri resorne ministarke i jedna bez portfelja (bez ministarstva, odnosno inter-resorna), zadužena za demografiju i populacionu politiku. Od četiri potpredsednička mesta, jedno zauzima žena. Ako uporedimo statistiku, naspram 51,3% žena u ukupnom broju stanovnika Republike Srbije³⁰, u Vladi Srbije je 22,73% žena, s tim što je na vodećim pozicijama (predsedničkoj i potpredsedničkim), statistika uravnoteženija – dve žene, od kojih je jedna predsednica a druga potpredsednica, ujedno i predsednica Koordinacionog tela za rodnu ravnopravnost, i tri muškarca potpredsednika.

Dok su kao prioriteti Vlade, dakle, najavljeni digitalizacija, obrazovanje i ekonomske reforme, neočekivano jedan od prvih krupnih poteza novoformirane Vlade bio je u oblasti populacione politike. 21. avgusta 2017. konstituisan je novi Savet za populacionu politiku, sa zadatkom da uradi izmene i dopune Strategije za podsticanje rađanja i tom prilikom nova premijerka poručila je da „ne postoji važniji posao za Vladu Srbije i državu“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017). Time je zvanično počela javna i politička kampanja za podizanje nataliteta, usmerena ka ženama, odnosno ka obavezama žena prema potrebama države, budući da *zadovoljenje njihovih ličnih potreba jednim detetom ne ispunjava demografske standarde* – rečima ministarke bez portfelja zadužene za populacionu politiku Slavice Đukić Dejanović: „Mi imamo 52 posto žena koje su rodile jedno dete, ta psihološka potreba za roditeljstvom se negde i zadovoljava, ali ne i za populacionim parametrima koji obezbeđuju bolju demografsku budućnost i da nas bude više“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017). Ukazujući da je u Republici Srbiji svake godine 35 hiljada stanovnika manje, ministarka je dodatno pojasnila misiju Vlade Srbije: „Nama je važna stimulacija drugog deteta, koje je preduslov rađanja trećeg deteta, jer svega 6 posto naših žena ima troje dece“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017). Ovoj izjavi vratiću se još jednom metodom kritičke analize diskursa.

Nedugo nakon formiranja novog Saveta za populacionu politiku, 18. septembra 2017. u saradnji sa Ministarstvom zdravlja, Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i Ministarstvom za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja, i uz podršku Javnog medijskog servisa, međunarodna organizacija Unicef pokrenula je kampanju „Svaki trenutak je važan“, sa ciljem podizanja svesti „o važnosti prvih 1000 dana života i značaju ranih iskustava za razvoj deteta“ (Svaki trenutak je važan za razvoj deteta, 18. 9. 2017). U kampanji se prvi put javno i eksplicitno podstiče dojenje, putem fotografija i videa, u medijima i na bilbordima, ali budući da je takav način prehrane i dalje tabu u društvenom diskursu, u medijskom izveštavanju o kampanji ova tema se ne razvija, dok je u fokusu promovisanje rađanja, rana socijalizacija „dečaka i devojčica“ i dobrobit društva (Svaki trenutak je važan za razvoj deteta, 18. 9. 2017). Krajem godine Ministarstvo kulture i informisanja raspisalo je Javni konkurs za slogan nacionalne kampanje za podsticanje rađanja, ali kampanja nije sprovedena budući da su izabrani radovi izazvali negodovanje javnosti a potom i zvaničnika i zvaničnica (Blic, 14. 2. 2018).

³⁰ Prema poslednjem popisu iz 2011. godine ukupan broj stanovnika je 7.186.862, od čega je 3.687.686 žena. Od 1948. od kada se radi popis, konstantno je veći broj žena u ukupnoj populaciji (Republički zavod za statistiku Republike Srbije (2017a, 2018).

Prema izveštaju Instituta za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta „Kultura rađanja i partnerski život u Srbiji“ (Sekulić, 2017), na osnovu istraživanja u prvoj polovini 2017, više od 60% zaposlenih žena u Srbiji primalo je plate koje su manje od republičkog proseka: 14,7% zarađivalo je manje od 150 evra mesečno, a 46.9% od 150 do 300 evra (Vasić, 15. 3. 2018). „Stalno zaposlenih ima tek 49.5% žena, ali stalno zaposlene kod kuće su gotove sve – žene i dalje obavljaju većinu poslova u kući te su tako one te koje primarno kuvaju, peru veš, brinu o deci i o starijim članovima porodice“, navodi se u sažetku tog izveštaja koji je objavio Centar za mame, a koji je direktorka tog udruženja Jovana Ružičić, na javnoj promociji ukratko sumirala: „Radimo više, plaćene smo manje i uvek smo glavni krivci za ‚belu kugu‘ u Srbiji“ (Centar za mame, 7. 3. 2018).

Nada M. Sekulić, antropološkinja, redovna profesorka na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Beogradu i koordinatorka navedenog istraživanja ovom prilikom je ocenila da „više pokazatelja ukazuje da se sistem vrednosti žena/majki u Srbiji danas formira u pravcu repatrijarhalizacije, naročito kada je u pitanju najmlađa generacija žena“ (prema Vasić, 15. 3. 2018). Ona je istakla i da rezultati istraživanja navode i na zaključak „da razvijanje demokratske političke kulture nije moguće u uslovima opšteg pada životnog standarda, a još manje u okvirima javnih politika baziranih na prevaziđenim i nacionalističkim modelima populacione politike“: „Rad na povećanju životnog blagostanja i životnog balansa žena generalno se pokazuje kao osnovna i neophodna karika koja nedostaje u rodnim politikama u Srbiji danas“ (prema Vasić, 15. 3. 2018). Povodom ove promocije potpredsednica Vlade Srbije i predsednica Koordinacionog tela za rodnu ravnopravnost, Zorana Mihajlović rekla je da je potrebna „promena razmišljanja i tradicionalnih patrijarhalnih obrazaca o ulozi žene u društvu i porodici“ i da će Srbija, „po uzoru na razvijene evropske zemlje nastaviti da radi na usklađivanju rada i materinstva“ (Centar za mame, 7. 3. 2018).

3.2. Žene i muškarci u Republici Srbiji

Kao što sam već navela žene čine 51,3% stanovništva Republike Srbije. Prema poslednjoj publikaciji *Žene i muškarci u Republici Srbiji*³¹, iz 2017. u kojoj se prikazuju statistički podaci prema polu, navodi se, međutim, da muškarci preovlađuju kao lica na koja se vodi domaćinstvo u višečlanim domaćinstvima, na primer, u kategoriji bračni par sa decom na žene se vodi nešto više od 100.000 domaćinstava, a na muškarce više od 900.000 (Republički zavod za statistiku, 2017a, str. 20). Statistički podaci koje navodim, s jedne strane, ukazuju na sukob između ukupne realne slike društva, u kojoj žene niti čine manjinu niti se njihove kompetencije mogu smatrati nižim ili manje vrednim nego muškaraca, i ishoda u kojima su one na nižim pozicijama u društvenoj hijerarhiji, manje vrednovane i usmerene na privatni prostor u javnom i medijskom diskursu.

Što se obrazovanja tiče, skoro tri puta više dečaka nego devojčica završi trogodišnje srednje stručne škole, dok je u srednjem četvorogodišnjem opštem obrazovanju (gimnazijama) više devojčica (58%), kao i u stručnim četvorogodišnjim školama (53% devojčica prema 47% dečaka) (Republički

³¹ Publikacija se objavljuje na svake tri godine od 2005. godine, usled „potreba korisnika da se stanje u društvu i odnosi među polovima prate preko statističkih podataka, kao i sa namerom da se korišćenjem statističkih podataka kreiraju i sprovede politike usmerene na otklanjanje nejednakosti među polovima i unapređenje jednakih mogućnosti za sve“ (Republički zavod za statistiku, 2017a, str. 4).

zavod za statistiku, 2017a, str. 46) (Prilog 3, Grafikon 1³²). U osnovnom obrazovanju je više nastavnica (73%) nego nastavnika, kao i u srednjem (65% prema 35%) (RZZS, 2017a, str. 50, str. 53) (Prilog 3, Tabela 1). U doniverzitetkom obrazovanju, dakle, kvantitativno dominiraju žene kao pedagozi, dok je učenica nešto više nego učenika što je donekle u skladu sa ukupnom populacionom proporcijom. Međutim, kako sam pokazala rezultatima analiza udžbenika u osnovnim i srednjim školama, i priručnika i nastave iz Građanskog vaspitanja, iz 2010. godine, žene su đacima tokom preduniverzitetskog obrazovanja predstavljene kao „ključni nosioci poslova u domaćinstvu i kao brižne supruge i majke“ sa tipično „ženskim“ osobinama, dok su profesije, sfera rada i rukovodeći položaji „gotovo ekskluzivno“ predstavljeni kroz muške likove (Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010).

U 2016. godini više škole i fakultete upisalo je 56% studentkinja (Prilog 3, Tabela 2), a diplomiralo 58% (u odnosu na 42% studenta), pri čemu „žene čine više od polovine u velikom broju područja obrazovanja“, dok su muškarci većina u oblastima: Informatika i komunikacione tehnologije (74%) i Inženjerstvo, proizvodnja i građevinarstvo (63%) (Prilog 3, Grafikon 2). Među doktoriranim je više žena (57%) nego muškaraca (43%) (Prilog 3, Grafikon 3), ali je među zaposlenima na poslovima istraživanja i razvoja muškaraca za 4% više nego žena (Prilog 3, Tabela 3) i „sličan odnos je i među istraživačima“ (RZZS, 2017a, str. 46) (Prilog 3, Grafikon 4). U najvišem naučnom krugu, u članstvu Srpske akademije nauka i umetnosti muškarci čine ubedljivu većinu, ima ih više od 90% – pri tome, u Odeljenju društvenih nauka nema nijedne žene (RZZS, 2017a, str. 46) (Prilog 3, Grafikon 5).

Dakle, sve do kraja visokog obrazovanja, uključujući i doktorske studije, pripadnice ženskog pola čine većinu, a potom u naučnim i istraživačkim delatnostima muškarci „preuzimaju vođstvo“, da bi u „reprezentaciji“, da upotrebim metaforu Matije Bečkovića (prema Stojković, 6. 1. 2015), koju sam navela na početku ovog rada, bile prisutne na nivou „statističke greške“. Da li im u tom poslednjem maratonskom krugu, da ostanem u sportskoj terminologiji (ili bar pretposlednjem, ako poverujemo da je za Akademiju potrebna genijalnost koju imaju samo odabrane), ponestane daha ili ih neko saplete – podseti koji su im prioriteti – pitanje je na koje odgovaraju poklonici rodni patrijarhalnih ideologija i naročito novog biologizma, kao i kritičari takvih ideologija koji dešifruju rodne dihotomije u javnom i medijskom diskursu i njihovo transponovanje u privatni prostor.

U pogledu finansijske moći žene su u proseku „samo“ 8,7% manje plaćene nego muškarci, što, kako se ukazuje u navedenoj publikaciji, „svrstava Srbiju među zemlje sa najnižim platnim jazom u Evropi“, međutim, dodaje se, „ako se zarade posmatraju prema stepenu obrazovanja ili zanimanjima, razlike u zaradama između žena i muškaraca su znatno veće od prosečnog platnog jaza, najčešće u korist muškaraca“ (RZZS, 2017a, str. 80). Na primer: u grupi inženjeri, stručni saradnici i tehničari, platni jaz u korist muškaraca je 16,1%; u grupi direktori, rukovodioci, funkcioneri, zakonodavci: 13,6%; u uslužnim i trgovačkim zanimanjima: 13,4%; u zanatima 30,6%... (Prilog 3, Tabela 4). Prosečna zarada zaposlenih žena kod pravnih lica u martu 2017. godine iznosi 63.000 dinara, a muškaraca 77.000 (RZZS, 2017a, str. 81). Stopa zaposlenosti žena iznosi 38,1%, što je za 14,7% manje od stope zaposlenosti muškaraca (52,8%); samozaposlenost je dvostruko veća kod muškaraca nego kod žena, dok su žene i muškarci koji su u braku na suprotnim stranama rodnog jaza — stopa zaposlenosti kod udatih žena iznosi 68% a kod oženjenih muškaraca 64% (RZZS, 2017a, str. 62). Pojednostavljeno tumačenje navedenih podataka bi moglo da bude: žene imaju veće šanse da se zaposle samo ako su u braku, ali će svakako biti manje plaćene od muškaraca.

U domenu političke moći, učešće žena u Vladi sam navela: 22,73% – od toga jedna premijerka i jedna potpredsednica, državnih sekretarki (nekadašnja funkcija zamenika ministra) nešto više,

³² Prilozi sa statističkim podacima nalaze se na kraju ovog rada.

poslanica u Skupštini Srbije je oko 37% (na zakonskom minimumu³³), odbornica u skupštinama opština i gradova je 31,2%, a samo 6,6% žena su predsednice opština ili gradonačelnice (ispod zakonskog minimuma) (Prilog 3, Grafikon 6). U Sektoru za bezbednosnu politiku Ministarstva spoljnih poslova na rukovodećim/komandnim dužnostima u 2015. godini žena i muškaraca je bilo podjednako, a u 2017. godini žena nema (RZZS, 2017a, str. 110). Zaključak bi bio da u pojedinim domenima u kojima se donose državne odluke, prisustvo žena „ispunjava kvotu“, ili je bar vidljivo, ali je kritična masa moći u rukama muškaraca.

Prema rezultatima Indeksa rodne ravnopravnosti³⁴, Srbija je napredovala u oblasti rodne ravnopravnosti u periodu 2014-2016. godine sa indeksom 55,8 (iznad polovine skale od 100, a ispod evropskog proseka koji je 66,2), najviše zahvaljujući povećanju rezultata u domenu moći, odnosno povećanju učešća žena u lokalnim skupštinama, kao i manjeg povećanja učešća žena u nacionalnom parlamentu i centralnoj vladi (Babović, str. 21, str. 45). U poddomenu – ekonomska moć – udeo žena u odborima najvećih kompanija na berzi povećan je sa 17,3% u 2014. na 19,3% u 2016, a u članstvu izvršnog odbora Narodne banke Srbije pao je sa 31% na 27,6%. U poddomenu društvene moći u odborima radiodifuznih preduzeća udeo žena je imao veliki skok sa 11% iz 2014. na 33,3% u 2016, a u 2017. godini na čak 42,9% (Babović, str. 21, str. 45). U odborima organizacija za finansiranje istraživanja nije bilo žena, a u najvišem telu za odlučivanje nacionalnih sportskih olimpijskih organizacija bilo ih je 3,8% (Babović, str. 21, str. 45). Suštinski protivrečne brojke u ovoj analizi ukazuju da nije sve u kvantitetu, da je moguće održati stabilnu vlast i mušku dominaciju i povećanjem broja žena u upravnim telima, ali da u domenu finansija treba biti obazriv, dok moć odlučivanja u sportu nikako sme biti prepuštena ženama.

Na kraju ću izneti i statistiku informacionog društva koja je važna za temu koju obrađujem jer pruža uvid u prosečan demografski profil „idealnog subjekta“ (Fairclough, 1989, str. 49) onlajn-medija. U Srbiji 2017. godine više od 70% građana i građanki starijih od 16 godina koristilo je internet, odnosno redovno više od 3.750.000 osoba, pri čemu najviše korisnika i korisnica, 61,1%, ima srednje obrazovanje, 21,9% visoko i više obrazovanje i 17% niže od srednjeg obrazovanja (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2017; Prilog 4, Grafikon 1). Ako se posmatra udeo ukupne populacije prema nivou obrazovanja, 89,9% osoba sa višim i visokim obrazovanjem koristi internet, 80% sa srednjim obrazovanjem i 41,3% sa obrazovanjem nižim od srednjeg (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2017). U gradskim naseljima je veći procenat domaćinstava koji imaju internet priključak (72,9%) nego u ostalim (59,8), dok visina prihoda domaćinstva takođe utiče na statistiku: 96,8% domaćinstava sa prihodima višim od 600 evra ima internet, 79,3% sa prihodima od 300 do 600 evra, i 48,4% sa prihodima do 300 evra (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2017). Najveći broj korisnika i korisnica interneta je, dakle, srednjeg obrazovanja iz urbanih područja, prosečnih prihoda, s tim što je u urbanim populacionim grupama osoba višeg i visokog obrazovanja, sa prihodima iznad proseka, većina ljudi onlajn.

U proseku, 73,7% osoba od ukupne muške populacije i 67,4% osoba iz ženske populacije koristilo je internet 2017. godine, ali su razlike u zastupljenosti kod mlađe populacije manje: u grupi od 16 do 24 godine, 98,7% muške populacije i 97,3% ženske populacije koristi internet, u grupi od 25 do 54 godine taj odnos je 87,5% prema 85,1%, a najveći jaz je u grupi od 55 do 74 godina, 40,3% muškaraca i 31,6% žena (Prilog 4, Grafikon 2) (RZZS, 2017). Najveći broj korisnika i korisnica vreme na internetu provodi čitajući onlajn novine i časopise: 75,6% (Prilog 4, Grafikon 3) (RZZS, 2017). Ne postoje, dakle, velike kvantitativne razlike u odnosu čitalaca i čitateljki onlajn-medija, i što

³³ Član 40a Zakona o izboru narodnih poslanika: „Na izbornoj listi među svaka tri kandidata po redosledu na listi (prva tri mesta, druga tri mesta i tako do kraja liste) mora biti najmanje po jedan kandidat - pripadnik onog pola koji je manje zastupljen na listi“ (Zakon o izboru narodnih poslanika, 2000, 2009).

³⁴ Indeks rodne ravnopravnosti Evropskog instituta za rodnu ravnopravnost (EIGE) je instrument kojim se prate rodne nejednakosti u Evropskoj uniji (EU), tako što „meri“ rodnu ravnopravnost na skali od 1 (potpuna neravnopravnost) do 100 (potpuna ravnopravnost) u šest domena: rad, novac, znanje, vreme, moć, zdravlje i dva satelitska domena: unakrsne nejednakosti i nasilje (Babić, 2018, str. 12).

su oni mlađi ta razlika u brojnosti je manja sa tendencijom potpunog izjednačavanja i prevagom korisnica interneta, budući da je ženska populacija brojnija³⁵.

Statistički presek upotrebe interneta može da navede na očekivanje rodne jednakosti u diskursu onlajn-medija, posebno u odnosu na tehnološke mogućnosti učešća publike i kritičkog pristupa medijskim sadržajima među mlađom i srednjom generacijom. Kritička analiza diskursa u onlajn-medijima pokazuje, međutim, da je rodna diferencijacija zasnovana na tradicionalnim podelama prisutna kao „skrivena moć u diskursu medija“, a ispoljena u sociokulturnoj praksi (Fairclough, 1989), transponovana u onlajn-okruženje iz tradicionalnih medija, sa novim borbama u diskursu i „unapređenim“ strategijama održanja pozicija moći u okvirima rodni ideologija o kojima sam prethodno govorila.

3.3. Rodne politike

Sistemi okvir za rodnu ravnopravnost utvrđen je Ustavom, zakonima i strateškim dokumentima. Ustav Republike Srbije („Službeni glasnik RS”, broj 98/06), kao jedno od ustavnih načela utvrđuje obavezu države da „jemči ravnopravnost žena i muškaraca i razvija politiku jednakih mogućnosti“ (član 15), a u okviru drugog dela – utvrđivanja ljudskih i manjinskih prava, „zabranjuje se svaka diskriminacija, neposredna ili posredna, po bilo kom osnovu, a naročito po osnovu rase, pola, nacionalne pripadnosti...“ pri čemu se ne smatraju diskriminacijom „posebne mere koje Republika Srbija može uvesti radi postizanja pune ravnopravnosti građana kao i načela zabrane diskriminacije na osnovu pola“ (član 21) (Ustav Republike Srbije, 2006).

Zakon o ravnopravnosti polova („Službeni glasnik RS”, broj 104/09), koji je stupio na snagu 24. decembra 2009, reguliše oblasti zapošljavanja, zdravstvene zaštite, porodičnih odnosa, obrazovanja, kulture, sporta, političkog i javnog života i sudske zaštite, nalaže „*stvaranje jednakih mogućnosti ostvarivanja prava i obaveza, kao i preuzimanje posebnih mera za sprečavanje i otklanjanje diskriminacije zasnovane na polu i rodu*“, primenu međunarodnih standarda i Ustavom zagarantovanih prava u ovoj oblasti, i obavezuje sve organe javne vlasti (Zakon o ravnopravnosti polova, 2009, kurzivi moji).

Zakon o zabrani diskriminacije („Službeni glasnik RS”, broj 22/09) stupio je na snagu 1. januara 2010. i uređuje opšte zabrane diskriminacije, definiše oblike i slučajeve diskriminacije, kao i postupke zaštite od diskriminacije. Diskriminacija i diskriminatorno postupanje označavaju „svako neopravdano pravljenje razlike ili nejednako postupanje, odnosno propuštanje (isključivanje, ograničavanje ili davanje prvenstva), na otvoren ili prikriven način“, koje se zasniva „na rasi, boji kože, precima, državljanstvu, nacionalnoj pripadnosti ili etničkom poreklu, jeziku, verskim ili političkim ubeđenjima, *polu, rodnom identitetu, seksualnoj orijentaciji*, imovnom stanju, rođenju, *genetskim osobenostima*, zdravstvenom stanju, invaliditetu, *bračnom i porodičnom statusu*,

³⁵ U 2019. godini 81,2% građana i 73,7% građanki je koristilo internet, pri čemu je u starosnoj grupi od 16 do 24 godine taj odnos 98,4% : 96,3%, u grupi od 25 do 54 godine 93,1% : 90,2%, a u grupi od 55 do 74 godina 55% : 43,3% (RZSS, 2019).

osuđivanosti, *starosnom dobu*, izgledu, članstvu u političkim, sindikalnim i drugim organizacijama i drugim *ličnim svojstvima*“ (Zakon o zabrani diskriminacije, 2009, kurzivi moji).

Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost za period od 2016. do 2020. godinu („Službeni glasnik RS“, broj 4/16). godine sa pratećim Akcionim planom (2016-2018) usvojena 14. januara 2016. godine, „rod“ definiše kao „društveno uspostavljene uloge, položaje i statuse žena i muškaraca u javnom i privatnom životu, a iz kojih usled društvenih, kulturnih i istorijskih razlika proističe *diskriminacija zasnovana na biološkoj pripadnosti određenom polu*“ (Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost, 2016, kurzivi moji). Ovo je osnovni nacionalni strateški dokument za unapređivanje rodne ravnopravnosti i predviđa „veće učešće žena u političkom životu i procesima odlučivanja, poboljšanje ekonomskog položaja žena i ženskog preduzetništva, suzbijanje rodno zasnovanog nasilja i unapređenje položaja višestruko diskriminiranih i ranjivih grupa žena“ (Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost, 2016). Strategija ima za cilj „*otklanjanje negativnih rodnih stereotipa i diskriminatorskih praksi prema ženama i praksi koje omogućuju i reprodukuju nejednak odnos moći između žena i muškaraca, raspodelu roditeljstva i ekonomije staranja na žene i muškarce, poboljšanje ekonomskog položaja žena, povećanje učešća žena u političkom i javnom životu, naročito u organima izvršne vlasti, promenu položaja i uloge žena u oblasti bezbednosti, poboljšanje zdravlja žena i poboljšanje položaja žena na selu, kao i uvođenje rodne perspektive u javne politike*“ (Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost, 2016, kurzivi moji).

Strategija definiše „rodno osetljivi jezik“ kao jezik rodne ravnopravnosti; rodnu ravnopravnost kao „ravnopravno učešće u svim oblastima društvenog i privatnog života, njihov ravnopravan položaj, jednake mogućnosti za ostvarivanje prava i jednaku korist od ostvarenih rezultata“; zatim definiše „rodno budžetiranje“ i „rodnu ravnopravnost u javnim politikama“ koja podrazumeva da rodna ravnopravnost postaje deo „planiranja, izrade i primene javnih politika, zakona, programa i mera“; a „rodnu perspektivu“ kao uvažavanje rodnih različitosti u odnosnoj oblasti javne politike (Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost, 2016). Strategija RS usklađena je sa međunarodnom regulativom u ovoj oblasti i uzela je u obzir i strateške ciljeve Strategije rodne ravnopravnosti Saveta Evrope 2014-2017: „eliminisanje rodnih stereotipa i seksizma, sprečavanje i borba protiv nasilja prema ženama, jemčenje jednakog pristupa žena pravdi, postizanje uravnoteženog učešća žena i muškaraca u političkom i javnom odlučivanju i postizanje rodne ravnopravnosti u svim politikama i merama“ (Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost, 2016).

Institucionalni mehanizmi unapređenja rodne ravnopravnosti u Republici Srbiji su sledeći (Republički zavod za statistiku RS, 2017):

- Koordinaciono telo za rodnu ravnopravnost (osnovano 2014. godine, koordinatorka je Zorana Mihajlović);
- Odbor za ljudska i manjinska prava i ravnopravnost polova Narodne skupštine (od 2003. godine);
- Zaštitnik građana (Zakon o zaštitniku građana je donet 2005. godine, a zamenica Zaštitnika za rodnu ravnopravnost, prava deteta i prava osoba sa invaliditetom imenovana je 2008. godine);
- Poverenik/poverenica za zaštitu ravnopravnosti (institucija je osnovana donošenjem Zakona o zabrani diskriminacije 2009. godine, poverenica Brankica Janković imenovana je 2015);
- Sektor za antidiskriminacionu politiku i unapređenje rodne ravnopravnosti pri Ministarstvu za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja (osnovan 2017. godine).
- pokrajinski mehanizmi za rodnu ravnopravnost: Odbor za ravnopravnost polova Skupštine AP Vojvodine, Pokrajinski sekretarijat za socijalnu politiku, demografiju i ravnopravnost polova, Pokrajinski zavod za ravnopravnost polova, Pokrajinski zaštitnik građana — ombudsman za ravnopravnost,
- lokalni mehanizmi čije je osnivanje postalo obaveza lokalnih samouprava usvajanjem Zakona o ravnopravnosti polova iz 2009. godine.

Republika Srbija je potpisnica obavezujućih međunarodnih dokumenata koji garantuju ravnopravnost žena i muškaraca i zabranjuju diskriminaciju na osnovu pola, među kojima su najvažniji: dokumenti Ujedinjenih nacija – Opšta deklaracija o pravima čoveka, Konvencija o eliminisanju svih oblika diskriminacije žena (CEDAW), zatim Saveta Evrope – Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda, Evropska socijalna povelja i Konvencija Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, kao i Evropske unije – Povelja Evropske unije o osnovnim pravima (Republički zavod za statistiku RS, 2017, str. 5).

3.4. Medijska sfera

U analizi stanja u medijskoj sferi u pomenutoj Nacionalnoj strategiji za rodnu ravnopravnost navodi se da „mediji i dalje iskazuju i podstiču patrijarhalne kulturne obrasce i stereotipizirane rodne uloge žena i muškaraca“, da je „seksizam prisutan u medijskom govoru“, da se u izveštavanju o slučajevima nasilja u porodici „dodatno viktimiziraju žene i devojčice žrtve nasilja“, da „u komercijalnim medijima preovladava omalovažavajuće i pornografsko prikazivanje žena kao objekata“, da je „malo“ medija koji koriste rodno osetljiv jezik „i na taj način dodatno čine žene nevidljivim u javnosti“ (Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost, 2016). Dodaje se i da se tzv. „ženski mediji“ „uglavnom bave problemima u vezi sa fizičkim izgledom i pojavom žene, a ženama se obraćaju kao domaćicama“, da pored toga „mediji retko prikazuju dostignuća žena u javnom i političkom životu, ekonomiji, preduzetništvu, nauci, obrazovanju i drugim oblastima stvaralaštva“ i da su žene „ređe od muškaraca prisutne u vestima i ređe se intervjuišu ili pitaju za mišljenje“ (Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost, 2016).

Uprava za rodnu ravnopravnost Ministarstva rada, zapošljavanja i socijalne politike objavila je 2012. godine *Vodič za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji* (Filipović, Kuzmanović Jovanović, 2012). Prethodno objavljeni *Kodeks novinara Srbije* (2008) i *Etički kodeks elektronskih medija* (2002), „rodnu perspektivu tretiraju kroz opšte naznake o zabrani svih oblika diskriminacije i uvredljivog izražavanja“, dok se *Kodeks neseksističke upotrebe jezika* iz 2004. godine (Savić, 2015), koji sam pominjala, bavi pitanjima rodno osetljivog jezika u medijama, „bez osvrta na ostale aspekte funkcionisanja medija i njihovog uticaja na društvo“ (Filipović, 2012, str. 10).

Cilj publikacije *Vodič za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji* jeste da podstakne raspravu o rodnoj perspektivi „i da ponudi praktične smernice koje mogu pomoći akterkama/akterima u medijskom životu da kritički analiziraju i svojim izveštavanjem navedu na razmišljanje i (eventualnu promenu stavova i ponašanja) osoba i grupa u svim slojevima našeg društva“ (Filipović, 2012, str. 11). U tom smislu, *Vodič* je namenjen svima koji „učestvuju u formiranju medijskog diskursa“, od autora, menadžera, podučavalaca novinara i novinarki, sa smernicama kako da kritički procene sopstvene i druge stavove o rodnoj perspektivi u medijima (Filipović, 2012, str. 11). Autorke definišu ideju da „medijsko predstavljanje osoba, pojava, događaja, itd. ima dubokosežne i dalekosežne posledice na percepciju stvarnosti praktično svih društvenih grupa“:

„Na taj način želimo da istaknemo da su pitanja roda i pitanja demokratije zapravo veoma direktno povezana: svi naši naponi da unapredimo jednakost i da razumemo i negujemo različitost stoje u direktnoj pozitivnoj korelaciji sa osnaživanjem žena i muškaraca iz svih

društvenih grupa da sistemski i do maksimuma svojih želja i interesovanja učestvuju u društvenom životu zajednice“ (Filipović, 2012, str. 12).

2017. godine svi mediji, osim javnih servisa nalaze se u privatnom vlasništvu (privatizacija medija zvanično je završena 31. oktobra 2015. godine), a tradicionalni mediji „prevedeni su“ u digitalnu sferu. Međutim, 2017. još uvek nema strateškog okvira za unapređenje medija i medijske regulative, dok je prethodni strateški dokument bio izrađen za period do 2016. godine. Predlog strategije razvoja sistema javnog informisanja u republici Srbiji za period 2020-2025. godine (tzv. Medijska strategija), nakon javne rasprave u oktobru 2019. godine predat je Vladi Srbije i usvojen je 30. januara 2020. godine.

U analizi postojećeg stanja u oblasti javnog informisanja, u tački 4.7. „Medijska nevidljivost i diskriminatorno izveštavanje medija o osetljivim društvenim grupama“, u novoj strategiji navode se istraživanja prema kojima u medijskoj sferi nije obezbeđeno puno i dosledno poštovanje Zakona o zabrani diskriminacije, Zakona o ravnopravnosti polova, zakona koji regulišu medije, uputstava REM-a i etičkih standarda novinarstva u pogledu otklanjanja rodni stereotipa i diskriminatornih praksi prema ženama (Filipović & Kuzmanović Jovanović, 2012, prema: Nacrt strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji 2019). „Žene su kontinuirano malo zastupljene u informativnim sadržajima i najčešće su stereotipski prikazane. Zanemaruju se dostignuća i stvaralaštvo žena, a medijski su nevidljive i pripadnice ranjivih grupa žena“ (Dokmanović, 2016, prema: Nacrt strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji 2019).

Međutim, predviđene mere radi otklanjanja ovakvog stanja nisu ni mnogobrojne niti zahvataju sve prepoznate probleme. Mera koja je usmerena na rodnu ravnopravnost u sektoru – Mera 1. „Poboljšani bezbednosni, socioekonomski i profesionalni uslovi za rad novinara i medijskih radnika“ uključuje donošenje internih mera i procedura u vezi sa politikama za postizanje rodne ravnopravnosti u medijskim servisima, uz osiguravanje učešća žena u osmišljavanju i sprovođenju delotvornih rodno osetljivih politika i programa, i stvaranje uslova za veću zastupljenost žena (novinarki) među urednicima i na položajima na kojima se donose odluke, kao i uslova rada koji omogućavaju usklađivanje poslovnih obaveza sa privatnim (Nacrt strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji 2019).

U Meri 4.7 „Povećana medijska vidljivost i nediskriminatorno izveštavanje medija o ženama i osetljivim društvenim grupama“ kao aktivnosti su predložene: „obezbeđivanje odgovarajućeg obrazovanja novinarki i novinara o položaju pripadnika osetljivih društvenih grupa, pravima žena i rodnoj ravnopravnosti“, zatim, „kontinuirano vođenje medijskih i informativnih kampanja o uzrocima i posledicama rodno zasnovane diskriminacije i mehanizmima zaštite“, kao i „kampanja za zagovaranje rodne ravnopravnosti i dekonstrukciju rodni stereotipa i uloga“ (Nacrt strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji 2019). U okviru Mere 5.1 „Unapređena medijska pismenost“, predviđena je izrada plana aktivnosti za podizanje nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama na osnovu analize koja uključuje i rodno osetljivo medijsko obrazovanje. Mera 5.2 „Unapređene digitalne medijske kompetencije novinara, medijskih radnika i zaposlenih u javnoj upravi“ uključuje sprovođenje rodno osetljive analize početnog stanja digitalnih medijskih kompetencija novinara i medijskih radnika, sa preporukama za dalje aktivnosti.

4. Iza diskursa onlajn-medija

Za kritičku analizu diskursa društveni kontekst je neodvojiv od teksta budući da istražuje društvene nejednakosti, odnosno ima za cilj kritiku i izazov „hegemonijskih diskursa, tekstova i žanrova koji ponovo proizvode nejednakosti, nepravde, mistifikaciju i ugnjetavanje u savremenim društvima“ i orijentiše se na koncepte kritike, moći, istorije i ideologije (Wodak, 2007, 2013). Kada je reč o kritičkoj analizi medijskog diskursa, budući da su medijski tekstovi kompleksni, da predstavljaju „kulturne robe na kompetitivnom tržištu“ (Fairclough, 1995), odnosno da mediji prodaju svoje proizvode i istovremeno plasiraju moralne vrednosti i prihvatljive modele ponašanja i identiteta, kritički pristup uključuje i analizu tržišne pozicije medija, njihove vlasničke strukture i uređivačke politike, tehničke domete, kao i odnose sa institucijama i vladajućim strukturama. Drugim rečima, na sam diskurs utiče i uži kontekst produkcije medijskog diskursa – pitanje ko proizvodi medijski diskurs – koje obuhvata i organizaciju određenog medija, tehnologiju proizvodnje, ambicije na tržištu, političke uticaje, programsku orijentaciju, zajedno sa širim društvenopolitičkim i kulturnim kontekstom u kojem se proizvodi, plasira i re-produkuje određeni diskurs.

4.1. Digitalna transformacija u tehnološkom i zakonskom okviru

U sferi društvenog usvajanja digitalizacije i razvoja informacionog društva i prelaska medijske publike u onlajn-okruženje, kao što sam navela, raste broj redovnih internet korisnika kojih u Srbiji u 2017. ima 70,5% od ukupnog broja stanovnika, dok je najčešći tip korišćenja interneta (75,6%) čitanje onlajn novina i časopisa (Republički zavod za statistiku RS, 2017). U skladu sa tom statistikom najposećeniji domaći sajtovi su onlajn-mediji, tačnije dnevni informativni portali, među kojima onlajn-izdanja dnevnih novina „Blic“ i „Kurir“, koje u opisanom društvenom okviru analiziram, imaju ubedljivo najviše poseta (Gemius Audence RS, 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017) (Prilog 5, Tabela 1).

Privatizacija i digitalizacija medija dovela je do usitnjavanja medijske publike i razvijanja brojnih medija sa profilisanim ciljnim grupama, među kojima su i ženski časopisi koji su takođe dobili svoja onlajn-izdanja, dok su se paralelno razvijali i samostalni ženski portali. Dva najposećenija onlajn-medija imaju i „ženske“ podsajtove odnosno poddomene³⁶, to su „Blic žena“ (<https://zena.blic.rs>) i „Stil kurir“ (<https://stil.kurir.rs>), dok su najposećeniji samostalni portali namenjeni isključivo ženama „Lepa i srećna“ (www.lepaisrecna.rs) i „Mogu ja to sama“

³⁶ „Internet domen (Internet domain) je skup podataka koji opisuje jedinstvenu administrativno-tehničku celinu na Internetu“, a „naziv internet domena (Internet domain name) je tekstualna oznaka koju korisnik registruje za svoje potrebe, čime stvara administrativno-tehničku mogućnost za vidljivost internet domena pod tim nazivom“ (<https://www.rnids.rs/lat/domeni/sta-je-internet-domen>). Poddomeni su podskupovi podataka domena, koji u nazivu imaju i naziv domena.

(<https://mogujatosama.rs>), s tim što je poslednji nezavisan, odnosno nije deo veće medijske grupe (Gemius Audience RS, 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017) (Prilog 5, Tabela 2).

Dve kompanije koje proizvode i objavljuju dva najposećenija portala, Ringier Axel Springer i Adria media group, pored informativnih sajtova i podsajtova kao što su „Blic žena“ (Ringier Axel Springer) i „Stil kurir“ (Adria media group), imaju i druga onlajn-izdanja među kojima je i „Lepa i srećna“ (Adria media group). Te kompanije nalaze se na ubedljivim vodećima pozicijama na listi onlajn-izdavača. Izdanja Ringier-a imaju 2.987.535 posetilaca, a Adria media group 2.381.706, dok sledeći na listi, Infostud, ima oko milion manje: 1.307.738 (Gemius Audience RS, publishers, 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017) (Prilog 7, Tabela 1). Vodeće pozicije zadržale su i do kraja 2019, sa po oko tri miliona posetilaca s tim što su im se približile i kompanije Telegraf, Srbija danas, novosti.rs, alo.rs i Antena grupa (Gemius Audience RS, publishers, 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019) (Prilog 7, Tabela 2).

Sa tehničkog aspekta, srpski onlajn-mediji su deo globalne medijske slike (a delom i sa diskursnog aspekta, kako je to pokazao projekat Globalni monitoring medija), budući da se razvijaju pomoću istih digitalnih tehnologija. U tom smislu, mogu se uočiti ista tehnološka rešenja i ishodi kao na globalnom medijskom onlajn-tržištu, koji uključuju baze podataka i redakcijsko upravljanje sadržajem. Sadržaj se formira u korisničkom interfejsu (okruženju vidljivom i dostupnom korisniku), gde postoje i opcije za korisničko delovanje u vidu komentarisanja ili drugih vrsti reagovanja izborom opcije „sviđanja“ („like“) i „nesviđanja“ („dislike“), odnosno emotikona, pozitivnih ili negativnih ocena, uz mogućnost „deljenja“ sadržaja – postavljanja vesti na sopstvenim nalozima na društvenim mrežama. Interfejs takođe podrazumeva više slojeva od kojih je prvi naslovna odnosno početna strana („homepage“) na kojoj se nalaze teme ili rubrike.

Na naslovnoj su na centralnim pozicijama slajderi i/ili iseći vesti³⁷ koji formom nalikuju kombinaciji naslova i lida iz štampanih novina – prati ih fotografija ili video i vodi linkom do cele vesti, odnosno sledećeg nivoa interfejsa. Slajderi predstavljaju dinamički blok u kojem se glavne vesti automatski smenjuju. Zatim, tu su i automatizovani blokovi u kojima su linkovi odnosno naslovi ili iseći tekstova postavljeni prema hronologiji unosa, broju pregleda, broju „sviđanja“, baneri (reklame), opis sajta, impresum (redakcija) i slično. Princip prelistavanja dnevne štampe proširen je odabirom hiperveza, odnosno principom „interaktivnosti sa grananjem“ (Manovič, 2015), ali je sistemaska hijerarhija tematske slojevitosti ista – samo se kreće ka „dubini“ sajta a ne ka pozadini novine: na najvidljivijim, prvim pozicijama su vesti iz politike, ekonomije, slede vesti iz oblasti društva i hronike, potom sporta i kulture, dok su vesti iz oblasti zabave na marginama naslovnice.

Za produkciju medijskog diskursa digitalnom tehnologijom u onlajn-okruženju specifična je hronologija unosa koja podrazumeva trenutnost vesti. Odmah po unosu vest može da bude zamenjena (što se odnosi i na tekst i na fotografiju i na video), izmenjena, potisnuta narednom unetom veću itd., čime se zapravo sve stranice i celokupan sadržaj odlikuju nestabilnošću, za razliku od konačnosti jednom štampane stranice u novinama. Takva praksa umanjuje osećaj odgovornosti autora i autorki koji sada imaju svest o tome da u slučaju greške ili propusta, uvek, i godinama kasnije, mogu da unesu ispravku ili uklone, „skinu“ sadržaj, dok je u štampanom novinarstvu, odgovornost za jednom štampan i umnožen sadržaj jedan od glavnih profesionalnih i etičkih motiva činilaca u pisanju i uređivanju. Sa druge strane, nova dinamika produkcije stvara i novi pritisak na autore i autorke medijskog diskursa, koji su rok za završetak i predaju vesti u štampanom novinarstvu, koji je predstavljao jedan trenutak u toku dana, eventualno dva ukoliko novina ima dva izdanja (za glavni grad i druge gradove npr.), sada zamenili beskonačnim i permanentnim „dedlajnom“ (rok za proizvodnju vesti) koji kreira potrebu za neograničenom i uvek novom produkcijom.

³⁷ Za prezentacije vesti na naslovnoj strani termin koji predlaže Noks (John Knox) je „news bite“ („zalogaj vesti“) (Knox, 2007, prema Kleut, str. 147), koji je i televizijski termin.

Nekoliko opštih razlika između tradicionalnih štampanih medija i njihovih digitalnih izdanja Bučkovski (Pablo Boczkowski) je sistematizovao na sledeći način:

- generalizovani sadržaji štampanih novina zamenjeni su specijalizovanim onlajn-sadržajima, na osnovu praćenja ponašanja korisnika;
- „granice“ papira zamenjuje hiperpovezani prostor koji omogućuje duže i strukturno drugačije poruke;
- ne postoje prostorna ograničenja: onlajn-distribucija čini svaki medij globalnim;
- ne postoje vremenska ograničenja: veb-arhive omogućuju korisnicima da se vrate na prethodno objavljene sadržaje, i za razliku od sadržaja u štampanom izdanju, onlajn-izdanja omogućuju dodavanje informacija i nakon postavljanja vesti;
- štampane novine sadrže tekst i fotografije, dok onlajn-novine mogu sadržati i audio i video formate;
- model komuniciranja „jednog ka mnogima“ zamenjuje komunikacija „mnogih sa mnogima“ (Gunter, 2003);
- statički proizvod kakav je štampana novina, postaje dinamička internetska prezentacija (Boczkowski, 2004: 64-65, prema Kleut, 2014, str. 139).

Pomenuta nova „Medijska strategija“ u Srbiji prepoznaje da „digitalne medije odlikuje konvergentnost, istovremenost, mobilnost, interaktivnost“, da se otvaraju „nove mogućnosti za stvaranje i unapređenje novinarskog izraza, kao i nove novinarske forme“, kao što su novinarstvo zasnovano na podacima i mobilno novinarstvo, i ističe da „važnu ulogu u novoj medijskoj ekonomiji imaju i posrednici u distribuciji sadržaja, pre svih, internet pretraživači i društvene mreže (Gugl, Fejsbuk, Tviter³⁸ i sl.) koji su mahom najveći „dobitnici“ internet ekonomije“ (Nacrt strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji). Utoliko se i koncept medija i koncept publike menjaju suštinski upravo u okvirima društvenih mreža i pretraživača, gde je, posebno na društvenim mrežama, aktivnost posetilaca neuporedivo veća nego na sajtovima digitalizovanih medija, odnosno medija u onlajn-okruženju koji su ponikli iz štampe i elektronskih medija. Otud i potreba tih medija za prisutnošću na društvenim mrežama na kojima plasiraju svoje vesti.

Digitalni mediji u širem smislu još uvek nemaju jedinstvenu sistemsku regulaciju, ne samo u Republici Srbiji, ali se zakonski i strateški okviri usmeravaju na primenu „analognih“ propisa u digitalnom okruženju (npr. Zakon o autorskim pravima, Krivični zakon i dr.), što se odnosi i na medijske propise i etičke novinarske kodekse, kao i na pomenutu regulativu rodne ravnopravnosti. Zakonom o javnom informisanju između ostalog regulisana je obaveza prijavljivanja u Registru medija koji vodi Agencija za privredne registre Republike Srbije koja se odnosi i na onlajn-medije (ukoliko nisu već registrovani u drugom, tradicionalnom formatu), dok je članom 5 utvrđeno da „svako ima pravo da istinito, potpuno i blagovremeno bude obavešten o pitanjima od javnog značaja i sredstva javnog obaveštavanja su dužna da to pravo poštuju“ (Zakon o javnom informisanju i medijima, 2014).

³⁸ Globalni portali, pretraživač www.google.com i društvene mreže <https://www.facebook.com>, kao i video platforma koja takođe ima svojstva društvene mreže, <https://www.youtube.com>, su najposećeniji sajtovi u Republici Srbiji i u celom svetu (Top sites in Serbia, 30.1.2020. <https://www.alex.com/topsites/countries/RS>).

4.2. Na vodećim pozicijama

Portali Blic.rs (www.blic.rs) i Kurir.rs (www.kurir.rs) u septembru 2017, prema podacima servisa za praćenje statistike poseta (Gemius Audience RS, 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017), imali su više od dva miliona posetilaca (blic.rs: 2.603.864; kurir.rs: 2.083.124), znatno više od sledećeg portala na listi (b92.net: 1.267.569), odnosno više od 500.000 posetilaca dnevno (blic.rs: 770.955; kurir.rs: 558.050), dok sledeći na listi ima manje od 300.000 (b92.net: 237.681) (Prilog 5, Tabela 1). I na sledeća dva mesta na listi su informativni mediji: espreso.rs i vecernjenovosti.rs, odnosno portali informativnog tipa dominiraju pri vrhu liste, osim tri oglasna portala i najposećenijeg foruma ana.rs. među najposećenijim informativnim portalima su i mondo.rs, srbijadanas.rs, alo.rs, noizz.rs, portal Javnog medijskog servisa (rts.rs) i generički portal vesti – naslovi.net.

Blic.rs i Kurir.rs i dalje drže prve pozicije na listi posećenosti: u decembru 2019, Blic ima 2.780.814 posetilaca, a Kurir 2.535.514. Više od dva miliona imaju i portali telegraf.rs, srbijadanas.com, novosti.rs, espreso.rs i alo.rs (silaznim redosledom), ali portali Blic i Kurir imaju ubedljivo najviše dnevnih posetilaca i pregledanih strana: Blic ima u proseku 953.590 posetilaca i 158.080.205 pregledanih strana, a Kurir 842.133 posetilaca i 210.384.718 pregledanih strana, dok ostali portali koje sam navela imaju po oko 500.000 posetilaca, sa najvećim brojem pregledanih strana manjim od 80 miliona (Gemius Audience RS, 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019) (Prilog 6, Tabela 1). Na listi svih najposećenijih sajtova u Srbiji uključujući i globalne – pretraživače i društvene mreže, prema servisu Alexa.com, Blic i Kurir su jedini domaći sajtovi među prvih sedam: na prvom mestu je google.com, na drugom youtube.com, na trećem facebook.com, na četvrtom google.rs, na petom blic.rs, na šestom wikipedia.rs i na sedmom kurir.rs (Top sites in Serbia, 30.1.2020) (Prilog 8, Tabela 1). U 2019. povećao se i broj internet korisnika na 3 810 000, odnosno 77,4% građana (RZSS, 2019).

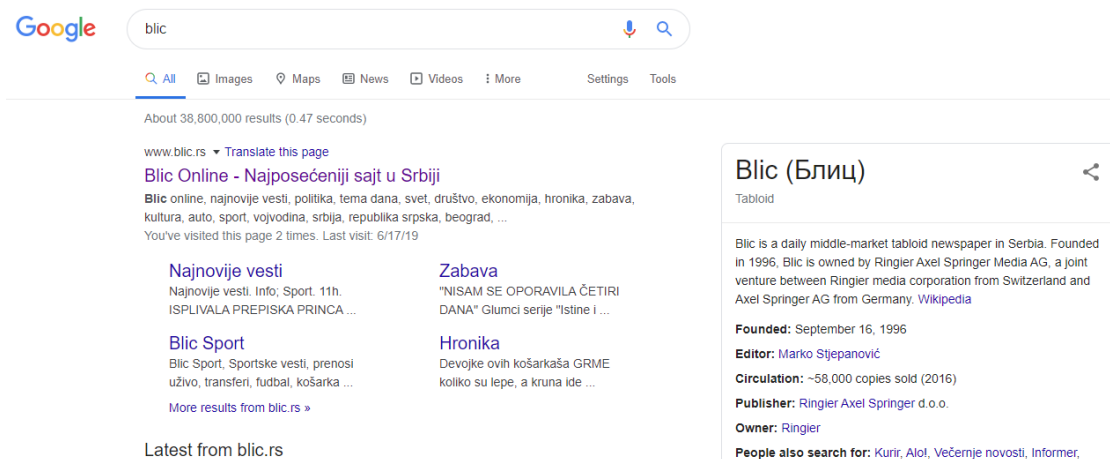
4.2.1. Blic.rs

„Blic onlajn“ je kao internet izdanje dnevnih novina „Blic“ prvi put objavljen 1999. godine, redizajniran je 2007, i u vlasništvu je kompanije – „Ringier Axel Springer Media AG“, nastale spajanjem „Ringier AG“ iz Švajcarske i „Axel Springer SE“ iz Nemačke (Media ownership monitor Srbija: Blic). U vlasništvu kompanije su i novine „Blic žena“, „Puls“, NIN i „Auto Bild“, kao i sajtovi koji su se razvijali u okviru integrisane redakcije od 2010. godine: Pulsonline.rs, Zena.rs, Noizz.rs, internet prodavnica Nonstopshop.rs, sajt za putovanja Superodmor.rs, i portali Nekretnine.rs i Mojauto.rs (Ringier Axel Springer, 17. 5. 2017; Media ownership monitor Srbija: Blic).

Integrisana redakcija nastala je spajanjem redakcijskih timova dnevnih novina „Blic“, besplatnih dnevnih novina „24 sata“ i internet izdanja „Blic online“ (Blic.rs) i „Žena online“ (Zena.rs) (Prva integrisana redakcija u regionu, 03. 11. 2010). U praksi to znači da se vesti za različita izdanja proizvode u jednom uređivačkom i novinarskom centru (desku), i otvara mogućnost za umnožavanje sadržaja i izdanja uz smanjenje radne snage, odnosno povećanje profita, što će kompanija i iskoristiti. Osnovan kao jedini „opozicioni“ list u Srbiji 1996, godinama se smatralo da je „blizak Demokratskoj stranci koja je bila na vlasti između 2000. i 2012. godine“ i sve manje je izražavao kritičke stavove, „naročito posle izbora 2012“, a „usmerenost ka uvećanju profita dovela je do nekoliko krugova

otpuštanja, što je stvorilo veliko nezadovoljstvo među zaposlenima“ (Media ownership monitor Srbija: Blic).

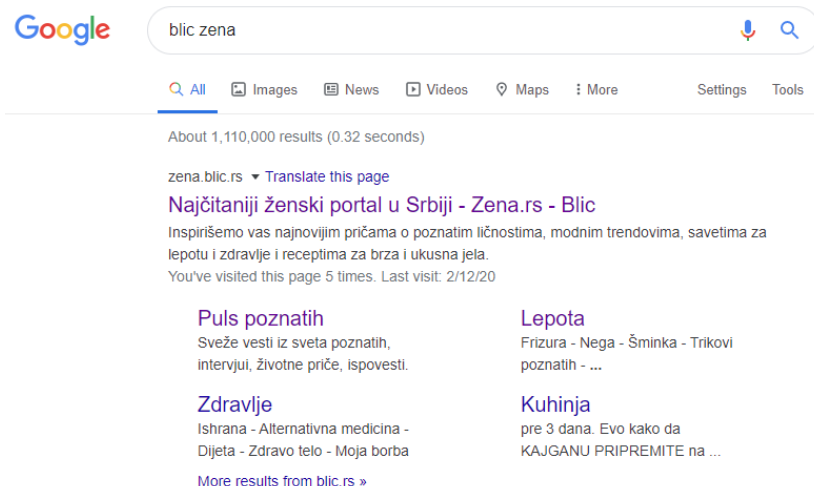
Opis portala Blic.rs, uređivačka koncepcija, uključujući teme koje portal obrađuje prikazuje se na pretraživačima, u formi snipeta³⁹ u kojoj je istaknuto da je portal najposećeniji sajt u Srbiji i da donosi najnovije vesti iz oblasti politike, društva, ekonomije, hronike, zabave, kultura, auto industrije, sporta, iz Vojvodine, Srbije, Republike Srpska, Beograda, sveta... Gugl pretraživač ističe i insert iz Vikipedije (Wikipedia.org) i istoriju „Blica“ koji se karakteriše kao tabloid, zatim tiraž medija, ime glavnog i odgovornog urednika, naziv izdavača i kompanije u čijem je vlasništvu, kao i druge pretrage koji posetioci i posetiteljke vrše kada pretražuju „Blic“, a to su: Kurir, Alo!, Večernje novosti, Informer.



Ilustracija 1. Snipet portala Blic.rs: Google.rs

Kao što sam napomenula, u okviru portala je i poddomen, koncipiran kao rubrika ili dodatak u štampi – „Blic žena“ (zena.blic.rs), koji prati štampano izdanje istoimenog časopisa. Na pretraživačima „Blic Žena“ se u formi snipeta prikazuje kao „Najčitaniji ženski portal u Srbiji – Zena.rs – Blic“, sa porukom: „Inspirišemo vas najnovijim pričama o poznatim ličnostima, modnim trendovima, savetima za lepotu i zdravlje i receptima za brza i ukusna jela“ i navedenim rubrikama i njihovim opisima: „Puls poznatih – Sveže vesti iz sveta poznatih, intervjui, životne priče, ispovesti; Lepota – Frizura – Nega – Šminka – Trikovi poznatih...: Zdravlje – Ishrana – Alternativna medicina – Dijeta – Zdravo telo – Moja borba; Kuhinja – Evo kako da KAJGANU PRIPREMITE na...“:

³⁹ Snippet, engl. znači „isečak“ i u programerskoj terminologiji označava izdvojenu manju regiju izvornog koda, mašinskog koda ili teksta koji se može ponovo upotrebiti, dok u google pretrazi predstavlja rezultat pretrage koji sadrži naziv sajta i url, a može biti i složeniji (rich snippets), sa dužim i sadržajnijim opisom (<https://support.google.com/webmasters/answer/35624?hl=en>). Ovakva vrsta prikaza i promocije izdvojenim sažetim prikazima teksta, stranice ili cele novine (na naslovnoj strani, na primer) nalikuje „opremi“ u štampanim medijima i najčešće uključuju naslov i podnaslov, a ranije je obavezan deo bio i nadnaslov.



Ilustracija 2. Snipet portala „blic žena“ (google.rs)

Dakle, sve važne teme u životu jedne žene (poslednja rečenica je moja igra rečima, nije deo oglašavanja).

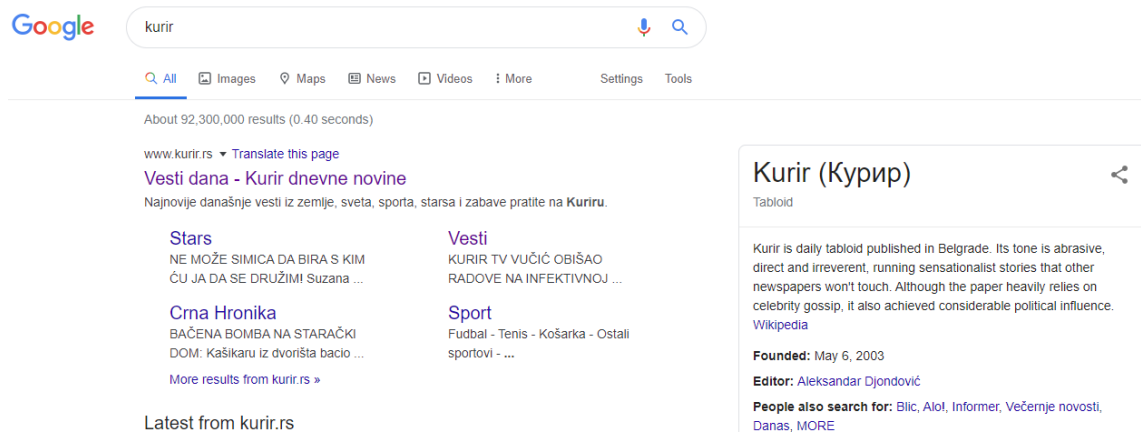
4.2.2. Kurir.rs

Informativni portal Kurir.rs osnovan je 2009. godine i imao je, kao i Blic.rs u početku, dnevnu proizvodnju vesti i tekstova zasnovanu na štampanoj novini, pri čemu je uređivačka politika obeležena senzacionalističkom i tabloidnom retorikom (Media ownership monitor Srbija: Kurir). Novinu „Kurir“ osnovao je bivši vlasnik i direktor „Glasa javnosti“, Radisav Rodić 2003. godine, i „od tada ovaj list igra važnu ulogu u procesu tabloidizacije medija u Srbiji, izmišljajući političke afere i šireći netačne informacije“, dok će novinari i urednici koji su napustili redakciju „Kurira“ osnivati i druge tabloide – prvo 2005. godine „Press“, potom 2012. novinar i urednik „Press“-a Dragan J. Vučićević osnovao je „Informer“, dok će 2016. godine bivši urednici „Kurira“, Milan Lađević i Saša Milovanović, osnovati „Srpski telegraf“ (Media ownership monitor Srbija: Kurir).

2009. godine vlasnik i direktor „Kurira“ uhapšen je zbog navodne poreske utaje, a novinu je preuzeo njegov sin Aleksandar Rodić čija je uređivačka politika „bila naklonjena demokratama (tada vladajućoj partiji)“, da bi nakon promene vlasti na izborima 2012. godine, počeo da „izveštava u korist Srpske napredne stranke“ koja je na tim izborima pobedila, sa „kratkim pauzom“ 2015. godine kada je došlo „do sukoba“ objavljivanjem naslovne strane i teksta „Srbijo, izvini“ (Media ownership monitor Srbija: Kurir). 2013. godine, kupovinom izdavačke kuće „Adria Media Srbija“, odnosno preuzimanjem 100 odsto udela od evropskih izdavača „Sanoma“, „Styria media“ i „Gruner + Jahr“, kompanija „Kurir info“ „postala je najveća medijska kuća na zapadnom Balkanu“, sa dve dnevne novine, 18 magazina i 14 digitalnih izdanja, među kojima su Elle, Cosmopolitan, Story, Men’s Health, National Geographic, Sensa, Mama (Kurir info: stvorili smo najveću medijsku kuću na Zapadnom Balkanu!, 12. 12. 2013).

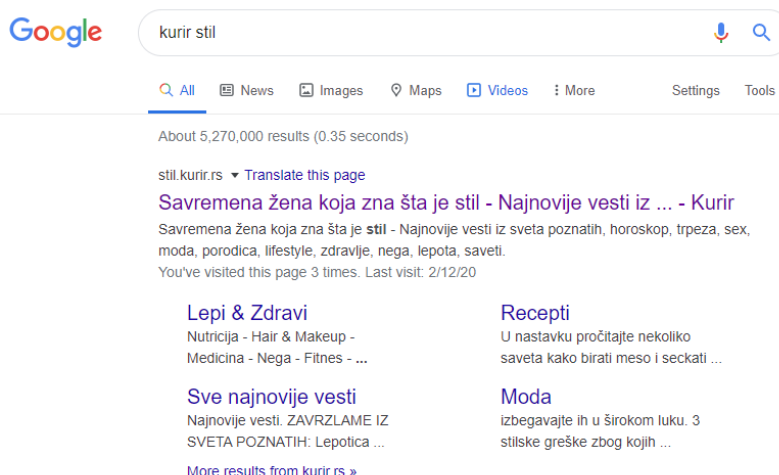
„Kurir“ je „tokom 2017. u nekoliko navrata pokušao da pronađe strateškog partnera u nekoj od stranih kompanija“, da bi kompanija Adria media group zvanično 1. oktobra 2018. godine „postigla dogovor o strateškom partnerstvu sa preduzećem Wireless media i portalom Mondo, koji je bio u vlasništvu državnog preduzeća Telekom Srbija“ (Media ownership monitor Srbija: Kurir). Kurir.rs je kako sam navela, zadržao drugu poziciju na listi najposećenijih srpskih sajtova, novina „Kurir“ i dalje ima tabloidnu uređivačku politiku kojom je obeležen i njen informativni onlajn-sadržaj. Portal Kurir.rs na snipetu ima sveden opis – „Vesti dana – Najnovije današnje vesti iz zemlje,

sveta, sporta, starsa i zabave“, dok Google prikazuje i kraći tekst sa Vikipedije u kojem je list okarakterisan kao tabloidan i senzacionalistički, ali sa značajnim političkim uticajem:



Ilustracija 3. Snipet portala Kurir.rs: Google.rs

Portal Kurir.rs ima i podsajt stil.kurir.rs, sa spinetima na pretraživaču: „Savremena žena koja zna šta je stil – najnovije vesti iz sveta poznatih, horoskop, trpeza, sex, moda, porodica, lifestyle, zdravlje, nega, lepota, saveti...“, koji je, dakle, tematski pandan „Blic ženi“:



Ilustracija 4. Snipet sajta Stil.kurir.rs: Google.rs

Izdavač „Kurirovih“ sajtova – Adria media group angažovana je i oko organizovanja društvenih i promotivnih akcija, među kojima je i konferencija „Žene – lideri promena“, sa idejom da okupi visoke državne zvaničnike i eksperte, predstavnike institucija, organizacija, kompanija, medija, ali i pojedince koji su svojim radom i delovanjem posvećeni *osnaživanju žena i poboljšanju njihovog položaja u Srbiji*“ (Kompanija Adria media group održala konferenciju „Žene – lideri promena“ u Madlenianumu, 26. 3. 2019, kurzivi moji). U navodu vesti o kompanijskoj konferenciji za rodno osnaživanje žena istakla sam kurzivom rodno neosetljivu upotrebu imenica koju ću posebno analizirati, ovde kao primer raskoraka između medijske i javne inicijative i diskursnog otpora ideji o vidljivosti žena u javnom govoru.

Na otvaranju te konferencije 2019. učestvovala su Slavica Đukić Dejanović, ministarka bez portfelja zadužena za demografiju i populacionu politiku, „koja je naglasila da moramo raditi na stvaranju ambijenta koji podržava i podstiče *razvoj žena*“, Ivanka Popović, rektorka Univerziteta u Beogradu, koja je rekla „da u ovom trenutku na 31 fakultetu u Beogradu imamo samo pet dekanki i da je *najveći izazov akademske zajednice da ohrabri žene da se prihvate rukovodećih pozicija*“,

Leoneta Pajer iz Delegacije EU u Srbiji koja je podsetila da je u Srbiji „*najveći uspeh postignut u domenu moći*“, jer žene sve više učestvuju u političkom životu, osim na lokalnom nivou“, dok je Zorana Mihajlović, ministarka saobraćaja i građevinarstva i predsednica Koordinacionog tela za ronu ravnopravnost, rekla „da se o rodnoj ravnopravnosti pre pet godina nije ni govorilo, a da je danas tema, zato što rodna ravnopravnost jeste *baza za održivi razvoj* i zadire u svaki segment našeg društva, kao i da *bez nje nema napretka*“ (Kompanija Adria media group održala konferenciju „Žene – lideri promena“ u Madlenianumu, 26. 3. 2019, kurzivi moji).

Liderke, dakle, u 2019. godini poručuju da žene treba da se razvijaju, a ne rodno osvešćeno društvo, da žene u stvari *neće* da se prihvate rukovodećih pozicija, a ne da im se takvi izbori uglavnom ni ne nude, da je učešće žena u političkoj moći *kvantitativno* zadovoljavajuće, iako nije srazmerno populacionoj i obrazovnoj statistici, dok je u navođenju malog broja žena na vlasti u lokalnu izbegnuto da se istakne da je u pitanju nepoštovanje zakonskog minimuma. Takođe, rečeno je da su žene *potrebne za održivi razvoj*, da su, dakle, sredstva u funkciji napretka, a ne ravnopravne članice društva koje treba da im prizna jednakost i u dosadašnjem doprinosu opštem društvenom napretku.

4.2.3. Samostalne „ženske“ adrese

Najposećeniji portali na samostalnim adresama, koji nisu poddomeni kompleksnih portala kao što su to Blic žena i Stil kurir, u odabranom vremenskom periodu, jesu „Lepa i srećna“ (www.lepaisrecna.rs) i „Mogu ja to sama“ (<https://mogujatosama.rs>). Ova dva portala u septembru 2017. imaju po više od 300000 redovnih posetilaca, pri čemu je jedini posećeniji domen koji je pretežno, ali ne u potpunosti namenjen ženama, forum „Ana“ (<https://www.ana.rs/forum>), dakle, format koji se bitno razlikuje od medijskih. U septembru 2017. portal „Lepa i srećna“ imao je 318.339, a portal „Mogu ja to sama“, 307.697 posetilaca, odnosno uglavnom posetiteljki, sa približno istim odnosom broja posetiteljki na dnevnom nivou: 23.762 prema 20.193, nešto većoj, ali očekivanoj razlici u broju pregledanih strana, s obzirom na veći broj sadržaja portala „Lepa i srećna“: 1.576.973 prema 1.167.370 i ukupnom broju poseta: 742.114 prema 641.979 (Gamius Audience RS: 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019) (Prilog 5, Tabela 2). Radi poređenja uticaja, ova dva portala su prema broju posetilaca u grupi sa onlajn-izdanjima dnevnih novina „Politika“, „Danas“, nedeljnika „Nedeljnik“, odnosno odmah ispod njih na listi posećenosti.

„Ženski“ portali su tematski različiti u odnosu na informativne portale, jer ne obrađuju dnevne informacije od javnog značaja već opšte teme iz privatne sfere, kao što su uređenje doma, porodica, zdravlje, nega tela i lepota. U tom smislu, tekstovi šalju direktne poruke usmerene na ponašanje žena, u granicama tradicionalnih rodnih uloga, ujedno stilom i sadržinom reprezentuju rodnu izolaciju tretirajući navedene teme iz ugla žene i obraćajući se isključivo ženama, na šta upućuju i svojim nazivima u kojima su gramatički oblici prideva isključivo ženskog roda – „lepa“, „srećna“, „sama“.

Portal „Lepa i srećna“ proizvod je pomenute kompanije Adria media group i predstavlja onlajn-izdanje mesečnog časopisa koji je počeo da izlazi u septembru 2015. godine, pod nazivom „Lisa lepa & srećna“, i razvio se iz takođe ženskog časopisa „Lisa“ (LISA lepa&srećna: Prvi broj novog ženskog magazina od danas na kioscima po super ceni, 17.9.2015), a od decembra 2016. izlazi pod nazivom „Lepa & srećna“. Portal je u pretrazi prikazan naslovom i opisima: „Lepa&Srećna – Sve što čini moj život! – Lepa&Srećna: Zdravlje i prirodna medicina, moda i lepota, astrologija, recepti, lep i uredan dom, čišćenje i nega cveća i bašte, psihologija, testovi i ljubavni saveti“, sa rubrikama: „Moj stan“, „Lepota i stil“, „Recepti“, „Astro“, „Zdravlje“, „Moda“:

Google lepa i srečna

All Images News Maps Videos More Settings Tools

About 456,000 results (0.36 seconds)

www.lepaisrečna.rs [Translate this page](#)

Lepa i srečna

Zdravlje i prirodna medicina, moda i lepota, astrologija, recepti, lep i uredan dom, čišćenje i nega cveča i bašte. Psihologija, testovi i ljubavni saveti.

You've visited this page many times. Last visit: 2/12/20

<p>Moj stan</p> <p>NAJLEPŠI NAMEŠTAJ NA RASKLAPANJE ZA MALI STAN ...</p>	<p>Astro</p> <p>Astro. DNEVNI HOROSKOP ZA 20. FEBRUAR 2020: Ovan se ...</p>
<p>Recepti</p> <p>Najlakša fokača - Kolači i torte - Meso i riba - ...</p>	<p>Lepota i stil</p> <p>Zdravlje i prirodna medicina, moda i lepota, astrologija, recepti, lep i ...</p>
<p>Zdravlje</p> <p>Zdravlje i prirodna medicina, moda i lepota, astrologija, recepti, lep i ...</p>	<p>Moda</p> <p>Zdravlje i prirodna medicina, moda i lepota, astrologija, recepti, lep i ...</p>

[More results from lepaisrečna.rs »](#)

Ilustracija 5. Snipet portala „Lepa i srečna“: Google.rs

Portal „Mogu ja to sama“ razlikuje se od portala „Lepa i srečna“ formalno budući da je osnovan na digitalnoj platformi, odnosno, nema štampanu preteču ili aktuelno štampano izdanje, a njegova forma je bliža stilu i organizaciji teksta medijske forme bloga⁴⁰ koja se prvi put razvila na internetu. Sajt nije korporativni proizvod, već je preduzetnički poduhvat Ivane Radovanović, koja je u martu 2013. godine pokrenula i Jutjub (Youtube.com) kanal „Mogu ja to sama“ (YT: Mogu ja to sama), sa kojeg se preuzimaju autorski video prilozima kao redovni sadržaji na sajtu. Na pretraživaču sajt je prikazan na sledeći način: „Mogu Ja To Sama | Svaki ženski trik na samo jedan klik! Svakoga dana novi video saveti koji će ti pokazati kako da se šminkaš, praviš frizure, kuvaš, vežbaš uz dnevnu dozu tračeraja“, sa rubrikama: „Horoskop“, „Recepti“, „Kosa“, „Krpice“:

Google mogu ja to sama

All Images Videos News Books More Settings Tools

About 14,500,000 results (0.56 seconds)

mogujatosama.rs [Translate this page](#)

Mogu Ja To Sama | Svaki ženski trik na samo jedan klik!

Svakoga dana novi video saveti koji će ti pokazati kako da se šminkaš, praviš frizure, kuvaš, vežbaš uz dnevnu dozu tračeraja. <http://mogujatosama.rs>.

You've visited this page 4 times. Last visit: 2/9/20

<p>Horoskop</p> <p>Nedeljni horoskop za period od 17.02. do 23.02.2020. Otkrijte šta ...</p>	<p>Lizzo je obukla najčudniju ...</p> <p>Avokado humus? Da, molićemo lepo! Ovaj recept je savršen za ...</p>
<p>Recepti</p> <p>Omlet: idealan doručak za samo 10 minuta - recepti. Kako je ...</p>	<p>Kosa</p> <p>Jedna od najvećih ženskih muka, bar kada je kosa u pitanju, jeste ...</p>
<p>Nedeljni horoskop</p> <p>Nedeljni horoskop za period od 17.02. do 23.02.2020.</p>	<p>Krpice</p> <p>Michael Kors je poznati svetski dizajner koji je napravio ...</p>

[More results from mogujatosama.rs »](#)

Ilustracija 6. Snipet portala „Mogu ja to sama“: Google.rs

⁴⁰ Blog ili weblog je javni dnevnik pojedinca, grupe ili preduzeća, postavljen na internetu, koji čitaoci mogu da komentarišu. „Tehnički posmatrano, blog predstavlja vrstu automatizovanog sajta, gde se sadržaji, kao što su tekstovi, slike i multimedia, unose i prikazuju hronološki“ (Varagić, 2010, str. 4).

Do kraja 2019. godine sajt “Mogu ja to sama” zabeležio je pad po broju poseta ispod 300000, uprkos rastu internet korisnika koji sam pomenula, dok je korporativni “Lepa i srećna” “skočio” u grupu sajtova sa više od 700000 poseta (Gamius Audience RS: 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019) (Prilog 6, Tabela 2), ali je prema broju pregleda na Jutjubu koji iznosi ukupno 67767552 (YT: Mogu ja to sama) daleko nadmašio kanal magazina “Lepa i srećna” koji na Jutjubu ima 597721 pregleda (YT: Lepa & srećna).

5. „Muški“ portali

U analizi diskursa najposećenijih portala, koji su sadržajno orijentisani prema informativnom novinarstvu kao naslednici i pandani svojih štampanih izdanja, imam u vidu statističke podatke koje sam navela, prema kojima su žene u dominantnim temama zastupljene u samo 14% vesti, a na onlajn-portalima akterke su u 20% vesti (Milivojević, Ninković & Matović, 2015). U odnosu na te podatke, kao i svoje iskustvo čitateljke i autorke medijskih tekstova, nazivam ove portale „muškim“, ne dakle, prema njihovoj orijentaciji ka ciljnoj grupi, već prema sadržini i diskursu u kojem su žene gotovo nevidljive ili imaju uloge koje ih vezuju za privatni prostor. Njihova publika nisu samo muškarci što je očito iz statistike informacionog društva koja pokazuje da gotovo da nema rodnog jaza u upotrebi interneta. Sa druge strane, na osnovu rang lista najposećenijih sajtova, proizilazi da žene mnogo više posećuju informativne nego „ženske“ sajtove. Publiku informativnih portala čine i žene i muškarci, i to u proseku većina srednjeg obrazovanja iz urbanih područja, pri čemu se većina visoko obrazovanih u ukupnoj populaciji informiše upravo putem tih portala. Tematska rodna diferenciranost prema kojoj se „ozbiljan“ i „važan“ medijski diskurs vezuje za muškarce nije karakteristična samo za srpske informativne medije i portale, kao što je to pokazao Globalni monitoring medija, pri čemu su zaključci analitičara i analitičarki na ovom projektu da su tradicionalne medijske prakse rodne stereotipizacije samo prenete u digitalno okruženje.

Posećenost portala na kojima su objavljeni tekstovi koje ekserptujem u skladu sa izdvojenim temama koje sam istakla u društvenom kontekstu – izbor premijerke i populaciona politika, smatram njihovim uticajnim potencijalom u pogledu usvajanja rodne ideologije od strane publike. Razmatram i mogućnost otpora prepoznat u popularnoj kulturi, kao i kritičkog primanja sadržaja u okviru interakcijskih integracijskih i participativnih mehanizama digitalnih medija (Holmes, 2005), ali mi je fokus na snazi dijalektike diskursa, budući da se u svetlu teorija koje prepoznaju moć medija, ali i moć publike, slažem sa tezom Dženi Kicinger (Jenny Kitzinger) da se određene poruke „naročito efikasno prenose, zahvaljujući ponavljanju ključnih fraza i tema, koherentnosti narativa, korišćenju metafora ili pojedinačnih prizora“: „Priznavanje da publika može da bude „aktivna“ ne znači da su mediji neuspešni u svojim nastojanjima. Prepoznavanje uloge interpretacije ne poništava koncept uticaja“ (Kicinger, 2005, str. 427).

U okviru kritičke analize diskursa koja za ideologijama traga u dubinskim slojevima diskursa, kao i za „odsustvom“ iz teksta „stvari koje bi mogle biti tu, ali nisu“ (Fairclough, 1995, str. 106), primenjujem interpretativni i eksplanatorski pristup na uzorcima sa medijskih „vrhova“ – budući da je koncept informativnih medija, i u štampanom i u onlajn-novinarstvu, zasnovan na jedinstvenom obrascu prema kojem se na dominantnim pozicijama objavljuju informativno-političke i ekonomske vesti (u kojima su glavni akteri najčešće muškarci), a u bočnim i donjim poljima su vesti iz oblasti zabave, sporta, mode, ishrane, zdravlja i crne hronike. Pri tome su i strukture pojedinačnih vesti organizovane „tako da se najvažnije ili relevantne informacije stavljaju na najistaknutije mesto, kako u tekstu u celini, tako i u rečenicama“ (van Dijk, 1988, str. 43). Prema tome, analiziram vesti od naslova prema dnu, posvećene „udarnim“ informativno-političkim temama od nacionalnog značaja, u kojima tradicionalno dominiraju muškarci, s tim što me zanima šta se dešava kada se u tako diskursnom utvrđenju „silom“ društvenih okolnosti nađu žene.

5.1. Borbe u diskursu: Kako je premijer postao/la premijerka

Demografski presek koji sam sumirala na osnovu zvanične statistike (Republički zavod za statistiku, 2017a; Prilog 3), pokazuje da u realnosti žene čine većinu stanovništva i većinu visokoobrazovanog stanovništva. Prema tome, postaviti pitanje zašto žena ne bila na visokoj poziciji u vlasti faktički je zdravorazumsko, ali se u javnom diskursu nasuprot tome, postavlja pitanje koje implicira da se ne podrazumeva da je to moguće i da je potrebno preispitati takvu mogućnost. Drugim rečima, ideološka mapa se otkriva ne kao „odraz objektivne, eksterne realnosti“ (Freedon, 2003), već kao konstruisana i podrazumevana „pozadinska pretpostavka“ u kojoj je ideološko polazište nevidljivo (Fairclough, 1989), odnosno kao „empirijski red“ u kojem je moć nevidljiva (Fuko, 1971).

Upotreba gramatičkog muškog roda u srpskom jeziku kao generičkog, opšteg ili univerzalnog, u skladu je sa jezičkom standardizacijom koja ne uzima u obzir društvene aspekte upotrebe jezika. Ovakva specifična jezička ideologija, u epistemološkom smislu, prema kojoj su „struktura jezika i jezička ekonomija ključni elementi u odlučivanju o tome kako jezik treba koristiti“, tumači se kao „konstrukt patrijarhalnog kulturnog modela koji zanemaruje rodnu neravnopravnost u srpskom društvu“ (Filipović, 2018, str. 196). U tom svetlu u okviru kritičke analize diskursa, na intertekstualnom nivou, analiziram upotrebu imenica: naslednik (premijera), premijer, mandatar (Vlade), kandidat (za mandataru, odnosno premijera) i predsednik (Vlade), u najposećenijim srpskim onlajn-medijima koji su istovremeno i najposećeniji srpski sajtovi – Blic.rs i Kurir.rs, u periodu kada nosilac navedenih funkcija – mandatarske i premijerske – treba da bude žena i kada ona tu funkciju i dobija.

U kolebanju medijskog diskursa neposredno pre stupanja na poziciju predsednice Vlade, uočavam borbe u diskursu (Fairclough, 1989) u oba analizirana medija, kao rezultat ideoloških postavki moći koje nisu produkt demografske niti jezičke realnosti, već društveni konstrukt čije je poreklo u okamenjenim i perpetuiranim kulturnim i kognitivnim modelima rodne dihotomije u kojoj ženi pripada subordinirana pozicija i privatni prostor. Kako je uočila i Wodak (2007), „tekstovi su često mesta borbe, jer pokazuju tragove različitih diskursa i ideologija koje se suprotstavljaju i bore za prevlast“. Nedoslednost u upotrebi gramatičkog roda koju pratim hronološki prema datumu objavljivanja vesti, u korelaciji je sa problematizacijama izbora mandatarke koje se očitavaju u tematskoj analizi vesti. Osim analize teksta uvodim i multimodalnu analizu koja uključuje analizu pratećih fotografija kao delova celine medijskog diskursa, odnosno analizu interakcije između vizuelnog i verbalnog i multimodalnog delovanja publike (van Leeuwen, 2005).

5.1.1. Blic.rs: Strategija „pozajmljivanja“ moći

Na portalu Blic.rs tokom medijskih priprema za smene na vrhu moći, uoči predsedničkih izbora, kada je bilo izvesno da će aktuelni premijer postati predsednik te da će ga samim tim neko zameniti na premijerskoj poziciji, pretpostavke o tome ko će zauzeti tu poziciju, iako su uključivale i žene, tada aktuelne ministarke, u diskursu je upotrebljavan isključivo muški gramatički rod. U tekstu pod naslovom:

„TRAŽI SE VUČIĆEV NASLEDNIK Evo kakva ličnost treba da bude novi premijer“,

– navodi se da će Vučić (Aleksandar, tadašnji premijer, budući predsednik koji treba da izabere mandataru ili mandatarku nove Vlade), „nesumnjivo odlučivati o svom *nasledniku*“, da „njegovo odlaganje odluke o *budućem premijeru*“ nije sprečilo medije da spekuliraju o tom pitanju, i sprovodi se anketa na temu kakve će osobine imati „*novi premijer*“ (Latković, 4. 3. 2017, kurzivi moji). Autorka vesti najavljuje: „Pitali smo to i *kandidate* koje mediji vide na toj poziciji“, pri čemu su „medijski kandidati“ koji odgovaraju na novinarsko pitanje, *dve žene* – tadašnja ministarka za državnu upravu i lokalnu samoupravu Ana Brnabić i potpredsednica Vlade Zorana Mihajlović, dok su ostali kandidati samo nabrojani, odnosno ne nalaze se u najavljenoj anketi: „Uz njih dve, kao *kandidati* za premijera pominju se još Ivica Dačić, kome se daju najveće šanse da zauzme Vučićevu fotelju, ministar policije Nebojša Stefanović, bivši ministar Nikola Selaković, kao i Dušan Vujović, ministar finansija“ (Latković, 4. 3. 2017, kurzivi moji).

Postavljeno je pet fotografija, od kojih su prve dve grupne na kojima su članovi aktuelne Vlade, gotovo svi muškarci sa zabrinutim izrazima lica i telima koje deluju opterećeno, treća i četvrta su portreti ispitanica, a na petoj su aktuelni premijer, budući predsednik države Vučić i potpredsednik Vlade Dačić, „favorit“ za novog premijera (Prilog 9⁴¹). Ovde je u odnosu na glavne akterke teksta narušen opšti princip vesti prema kojem se najrelevantnije informacije postavljaju „od vrha do dna“ (van Dijk, 1988), tačnije, instalaciona struktura ove vesti koju čine tekst i fotografije je takva da implicira moć aktuelne Vlade, u kojoj su većina muškarci i na čijem čelu je muškarac, u odlučivanju o tome ko će biti sledeći premijer ili premijerka, dok su faktičke akterke teksta koje daju odgovor na pitanje iz naslova, koje, dakle, čine ovu konkretnu vest – dve ministarke, kandidatkinje i sagovornice, „potisnute“ ka dnu teksta.

Dakle, žene su u sadržajnom fokusu ove vesti – jedina dva pitana „kandidata“ su zapravo kandidatkinje (one jedine „govore“ u tekstu, osim jednog stručnjaka na samom kraju teksta koji daje kraću političku analizu), ali su njihove fotografije „spuštene“ u vesti, i dosledno u celom tekstu sve imenice koje se dovode u vezi sa premijerskom funkcijom – „premijer“, „naslednik“, „kandidat“, „predsednik“ (Vlade), upotrebljavaju u muškom rodu. Selekciju sagovornica ne mogu sa sigurnošću da tumačim – može se objasniti tehničkom činjenicom da su jedino njih dve bile dostupne novinarki, da su favoritkinje novinarke ili uredništva, odnosno da medij ima saznanja da su njih dve favoritkinje, ili intencijom „očučavanja“, namernim izdvajanjem žena kao neobičnim kandidatkinjama za izbor za poziciju o kojoj je reč. Svakako nisu navedene prema najvećim šansama ili hijerarhijski prema aktuelnim pozicijama, jer, kako se navodi u vesti, Ivica Dačić je „favorit“, a ministarka Brnabić je na nižoj poziciji u hijerarhiji vlasti od potpredsednice Mihajlović, a prva je navedena u vesti.

Očito je da se na gramatičkom planu ne može razumeti dosledna upotreba gramatičkog muškog roda drugačije nego ideološkim razlozima. Ispitanice prihvataju takav diskurs, ali upotrebljavaju i rodno neutralnu imenicu „osoba“:

- ministarka Brnabić kaže da bi „*novi predsednik Vlade*“ trebalo da bude „energična, stručna i kompetentna osoba“,
- a potpredsednica Mihajlović smatra da „budući premijer treba da bude osoba koja uz strast, energiju i volju želi da nastavi ceo put koji je Vlada započela“, koristeći pri tome zamenicu muškog roda – „*On* će morati da se brine o političkoj stabilnosti zemlje i da budžet bude pun“ (Latković, 4. 3. 2017, kurzivi moji).

Javni i medijski diskurs u koheziji podržavaju jezičku ideologiju koja ima za cilj podršku rodnoj patrijarhalnoj ideologiji.

Sa izborom novog predsednika Srbije, nastavljaju se spekulacije o tome ko će biti novi premijer (ili premijerka?). U tekstu čiji naslov glasi:

⁴¹ Prilozi sa ekserptima vesti nalaze se na kraju ovog rada.

„Vučić je PREDSEDNIK ali na ovo pitanje još NIKO NE ZNA ODGOVOR“ (D, 3. 4. 2017),

– takođe je dosledna upotreba muškog oblika za imenice „premijer“, „naslednik“, iako se pominju i kandidatkinje – Ana Brnabić i Zorana Mihajlović, dok se načelna mogućnost dolaska žene na tu poziciju još uvek ne komentariše (D, 3. 4. 2017).

Dva dana kasnije, portal Blic objavljuje vest:

„PREMIJER NEĆE BITI IZ SNS Ko je u igri za novog predsednika Vlade?“

– prema kojoj su „najizgledniji *funkcioneri* za mesto premijera“ – „*lider* SPS Ivica Dačić i *ministarka* za lokalnu samoupravu i državnu upravu Ana Brnabić“, sa fotografijom na kojoj su njih dvoje, na udarnom mestu, na početku vesti, odmah do naslova (Jevtić, 5. 4. 2017, kurzivi moj; Prilog 10). Oni su suprotstavljeni kao politička ličnost – lider stranke i kao nestranačka ličnost, odnosno „ekspert“, uz jedan od zaključaka da „budući *premijer* može biti bilo koji *ministar* u Vladi“ (Jevtić, 5. 4. 2017, kurzivi moji). U diskursu su, dakle žena – „ministarka“ i muškarac – „lider“, reprezentovani oblicima gramatičkog muškog roda kao generičkog – „*funkcioneri*“, „*premijer*“, „*bilo koji ministar*“, koji u koherentnom pregledu izdvojene stranice ignorišu oblik „*ministarka*“ i fotografiju na kojoj je žena.

Upotreba rodno osetljivog jezika prema smernicama iz *Kodeksa neseksističke upotrebe jezika* iz 2004. godine (Savić, 2015) ili *Vodiča za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji* (Filipović, Kuzmanović Jovanović, 2012), u navedenom primeru bi u potpunosti „priznala“ prisustvo žene u datom diskursu, i to na sledeći način: umesto „najizgledniji *funkcioneri*“ logično bi bilo, kao odraz realnosti potvrđene i fotografijom, upotrebiti sintagmu „najizgledniji *funkcioner* i *funkcionerka*“, koja bi imala i gramatičko „opravdanje“, kongruenciju sa narednim iskazom u rečenici u kojem su navedeni imenica muškog i imenica ženskog roda sa kojom članovi prethodne sintagme koreliraju – „*lider*“ i „*ministarka*“. Isto tako, budući da je nestranačka ličnost, odnosno ekspert, zapravo žena, „zdravorazumski“ bi bilo upotrebiti ženski oblik – ekspertkinja. Na kraju, kako novinar ili novinarka ostavljaju mogućnost da bilo koji član ili članica Vlade zauzme premijersku funkciju, u odnosu na rodno mešoviti sastav vlade umesto „*bilo koji ministar* u Vladi“ tačan iskaz bi bio „*ministar* ili *ministarka*“, ili kako je takođe predloženo u pomenutom *Kodeksu neseksističke upotrebe jezika*, kompromisni termin „*ministar/ka*“, radi ekonomičnosti koja je jedan od glavnih argumenata strukturnih normativista za upotrebu oblika muškog roda kao univerzalnog.

Nijedna od ekserptovanih vesti nema komentare čitalaca ili čitateljki na portalu, dok broj „lajkova“ („sviđanja“ – izbora dugmeta „like“ koji je postavljen između naslova i naslovne fotografije) varira: od 718 za vest koju „otvara“ portret predsednika Vučića (Latković, 4. 3. 2017), preko 44 komentara gde je u čelu vesti grupna fotografija Vlade (D, 3. 4. 2017), do svega 19 komentara vesti u kojoj su glavni akterka i akter Ana Brnabić i Ivica Dačić, čija je zajednička fotografija postavljena uz naslov (Jevtić, 5. 4. 2017)⁴². Publika se na vestima portala Blic.rs, dakle, ne uključuje u diskusiju o tome ko bi mogao biti budući premijer ili premijerka Vlade Srbije, kao ni u diskusiji o tome da li je Srbija spremna za premijerku, u vesti koju ću sledeću analizirati, gde pored toga što nema nijednog komentara ukupan broj „lajkova“ iznosi 17.

Kulminaciju borbe za moć u diskursu (Fairclough, 1989, Brigs & Kobli, 2005, Wodak, 2007) u pretpremijerskoj hronologiji „istorijskog“ izbora mandatarke, uočavam u tekstu na portalu Blic.rs koji ima eksplicitno istraživački karakter –

„ISTRAŽUJEMO Da li je Srbija spremna za PREMIJERKU?“ (Luković, 4. 6. 2017).

⁴² Ne koristim prošlo vreme, jer se komentari i „lajkovi“ mogu u digitalnom okruženju dodati uvek, osim ukoliko ih administrator sajta ne zabrani ili ukine tu opciju; konstatacije o interakciji publike - da komentara nema i navedeni brojevi „lajkova“, odnose se do dana kada sam poslednji put pristupila vestima - 4. 2. 2020.

U hronološkom nizu vesti na ovom portalu koje spekuliraju o tome da je moguće da Ana Brnabić bude izabrana za premijersku funkciju, sada je prvi put upotrebljena imenica u ženskom rodu koja se odnosi na tu funkciju, pri čemu je grafički istaknuta velikim slovima. Time je s jedne strane naglašena potencijalna rodna dimenzija najviše funkcije izvršne vlasti, a sa druge, ovakva markiranost ne samo da implicira „očudavanje“ već implicitno poziva i na inverzno pitanje:

Da li je premijerka spremna za Srbiju?

odnosno:

Da li je jedna žena spremna da bude premijerka Srbije?

Svakako nenamerno i dve istaknute reči velikim slovima u vidnom polju i podsvesti spajaju se u sintagmu „ISTRAŽUJEMO...PREMIJERKU“. Ova intencija prisutna je i izborom fotografije Ane Brnabić koja je u senci – u „kontra“ svetlu, svetlu čiji je izvor iza figure, koje je usmereno na objektiv fotoaparata, dok je po standardima novinske fotografije, kao i televizijske produkcije, suprotno, objekat je uvek osvetljen kako bi bio jasno vidljiv (Prilog 11). Ona je sklopljenih ruku kao u molitvi, simbolizujući nemoć i brigu, ali i usamljenost, dok njena pozicija za stolom bočno od čela stola gde je prazna stolica i centar moći, sugerise na iščekivanje odluke „sa vrha“ (Prilog 11).

Autorka vesti (Danijela Luković) već se u lidu vraća na diskurs koji čuva tradiciju muške dominacije na visokoj poziciji u vlasti, dodajući epitet „žena“ imenici muškog roda „premijer“ i smeštajući društvenopolitički događaj dolaska žene na tu poziciju u širi geopolitički kontekst, kao poznat, ali ekcesan: „Velika Britanija, Škotska, Ukrajina, Indija, Nemačka, Hrvatska... Da li je Srbija spremna da se nađe u ovom društvu i dobije prvu ženu premijera?“ (Luković, 4. 6. 2017). Postoji, dakle, „društvo zemalja“, koje je spremno za takvu jednu neobičnu avanturu, i pitanje je da li Srbija pripada takvom „društvu“. Do kraja teksta novinarka se koleba u upotrebi gramatičkog roda imenica koje označavaju funkcije i zanimanja žena: Milka Planinc je „žena premijer“, Tereza Mej je „premijerka“, Margaret Tačer je „političarka“, Angela Merker je „kancelarka“ ali je prethodno bila „hemičar“, Sirimavo Ratvate Dijar Bandaranaike, prva premijerka na svetu, koja je u tri mandata bila na čelu Vlade Cejlona, u tekstu je nazvana „žena premijer“ i „premijer“, a njena ćerka bila je „predsednik“ Šri Lanke, dok je „PREMIJERKA“ iz naslova, u tekstu „žena premijer“, „premijer“, „žena kormilar“ ili „kandidat“, i po cenu gramatičke nelogičnosti: „Ministarka državne uprave Ana Brnabić figurira kao jedan od najozbiljnijih kandidata (Luković, 4. 6. 2017, kurzivi moji).

Problematizacija koja je u naslovu postavljena sa fokusom na društvo – „Da li je Srbija spremna...“, za koji sam već ukazala da poziva na inverziju, u tekstu preusmerava na tradicionalne rodne uloge i upotrebom metonimijske reči „suknja“ za ženu, iako ima tome više od pola veka kako suknje nisu više obavezni deo ženske garderobe:

„Svi sagovornici „Blica“ su saglasni – nije bitno da li će novi premijer nositi suknju, već da li ima autoritet, kapacitet i harizmu da uspešno vodi Vladu“ (Luković, 4. 6. 2017, kurziv moj).

Slika u kojoj žene nose suknje a muškarci pantalone je stereotip u službi „dvojne diferencijacije unutar heteroseksualne matrice“ (Batler, 2001), koja u realnoj svakodnevici samo sporadično funkcioniše, ne predstavlja, dakle, pravilo ni u zvaničnom kodeksu odevanja – u zgradama administracije, obrazovanja i sl., dok sa druge strane u alternativnim životnim stilovima muškarci prihvataju suknju kao način odevanja preuzet iz rodovsko-plemenskog društva. Ipak, stereotip se koristi za isticanje rodne diferencijacije na isti način na koji je u datom primeru upotrebljena opaska da „živimo u zemlji u kojoj i dalje *dobar deo stanovništva smatra da je ženi mesto za šporetom*“ (Luković, 4. 6. 2017, kurziv moj), dakle, kao podsetnik na dominantnu rodnu patrijarhalnu ideologiju.

U prethodno navedenoj rečenici ekserptovane vesti, upotreba gramatičkog roda imenice „sagovornici“ je gotovo precizna, budući da je od šestoro ispitanih samo jedna žena – glumica Gorica Popović, pri tome javna ličnost koja se ne bavi ni politikom, niti društvenim temama, a svakako ne

rodnim politikama i rodnom ravnopravnošću, što bi u odnosu na temu istraživanja trebalo da budu oblasti iz kojih će eksperti i ekspertkinje dati svoj sud. Ali, kako sam i pretpostavila u intertekstualnom osvrtu na prethodno objavljene tekstove i u analizi multimodalne dimenzije teksta (grafičkog prikaza reči „premijerka“ u naslovu i fotografije), pitanje – „Da li je Srbija spremna za premijerku?“, zapravo ne znači samo – „Da li je Srbija rodno ravnopravna zemlja?“, što bi se moglo očekivati. Odnosno, implicitno očekivanje u ideološkoj sferi znanja (Eko, 1973), upravo je suprotno – problematizuje se žena, a ne društvo.

Ideja da žena bude na čelu Vlade je *a priori* predstavljena kao zabranjena: „Cejlone je još 1960. srušio ovaj tabu, a da li može i brdovita zemlja na Balkanu pola veka kasnije?“ (Luković, 4. 6. 2017), bez uporišta u realnosti, jer, kako sam navela, žene su većina i u ukupnoj i u obrazovanoj populaciji, nalaze se na ministarskim pozicijama, u Skupštini čine trećinu itd. Rodna dihotomija u medijskom diskursu sa ideološkim, nejednakim pozicijama moći je dakle, podrazumevana, ali ne i obrazložena. Sagovornici u tekstu takođe prate ovu dihotomiju, u odnosu na nju daju mišljenje, a ne u odnosu na realnost i na potrebu za otklanjanjem nepravednih i neosnovanih društvenih nejednakosti, pri čemu ističu rodnu irelevantnost sa akcentom na sposobnosti budućeg premijera, iako je jasno takav diskurs ne bi bio korišćen da je muškarac u pitanju:

- Profesor na Fakultetu političkih nauka i politički analitičar Zoran Stojiljković kaže „da je u autoritarnoj sredini, poput Srbije, to veliko pitanje, ali i da treba donositi teške odluke“, da je, dakle, u pitanju „teška“ odluka, da je potrebno da „hrabro kročimo u tu vrstu neselektivnosti“, odnosno da je pitanje „da li taj neko ima autoritet da vodi državu, a ne da podsećamo na rodne karakteristike i seksualna opredeljenja“ (Luković, 4. 6. 2017).

Prema tome, nije neophodno da „taj neko“ bude i „ta neka“, već da ima kapacitete za poziciju na kojoj su, podsećam, do sada bili samo muškarci.

- Sociolog Vladimir Vuletić odgovara: „Ne mislim da smo konzervativno društvo, ima jedan deo zatucanih, ali mislim da čak i oni ne bi imali nikakav problem da *dama* bude premijer“ (Luković, 4. 6. 2017, kurziv moj).

Zbog konotacije reči „dama“, koja pripada konzervativnom diskursu, Savić (2015) na primer, predlaže da se ona koristi samo u paru sa „gospodin“, upravo da bi se izbegla jezička markiranost ženskog roda kao drugačijeg oblika koji odstupa od norme.

- Kulturolog Ratko Božović naglašava da nismo postigli „potpunu emancipaciju u domenu rodne ravnopravnosti“, i iako koristi gramatički muški rod aludirajući na konkretnu ženu – „bitno je da *taj neko* ko se spominje ima kvalitet i moć“, on jedini od sagovornika u ovom tekstu uočava i stvarni društveni potencijal za jačanje rodne ravnopravnosti u slučaju dolaska žene, doduše „dame“, na premijersku poziciju: „Ova odluka bi možda bila i *atak na rigidno muško društvo* i u tom smislu bi bilo dobro da *sposobna dama* preuzme Nemanjinu 11“ (Luković, 4. 6. 2017, kurzivi moji).
- Bojan Klačar iz Centra za slobodne izbore i demokratiju daje političko tumačenje iza kojeg je i potvrda apsolutnog muškog autoriteta u domenu moći: „Jeste da dve trećine birača dele konzervativne vrednosti i da ne gledaju na identičan način na muškarce i na žene, ali mislim da je Vučić lider koji može da obrazloži takvu eventualnu odluku i iskomunicira na pravi način sa biračima“ (Luković, 4. 6. 2017).

U van Liuwenovoj socijalnoj semiotici upravo je pravilo ličnog autoriteta, „koje ostvaruju ljudi koji su u poziciji moći i ne vide potrebu za opravdanjem svojih postupaka“ (van Leeuwen, 2005) prvo za kojim analitičar traga u diskursnoj analizi.

- Pisac Dušan Kovačević smatra da jesmo spremni za premijerku, „potrebno je imati samo ženu koja može da radi taj posao“, i kao i većina sagovornika u ovom tekstu, smatra da „nije bitno da li je ta osoba ženskog pola, već da li je sposobna da bude na toj funkciji“ (Luković, 4. 6. 2017).

- I glumica Gorica Popović kaže – „Što da ne“, ali da ne zna „koja bi to žena bila“, i dodaje: „Što se mene tiče, jedino Anu Brnabić vidim kao *kandidata*, mislim da ona dobro radi svoj posao, a sve ostalo je *njena lična stvar*“ (Luković, 4. 6. 2017, kurzivi moji), aludirajući verovatno na seksualno opredeljenje ministarke.
- Pesnik Matija Bećković lapidarno odgovara: „Ne znam ništa na šta Srbija nije spremna“ (Luković, 4. 6. 2017).

Ako povežem ovu izjavu sa drugom analiziranom izjavom akademika Bećkovića (prema Stojković, 6. 1. 2015) u ovom radu, rekla bih da ako je SANU spremna da primi „genijalne“ žene i hermafrodite u svoje redove i Srbija će učiniti ustupak jednoj ženi da joj vodi Vladu, pogotovo što je kao zemlja uvek spremna na svakojake ludosti.

Da je konačno doneta „teška“ odluka kazuje nam vest objavljena 15. juna u 18 časova na portalu Blic.rs:

„Ana Brnabić mandatar za sastav nove Vlade Srbije“

– gde je u naslovu pored ženskog imena upotrebljena imenica muškog roda, dok je suprotno svim standardima novinarstva, ispod naslova u kojem je ime jedne osobe u rečenici (izostavljen predikat) koja u celosti upućuje samo na nju kao subjekta te vesti, fotografija druge osobe – predsednika Aleksandra Vučića koji je donosilac odluke što saznajemo iz lida ispod fotografije koji glasi „Mandatar za sastav nove Vlade Srbije je Ana Brnabić, saopštio je danas predsednik Srbije Aleksandar Vučić“ (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017). Lice donosioca odluke na fotografiji je gotovo komično, zatvorenih očiju, opet suprotno standardu novinske fotografije, budući da se fotografije na kojima ljudi žmure ili prave grimase odbacuju kao tehnički neispravne, odiše teškim uzdahom pod naslovom koji kaže da će žena vladati (Prilog 12).

Ovde treba imati u vidu da je ovakav multimodalan diskurs konstruisan i sa ciljem da se reprezentuje problem koji bi predsednik mogao da ima u svojoj stranci ili u drugim strankama koji su ga podržali na prethodno održanim izborima, čime se tumači i dugotrajno donošenje odluke o mandataru, budući da je mandatarica u tom periodu nestranačka ličnost. Međutim, rodnu dimenziju uočavam i u koheziji sa doslednom, ideološkom upotrebom gramatičkog muškog roda za imenice koje se direktno odnose na ženu u ovom analiziranom tekstu, kao i u narativnom nizu čiji su delovi i vesti koje sam prethodno analizirala kao diskurzivne susrete koji se pretvaraju „u veće narative i deljeno kulturno razumevanje“ (Hodges 2015).

Muški gramatički oblici „mandatar“ i „premijer“, zajedno sa muškim zamenicama dosledno se u tekstu upotrebljavaju za ženu, čak i u rečenici u kojoj se imenica za drugu visoku političku funkciju čiji je nosilac takođe žena upotrebljava u ženskom rodu:

„*Mandatar* u narednim danima treba da saopšti ko su članovi *njegovog* kabineta, a *predsednica parlamenta* treba da sazove sednicu na kojoj će biti izabrana nova vlada, a *novi premijer* treba da podnese ekspozice u kome će izneti ciljeve i program vlade“ (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017, kurzivi moji).

Prema Ustavu, predsednica parlamenta je druga po hijerarhiji ispod predsednika države i menja ga u svim državnim pitanjima uključujući i komandovanje vojskom, u slučaju njegove sprečenosti, ostavke, opoziva i sl. Diskurs je, dakle, prihvatio da je žena na čelu parlamenta, budući da ona to *de facto* jeste, ali ne i na čelu Vlade iako je izbor premijerke saopštenjem predsednika postao izvestan, odnosno označava da su završene konsultacije sa parlamentarnim strankama i da je obezbeđena parlamentarna većina koja će je formalno izabrati. Srbija možda jeste spremna za premijerku, ali srpski jezik u medijskom i javnom diskursu i dalje se opire i drži tradicije.

Istog dana na ovom portalu u prepodnevni časovima objavljena je i biografija Ane Brnabić, koja je ažurirana neposredno nakon predsednikove zvanične potvrde da će ona biti mandatarica, u 18.57:

„PRVA ŽENA PREMIJER U SRBIJI Biografija Ane Brnabić, od deljenja flajera do mandatar“

– i koja za razliku od prethodno analizirane vesti koja je imala jedan „lajk“, nema nijedan „lajk“ (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017a; Prilog 13), a ni jedna ni druga nisu komentarisane. I u ovom tekstu dosledna je upotreba muških oblika „premijer“ i mandatar“, dok je kod drugih funkcija i zanimanja prisutno kolebanje koje se delom može dovesti u vezu sa rezultatima novosadskih psiholingvističkih istraživanja o korelaciji između upotrebe ženskog oblika funkcija i zanimanja i nižeg stupnja u hijerarhiji društvenog prestiža (Savić 1981). Međutim, uočila sam i mogućnost jedne druge strategije koja se tiče upotrebe datih odrednica u prošlom vremenu – Brnabić *je bila* „menadžerka“, „specijalista“, „službenik“, „direktor“, „članica“, „predsednik“ (upravnog odbora) (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017a, kurziv moj). Upotrebljen je čak i muški oblik „ministar“ za konkretnu ženu koja obavlja tu funkciju, u rečenici „U avgustu 2016. *postala je ministar* državne uprave i lokalne samouprave“ (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017a, kurziv moj), iako je do tada uobičajena diskursna praksa u medijima upotreba ženskog oblika „ministarka“ za žene koje obavljaju ministarsku funkciju, kao što su to pokazali i prethodni primeri navedeni u ovom radu.

Gramatičko odstupanje u primeru može se tumačiti u kontekstu činjenice da Brnabić sigurno neće više vršiti tu funkciju, budući da se Vlada raspušta, te da je ona predložena za mandataru. U odnosu na kontekst dolazim do zaključka da „ministar“ u ovom primeru ostaje univerzalni oblik, te da oblik „ministarka“ žene „pozajmljuju“ samo dok su na toj poziciji. U takvoj interpretaciji navedeni primer bi predstavljao još jednu prikrivenu strategiju isključivanja sa pozicija moći, sa ciljem da neku drugu ženu „zadrže tamo gde joj je mesto“ (Pingree, S. et al, 1976). Takva strategija dopušta samo privremeno zauzimanje žena tih pozicija, ali ne i novu, stalnu mogućnost da ženama ta pozicija po prirodi stvari pripada. Brnabić *je bila ministar*, sada *je žena premijer* u najavi, i da anticipiram, *biće* prihvaćena u medijskom diskursu, nakon određenog vremena obavljanja te funkcije, kao *premijerka*. Analitičari u perspektivi u kojoj Brnabić ili neka druga žena ne bude više na premijerskoj poziciji u Srbiji, moći će da provere da li diskurs dozvoljava i upotrebu oblika „premijerka“ ili „mandatarka“ u spekulacijama i najavama izbora sledeće ličnosti za tu poziciju, kao i koliko često će Ana Brnabić biti nazvana „bivšom premijerkom“ a koliko često će u navođenju njene biografije stajati da „je bila premijer“.

Naredni tekstovi na portalu Blic.rs koje analiziram konstruišu diskurs političke neizvesnosti oko izbora nove premijerke, istovremeno reprezentujući neodlučnost u diskursnoj praksi oko izbora gramatičkog oblika za imenicu koja označava funkciju koju će, u realnosti nema neizvesnosti po tom pitanju, obavljati žena. U tekstu novinarke Lane Gedošević:

„Evo koliko Ana Brnabić u OVOM TRENUTKU ima sigurnih glasova u parlamentu“

– zvanična mandatarska funkcija ženi je diskursno priznata, ali buduća premijerka još uvek je u gramatičkom, „univerzalnom“, muškom obliku: „*mandatarka* za sastav nove Vlade Ana Brnabić trenutno nema većinu u Skupštini Srbije kako bi bila izabrana za *premijera*“, a predsednik je „predložio Brnabić za *predsednika* Vlade“ (Gedošević, 18. 6. 2017, kurzivi moji).

Već narednog dana političke nedoumice su razrešene u vesti agencije Tanjug i Nataše Latković:

„SNS podržao izbor Ane Brnabić za premijera, sledi PREBROJAVANJE, Vučić: Nije bilo lako (VIDEO)“

– ali je u diskursu i dalje reč o „premijeru“, pa čak i ponovo o „mandataru“, uz glagole i zamenice u ženskom gramatičkom rodu, pri čemu takav diskurs prenosi žena, potpredsednica stranke, Marija Obradović: „SNS je snažno podržala odluku predsednika Srbije i lidera naprednjaka Aleksandra Vučića da Ana Brnabić bude *izabrana za premijera*“, objašnjavajući da je takva podrška proizašla iz

odnosa prema predsedniku: „Mnogi, rekla je, nisu bili oduševljeni predlogom za *mandataru*, ali su odlučili da joj poklone poverenje zbog Vučića“ (Tanjug & Latković, 19. 6. 2017, kurzivi moji).

U narednoj vesti:

„TRI SCENARIJA OKO MANDATA ANE BRNABIĆ Nova vlada, nova koalicija ili IZBORI“

– koju je takođe pisala novinarka, Brnabićka je i „mandatarka“ i „mandatar“ (Gedošević, 20. 6. 2017), što govori i o nepostojanju, nezainteresovanosti ili neodlučnosti lektora ili lektorke u redakciji.

U tekstu pod naslovom:

„JEDVA ČEKAM DA RADIM Brnabić se nada podršci Skupštine za izbor za predsednika Vlade“

– Brnabić je izjavila „da se nada da će joj Skupština Srbije dati podršku i da će imati tu čast da bude *predsednik* Vlade Srbije“, a autor ili autorka teksta podseća da ju je predsednik predložio „za *mandataru* nove vlade“ (Beta, 22. 6 2017, kurzivi moji).

Borbe u diskursu naizgled su razrešene na portalu Blic.rs, „odobrenjem sa vrha“ – formalnim stupanjem žene na određenu funkciju. U vesti koja prenosi izlaganje ekspozice buduće premijerke:

„EKSPOZE ANE BRNABIĆ: Digitalizacija, obrazovanje i ekonomski razvoj prioriteta nove vlade“

– koju sam analizirala u opisu društvenopolitičkog konteksta, u podužem izveštaju na više mesta dosledno je upotrebljen oblik „mandatarka“, dakle, u trenutku kad je ona i formalno i praktično mandatarka koja izlaže program i sastav buduće Vlade, dok su sve moguće imenice za označavanje premijerske funkcije jednostavno izbegnute (Agencije, Đorđević, 28. jun 2017). Ovde sam prema pravilu izbegavanja ponavljanja u novinarskom diskursu očekivala upotrebu sinonimskih sintagmi – *buduća premijerka, buduća predsednica Vlade* (ili *budući premijer, budući predsednik Vlade*), ali se umesto toga insistira na funkciji „mandatarka“, što mogu da tumačim kao posledicu nedoumice oko upotrebe gramatičkog roda za *premijerku koja će to tek biti* ali i uticajem administrativnog diskursa na autore ili autorku teksta, koji Anu Brnabić u tom kontekstu prepoznaje samo kao mandatarku.

U vesti objavljenoj narednog dana:

„SRBIJA DOBILA NOVU VLADU Premijerka Ana Brnabić i ministri položili zakletvu“ (Blic, Agencije, 29. 6. 2017)

– oblik „premijerka“ je osvojio naslov, lid i početak teksta koji je sadržao najnoviju informaciju, koji van Dajk naziva „glavnim događajem“ (van Dijk, 1988), da bi krećući se ka „dnu“ – „pozadini događaja“, „istoriji“, „kontekstu“ (van Dijk, 1988), navedena vest podsetila na *izvorni pojam premijera* (moj izraz):

Brnabić je „zahvalila predsedniku Srbije Aleksandru Vučiću zato što ju je nominovao za *mandataru* i ponudio joj funkciju *premijera*“, a „ranije danas, Skupština Srbije izglasala je *Anu Brnabić za novog premijera*“ (Blic, Agencije, 29. 6. 2017, moj kurziv).

Borba u diskursu za koju sam napomenula da je naizgled razrešena ovde je premeštena vertikalno u van Dajkovoj superstrukturi vesti, u dve vremenske ravni, s jedne strane –

Brnabić je bila *potencijalni premijer* na šta podsećaju donji delovi superstrukture, a sada je *formalno premijerka*, što je istaknuto u gornjim delovima – naslovu, lidu, glavnom događaju.

Sa druge strane u horizontalnom nizu, na „visokim“ pozicijama superstrukture – u naslovu i lidu, uz „premijerku“ novu vladu diskurzivno čine „ministri“, a ne ministri i ministarke kako će pokazati donji

nivo vesti koji prenosi faktički sastav Vlade u kojem su, kako sam već navela, četiri ministarke. Pri tome, u delu vesti na dnu superstrukture koje van Dajk naziva „verbalne reakcije“, „evaluacija“ i „očekivanje“ (van Dijk, 1988), anketirani su samo muškarci – predsednik Srbije i ministri Aleksandar Vulin, Nenad Popović, Zoran Đorđević i Goran Trivan, koji su navedeni kao novi ministri (Blic, Agencije, 29. 6. 2017), iako su dvojica od njih bili i u prethodnoj Vladi, odnosno, takav implicitni kriterijum izbora sagovornika nije profesionalno opravdan.

5.1.2. Kurir.rs: Strategija nasumičnosti i „sloboda“ komentarisnja

Na osnovu analize vesti čiji je fokus na izboru nove premijerke Vlade Srbije, na portalu Blic.rs uočila sam da je određeni broj tekstova preuzet od novinskih agencija Tanjug i Beta ili nastao kombinujući agencijsku vest i vest novinara i novinarki „Blica“. Medijska praksa jeste da vesti od agencija preuzimaju svi informativni mediji, i tradicionalni štampani i elektronski, i onlajn-portali⁴³. Shodno tome, i na portalu Kurir.rs kao i u novini „Kurir“, informacije koje se tiču udarnih dnevno političkih tema preuzimaju se delom od agencija i tehnički prilagođavaju određenim formatima opremanjem teksta – kreiranjem naslova, nadnaslova ili podnaslova, zamenom redosleda informacija (određivanjem težišta vesti – lida i glavnog događaja), dodavanjem fotografija ili videa na portalu, na primer, itd., a delom se dopunjuju informacijama do kojih novinari tog medija sami dolaze.

U tom smislu, Kurir.rs prati istu hronologiju procesa izbora premijerke, period odlučivanja o tome ko će biti osoba koja će predvoditi Vladu, neizvesnost u vezi sa podrškom stranačkih i koalicionih partnera, mandatarsko izlaganje, izglasavanje parlamenta i polaganje zakletve, ali se u diskursnoj praksi, u uredničkim intervencijama ili novinarskim dopunama, mogu uočiti različite strategije ispoljavanja rodne dimenzije ovih društvenopolitičkih događaja. Eksplicitnija retorika portala Kurira.rs rezultat je uredničke politike koja je otvoreno tabloidnog karaktera, te otud i potcrtavanje seksualnog opredeljenja žene koja će doći na čelo Vlade Srbije.

Ključna razlika u multimodalnoj dimenziji u odnosu na Blic.rs primetna je u prisustvu komentara na portalu Kurir.rs, koji pored autentičnih korisničkih stavova izražavaju i stranačke stavove potekle od članova i članica stranke, takozvanih „botova“ čija je onlajn-aktivnost „po dužnosti“, koji se mogu prepoznati po zvaničnom tonu, automatizmu u ponavljanju i nekritičkoj podršci stavova vladajućih struktura, kao i odsustvu ličnog lingvističkog stila. Drugim rečima, ni na ovom portalu ne mogu se bez dubinske analize razlučiti polemički tonovi koji bi doprineli produktivnoj interakciji u digitalnim medijima „u vezi sa moralnim napretkom“, odnosno prema teoriji integracije „angažovanosti na različitim nivoima komunikacije“ (Holms, 2005), ili participativnoj kulturi (Delwiche & Henderson, 2013). Ove teorije moguće je temeljnije ispitati na društvenim mrežama, između ostalog i na informativnim objavama onlajn-portala gde publika u znatno većoj meri komentariše i deli postove, odnosno objave medija. Na samim portalima potvrđuje se teorija prema kojoj su korisnici i korisnice „navodno slobodni da daju svoj doprinos“, pod uslovom da on „bude usaglašen sa dominantnim društvenim strukturama moći“ (Blank i dr, 2013), već činjenicom da administratori sajtova kontrolišu unose publike. U periodu u kojem je nastala produkcija koju analiziram, čini se da je ta sloboda znatno veća na portalu Kurir.rs, budući da na

⁴³ Agencijski mediji u svojoj produkciji fokusirani su isključivo na događaje od širokog društvenog, političkog, ekonomskog i kulturnog značaja, uključujući i sporstva dešavanja, i njihov diskurs karakteriše svedenost izraza i doslovno prenošenje informacija i izjava, koje mediji koji su pretplaćeni na njihove usluge radi uštede resursa, preuzimaju i prilagođavaju svojoj uređivačkoj politici i diskursu.

„Blicu“ gotovo i da nema komentara. U svakom slučaju, rodno osetljiv jezik može se ispitati i u komentarima „botova“ i u autentičnim stavovima korisnika i korisnica.

Na portalu Kurir.rs fokus na donosiocu odluke, a ne na subjektu glavnog događaja direktniji je nego na portalu Blic.rs. U najavama mogućnosti izbora kandidata ili kandidatkinje za premijersku funkciju, istaknuta je uloga predsednika Srbije i u drugim medijima, budući da je to diskurs vladajućih struktura, na primer, onlajn-portal lista „Danas“ prenosi izjavu Brnabić sa Radio televizije Vojvodina: „Vučić treba da ima ulogu mentora nad premijerom u prvih nekoliko meseci“ (Danas online/RTV, 6. 6. 2017). U vesti na portalu Kurir.rs:

„Ana Brnabić: Novi premijer neće moći bez Vučića“

– buduća premijerka ukazuje da će za obavljanje premijerskog posla „biti potrebna velika podrška Aleksandra Vučića“ (R, 20. 3. 2017). U svim komentarima ove vesti kojih je 12, izražava se saglasnost sa ministarkinom porukom, pri čemu se kao i u vesti navodi muški oblik „premijer“, osim u jednom od njih koji najavljuje i mogućnost da to bude premijerka:

- „Nadam se da će novi premijer ili premijerka, biti postena i vredna osoba i da će znati kako da nastavi uspešne reforme naše države“ (Kole, 24-03-2017 16:18h)⁴⁴.

Sledeći tekst, pod naslovom –

„ANA BRNABIĆ: Nisam pričala s Vučićem o mestu premijera“

– otvara pitanje izbora Brnabić, na koje ona odgovara da nije razgovarala sa predsednikom o tome, ali dodaje:

„Moguće da sam ja u ovom trenutku u igri kao jedno od imena, ali žene su ovoj vladi pokazale koliko su spremne da vode svoje resore i vladu“ (Kurir, Beta, RTS, 1. 6. 2017; Prilog 14).

U izdvojenom iskazu sadržana je ideološka pozadina koja u tekstu nije eksplicitno prikazana, odnosno sama vest ne bavi se rodnim identitetom kandidata ili kandidatkinje. Motivacija za „opravdanje“ govornice eventualnog izbora nije kao žene, i to rezultatima svih žena u Vladi Srbije, može se objasniti širim društvenim kontekstom u kojem je kulturni model prema kojem je problematično da žena bude na vlasti usađen duboko u transgeneracijski prenošenom znanju (Filipović, 2008), ali i načinu razmišljanja članova i članica srpskog (i ne samo srpskog) društva. Društveno kognitivni model kritičke analize diskursa van Dajka koji sam obrazložila, podrazumeva da kognicija uključuje ne samo saznanje već i „mišljenje u mentalnim modelima primalaca“ (van Dijk, 2009). Diskurzivnim ponavljanjem usvojenih obrazaca rodna ideologija se održava i perpetuiira nalazeći svoju primenu u najrazličitijim diskursno-društvenim praksama.

Veznik *ali* u iskazu direktno usmerava analitičku pažnju na diskursni procep, budući da takav korelat označava suprotnost koja nije iskazana, razotkrivajući na intertekstualnom nivou pohranjene diskursne odnose moći i nejednakosti. Ideja koja je u diskursu potisnuta mogla bi se rekonstruisati na sledeći način, kako bi bila ostvarena sintaksičko-logička koherentnost:

„Moguće da sam ja u ovom trenutku u igri kao jedno od imena, *znam da to nije normalno jer sam žena*, ali žene su ovoj vladi pokazale koliko su spremne da vode svoje resore i vladu“ (kurzivom obeležen tekst je umetnuta moja rekonstrukcija, kojeg u originalnom navodu nema).

Borba u diskursu u iskazu u kojem je izostavljen suprotan iskaz na koji poziva korelat *ali* odvija se na kognitivnom planu, gde se diskurs buni protiv nevidljivih ideoloških naslaga, uzimajući kao svoje oružje empirijski fakat – pokazanu spremnost žena da vode resore u Vladi, braneći se, dakle, protiv

⁴⁴ Komentare vesti onlajn korisnika i korisnica portala navodim u izvornom obliku, bez pravopisnih intervencija.

nevidljivog neprijatelja, na taj način priznajući njegovo prisustvo. Prema Fukou, ovaj primer bi mogao da reprezentuje „polje pamćenja“ povezano sa oblicima hijerarhije i subordinacije, koje „uređuje iskaze jednog teksta“ (Fuko, 1998).

Kako bih dodatno argumentovala svoju interpretaciju, konstruisaću drugačiji iskaz, zamenom korelata suprotnosti *ali*, uzročno-posledičnim korelatom *jer*:

„Moguće da sam ja u ovom trenutku u igri kao jedno od imena, *jer* žene su ovoj vladi pokazale koliko su spremne da vode svoje resore i vladu“ (korelat „*ali*“ iz originalnog navoda zamenila sam korelatom „*jer*“).

Navedena rekonstrukcija bi takođe reprezentovala rodnu patrijarhalnu ideologiju na intertekstualnom nivou, jer bi podrazumevala problematizaciju ideje o „premijerki“, ali bi imala svojstvo lokucionog čina – čina predstavljanja nečega što se dešava, za razliku od ilokucione prirode originalnog navoda koji je suštinski izvinjenje, odnosno pravdanje (van Leeuwen, 2005). Konstrukcija koju nudim je varijanta govornog čina u kojem je borba u diskursu razrešena u korist subordiniranih društvenih članica, dok izvorni navod izražava pokušaj borbe odbranom nemoćnih.

Implicitna „nenormalnost“ identiteta žene koja je na ministarskoj poziciji sa mogućnošću da zauzme premijersku utkana je i u multimodalnim elementima. Od ukupno pet komentara koji su ovde kritički nastrojani prema ministarki i odražavaju lične stavove korisnika (moja procena je da nisu „botovi“ i na osnovu njihovog lingvističkog stila), u dva komentara je upotrebljena odrednica premijerske funkcije, oba puta u muškom obliku, početnim velikim slovom – „Premijer“, dok jedan komentar apostrofira ministarku sa „ženo“, implicitno dovodeći u vezu njen rod i njene prethodnice sa nesposobnošću:

- „ama zeno obecala si da uvedes platne razrede i da smanjis administraciju.to sto si obecala uradi.nemoj da prodjes kao tvoja predhodna ministarka koja nista nije uradila zato je i otisla“ (nesa, 02-06-2017 21:26h).

Multimodalni element koji je koherentan ideološki zasićenom iskazu koji sam na osnovu ove vesti upravo analizirala jeste tekst „Vic dana“ o „glupoj plavuši“, u automatski generisanoj kolumni postavljenoj desno u odnosu na vest, koja se prikazuje prilikom učitavanja svake vesti, pri čemu se periodično tekst vica menja. Na dan kada sam poslednji put pristupila ovoj vesti (5. 2. 2020), vic se pojavljivao odmah do analiziranog iskaza, i sa njim tvorio vizuelno-narativnu kohezivnu mapu nekompetentne žene (Prilog 14). U principu automatizacije svojstvenom „novim medijima“, Manović (2015) je tvrdio da se iz stvaralačkog procesa može, „bar delimično, isključiti ljudska namera“.

Eksplicitnu mogućnost da ministarka Brnabić bude premijerka, Kurir.rs plasira u senzacionalističkom tonu, ističući njenu seksualnost, a ne polni identitet, naslovom „pojačanim“ upotrebom velikih slova i uzvičnikom –

„NEZABELEŽENO U ISTORIJI! Srbija dobija gej premijera“ (Đurić, Bojić, 6. 6. 2017).

Iskaz u naslovu reprezentuje tvrdnju „višeg modaliteta“, odnosno „objektivnog modaliteta“ – objektivnu istinu koja se eksplicitno izražava, što ne znači da je ona istinita u realnosti, već da je predstavljena kao takva (van Leeuwen, 2005). Niti novinari ili novinarke mogu pouzdano da tvrde da je iskaz tačan, da nijedan premijer u istoriji nije bio gej, niti dokumentuju ili argumentuju tu tvrdnju. U samom tekstu se gotovo i ne bave njome, već problematizuju stranačke i koalicione stavove i određenja prema izboru nestranačke ličnosti. Izuzetak je podsećanje na izjavu narodnog poslanika Dragana Markovića Palme koja glasi:

„budući premijer mora da bude domaćin i da ima decu“ (Đurić, Bojić, 6. 6. 2017)

– koja reprezentuje isključivanje ne samo pripadnika ili pripadnica homoseksualne zajednice na toj poziciji, već i žena, istovremeno artikulišući izvornu rodnu patrijarhalnu ideologiju koja, između ostalog, nalaže obavezno potomstvo.

Upotreba muškog oblika „premijer“ u sintagmi „gej premijer“ ima dopunsku potvrdu ideološkog porekla „univerzalne“ upotrebe gramatičkog muškog roda, budući objektivno dvostruko neutemeljena – ne samo da se odnosi na konkretnu žensku osobu, već se odnosi i na gej ženu koja u govoru i žargonu ima potpuno drugačije leksičke i diskursne konotacije od gej muškarca (u psihologiji patrijarhalnog društva termin „lezbijka“ za razliku od termina „peder“ nema toliko negativnih konotacija, a međusobni seksualni odnos žena je i poželjna slika muške fantazije što potvrđuje pored svakodnevnice komunikacije i porno industrija namenjena heteroseksualcima). Žena je navedenim leksičkim izborom nevidljiva i u okvirima diskriminisanje gej populacije.

Od ukupno 79 komentara na ovu vesti većina je načelno kritički uperena protiv celokupnog režima na vlasti, odnosno, ne komentariše samu vest ili naslov. Komentari koji jesu „u temi“:

- ili perpetuiraju stavove (uočene i u zvaničnim izjavama na portalu Blic.rs), koji relativizuju činjenicu da Srbija može da ima (gej) premijerku:
 - o „Najvažniji su rezultati, a ko će biti premijer nebitno je“ (Sneška, 07-06-2017 00:01h),
 - o „Valjda je vazno koliko je Ana strucna i sposobna. A jeste.Moj glas Ani“ (narod, 07-06-2017 9:23h),
 - o „svako ima pravo na svoje opredeljenje ako je neko sposoban sta ima veze dal je gej ili ne ko zna mozda nam i krene“ (nnnnn, 07-06-2017 09:38h);
- ili se protive tome bez obrazloženja:
 - o „Za mene ona nikada neće biti premijer i ignorisacu je maksimalno“ (danilo, 07-06-2017 08:08h);
 - o „Ne vidim nikakav razlog da ona bude premijer“ (Pravnik, 07-06-2017 11:51h),
 - o „E moja Srbijo. sta si docekala!!!!!!“ (Tanja, 07-06-2017 01:01h),
 - o „Ma vodjo sramoto dokle bre“ (carapa, 07-06-2017 00:04h)...

Izdvajam komentar u kojem uočavam vremensko ograničenje *upotrebe* funkcije na vlasti od strane bilo koje žene, kao suštinski muške uloge koja je samo u određenom periodu ženi *data*, *dozvoljena*, a koju sam uočila i u analizi vesti na portalu Blic.rs. Gramšijeva teorija dominacije, zasnovana je i na principu prema kojem centri moći vladaju i popuštanjima, tako što uzimaju u obzir interese subordiniranih grupa (Gramši, 2008). Komentar koji analiziram glasi:

- o „Pa sta ako bude *zensko premijer* nemam nista protiv neka *jednom* bude zena PREMIJER SAMO NAPRED“ (zivim u nadi, 07-06-2017 15:04h, kurzivi moji).

Ne postoji, dakle, premijerka, već samo dozvola ženi da bude *premijer*, bez argumentacije, demografskog opravdanja, zahteva za kompetencijama i sl. Jednostavno – zašto da ne bude? Neka bude baš u inat tome što to nije „zdravorazumski“, ideološki očekivano, „normalno“, dakle, iz otpora prema vladajućoj ideologiji. Ali, i opet to *ali*, neka bude *jednom*, jer, dovoljno je jednom izraziti taj otpor i potom se vratiti utvrđenom poretku stvari, ili kako to Ferklaf naziva običnim, poznatim načinima ponašanja (Fairclough, 1989). U takvoj dijalektici leži i kratak dah otpora popularne kulture koju Fisk veliča (2001), a Gauntlet (2002) pokušava da revitalizuje, po mom mišljenju neosnovano, jer, „moć je *složena* strateška situacija“ (Fuko, 2006, kurziv moj).

Novinski izveštaj od 15. juna sa konferencije za medije na kojoj je predsednik saopštio svoj izbor mandatarke, analizirala sam na portalu Blic.rs i sada je poredim sa istom veću na portalu Kurir.rs – istom u smislu informacija koje vesti prenose, ne i u smislu formalne opreme i diskurzivne proizvodnje i delovanja. Na „Blicovom“ portalu Brnabić je „mandatar“ – „Mandatar za sastav nove Vlade Srbije je Ana Brnabić, saopštio je danas predsednik Srbije Aleksandar Vučić“ (Blic & Tanjug,

15. 6. 2017), dok je na „Kurirovom“ ona u diskursu priznata kao „premijerka“, ali potom i „prevedena“ u „predsednika Vlade“:

„(FOTO) ANA BRNABIĆ PREMIJERKA SRBIJE (KURIR TV): Vučić joj poverio mandat za predsednika Vlade!“ (Kurir.rs, 15.06.2017).

Vidljivost žene na Kurirovom portalu primetna je i na naslovnoj fotografiji na kojoj je Brnabićkin portret „insertovan“ (umetnut) u Vučićev (Prilog 15), dok na Blicovom, kao što sam ukazala, odluku predsednika prati njegova fotografija koja prikazuje čoveka opterećenog problemima, koji je zatvorio oči i jedva doneo „tešku odluku“ (Prilog 12). Izveštavanje Kurira je, dakle, rodno osetljivije, za razliku od Blica, prati medijske standarde u smislu isticanja oba subjekta u naslovu i na fotografiji (koja nije semantički opterećena emotivnom grimasom subjekta), iako je i u ovom tekstu primetna ideološka nota u drugom delu, dopuni naslova – „Vučić joj poverio mandat za predsednika Vlade“, nadnaslovu u kojem je navedeno „15. po redu mandatar“, kao i u bloku od pet fotografija koje slede ispod naslova, čime se ističe uloga autoriteta u proglašenju „premijerke“. U tekstu je dosledna upotreba muškog oblika za premijersku funkciju koju obavlja žena, u skladu sa diskursom govornika, Vučića: „kao *kandidata za predsednika Vlade Srbije predlažem Anu Brnabić*“ (Kurir.rs, 15.06.2017, kurzivi moji) – „Predsednik Vučić potpisao je zahtev parlamentu da *novi mandatar za predsednika Vlade Srbije bude Ana Brnabić*“ (Kurir.rs, 15.06.2017, kurzivi moji).

Komentari, bez obzira na to da li izražavaju podršku ili otpor izboru predsednika, takođe prate njegov diskurs (kurzivom ističem muške gramatičke oblike za ženu i nekongruentne spojeve):

- „Ana je *jedna od retkih ministara* iza koje stoje impresivni rezultati, potpuno zaslužno. Puno sreće i uspeha!“ (Beki, 15-06-2017 18:16h),
- „Mislim da mu je izbor, dobar! *Ona je, najozbiljniji ministar* u Vladi Srbije!“ (M, 15-06-2017 18:42h),
- „Pa u svakom slučaju, gospođa Ana Brnabić je jedna od retkih osoba iz vladajućih "struktura" koja iza sebe ima vrlo konkretne i vrlo respektabilne rezultate na konkretnim poslovima i lično, sam čvsto uveren da je *ona najkompetentnija osoba za premijera Srbije!*“ (Jovica Radojčić, 15-06-2017 19:50h).

Među ukupno 96 komentara nema nijednog otvoreno mizoginog, naprotiv, izdvajam komentar izrazito pozitivne konotacije u odnosu prema oba subjekta vesti, a negativne u odnosu na ostatak vladajuće strukture:

- „Pametna i mudar potez, pametna žena za razliku od većine nesposobnih kolega“ (mostarac, 15-06-2017 18:44h).

Međutim, kao što sam pokazala navođenjem prethodnih komentara, rodna ideologija se transponuje iz javnog diskursa koji koristi predsednik, preko medijskog na publiku, s jedne strane ne samo u upotrebi generičkog muškog roda, već i u razumevanju da je ovakav izbor moguć zahvaljujući predsednikovoj volji:

- „Ana, kako "gospodar" kaže tako da radiš, nemoj slučajno da si svojom glavom razmisljala !!“ (Sale, 15-06-2017 18:17h).

Samo jedan komentar lišen je rodne ideološke pozadine:

- „Cestitam Ani i verujem da će se jako dobro snaci i da će biti jako dobra premijerka“ (ana, 15-06-2017 18:16h).

Ovde izdvajam i komentar koji može biti potvrda u vidu svedočenja o korelaciji uočenog nedostatka korisničke interakcije na portalu Blic.rs u vezi sa teorijom koja učešće publike u diskursu digitalnih medija povezuje njenom usaglašenošću sa dominantnim strukturama moći (Blank i dr, 2013):

- „Samo zelim da se zahvalim kuriru. Citam komentare na blicu i ovde i sokiran sam koja cenzura vlada u srbiji. Nijedan negativan komentar nesme da se viidi na blicu a ovde slika totalno drugacija. Jasno je i slepom sta se desava. Hvala Kuriru i samo nastavite do kraja sa borbom protiv ove diktature!!!!“ (Srbinikoska, 15-06-2017 19:49h).

Napominjem i da „otvaranje vrata“ korisnicima i korisnicama da slobodno komentarišu vesti, bez provere i cenzure administratora, zapravo predstavlja uređivačku politiku koja je zavisna i od trenutnog međusobnog odnosa vlasnika medija i predstavnika vlasti, o čemu se mogu doneti zaključci i na osnovu hronologije razvoja oba medija koje sam iznela. U tom smislu podsećam na značaj društvenopolitičkog konteksta u kritičkoj analizi diskursa i posebno vlasničke strukture medija i kritičke analize medijskog diskursa, na koju ukazuju i analitičari diskursa (Faiclough, 1995) i medijski teoretičari (Mek Kvin, 2000).

Upoređiću sada i vesti u kojima su iznete biografije nove premijerke na oba portala. Analizom teksta na ovu temu na portalu Blic.rs (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017a), uočila sam doslednu upotrebu muških oblika za ženu koja obavlja premijersku funkciju, kao i strategiju isključivanja koja privremeno dopušta ženi da bude „na muškim mestima“ ministra, premijera. Na portalu Kurir.rs istog dana, takođe po objavi predsednika o svom izboru, u tekstu posvećenom biografiji mandatarke:

„ROĐENA BEOGRAĐANKA, EKSPERT ZA MARKETING: Ko je Ana Brnabić, prva žena na čelu srpske Vlade!“

– sa nadnaslovom „Ona će šefovati Nemanjinom 11“ (Prilog 16), nisam uspela da otkrijem strategiju koja bi mogla da stoji iza kolebanja u upotrebi gramatičkog roda za imenice koje označavaju profesije, zanimanja i funkcije žene. Kao što se iz naslova vidi, ona je *ekspert*; u tekstu je *dobitnica* (priznanja), „2016. postaje *ministar* državne uprave i lokalne samouprave“, a zatim u izdvojenoj široj biografiji *menadžerka*, nekadašnja *ministarka*, *bivša potpredsednica* (UO), *homoseksualka*, da bi dalje u tekstu bila *direktor*, pa onda opet *predsednica* (savetodavnog odbora) i na kraju opet *ministar* (Kurir.rs, 15.06.2017a, kurzivi moji). Nije li samo ovaj gramatički, besmisleni haos u jednom medijskom tekstu normativistima dovoljna motivacija da promisle o doslednoj upotrebi jednog gramatičkog roda za osobu jednog pola, makar sa strukturnog stanovišta koje zastupaju? U okviru kritike multimodalnog diskursa uočavam da je i drugi vic u rubrici „Vic dana“, u kolumni pored biografije Ane Brnabić takođe seksistički i mizogin kao i vic na koji sam prethodno skrenula pažnju (Prilog 16). Prema tome, zaključujem da je Manovićevo (2015) isključivanje ljudske namere iz principa automatizacije „novih medija“, zaista „delimično“.

Ekserptovana vest ima 157 komentara, od kojih je većina ponovo kritički nastrojena prema vladajućoj stranci, naglašavajući autoritativnost predsednika, dok su u odnosu na subjekt vesti podeljeni stavovi podrške i protestovanja protiv izbora premijerke. U primeni gramatičkog roda korisnici i korisnice primenjuju isti nasumični princip koji sam uočila u tekstu vesti (kurzivom obeležavam nelogične gramatičke izbore):

- „Sviđa mi se obrazovanje *ministarke* i verujem da je *kvalitatan čovek*“ (Ludilo, 15-06-2017 20:16h),
- „Sta se cudite sto je *ona premijer*?Naredbe se moraju slusati (Ana, 15-06-2017 20:03h),
- „Meni je *ona* super,i nadam se da ce se pokazati kao *dobar Premijer*“ (Kazanova, 15-06-2017 21:04h),
- „U redu, jeste *skolovana* na veoma dobrim univerzitetima...Ali da li znate koliko *ona* ima neuspenih projekata iza sebe? Sta je bilo sa onim da je *bila direktor* firme(ciji je vlasnik sestra Kori Udovicki), da bi podnela ostavku i *dosla* da radi kao *ministar* za 88000?“ (Realno, 16-06-2017 00:14h),

- „Beogradjanka Premijer konacno dobar izbor !!!“ (Beograd, 16-06-2017 11:43h).
- „Lepa, mlada, nadasve vrhunski obrazovana... Ma nema bolje osobe za premijera“ (Triplusdeset, 16-06-2017 14:11h),

U jednom komentaru upotrebljen je samo gramatički ženski rod:

- „Skromna biografija. Nema konkretnog radnog iskustva premijerka“ (Saša, 15-06-2017 21:03h);

U dva komentara je dosledno muški rod:

- „nije mi jasno kako marketing menadzer moze da vodi vladu?! valjda neki ekonomista , inženjer,.....ko se razume u privredu i sl“ (pera, 15-06-2017 21:25h),
- „Ekspert za marketing da bude premijer?“ (u magnovenju, 16-06-2017 09:21h).

Samo jedan komentar izražava otvoren stav prema premijerkinom polu, prema prepoznatoj šifri da je to nebitna činjenica:

- „Bilo muško ili žensko svako za koga se smatra da ima takve kvalifikacije i iskustvo zaslužuje da bude na ovom odgovornom mestu“ (Mirjana, 16-06-2017 14:11h).

Direktna diskriminacija, implicitno sadržana u odnosu na bračni status premijerke mogla bi se uočiti u samo jednom komentaru:

- „Ona je gospodjica“ (Mile, 15-06-2017 20:57h).

U sledećoj vesti, objavljenoj istog dana, koja prenosi reakciju Ane Brnabić na Vučićevo saopštenje –

„PRVA IZJAVA ANE BRNABIĆ: Čast je i odgovornost voditi Vladu“

– ona je „kandidat za premijera“, predložena za „mandatara“ (Kurir.rs, Tanjug, 15. 6. 2017).
Komentari prate takav diskurs:

- „Dokazaće Ana da je ipak bila najbolji izbor za premijera“ (Rale, 15-06-2017 23:39h).

Vest koja prenosi reakcije stranih agencija „pod oznakom hitno“ –

„SVETSKE AGENCIJE BRUJE O SRPSKOJ PREMIJERKI ANI BRNABIĆ: Prva žena i prva gej osoba na čelu vlade!“

– postavlja otvoreno pitanje uspeha izbora gej premijerke u konzervativnom društvu, dakle pitanje stranih novinara i novinarki: „AP navodi da je Brnabić prva otvoreno gej osoba koja se našla na čelu vlade "veoma konzervativne zemlje", i ocenjuje da će njeno imenovanje za mandatara za sastav nove srpske vlade verovatno naići na nezadovoljstvo Srpske pravoslavne crkve i ultranacionalista“ (Kurir.rs/Tanjug, 16. 6. 2017). Novinari ili novinarka Kurira i/ili Tanjuga i u prevodu „lutaju“ između dva gramatička roda: „predsednik Srbije Aleksandar Vučić imenovao ministarku Anu Brnabić za premijerku Srbije“, „imenovanje za mandatara“, „imenovanje za ministarku“, „imenuje za premijera“, „postala ministarka“, „nova premijerka“ (Kurir.rs/Tanjug, 16. 6. 2017, kurzivi moji). Korisnici i korisnice u komentarima usvajaju ovaj „model“, kao primer navodim komentar u kojem je sadržan stav prema njenog seksualnost:

- „Prva žena, izuzetno inteligentna,uspešna, odlučna, hrabra i stalozena ,sjajna odluka da bude ona premijer,ono drugo nije bitno“ (Stanko, 16-06-2017 10:42h, kurzivi moji).

Jedan komentar donosi zaključak u vezi sa temom koja je u javnom i medijskom diskursu prenebreznuta, odnosno razgovori o rodnoj ravnopravnosti ili ravnopravnosti gej osoba nisu pokretani povodom izbora premijerke:

- „Jos jedan dokaz da su u Srbiji svi ravnopravni“ (paramonte, 16-06-2017 15:45h)

– diskutabilna tvrdnja koja, međutim, nije izazvala reakciju drugih korisnika i korisnica na portalu.

Diskurs sledeće vest koja priprema izbor nove premijerke na portalu Kurir.rs, neposredno pred izjašnjavanje parlamenta –

„UPOZNAJTE MINISTRE: Ovo su kandidati za sastav vlade Ane Brnabić“

– navodi u naslovu i u lidu imenice za funkcije koje obavljaju i žene u muškom rodu: članovi i članice Vlade su *ministri*, odnosno *kandidati*, iako je naslov u kojem su ove lekseme delom i „zasekao“ fotografiju na kojoj se vidi sastav Vlade među kojima su i žene (Kurir.rs, 28.6.2017; Prilog 17). U tekstu, Zorana Mihajlović je *potpredsednik* i *ministar* građevinarstva, saobraćaja i infrastrukture, Nela Kuburović je *ministarka* pravde, Jadranka Joksimović je *ministarka* za evropske integracije, a Slavica Đukić Dejanović je *ministar* bez portfelja (Kurir.rs, 28.6.2017). Strategija kojom je objašnjena upotreba ženskog roda u odnosu za niži hijerarhijski rang, odnosno muškog za viši (Savić, 2015), kao i ni strategija o vremenski ograničenom „pozajmljivanju“ muških funkcija koju sam predložila u analizi vesti na portalu Blic.rs, ovde nisu primenjive u odnosu na društveni kontekst, budući da su ministarke koje „vladaju“ ministarstvima „moćnije“ od ministarke bez resora (bez portfelja), a pri tome su sve kandidatkinje i aktuelne ministarke. Kao i u prethodno analiziranim vestima sa portala Kurir.rs, izbor gramatičkog roda je ovde nasumičan i odražava nestabilnost u takvom izboru takođe izniklu iz rodne patrijarhalne ideološke matrice koja se opire uvođenju žene u moćnu poziciju u diskursu, ali bez konstruisanog „oružja“. Borba u diskursu odvija se stihijski u odnosima ideoloških i empirijskih činjenica. Komentari ove vesti kojih je 22 načelno kritikuju sastav Vlade, dok dva komentara sadrže rodnu dimenziju gde se kandidatkinja naziva „predsednikom“ Vlade.

Podrška parlamenta mandatarki i formalni izbor nove vlade na čelu sa ženom, za diskurs autora ili autorki te vesti na portalu Kurir.rs, kao i na portalu Blic.rs, označio je trenutnu pobedu gramatičkog ženskog roda u diskursu. S tim što je na „Blicovom“ portalu, kako sam zaključila, ta pobeda osvojena u gornjim delovima vesti (naslovu, lidu i glavnom, prema van Dajkovoj superstrukturi), dok je u donjim delovima (pozadini događaja, istoriji i kontekstu), premijerka i dalje bila „premijer“ i „mandatar“, a u horizontalnom poretku senku na osvajanje lekseme „premijerka“ bacila je upotreba lekseme „ministri“ za rodno mešoviti sastav Vlade (Blic, Agencije, 29. 6. 2017). Na Kurirovom portalu formalni izbor premijerke „oslobodio“ je ne samo lekseme „premijerka“ i „mandatarka“ u celoj vesti, već i sve „ministarke“ i „poslanice“ i „predsednicu“ (Skupštine) u vesti:

„SKUPŠTINA IZGLASALA VLADU PREMIJERKE ANE BRNABIĆ: Pogledajte kako su glasali naprednjaci!“ (Kurir.rs, 29.6.2017)

Ova vest je objavljena samo dan nakon prethodno analizirane vesti u kojoj je nasumično upotrebljavan gramatički rod za iste odrednice. Međutim, i pobeda u diskursu Kurira je „osenčena“, i to javnim diskursom koji je uveden sa nivoa sociokulturne prakse (Fairclough 1995). U delu izveštaja sa sednice parlamenta na kojoj se glasalo o sastavu Vlade neposredno ispod glavnog događaja preneto je da je u 17.40 poslaniku Srpske radikalne stranke Miloradu Mirčiću izrečena opomena –

„... pošto je tražio od kandidatkinje za ministarku saobraćaja Zorane Mihajlović da „povuče haljinu“ – „Ako bi mogla buduća ministarka Zorana Mihajlović malo ovu haljinu da povuče. Znaite, provokativno to deluje. Ne znam kako to vama izgleda, ali ja sam čovek od krvi i mesa“, rekao je Mirčić“ (Kurir.rs, 29. 6. 2017).

Dosledna upotreba ženskih oblika za funkcije političarki, gotovo da deluje kontraproduktivno naglim uplivom direktnog seksizma u takav, „oslobođeni“ medijski diskurs. Ponoviću Fukoovu misao koja odražava ideju da je moć svugde: „moć nije jedna ustanova, i nije jedna struktura, ona nije izvesna snaga kojom su neki obdareni: moć je ime koje se nada nekoj složenoj strateškoj situaciji u datom društvu“ (Fuko, 2006), kao i svoje zapažanje da srpsko društvo još uvek nije spremno za redefinisane rodne nejednakosti u pravcu usložnjavanja rodničkih identiteta. Među 25 komentara ove nijedan nema osvrt na rodnu dimenziju vesti niti rodno obeleženi diskurs.

U vesti koja izveštava o početku mandata nove Vlade Srbije polaganjem zakletve premijerke i ministara i ministarki –

„PREMIJERKA I MINISTRI POLOŽILI ZAKLETVU Ana Brnabić: Je l' se video Vučić od mene kad smo se slikali“

– usvojena je leksema „premijerka“, ali, kao i na portalu Blic.rs, nije priznat mešoviti sastav Vlade: u naslovu su svi članovi i članice „ministri“, kao i u tekstu, gde su i svi „članovi“ Vlade (Kurir.rs, 29. 6. 2017a). U lingvističkom sloju diskursa i na objavljenom fotografiji čina polaganja zakletve članova i članica Vlade odmah ispod lida teksta, osim premijerke ne vidi se nijedna više žena (Prilog 18).

Među 11 komentara navedene vesti, dva imaju rodno obeleženi diskurs, od kojih je zapravo jedan replika drugom, oba diskriminaciona u pogledu izgleda političarki:

- „jadranka joksimovic stajling - mrak!“ (zeno gde si posla, 29-06-2017 21:56h)
- @zeno gde si posla: „Moraju li zene politicari biti muškobanjasti (Zaključak, 29-06-2017 22:53h).

Optužbe protiv žena na poziciji moći da nisu dovoljno ženstvene strateški su udružene sa optužbama za njihove provokativne haljine, dovodeći ih u unakrsnu vatru, dvostruko prokletstvo koje je Ferklaf uočio u analizi „tačerizma“ (Fairclough, 1989). Verovatno je, s obzirom na udarnost ove i prethodno analizirane vesti i njihovu hronologiju objavljivanja, kao i činjenicu da isti korisnici i korisnice često komentarišu vesti srodnih sadržaja, da su navedeni komentatori ili komentatorke usvojili mentalnu sliku „povučene haljine“ druge ministarke prethodnog dana, i u odnosu na nju obratili pažnju na izgled ove ministarke i negativno ocenili njen „stajling“. Ako sam u pravu, ovaj proces je primer dijalektičkog procesa između tri Ferklafova nivoa u kojima se odražava i proizvodi društvena nejednakost: tekst – diskursna praksa – sociokulturna praksa (Fairclough, 1995).

5.1.3. Dijalektička re-produkcija rodne dihotomije

Odgovor na postavljeno pitanje iz uvoda ovog dela rada – zašto premijerka, implicitan u medijskom diskursu koji sam analizirala, jeste da je izbor žene na najvišoj hijerarhijskoj instanci moći moguć ukoliko to predlože i prihvate takođe hijerarhijski najviše instance, autoritativni sloj, koji čine većinski muškarci. Takva odluka demonstrira se bez prisile (Gramši, 2008), ali i bez obrazloženja (Adorno, 1991), jednostavnom tvrdnjom da to tako treba da bude. Dakle, na čelu Vlade nije žena zato što bi to bio logičan demografski ishod kao jedno rešenje od dva realno moguća (može biti ili žena ili muškarac), već zato što nosioci moći to dopuštaju, a medijski diskurs postepeno prihvata. Politički subjekt koji predstavlja žena kao Drugo, konstituiše se „u odnosu na već utemeljeni jaki subjekt koji je u posedu političke moći“ (Duhaček, 1995, str. 7).

Problematizacija činjenice da je predloženo da žena bude na čelu Vlade Srbije, a potom i usvojeno, u diskursnoj medijskoj praksi odvija se kroz borbu u diskursu između i unutar različitih

diskursa, koja odražava proveru stereotipa i opravdanosti utvrđenih kategorija (Brigs & Kobli, 2005), u ovom slučaju rodnu kategoriju žene koja je u zajedničkom kulturnom modelu na ovim prostorima vekovima bila definisana kao kategorija niže vrednosti (Đorđević, T. 1984). Ova kategorija takođe se vezuje za privatni prostor i u širem globalnom kontekstu građanskog (evropskog) društva, kojem Srbija i srpski mediji pripadaju već od uspostavljanja građanske države, a posebno sa ulaskom u tokove globalizacije. Paradigma – „Muškarcu država, a ženi porodica“ (Bok, 2005) ozbiljno je poljuljana, i budući da je duboko sakrivena u savremenom medijskom diskursu, u istim tim dubinama traži načine da se opravda i opstane.

Borba se odvija na više diskursnih polja: na nivou gramatičke strukture reči, prvobitnim odupiranjem a potom postepenim usvajanjem imenice ženskog roda za vršiteljku političke funkcije predsednika Vlade, odnosno, mandatarke i premijerke, na nivou sintagmatskih varijacija u upotrebi gramatičkog roda drugih oblika reči, na nivou direktnog pozivanja na činjenicu da će žena prvi put u istoriji Srbije biti na čelu Vlade, a potom i direktne problematizacije i protestovanja, kao i na nivou „provere“ identiteta i relacija subjekta u diskursu koji potiče iz javne sfere. Borba se odvija čak i u polju osvojene ministarske funkcije, gde ministarke ponovo postaju ministri, nekad jer su bivše ministarke, a nekad i bez ikakvog vidljivog razloga. Dok na portalu Blica uočavam strateška isključivanja mogućnosti da ženama budu permanentno dostupne najviše funkcije vlasti, u okvirima kojima se u diskursu dopušta ženski oblik kao privremeni, u diskursu portala Kurir.rs borbe su nasumične, ali imaju isti cilj – održanje muške dominacije u društvenopolitičkoj hijerarhiji moći.

Multimodalna analiza fotografija u diskursu takođe pokazuje tendenciju čuvanja slike lica vlasti kao muškog, dok u analizi kompjuterski posredovane komunikacije onlajn korisnika i korisnica otkrivam usvajanje i re-produkciju modela medijskog diskursa proizvedenog u tekstovima koji čine koherentne narativne nizove u diskursnim susretima (Hodges, 2015) između različitih vesti. Mogućnost interakcije ili integracije ne samo da ne oslobađa diskurs, već rečima Manoviča, traži od korisnika i korisnica da prate „mentalnu putanju projektanta novih medija“ gde u prividu mogućnosti izbora publika „velikodušno dopušta da bude prevarena“ (Manović, 2015). Tri nivoa Ferklafovog modela – tekst koji se nudi čitaocima i čitateljicama, diskursna praksa u kojoj se tekst proizvodi i razume i sociokulturna praksa iz koje tekst potiče, susreću se i dijalektički re-produkuju. Medijsko opravdanje produkcije sadržaja povlašćivanjem ukusu publike, odnosno političke strategije koje se rukovode „oslušivanjem“ glasačkog tela, u takvoj diskursno-društvenoj praksi nemaju drugo uporište osim težnje ka diskretnom čuvanju pozicija moći za muškarce.

5.2. Populaciona (a)politika: „saveti“ za radanje

Političke proglose nove premijerke i definisanje prioriteta Vlade na kontinuitetu sa radom prethodne Vlade, navela sam u analizi vesti „EKSPLOZIVNE ANE BRNABIĆ: Digitalizacija, obrazovanje i ekonomski razvoj prioriteta nove vlade“ (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017). U ekspoziciji mandatarke se, podsećam, orijentisala na digitalizaciju, obrazovanje i ekonomski razvoj, a kao važne zadatke najavila je i povećanje plata, razvoj preduzetništva, potraživanje dugova, modernizaciju železnice i puteva, borbu protiv organizovanog kriminala, politiku mira i saradnje sa Kosovom, uspostavljanje Zajednice srpskih opština, razvoj kulture na osnovama kulturnog nasleđa (Agencije, Đorđević, 28. 6. 2017). I pre njenog formalnog mandatarskog nastupa, Blic.rs je preneo intervju sa Brnabić u kojem

je najavila programsku orijentaciju ka sistemskim reformama u kojoj su prioriteta nove Vlade privredni i ekonomski razvoj, „smanjenje državnog aparata“, jedinstveni adresni registar, borba protiv sive ekonomije (Beta, 22. 6. 2017). Populaciona politika, odnosno demografska problematika nije bila pomenuta ni uzgred.

Međutim, nepuna dva meseca po stupanju na funkciju, premijerka u diskurs „prioriteta programa Vlade“ uvodi podizanje nataliteta povodom konstituisanja novog Saveta za populacionu politiku: „Populaciona politika i bolja demografska budućnost Srbije su prioritet Vlade Srbije“, saopštava premijerka, kako prenose Kurir.rs (Kurir.rs/Tanjug, 21. 8. 2017) i drugi mediji. Ova tema ne pojavljuje se prvi put u javnom diskursu Srbije i posebno je u fokusu medija i javnosti krajem 2016. godine, kao što ću u analizi pokazati. Ipak, populaciona politika se ne najavljuje u diskursu promocije nove premijerke niti u njenom ekspozu, da li zato što je zaboravljena kao psihološko-kognitivni i kulturni model koji ne pripada tom diskursu, ili svesno izbegnuta zbog mogućih negativnih konotacija u javnosti. U svakom slučaju, isključena je iz „ozbiljnih“ političkih i ekonomskih tema u ekspozu, dok se sa ustoličenjem Vlade iznosi kao njen prvi potez i sada i prioritet, i to upravo kao deo političke i ekonomske problematike.

Tema koja prirodno pripada privatnom prostoru, potisnuta iz „važnog“ i svečanog izbora Vlade, pripojena je delovanju najviših struktura moći odmah po formalnom preuzimanju vlasti. Različiti tekstovi različitih subjekata u različitim vremenskim periodima organizuju se u jedinstvenu figuru i nose zajednička značenja (Fuko, 1998) orijentišući se oko teme nataliteta, odnosno rađanja. U sličnosti stvari u različitim tekstovima o istom aspektu stvarnosti nalazi se zapravo „dokaz o diskursu“ (van Leeuwen). Sa druge strane, diskurzivna praksa rodne dihotomije prenosi se sa borbe za diskurzivno potiskivanje žena sa pozicija moći koju sam prethodno opisala, na borbu za uticajem na konkretne postupke žena koji bi služili moći i zauzimanjem njihovog privatnog i individualnog prostora. Isti tip rodno diferenciranog diskursa koji se opire praksi u kojoj bi „ministarka“ i „premijerka“ bile dosledni i normativni ili prirodni leksički izbori za označavanje žena, usmerava žene da ostanu u pećinama i tamo rađaju (Filipović, 2018), istovremeno demonstrirajući pravo struktura vlasti, bez ikakvog zakonskog osnova, da uređuju pravila u tim pećinama.

Povodom konstituisanja Saveta za populacionu politiku medijski izveštaji objavljeni su u više onlajn-medija (u opisu društvenopolitičkog konteksta citirala sam vest sa portala Radija Slobodna Evropa – www.slobodnaevropa.org), pri čemu je u na portalima Blic.rs i Kurir.rs, koji su najposećeniji i u fokusu su mog istraživanja, objavljeno i više vesti tim povodom. Zbog toga analize počinjem poređenjem naslova i lidova koji su pratili te izveštaje. Prema van Dajkovom modelu kritičke analize medijskog diskursa naslovi i lidovi predstavljaju makrostrukture vesti koje stvaraju kod čitalaca „preferirane mentalne modele“ presudne za razumevanje vesti, naročito kod „brzih pregleda“ (van Dijk, 1988). Brzi pregledi vesti praktikuju se i kod prelistavanja štampe ili pregleda naslovnica, dok u onlajn-okruženju predstavljaju dominantni način informisanja, skrolovanjem na društvenim mrežama ili pregledom naslovnih strana („homepage“) onlajn-portala, gde je makrostruktura – naslov i lid (ili podnaslov), ključna za odluku korisnika ili korisnica da otvore link ka toj vesti (i kod štampanih izdanja značajna je za izbor čitalaca i čitateljki da pročitaju ceo tekst).

U analizi upotrebe gramatičkog roda za označavanje prve srpske premijerke, takođe sam polazila od makrostrukture kao prvih u poretku medijskog rodnog diskursa, ali sam s obzirom na proceduralnu prirodu teme i njen opšti karakter analitičko težište postavila na ukupne diskursne strategije oba portala i njihovo poređenje. Izbor premijera ili premijerke je Ustavom utvrđena postizborna procedura koja u formulaciji vesti ima jednostavan iskaz: vest je da je izbaran/a premijer/ka (ili da se to nije desilo). Iz ugla istraživačkog fokusa, međutim, bilo je značajno ispitati opredeljenje proizvođača diskursa za gramatički rod budući da je subjekt vesti prvi put u takvoj (ekstra lingvističkoj) proceduri žena, kao i druge elemente diskursa koji su mogli da ukažu na relacije u odnosu na identitet subjekta. Konstituisanje Saveta, bilo kog Saveta, međutim, nije obavezna sistemska procedura, i kao i mnoge druge aktivnosti organa vlasti, ona spada u programski domen,

odnosno polje političke volje. U tom smislu, odluke i mere koje se donose mogu biti predmet različitih medijskih pristupa i tumačenja iz kojih se kreira i specifičan diskurs. Njegovo dominantno polje delovanja je u makrostrukturi vesti koja izražava interpretativno rešenje i usmerenje proizvođača vesti. U onlajn-okruženju princip makrostruktura proširen je „dubinskim“ hipervezama koje se granaju i nude u okviru otvorenih vesti kao pozivi na otvaranje drugih, njima tematski sličnih vesti, vodeći kroz niz povezanih makrostrukturnih elemenata i čineći sintagmu, u smislu „dematerijalizovanog narativa“ (Manovič, 2015), jednog diskursa u vremenu.

5.2.1. Paradigma moći u sinhronijskim i dijahronijskim diskursnim susretima

Na dan konstituisanja Saveta za populacionu politiku, Kurir.rs i Blic.rs, ali i drugi mediji, kao pripremu vesti o konstitutivnoj sednici, objavljuju prvo u prepodnevnom terminu upozorenje koje treba da utvrdi poruku da je takvo Vladino telo važno. Na taj način kroz različite tekstove na istu temu u jednom danu postižu se sinhronijski diskurzivni susreti. U 09:10h Kurir.rs objavljuje upozorenje koje se „otvara“ fotografijom četiri dečija krevca, od kojih je u jednom beba, dok su preostala tri prazna (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Prilog 19, primer 1). Ispod takve slike koja sugerise „nestašicu“ beba, na način na koji se, na primer, prikazuju prazni rafovi u prodavnici kako bi se uputilo građanstvo da požuri u nabavku i obezbedi zalihe, postavljen je naslov:

„ALARMANTNO: Svake godine nas je 35.000 manje“

Ekspresivna leksema „alarmantno“, grafički istaknuta velikim slovima, u naslovu je poziv na uzbunu, dakle, na akciju, da se nešto preduzme, reaguje, kako bi se sprečila katastrofa, gubitak, stradanje, a u multimodalnoj koherentnoj vezi sa nedostatkom beba u krevcima, u kognitivnom procesu može da povede i putem razumevanja da su bebe nestale, izgubile se, ukradene, i da izazove zgražavanje, odbrambenu gotovs ili anksioznost. Drugi deo naslova pridružuje informaciju da je *nas* svake godine manje, dakle, da nije reč o konkretnim bebama, već o *nama*, koji nismo bebe već smo kolektiv, građanstvo, nacija. Nadnaslov otkriva ime subjekta vesti, Slavice Đukić Dejanović, koji korisnicima i korisnicama koji znaju koju funkciju obavlja, potvrđuje da je reč o demografskom pitanju.

Upotreba zamenice *nas*, poziva na nacionalno buđenje, asocijativno učvršćeno izborom upozoravajuće lekseme „alarmantno“, a broj tih *nas* koji nedostaje, u takvoj je meri da se masa ljudi koju predstavlja ne može automatski vizualizovati, te stoga označava zastrašujuću prazninu gde je trebalo da budu ljudi –

mi: 35.000 nas kojih nema.

Muškarac koji u zasedi vrebata antilopu i krajičkom oka prati vesti na monitoru svog pametnog digitalnog uređaja, uzima toljagu i upućuje se ka pećini, a žena koja čekajući svog lovca kuva, sprema, pere, obavlja profesionalne, radne zadatke i „surfuje“⁴⁵, naletivši na „alarmantnu“ vest automatski počinje da ovulira... Karikirani opis primanja opisanog diskursa koji sam konstruisala sadrži ne samo projektovano delovanje diskursa već i viziju i nameru (takođe karikiranu) proizvođača diskursa – pisanje novinarskog teksta, i posebno kreiranje opreme teksta – naslova, izbora „noseće“ fotografije, podnaslova, odvija se sa ciljem izazivanja ideja, misli, osećanja medijske publike. To je obavezni korak u procesu proizvodnje medijskog diskursa, bez obzira na vrstu ideološke intencije, tržišnu, političku ili kulturno-obrazovnu usmerenost, i tu konstataciju iznosim kao informantkinja, bivša

⁴⁵ „Surfovanje“ u onlajn-okruženju, odnosno, internet dijalektu, znači pretraživanje i pregledanje različitih sadržaja na internetu.

novinarka i urednica, koja pri tome potvrđuje tezu o preferiranom mentalnom modelu van Dajka (van Dijk, 1988) i Ferklafovu ideju o idealnom subjektu (Fairclough, 1989).

Lid koji treba da predstavlja sažetak vest i razjašnjenje kognitivnih mreža koje je diskurs naslova zajedno sa fotografijom krevetaca spleo, glasi:

„Ministarka bez portfelja Slavica Đukić Dejanović zadužena za demografiju i populacionu politiku, izjavila je danas da je u Srbiji svake godine broj stanovnika manji za 35.000 zbog čega treba raditi na pomoći porodicama i podršci rađanja drugog deteta“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21.8.2017).

Dok je naslov sadržao ličnu zamenicu – „*nas*“, direktno ukazujući da je reč o *nama*, i da u odnosu na alarmantnost situacije *mi* treba nešto da preduzmemo, lid ponavlja već usvojenu informaciju iz naslova o broju *nedostajućih nas* koji sada imamo i ime – *stanovnici*. Međutim, lid preuzima administrativni diskurs, s jedne strane ističući autoritet države u sferi demografije, a sa druge bezličnim glagolskim oblikom prikrivajući njenu moć. Diskurs pravi zaokret – ne treba *mi* da radimo na porodici i rađanju drugog deteta, već „treba raditi na pomoći porodicama“ i „treba raditi... na podršci rađanja drugog deteta“. I to izgovara ministarka koja je za to i zadužena. Muškarac sa toljagom, pod uslovom da je pročitao lid, vraća se u lov, jer je država rekla da „treba raditi...“, ali ne i na koga se to odnosi i na koji način, dok se ženi u pećini jajovodi verovatno stežu jer sluti imperativ, zna da se rađanje odnosi baš na nju, sada uverena da je to njena obaveza i da jedno dete nije državi dovoljno. Generička rubrika „Vic dana“ na Kurirovom portalu, o kojoj sam govorila, uz ovu vest plasira vic o „plavuši“ koja „traži kopicu za *blizance!*“ (Prilog 19, primer 1).

Blic.rs objavljuje istu ovu vest, koju je agencija Beta plasirala prenoseći izjavu Slavice Đukić Dejanović sa Radio televizije Srbija, istog dana, nešto kasnije nakon portala Kurir.rs, u 10:43h, opremajući je na manje prodoran način, ali takođe sa akcentom na nesagledivom broju *nedostajućih nas*:

„Đukić Dejanović: Svake godine nas je 35.000 manje!“

– gde multimodalni diskurs naslova odmah otkriva da je tema demografska problematika, navodom ministarke zadužene za to pitanje i njenom fotografijom (Beta, 21. 8. 2017; Prilog 19, primer 2). Blic.rs ne kvalifikuje leksički navedenu „činjenicu“, dakle, nema atributa koji bi bio pandan atributu „alarmantno“, niti pojačanog ekspresivnog multimodalnog povezivanja sa upozoravajućim tonom poruke – fotografija na kojoj je državna zvaničnica poručuje takođe da je *stvar ozbiljna*, ali ne izaziva emotivne reakcije koje bi se mogle očekivati od fotografije praznih krevetaca. Upozoravajući i direktivni modalitet poruke o tome da postoji jedna ogromna čistina na kojoj je trebalo da bude 35.000 *nas*, ali smo se *umanjili*, postiže se znakom uzvičnika na kraju iskaza i određenim sugestivnim izrazom lica i gestikulacionim trenutkom subjekta vesti na fotografiji na kojoj je ministarkina autoritativna funkcija u sadejstvu za njenim ozbiljnim pogledom i ubeđivačkim i direktivnim pokretom ruku uperenim ka *nama*. Lid koji sledi je doslovno identičan kao i u vesti na portalu Kurir.rs i preusmerava moć sa kolektivnog *mi* na poziciju vlasti, a odgovornost i objekat aktivnosti „potrebnih“ usled brojčanog stanja građanstva koncentriše se na određeni deo kolektiva preciziranjem da se radi o rađanju, i to drugog deteta.

Na oba portala nastavak vesti, kao i lid, glasi identično:

„Đukić Dejanović je za Radio televiziju Srbije rekla da je svake godine 15.000 manje stanovnika samo po osnovu spoljne migracije i da je ukupna brojka zabrinjavajuća.

Ona je navela da je u proteklih 10 meseci dosta urađeno kada je u pitanju populaciona politika i podsetila da je država izdvojila 130 miliona nepovratnih sredstava za 15 lokalnih samouprava koje su najugroženije po pitanju nataliteta.

Prema njenim rečima, 52 odsto parova se odluči za prvo dete, a da bi došlo do obnavljanja, potrebno je da 11 odsto žena u reproduktivnom periodu ima jedno dete, 44 odsto dvoje dece, 45 odsto troje.

Najbitnija je, kako je ocenila, stimulacija rađanja drugog deteta, ali i usklađivanje rada i roditeljstva jer se dešava da žene, koje žele da rađaju, doživljavaju "najteži oblik diskriminacije i degradacije" od poslodavaca" (Kurir.rs/Beta/RTS, 21.8.2017; Beta, 21. 8. 2017).

Razlike u multimodalnim vezama sastoje se u tome što Blic.rs ima generički blok u okviru svake vesti u kojoj postavlja linkove do drugih, tematski srodnih vesti, i ovde upućuje na sledeće vesti (Beta, 21. 8. 2017):

„PROČITAJTE I...

Brnabić predsedava konstitutivnoj sednici Saveta za populacionu politiku

Pitali smo građane Srbije šta treba da se desi da bi PRAVILI VIŠE DECE, a dobili smo OVE ODGOVORE“

– dok Kurir.rs nema ovaj format, već samo ključne reči („tagove“ koji imaju funkciju hiperveza) na kraju teksta, i ovde su navedeni: „Slavica Đukić Dejanović“, „rađanje“, „pomoć“, „majke“, „porodica“, „stimulacija“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017). Ključne reči na kraju teksta na Blicovom portalu su „SLAVICA ĐUKIĆ-DEJANOVIĆ“, „SAVET ZA POPULACIONU POLITIKU“, „NATALITET“, „RAĐANJE“ (Beta, 21. 8. 2017), odnosno, ne uključuju „majke“, porodicu“ i „stimulaciju“ kao Kurir.rs koji ogoljuje diskurs vesti i otkriva da je ovde reč zapravo o ženama – majkama, a ne o apstraktnoj porodici i rađanju kao političkim kategorijama. Blic.rs ima složeniju strategiju vođenja do poruke da su prozване žene, a u nekoliko linkovanih koraka sinhronijski upućuje na glavni događaj dana – konstituisanja Saveta ali sinhronijski vraća i na sliku novorođenčadi kao što ću opisati.

Tagovi i druge hiperveze kao formalno-tehničke inovacije u odnosu na štampana izdanja deo su specifičnih tehnoloških rešenja omogućenih automatskom, modularnom, numeričkom i transkodiranom prirodom „novih medija“, koja ističe paradigmu u odnosu na sintagmu koja je bila u prvom planu u tradicionalnim medijima, ali je krajnji rezultat (kretanja kroz hiperveze) sintagmatski doživljaj – „linearna sekvenca ekrana“ (Manović, 2015). Paradigma koja je istaknuta na portalu Blic.rs stvara multimodalnu koherentnu sliku ponuđenim linkovima u kojoj je funkcija vlasti sa ministarske podignuta na viši, odnosno najviši nivo moći u izvršnoj vlasti – premijerka predsedava sednicom Saveta za populacionu politiku, dakle, šefica Vlade Srbije će rešiti uočeni problem, dok drugi link upućuje da su građani direktno pitani šta im je potrebno da bi „pravili više dece“. Iskaz drugog linka – „pravili više dece“ grafički je istaknut velikim slovima, dakle, potvrđuje moguću interpretaciju ministarkinog iskaza iz polazne vesti da je potrebno da prave više dece. Vest do koje vodi ovaj link predstavlja novinarsko istraživanje objavljeno 30. juna, nepunih meseca dana pre konstituisanja Saveta i izjave Đukić Dejanović, a dan nakon parlamentarnog izglasavanja nove Vlade, kao deo skupa pripremljenih informacija, zajedno sa ministarkinim medijskim nastupom, za diskurs povodom sednice Saveta koji ću analizirati kasnije. Hiperveza iz vesti o ministarkinom upozorenju o brojanom smanjivanju nacije sada je naslov medijskog izveštaja:

„Pitali smo građane Srbije šta treba da se desi da bi PRAVILI VIŠE DECE, a dobili smo OVE ODGOVORE“

– dok je na naslovnoj fotografiji ove vesti zumirani goli, otkriveni trudnički stomak na koji je njegova vlasnica položila šake sa venčanim prstenom u prvom planu; spavačica je izdignuta do grudi, a donji deo stomaka nemarno zaklonjen čaršavom, što asocira na situacionu sliku porodilje u (srpskim) porodilištima, koja je, izgleda, udata (Lazarević, 30.7.2017); Prilog 20, primer 1). Zaključujemo po položaju tela i ruku da je u pitanju vlasnica stomaka a ne da su tuđe ruke u pitanju, iako joj lice ne vidimo i funkcionalno je prikazan samo deo njenog trupa, što je česta medijska praksa reprezentacije ženskih tela u delovima koji su „izdvojeni, uveličani, poentirani“ (Milivojević, 2004). Medijski

diskurs, međutim, obraća se građanima, a ne građankama koje su simbolizovane fotografijom, što je primer diskursnog isključivanja žena iz teme koja je za njih ključna, pod izgovorom lingvističke ekonomičnosti u medijskom diskursu, koje se prenosi i na prvu reč u tekstu koji sledi. Lid počinje leksemom „Srbi“, dakle, sada je potpuno jasno da je nacionalni problem u pitanju, i to *problem Srba*, a ne *problem Srba i Srkinja*, a diskurs ima ton faktičnosti – navodi se da je anketirano „oko 3.000 ljudi“, a „51 odsto ispitanika navodi da su finansije najveći krivac“ za to što se „Srbi“ „sve manje odlučuju da prošire porodicu“ (Lazarević, 30. 7. 2017; Prilog 20, primer 1). Naučeni na univerzalnost gramatičkog muškog roda, pretpostavljamo da su među ljudima i žene, iako su u diskursu izostavljene i Srkinje i ispitanice.

U okviru ove vesti je koherentna hiperveza do druge vesti, objavljene dva dana ranije:

„Šta bi država trebalo da uradi da bi NAS BILO VIŠE?“

– makrostrukturno opremljena fotografijom na kojoj su isti oni kreveci sa Kurirovog portala, ali puni novorođenčadi (Blic, 27. 7. 2017; Prilog 20, primer 2). Treba da *nas* bude *više*, poručuje i diskurs ove vesti i okreće se ka državi da ona *treba* nešto da *uradi*. Lid predstavlja predupozorenje u odnosu na naknadne objave povodom konstituisanja Saveta:

„Zaustavljanje pada nataliteta i podsticanje rađanja jedno je od nacionalnih pitanja, možda najvažnije za zemlju, stav je ministarke Slavice Đukić Dejanović. Da se vi pitate, šta bi to država trebalo da preduzme da bi nas bilo više?“

– uz nagoveštaj da je podsticanje rađanja „*možda* najvažnije za zemlju“ i isticanje da se građanstvo u vezi sa tim nešto pita (Blic, 27. 7. 2017). Glavni događaj vesti koji sledi nasuprot diskursu naslova i lida nije usmeren na postupke države već na postupke građanstva, pripadnika i pripadnica nacija. Anketno pitanje:

„Zbog čega odlažete ili ste odustali od proširenja porodice?“

– istaknuto je crvenom bojom pozadine (Blic, 27. 7. 2017; Prilog 20, primer 2) i direktno proziva građanstvo na odgovornost, dok se obaveze države zadržavaju u makrostrukтури. Dakle, pitanje u anketi nije ono koje je najavljeno u naslovu i lidu:

Šta država treba da uradi?

Ili: *Šta vi mislite da država treba da uradi?*

– već je pod diskursnim plaštom da građanstvo odlučuje šta je odgovor na pitanje iz naslova tako što će ukazati na prepreke za proširenje porodice, pitanje za njih zapravo usmereno na njihovu odgovornost, eksplicitno sugerišući da oni *odlažu* ili su *odustali*, što im u diskursnom susretu sa tvrdnjom iz lida da je reč o *nacionalnom* pitanju implicitno nameće krivicu za pad nataliteta:

„Zbog čega odlažete ili ste odustali od proširenja porodice?“ (Blic, 27. 7. 2017, kurzivi moji).

Medijski diskurs preuzima pravo koje je sebi dala vlast da odlučuje i upravlja porodičnim prostorom i direktno zadire u lično polje ljudi i u gramatičkoj konstrukciji složene upitne rečenice rastavnim odnosom ostavlja im samo dve mogućnosti: *ili odlažu ili su odustali...*, i na taj način ugrozili su nacionalni opstanak i obezbeđivanje krevetaca punih beba državi – što je interpretacija multimodalne kohezije fotografije i makrostrukture vesti. O tome zbog čega odlažu ili su odustali od proširenja porodice posetioци Blicovog portala, najposećenijeg u zemlji, ne odgovaraju u ponuđenoj interaktivnoj formi – ova vest kao i ostale na ovom portalu koje sam prethodno navela imaju nula komentara čitalaca i čitateljki.

U dijahronijskom nizu na portalu Blic.rs pratimo diskurs – od 27. juna, dakle dana uoči premijerkinog ekspozea, preko 30. juna, dana nakon što je Vlada počela sa radom, do 21. avgusta uoči konstituisanja novog Saveta za populacionu politiku: od kreveca punog beba, davanja moći

državi da utiče na broj tih beba, i nagoveštaja da je to „*možda* i najvažnije za zemlju“, prebacivanja odgovornosti građanstva za nastali problem, usmeravanja fokusa na trudnički stomak (sa burmom), dakle, na roditelje, do upozorenja države velikim brojem ljudi koji nedostaje – *nas*, a prethodno smo saznali da smo *mi* – „Srbi“, i eksplikacije u poslednjoj vesti da je potrebna *intervencija*. Na portalu Kurir.rs ovaj diskursni niz sadržan je u makrostrukturi vesti 21. avgusta, na dan konstituisanja Saveta, nadovezujući se na pun krevetac beba Blica slikom takvog kreveca (iz porodilišta), ali praznog, ističući alarmantnost situacije i direktno usmeravajući tagom „majka“ da su objekat ovih vesti zapravo žene.

Kao što sam ukazala, makrostruktura vesti reprezentuje najvažnije informacije na najvidljivijem mestu i na taj način kreira „preferirani mentalni model“ (van Dijk, 1988), ali je pitanje novinarskog i uredničkog izbora šta je najvažnija informacija. Podsetiću, naslov na portalu Blic.rs glasi: „Đukić Dejanović: Svake godine nas je 35.000 manje!“ (Beta, 21. 8. 2017), a na Kurirovom „ALARMANTNO: Svake godine nas je 35.000 manje“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017). Lid je isti na oba portala i sadrži ujedno i glavni događaj i posledice:

„Ministarka bez portfelja Slavica Đukić Dejanović zadužena za demografiju i populacionu politiku, izjavila je danas da je u Srbiji svake godine broj stanovnika manji za 35.000 zbog čega treba raditi na pomoći porodicama i podršci rađanja drugog deteta“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21.8.2017; Beta, 21.8.2017).

U odnosu na navedene makrostrukture vesti, delovi vesti koji slede, s jedne strane umanjuju dramatiku diskursa makrostruktura, a sa druge utvrđuju njegovu ideološku dimenziju. Nakon lida/glavnog događaja/posledica, pozadina događaja se objašnjava:

„Đukić Dejanović je za Radio televiziju Srbije rekla da je svake godine 15.000 manje stanovnika samo po osnovu spoljne migracije i da je ukupna brojka zabrinjavajuća“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Beta, 21. 8. 2017).

U okviru pozadine događaja, dakle, prepolovljen je broj iz makrostrukture kako bi se faktički razdvojio problem nataliteta i problem migracija, koji su na udarnom mestu bili diskursno objedinjeni sa ciljem jačanja ideje o potrebi za rađanjem, a ekspresivne oznake „alarmantno“ i uzvičnik, ublažene su originalnim navodom „da je ukupna brojka *zabrinjavajuća*“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Beta, 21.8.2017, kurziv moj). U sledećem paragrafu brzo je vraćen fokus na pitanje nataliteta u kontekstu i istoriji u kojoj je već „dosta urađeno“, što se odnosi na državu, a potom i konkretno da je „država“ izdvojila sredstva kako bi pomogla po tom pitanju:

„Ona je navela da je u proteklih 10 meseci dosta urađeno kada je u pitanju populaciona politika i podsetila da je država izdvojila 130 miliona nepovratnih sredstava za 15 lokalnih samouprava koje su najugroženije po pitanju nataliteta“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Beta, 21. 8. 2017).

Sledeći paragraf pojačava fokus na poreklu problema koje je u stopi nataliteta, ujedno pružajući i evaluaciju i očekivanja i gravitirajući ka do sada izostavljenom objektu koji je konačno diskursno definisan kao glavni uzrok problema:

„Prema njenim rečima, 52 odsto parova se odluči za prvo dete, a da bi došlo do obnavljanja, potrebno je da 11 odsto žena u reproduktivnom periodu ima jedno dete, 44 odsto dvoje dece, 45 odsto troje“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Beta, 21. 8. 2017).

Pri samom kraju vesti, dakle, od „nas“, preko „stanovnika“ i „lokalnih samouprava“ medijski diskurs, odnosno diskurs moćnice ulazi u pećinu „parova“, prebrojava njihov reproduktivni doprinos i poentira da je zapravo reč o ženama – ministarka precizira da su glavni objekti vesti „žene u reproduktivnom periodu“ i iznosi statističku dinamiku koja bi dovela do „obnavljanja“ stanovništva, dovodeći implicitno telo žene u organsku vezu sa društvenim telom kojem treba da obezbedi plodnost

(Fuko, 2006). Kao u matematičkoj formuli ili kulinarskom receptu, odnosno u informatičkim kategorijama „stopa“ kojima se izražava strategija kontrola rađanja (Haravej, 20016), država je izračunala i proklamovala: potrebno je tačno 11% roditelja 1 deteta, 44% roditelja 2 deteta i 45% roditelja 3 deteta, i onda će – isplivava paradigma – *nas* biti više, kreveci će biti puni beba, stomaci trudnica krasice naše ekrane i trafike, „Srbi“ će se „obnoviti“ i opstati. S tim što će trudnice biti udate, kako pokazuje diskurs fotografije trudnice koji sam analizirala, koji je usklađen i sa statistikom prema kojoj žene imaju veće šanse da se zaposle ako su u braku. „Dosta je urađeno“, tvrdi država u istoriji vesti, u smislu da je ona uradila – „izdvojila sredstva“ koja su inače novac građana i građanki, a sada je i ekspertski izračunala šta *još* treba da se uradi i poručuje ženama („u reproduktivnom periodu“) da se prebroje i počnu. Statistički podaci u medijskom diskursu kreiraju „auru faktičnosti“ (Fairclough, 1995), a ideološka potka, sa stanovišta socijalne semiotike, formira se sa pozicije moći prema van Liuvenovim pravilima (van Leeuwen, 2005) „ekspertize“, „ličnog autoriteta“ – u ovom slučaju ministarke, i „bezličnog autoriteta“ – tradicije, u ovom slučaju „nas“, „Srba“, dok će pravilo „konformizma“ biti primenjeno u završnici vesti, koja donosi zaključak ministarke, zajedno sa očekivanjima:

„Najbitnija je, kako je ocenila, stimulacija rađanja drugog deteta, ali i usklađivanje rada i roditeljstva jer se dešava da žene, koje žele da rađaju, doživljavaju "najteži oblik diskriminacije i degradacije" od poslodavaca“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Beta, 21. 8. 2017).

„Najbitnija“ informacija, je, dakle, na samom kraju vesti, i sadrži u sebi odluku o tome da će država stimulisati žene da rode drugo dete, koja je ublažena bezličnim oblicima i nominalizacijama u konstrukcijama – „stimulacija rađanja drugog deteta“ i „usklađivanje rada i roditeljstva“. Diskurs moći je olabavljen i delimičnim oslobađanjem žena od odgovornosti zbog nerađanja, ali samo onih „koje žele da rađaju“, uvođenjem istorije „diskriminacije i degradacije“, ali je pomeren težište sa odgovornosti poslodavaca upotrebom pasivne konstrukcije –

„žene... doživljavaju „najteži oblik diskriminacije i degradacije“ od poslodavaca“,
– umesto aktivne –

poslodavci diskriminišu i degradiraju žene.

Ministarka ne izgovara da će *država* stimulisati rađanje, što jeste *politička odluka*, niti izgovara da *treba* uskladiti rad i roditeljstvo kao ni *ko* to treba da uradi, već konformistički upotrebljava bezličnu konstrukciju lišenu agensa, radnje, pa čak i modalnosti koja je redovni sastojak političkog diskursa. Umesto toga, perlokucionim činom tvrdnje proglašava:

„Najbitnija je... stimulacija rađanja drugog deteta, ali i usklađivanje rada i roditeljstva...“
(Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Beta, 21. 8. 2017).

Na pitanje šta je „obrisano“ iz reprezentacije (Thurlow, 2015), rekonstrukcijama bi se moglo doći do sledećih „popunjenih“ diskursa u kojem su iskazani i agensi i radnje, koje pretpostavljam po redosledu od najverovatnijeg do najmanje verovatnog:

Najbitnije je da *država stimuliše žene da rode drugo dete*, ali i da *preduzme mere prema poslodavcima koji diskriminišu i degradiraju žene* koje žele da rađaju kako bi mogle da usklade rad i roditeljstvo, jer bi *država od toga imala dvostruke koristi*.

Najbitnije je da *država stimuliše žene da rode drugo dete*, ali i da *poslodavci pruže olakšice ženama koje žele da rađaju* kako bi mogle da usklade rad i roditeljstvo jer bi *država od toga imala dvostruke koristi*.

Najbitnije je da poslodavci stimulišu žene da rode drugo dete, ali i da prestanu da diskriminišu i degradiraju žene koje žele da rađaju kako bi mogle da usklade rad i roditeljstvo jer bi država od toga imala dvostruke koristi, a ne bi morala ništa da uradi.

Najbitnije je da muškarci stimulišu žene da rode drugo dete, ali i da poslodavci prestanu da diskriminišu i degradiraju žene koje žele da rađaju, kako bi i država i poslodavci i (svi ostali) muškarci imali koristi od njihovog usklađivanja rada i roditeljstva.

I u verovatnim i u manje verovatnim rekonstrukcijama žena je objekt čina rađanja i usklađivanja rada i roditeljstva, dok se u stimulaciji rađanja, prestanku diskriminacije i degradacije, kao i pretpostavljenom usklađivanju rada i roditeljstva i muškaraca, ogleđa takođe konformistička pozicija moći ali i mogućnost konformističkog usvajanja ovog diskursa od strane onih koji ne moraju da rađaju niti da nakon porođaja usklađuju rad i roditeljstvo. Oni, dakle, ne moraju da rade ništa, dok budući očevi tu mogu da vide i dodatno oslobađanje od obaveza na poslu.

5.2.2. Osnajivanje i autodemantovanje diskursa moći

Kao što sam napomenula. izjavu Slavice Đukić Dejanović RTS-u preneli su, osim portala „Blica“ i „Kurira“ i drugi onlajn-portali, kao i vesti koje su usledile istog dana nakon što je konstituisan novi Savet za populacionu politiku. Kako bih dodatno proverila zaključke i pretpostavke kritičke analize diskursa, ovde ponavljam deo teksta koji sam navela u opisu društvenopolitičkog konteksta objavljenog na Radiju Slobodna Evropa, čija makrostruktura može da bude primer neutralnog medijskog diskursa koji ne poziva na konkretnu reakciju za „obnavljanje“ nacije. Diskurs naslova sadrži isključivo informaciju o tome šta se desilo i šta je cilj konkretnog Saveta koji je konstituisan:

„Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja“

– dok noseća fotografija beba u porodilištu koja prati takav naslov nema diskurzivno multimodalno delovanje kao prethodno analizirane makrostrukture istih vesti na „Blicovom“ i „Kurirovom“ portalu, već samo ilustrativno. Prethodni primeri tako potvrđuju lingvističku snagu u multimedijalnim kohezijama – na primer, uz prilog „alarmantno“, fotografija sa bebama poziva na reagovanje.

Tekst na portalu Radija Slobodna Evropa pored toga što donosi vest o konstitutivnoj sednici Saveta i prenosi izjavu premijerke Ane Brnabić tim povodom koja saopštava da „ne postoji važniji posao za Vladu Srbije i državu od populacione politike“, u pozadini glavnog događaja prenosi i izjavu Slavice Đukić Dejanović nakon konstituisanja Saveta:

„Mi imamo 52 posto žena koje su rodile jedno dete, ta psihološka potreba za roditeljstvom se negde i zadovoljava, ali ne i za populacionim parametrima koji obezbeđuju bolju demografsku budućnost i da nas bude više“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017).

Diskurs ministarke sada je slobodniji i razotkriva se brže nego u prethodno datoj izjavi koju su preneli portali Blica i Kurira, upotrebom lekseme žene umesto parovi u istoj statističkoj slici koja reprezentuje 52 odsto onih koji imaju jedno dete. U prethodnoj izjavi agens i subjekt su „parovi“ a njihova radnja je „odlučiti se“ – dakle, parovi se odlučuju, od njih zavisi, moć je u njihovom domenu:

„52 odsto parova se odluči za prvo dete“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Beta, 21. 8. 2017).

U izjavi nakon formiranja Saveta, agens je „mi“, koji u užem kontekstu može da reprezentuje i novoformirani Savet za populacionu politiku i Vladu koja ga je formirala, a u širem kontekstu državu, ali i naciju i građanstvo, dok je radnja, odnosno stanje – „imamo“, što znači da nam nešto *pripada*, da *posedujemo*, da smo *vlasnici*, i to „žena koje su rodile“. *Te rodilje, njih 52% su objekat našeg posedovanja*:

„Mi imamo 52 posto žena koje su rodile jedno dete...“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017).

Diskurs moći koji je sebi dao za pravo da nepozvan uđe u pećinu ne pretvara se više da broji parove sa jednim detetom, već sada eksplicitno prebrojava majke jednog deteta i procenjuje stepen ispunjenosti njihovih psiholoških potreba kao „negde“ zadovoljavajući za njih lično, ali negodujući što svoje lične potrebe stavljaju ispred potreba države i nacije:

„... ta psihološka potreba za roditeljstvom se negde i zadovoljava, ali ne i za populacionim parametrima koji obezbeđuju bolju demografsku budućnost i da nas bude više“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017).

Navedeni iskaz nema nikakvu faktičku ili empirijsku potporu koja bi dokazala tvrdnju da se psihološka potreba za roditeljstvom zadovoljava jednim detetom, niti definiše koji su to populacioni parametri „koji obezbeđuju bolju budućnost“, kao ni šta znači sintagma *bolja demografska budućnost*, osim „da nas bude više“ kako se navodi (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017).

Ponovivši tvrdnju da je u Republici Srbiji „svake godine 35 hiljada stanovnika manje“, ovde ne razdvajajući migracije i pad nataliteta, ministarka je pojasnila:

„Stimulacija rađanja drugog deteta je najvažnija populaciona mera“... (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017),

– iako bi u svetlu prethodnih saznanja potisnutih u donjim delovima vesti koje sam analizirala, u kojima je ministarka precizirala da je 15.000 godišnje „manje ljudi“ posledica migracija, te da bi društvena realnost zajedno sa faktografijom diskursa nalagala da bi politička mera morala da se odnosi i na zaustavljanje spoljnih migracija a ne samo na natalitet. Ovde se potvrđuje da je *stimulacija rađanja zadatak države*, kako sam i rekonstruisala u najverovatnijem dopunjavanju diskursa prethodnih vesti, a pri tome je i proširena misija Vlade Srbije:

„Nama je važna stimulacija drugog deteta, koje je preduslov rađanja trećeg deteta, jer svega 6 posto naših žena ima troje dece“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017).

Dakle, da bismo se „obnovili“ nije više dovoljno samo da žene rode drugo dete, već je to samo prvi korak ka rađanju trećeg deteta, što je tvrdnja autoritetom ekspertize utemeljena u podatku da „samo 6 posto *naših žena* ima troje dece“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017, kurzivi moji). Dakle treće dete nema šest odsto *roditelja* niti *parova*, već „žena“, i to ne bilo kojih žena, već „*naših žena*“, koje *nama* pripadaju. I zato smo *mi* sada konstituisali Savet kojim ćemo da *stimulišemo naše žene* da rađaju – za početak drugo dete, pa onda i treće, iako su one već zadovoljile svoju „psihološku potrebu“, jer potrebe države „za populacionim parametrima“ nisu ispunjene „i da nas bude više“.

Oslobođeni diskurs ministarke u koliziji je sa odmerenošću i administrativnim stilom premijerkinih izjava što ću pokazati u narednim analizama, ali se može tumačiti ohrabrenošću premijerkinom preuzimanjem uloge predsedavajuće novog Saveta i njenim saopštenjem 21. avgusta:

„... *ne postoji važniji posao* za Vladu Srbije i državu od populacione politike“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017, kurzivi moji).

Prethodna ministarkina izjava, objavljena 27. juna 2017, koja je diskurzivno izbegavala agense i lične oblike i odnosila se *na parove*, iako je u evaluaciji vesti bilo jasno da govori o ženama –

„Zaustavljanje pada nataliteta i podsticanje rađanja jedno je od nacionalnih pitanja, možda najvažnije za zemlju“ (Blic, 27. 7. 2017),

– nakon premijerkinog eksplicitnog stava o ovom pitanju, sada je transformisana, otvoreno uperena *ka ženama*, slobodna u upotrebi lične i prisvojne zamenice u 1. licu množine, i politički čvrsto opredeljena:

„Stimulacija rađanja drugog deteta je najvažnija populaciona mera“ (Formiran Savet za populacionu politiku: Stimulacija rađanja, 21. 8. 2017).

Obazrivost diskursa podsticanja rađanja ima i svoju predistoriju. Formiranje institucionalnog tela koje bi se bavilo ovom tematikom najavljeno je još 2014. godine saopštenjem Ministarstva za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja kojim je poslata poruka da je Savet za populacionu politiku „prvi korak u definisanju i uvođenju novih mera i akcija vezanih za poboljšanje demografske slike Srbije“, i u naslovu istaknuto:

„Vulin sa Raševićem: Treba na Savet za populacionu politiku“ (Agencija TANJUG, 22. 7. 2014; Prilog 21, primer 1).

Zamenica „nam“ ovde se prepoznaje kao nacionalna ili odrednica svih građana, dok je modalni glagol „treba“ standardan u javnom diskursu, istovremeno označavajući politički predlog, moć autoriteta i otklon od odgovornosti. Iskaz „treba nam“ sakriva diskurs koji bi mogao da se rekonstruiše na sledeći način:

Mi kažemo da je to vama potrebno i da je to državi potrebno i mi ćemo zbog toga učiniti da se to desi, da to neko uradi, znači, vi ćete to uraditi.

Krajem 2016. međutim, sa najavom formiranja konkretnog Saveta, na čijem će čelu biti tadašnji premijer Aleksandar Vučić, javnost je uočila zadiranje takve institucije u privatnost i lične izbore pre svega građanki, zbog čega su u naslovima portala Blica i Kurira plasirane odbrane ministarke za demografiju i populacionu politiku i predsednice Koordinacionog tela za rodnu ravnopravnost, koje su ujedno potvrđivale da je „podsticanje rađanja“ namenjeno ženama, između ostalog i jer se dovodilo u vezu sa najavljenim edukacijama žena o abortusu:

- „DEJANOVIĆ: Država ne formira nikakav savet za smanjenje abortusa, žene da se upoznaju sa posledicama“ (Tanjug, 23. 12. 2016; Prilog 21, primer 2);
- „ĐUKIĆ DEJANOVIĆ O SAVETU KOJI JE PODIGAO BURU: Podstićemo rađanje u Srbiji“ (Tanjug/RTS, 27.12.2016; Prilog 21, primer 3);
- „Ministarka Mihajlović: Želimo da se u Srbiji rađa više dece, ali niko neće ZABRANITI ABORTUS“ (Tanjug, 28. 12. 2016; Prilog 21, primer 4);

Nakon takvih reakcija diskurs o podsticanju rađanja „se povukao“ iz medija – kao što sam navela, populaciona politika nije bila pominjana u predlogu programa nove Vlade Srbije. „Diskurzivne razlike su pregovaračke“ (Wodak, 2007), dakle, diskursi moći teže da se ujednače sa prihvatljivim modelima kako ne bi bili razotkriveni. Prilikom konstituisanja novog Saveta ponovo se pojavio diskurs populacione politike, i to kao prioritetan zadatak Vlade, ali bez pominjanja abortusa. Kurir.rs u naslovu te vesti ističe –

„Premijerka Brnabić: Populaciona politika prioritet vlade“

– dok u lиду ponavlja iskaz dodajući mu „obećanje bolje budućnosti“ i informaciju da je Savet konstituisan:

„Populaciona politika i bolja demografska budućnost Srbije su prioritet Vlade Srbije, izjavila je danas premijerka Ana Brnabić nakon konstitutivne sednice Saveta za populacionu politiku“ (Kurir.rs/Tanjug, 21. 8. 2017).

Diskurs makrostrukture multimodalno je osnažen fotografijom na kojoj je premijerka između dve žene koje se već prepoznaju kao autoriteti u sferi „podsticanja rađanja“ (Prilog 22, primer 1), dok glavni događaj predstavlja premijerkino „objašnjenje“ – zašto je populaciona politika stavljena ispred prethodno najavljenih prioriteta:

„Možemo da razgovaramo o rastu BDP, dovodimo investitore, smanjujemo nezaposlenost, ali ako nemamo uspeh kao Savet za populacionu politiku nemamo budućnost, rekla je Brnabić“ (Kurir.rs/Tanjug, 21.8.2017).

Dakle, nijedna od ozbiljnih tema koje su na programu nove Vlade Srbije ne može biti ostvarena bez uspeha Saveta za populacionu politiku. Takav stav premijerke izražen kao objektivni modalitet (van Leeuwen, 2005), kao što sam pokazala, „osnažio“ je sledeću govornicu, ministarku nadležnu za ovu oblast, Slavicu Đukić Dejanović, dok je diskurs rađanja, „poučen ranijim iskustvom“ izbacio abortus kao temu, i usmerio se na ekonomski progres. Na taj način postavio se kao zdravorazumski i logičan, nema mu se šta zameriti, ne preči ukidanjem prava na abortus, a, zaista, nijedna od ekonomskih reformskih mera neće imati svrhu *ukoliko se deca ne rađaju*. Premijerka umesto zavisne uslovne rečenice koju sam upotrebila – *ako se deca ne rađaju*, izgovara –

„... ako nemamo uspeh kao Savet za populacionu politiku nemamo budućnost“ (Kurir.rs/Tanjug, 21. 8. 2017, kurzivi moji),

– koja zapravo znači, kao što će to ministarka Đukić Dejanović razjasniti:

„... da bi došlo do obnavljanja, *potrebno je da 11 odsto žena u reproduktivnom periodu ima jedno dete, 44 odsto dvoje dece, 45 odsto troje*“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21. 8. 2017; Beta, 21. 8. 2017).

Premijerka najavljuje dugoročnu meru – izmene i dopune Strategije podsticanja rađanja, kao i kratkoročne mere na osnovu istraživanja „usklađenosti rada i roditeljstva“.

Blic.rs postavlja makrostrukturu sa težištem na centrima moći. Diskurs naslova upozorava da je budućnost Srbije ugrožena i da njen opstanak zavisi od uspeha Saveta za populacionu politiku:

„Brnabić: Bez uspešnog rada Saveta za populacionu politiku, Srbija nema budućnost“ – dok lid glasi:

„Ekspertski tim dobio je 90 dana da uradi izmene i dopune Strategije za podsticanje rađanja koja je doneta 2008. godine, a u toku je i rad na tekstu Zakona o finansiranju porodice koji bi trebalo da bude usvojen naredne godine, rečeno je danas na konferenciji za novinare nakon konstitutivne sednice Saveta za populacionu politiku“ (Beta/Tanjug, 21. 8. 2017).

Diskurs podsticanja, ili stimulacije rađanja, sada je odbranjen prevođenjem u strateške mere i zakonske okvire, aktivnosti i rad Vlade, dakle, daleko od „pećine“, autoritetom vrha moći na kojem su žene – što otežava napade na rodnu dihotomiju, kao i ekspertskom podrškom. Međutim, u donjem delu vesti, na kraju premijerkinog izlaganja je i informacija da ona „brine“ za porodilje:

„Brnabić je kazala da je brine što kasne naknade za porodilje zbog obimne dokumentacije i zato što se „sve radi ručno“.

Ako pričamo o populacionoj politici ne možemo da dozvolimo da kasne naknade za porodilje posebno u trenutku kada imamo stabilan i dobar budžet navela je ona“ (Beta/Tanjug, 21. 8. 2017)

Žene su, dakle, ipak bitne za populacionu politiku, priznaje diskurs, ali ovo ovlašno pominjanje objekta je samo pokriće poruke da je potrebna digitalizacija uprave – „zato što se sve radi ručno“, kao i prilika da se istaknu dobri rezultati Vlade – da država ima „stabilan i dobar budžet“. Takođe u donjem delu vesti, u kontekstu i istoriji vesti o prvobitnom formiranju Saveta, multimodalni elementi fotografija bebe i grupe žena od kojih dve voze dečija kolica stvaraju koherentnu vezu sa diskursom rađanja i njenim objektom (Prilog 22, primer 3).

Komentari na portalu Kurir.rs kojih je 26 (na „Blicovom“ portalu nema komentara na navedenu vest), otkrivaju:

- „pravdanje“ korisnika i korisnica –
 - o „lako je roditi dete treba ga odgajati a to košta neverovatno puno novca a posla nemamo“ (bata, 21-08-2017, 14:37h),
- „nacionalna“ upozorenja -
 - o „Bez srba nema ni Srbije (Zika, 21-08-2017, 16:47h)
- provociranje diskursa -
 - o „Možemo da razgovaramo o rastu BDP, dovodimo investitore, smanjujemo nezaposlenost, ali ako nemamo uspeh kao Savet za populacionu politiku nemamo budućnost. Najvažnije da zaposlite buduće majke koji rade na ugovoru o privremeno povremenim poslovima koji nemaju prava na trudničko bolovanje niti na odmor. Vrlo je važno ako želimo porast nataliteta dabuduće majke imau siguran posao, kako bi deci obezbedili sigurnuju budućnost“ (Hedona, 21-08-2017, 17:56h).
- programsku podršku -
 - o „Najvažnije da se rađaju deca ali i za stvaranje porodice su neophodni određeni uslovi.Nadam se da će ove mere zaživeti“ (Lana, 21-08-2017, 18:56h)
 - o „Populaciona politika mora biti prioritet u našoj državi jer je demografska situacija jako loša. Bez odobre populacione politike nestaćemo kao narod“ (Željko, 21-08-2017 23:25h).

Korisnici i korisnice dakle, preispituju i podržavaju javni diskurs, ali ne razotkrivaju rodnu ideologiju, budući da je duboko sakrivena iza leksema karakterističnih za politički i ekonomski diskurs. Dok su izjave ministarke jasno usmerene na žene i njihovu privatnost, premijerkin diskurs je „zatvoren“ u opštosti. Sa druge strane, medijski diskurs nekritički prati javne diskurse u podsticanju atmosfere hitnosti i upozorenja, dok korisnici i korisnice imaju podeljene stavove motivisane ličnim pozicijama, rodoljubivim emocijama ili političkim opredeljenjima, ali svi usvajaju dominantne lekseme diskursa i na taj način održavaju ideološku prikrivenost, čime ona dobija na snazi budući da je „ideologija najefektnija kada je njeno delovanje najmanje vidljivo“ (Fairclough, 1989, str. 49).

U sinhronijskom nizu vesti povodom konstituisanja Saveta za populacionu politiku Blic.rs i Kurir.rs objavljuju i treću vest, nakon vesti sa upozoravajućom ministarkinim izjavom i vesti u kojoj je populaciona politika formalizovana kao prioritetna konstitutivnom sednicom i premijerkinim saopštenjem. Treća vest iznosi informacije o tome šta je sve država uradila za podsticanje rađanja, na taj način priznajući njenu ključnu ulogu u ovoj oblasti. Kurir.rs je kritički nastrojen prema dotadašnjoj državnoj politici na ovom polju. U nadnaslovu preko fotografije na kojoj je žena sa bebom je sintagma „jaki na rečima“, dok naslov dodatno jača konstruisanu društvenu krizu dupliranjem do tada komuniciranog broja od 35000 *nedostajućih Srba*, naglašavajući opasnost uzvičnikom:

„EVO KAKO DRŽAVA BRINE O NATALITETU: Dok se sete šta da rade, biće 70.000 Srba manje!“ (Kantar, 21. 8. 2017; Prilog 23, Primer 1).

Lid podseća da *nas Srba* svake godine ima 35.000 manje, da je Vladi Srbije to prioritet i da je najavila mere, ali sa kritičkom porukom da sporo deluje, odakle i računica o dupliranju prethodno konstatovane cifre:

„Svake godine nas ima za 35.000 manje, a iako Vlada Srbije ističe da joj je populaciona politika prioritet, izmenu zakona najavljuju tek za godinu dana“ (Kantar, 21.8.2017; Prilog 23, Primer 1).

Ova vest nema komentare publike, kao ni sledeća na tu temu koju je objavio Blic.rs nekoliko dana kasnije, takođe o dotadašnjim rezultatima rada Vlade, uz umereniji kriticizam ali isto tako diskursom jačanja uloge države u podsticanju rađanja:

„KAKO DRŽAVA PODSTIĆE RAĐANJE DECE Do povećanja nataliteta NA BICIKLIMA

Država svakoj porodilji uplaćuje jednokratnu novčanu pomoć i dečije dodatke, finansira parove da podignu staklenike i razvijaju živinarstvo, a jednoj opštini je čak obezbedila novac za kupovinu bicikala, a sve u nameri da podigne natalitet. Za sve ove mere iz budžeta se godišnje izdvaja više od 400 miliona evra, ali je Srbija i pored toga u situaciji da ima najmanje rođenih beba u poslednjih 100 godina (Latković, 26. 8. 2017).

Makrostrukturu koju sam navela prati fotografija iz porodilišta na kojoj su dve medicinske sestre, kreveci i novorođene bebe (Prilog 23, Primer 2). Diskurs ističe da država izdvaja sredstva, navodi milione evra kao još jedan od strateških utemeljenja moći, ali u dopusnom zaključku ponovo ukazuje na problem, mereći ga sada na 100 godina. Kao i u prethodno analiziranoj vesti, medijska poruka bi mogla da se rekonstruiše na sledeći način:

Država ima moć i novac da stimuliše žene da rađaju, spora je sprovođenju te moći, ali ima načine da uspe u tome. Vi, žene, samo treba da rađate, da bismo mi, Srbi opstali.

Diskurzivne isprepletanosti u kreiranju ovakve poruke pratile su i formalne medijske kampanje, kao što sam objasnila u društvenopolitičkom kontekstu. 18. septembra 2017. međunarodna organizacija Unicef pokrenula je kampanju „Svaki trenutak je važan“, u saradnji sa Ministarstvom zdravlja, Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i Ministarstvom za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja i uz podršku Javnog medijskog servisa, sa ciljem podizanja svesti „o važnosti prvih 1000 dana života“. Kampanja je između ostalog promovisala majčinstvo i rađanje emotivnim slikama beba na bilbordima u javnom prostoru i video prezentacijama onlajn i u televizijskim programima. Portal Blic.rs takođe je bio promoter ove kampanje, ali samo u okviru svog podsajta Blic žena (Svaki trenutak je važan za razvoj deteta, 18. 10. 2017).

Ministarstvo kulture i informisanja uputilo je i javni poziv za slogan za kampanju podsticanja rađanja, „po ovlašćenju Saveta za populacionu politiku Vlade Republike Srbije“, gde su za prva tri najbolje rangirana slogana predviđene i novčane nagrade (Poziv za izradu slogana za promociju mera populacione politike, 4. 12. 2017). Rezultati konkursa, međutim, izazvali su negodovanje javnosti koje su zvaničnici usvojili te slogani nisu primenjeni, budući da su ocenjeni kao „uvredljivi za žene“:

„Mihajlović: Slogani o rađanju dece su uvredljivi za žene, one NISU MAŠINE ZA RAĐANJE!

Potpredsednica Vlade Srbije i predsednica Koordinacionog tela za rodnu ravnopravnost Zorana Mihajlović kaže da su članovi komisije Ministarstva kulture i informisanja koji su birali slogane za akciju podsticanja rađanja *promašili temu!*

Većina izabranih slogana u ovoj akciji jednostavno *stavlja obavezu ženama, tačnije imperativ da rađaju decu što, uverena sam, može samo da izazove kontraefekat*. Nekoliko puta sam upozoravala da *niko nema pravo da naređuje ženama da rađaju, niti da krivi žene za stopu nataliteta i da ih doživljava kao nekakve mašine za rađanje*”, kaže Mihajlovićeva, koja je i članica Vladine komisije za populacionu politiku, saopšteno je iz kabineta ministarke Mihajlović.

Prema njemim rečima, izbor slogana „Dosta reči, nek zakmeči“ ili „Rađaj, ne odgađaj“ su *uvredljivi za žene, javno ih sramote i pokazuju veliko nerazumevanje uloge žena u Srbiji i populacionoj politici*, ali i razloga zbog kojih u Srbiji treba da se rađa više dece.

Svaka akcija na temu povećanja nataliteta *za cilj treba da ima da se građanima probudi svest zašto je važno da nas bude što više*, zašto je dobro da svako dete ima brata ili sestru, zašto je dobro imati porodicu sa više dece. Osim konkretnih podsticaja rađanje dece isprepletano je i sa uslovima u našem zdravlju, obrazovanju, medijima, ali sa kulturnim životom naše zemlje. Zato mislim da komisija koja je izabrala ove slogane nije dovoljno sagledala čitavu sliku o problem nataliteta u Srbiji”, smatra Mihajlovićeva, saopšteno je“ (Blic, 14. 2. 2018, kurzivi moji).

U vesti koju sam navela diskurs stimulacije rađanja koji je u prethodnih godinu dana osnaživan, sada sam sebe opovrgava, prebacujući krivicu na niže hijerarhijske stupnjeve – na komisiju za izbor slogana. Komisija, dakle, nije razumela da ako se prebrojavaju žene koje imaju samo jedno dete i da ako se izračunava broj žena koje treba da rode još jedno i još dvoje dece, to ne znači da su žene „mašine za rađanje“. Takođe, pogrešno je tumačenje upozorenja da *nas Srba nedostaje* kao imperativ ženama da rađaju te Srbe kojih fali, i pogrešno je isticanje ugrožavanja budućnosti Srbije tumačiti kao okrivljavanje žena za pad nataliteta. Sada ogoljeni diskurs u direktivama „Dosta reči, nek zakmeči“ i „Rađaj, ne odgađaj“ otkriva se kao „uvredljiv“ i „javno sramotan“, jer nije ostao u svom ideološkom sakrivenom utvrđenju neutralnog „problema nataliteta“ i mere „buđenja svesti građana“. Kada je na površinu isplivao ideološki sveden i direktivan diskurs sa ciljem da se javnosti pošalje jasno razumljiva poruka, prema marketinškim pravilima, kako bi ljudi znali tačno šta da rade, sam centar moći je demantovao njegovo postojanje koje je prethodno pažljivo utvrđivao. Moć i dominacija moraju biti sakriveni, inače su „kontraproductivni“, što su prepoznali i teoretičari moći (Altiser, 2008, Gramši, 2008) i kritičari diskursa koji su u „nevidljivosti“ moći definisali njenu efektnost (Fairclough, 1989, str. 49).

5.2.3. Sudar faktičkog i ideološkog diskursa: (ne)kultura porađanja

U analizi „muških“ portala do sada sam se fokusirala na skrivenu moć u diskursu, koja bi izranjala u strukturi jezika – u generičkoj upotrebi gramatičkog roda, u borbama u diskursu (Fairclough, 1989) kao i u diskurzivnim susretima (Hodges, 2015). To ne znači da onlajn-portali u udarnim vestima ne prenose i otvorene diskriminatorne poruke. Vest o propovedi mitropolita Amfilohija u liturgiji koju je sredinom oktobra 2017. održao u Pečkoj patrijaršiji preneli su gotovo svi portali, a ovde navodim vest sa reagovanjem predsednice Koordinacionog tela za rodnu ravnopravnost:

„Patrijarh Irinej: Žene su dužne da rađaju; Zorana Mihajlović: Pustite žene da same o tome odlučuju“ (Tanjug/Blic, 28. 10. 2017).

U navodima patrijarhove izjave prepoznaju se iste one poruke koje je poslala i Vlada Srbije, ali u otvoreno diskriminatornom tonu. Navedena makrostruktura je (slučajno?) „začinjena“ multimodalno u generičkom bloku pored ove vesti u kojem je isečak i link vesti iz 2020. sa fotografijom o poslanici britanskog parlamenta koja se suočila sa uvredama zbog haljine koju je nosila na sednici:

„SPREMNA JE DA PODOJI Kako je haljina koja je skliznula s jednog ramena izazvala lavinu kritika u parlamentu i internetu“ (M, 9. 2. 2020; Prilog 24, primer 1).

Tehnološke mogućnosti novih medija ovde se potpuno otkrivaju kao manipulativne u Manovičevskom smislu – paradigma je na površini a sintagma formira jedinstvenu mentalnu putanju. U ovom slučaju paradigma je prevazišla vremenske i geografske granice i glasi: žene su objekti i treba da rađaju i da doje, bilo da ih pustimo da to rade po svojoj volji ili da im namećemo tu obavezu, bilo da su samo „žene“ ili poslanice u parlamentu, u britanskom ili bilo kom drugom.

Vratiću se sada na vest iz 2017. Blic.rs prenosi patrijarhovu izjavu vrlo sažeto:

„Srpkinje su dužne da rađaju, *u najkraćem bi mogla da se sažme izjava patrijarha Irineja.*

Dužni smo da obnovimo naš narod, i da preporučimo našim materama da su dužne da rađaju decu po božijemo blagoslovu, i da na taj način ostanemo u istoriji, iako smo postradali“ (Tanjug/Blic, 28. 10. 2017, kurzivi moji).

Dakle, kao i u vestima koje sam prethodno analizirala, „opstanak Srba“ je u opasnosti, potrebno je da se „obnovimo“, ali je diskurs otvoreno pokazao da su krivci „matere“ – dakle „žene reproduktivnom dobu“ – što znači i da imaju „dužnost“, dok je kao centar moći imenovan „božiji blagoslov“. Diskurs, međutim, prećutkuje mizogine i preteće iskaze patrijarha, od kojih su i krenule reakcije javnosti:

„Srpkinje su postale majke *čedomorke*, rekao je Mitropolit Amfilohije u liturgiji koju je pre tri dana držao u Pečkoj patrijaršiji. I tu se nije zaustavio:

One u svojim utrobama pobiju za jednu godinu više dece nego što su pobili Musolini i Hitler i Broz i ovi koji su ovde na Kosovu i Metohiji. A hoćete da kao narod imamo blagoslov Božji“ (Radišić, 17. 10. 2017, kurzivi moji).

U vesti na portalu Blica, ove optužbe mogu se uočiti tek u pozadini vesti, u reakciji sa vrha sekularne vlasti. Odgovor državnog autoriteta je sličan kao i u slučaju negiranja kompetencija komisije za izbor slogana za podsticanje nataliteta i predstavlja prikriveni autodemanti. Predsednica Koordinacionog tela za rodnu ravnopravnost koja je i članica Saveta za populacionu politiku, ministarka i potpredsednica Vlade Srbije, Zorana Mihajlović, kaže:

„Svaki dan me iznenadi ono što mogu da pročitam, a kažu crkveni velikodostojnici. Jedni kažu da su žene ubile više dece od Hitlera, sa druge strane patrijarh kaže da treba da rađamo decu da bismo očuvali srpstvo – rekla je ona, i naglasila da je njeno mišljenje da *žene treba pustiti da same odlučuju* kada će rađati.

Kaže i da misli da danas *nema žene na svetu koja ne želi da ima dete, da ga neguje, gleda i brine o njemu, i da se brine o njegovom napretku.*

Svakako, ne treba da zaboravimo da žene nisu ranije mogle da kažu svoje mišljenje kada smo imali mnoge ratove i da budu na mestima gde se donose odluke. Da budu tu kada su njihova deca, muževi i braća odlazili odakle se nisu vraćali ili su se vraćali bez ruku, nogu ili u kovčezima - kazala je Mihajlović, uz opasku da žene ne treba prisiljavati ni na šta, i da one vode računa i o svojoj porodici i o svojoj državi“ (Tanjug/Blic, 28. 10. 2017, kurzivi moji).

Dakle, diskurs se brani protiv mogućnosti dominantnog delovanja na odluku žena o tome kada će rađati, ali isto tako podstiče rodnu stereotipizaciju podsećajući da „nema žene na svetu koja ne želi da ima dete, da ga neguje, gleda i brine o njemu, i da se brine o njegovom napretku“, kao i na strašne slike rata u kojima su „njihova deca, muževi i braća“ stradali (Tanjug/Blic, 28. 10. 2017).

Dominacija se sakriva iza političkih mera, strategija, zakona, „usklađivanja rada i roditeljstva“, kao što sam napomenula, i dodatno brani rezultatima koji su navodno postignuti na

polju rodne ravnopravnosti. Nekoliko dana nakon navedene polemike između vlasti i crkve, vest pod naslovom:

„Srbija 24. na svetu po rodnoj ravnopravnosti, prva u regionu“ (Tanjug, 30.10.2017; Prilog 24, primer 2)

– upravo služi tome da se dodatno otklone pomisli da centri moći vladaju nad ženama, odnosno da se potvrdi da ti centri zapravo pomažu ženama. Mihajlović priznaje realnost u kojoj postoje stereotipi ali upućuje poruku da su „svi“ odgovorni, sa čime se slažem:

„Iako je sve više žena u političkom i poslovnom životu, rodni stereotipi i predrasude su, nažalost, prisutni. Kao društvo, svi smo odgovorni da se borimo protiv svakog vida diskriminacije i omalovažavanja žena“ (Tanjug, 30. 10. 2017).

Kako se medijski diskurs nosi sa ovom odgovornošću pokazaću u medijskom izveštavanju istraživanja koje je sprovedeno 2017. godine – „Kultura rađanja i partnerski život u Srbiji“ (Sekulić, 2017), čije sam delove već navodila. Osim teške ekonomske situacije, finansijske diskriminacije i diskriminacije na poslu trudnica, porodilja i majki male dece, izveštaj je kao probleme prepoznao i tretman porodilja. Direktorka Udruženja građana „Centar za mame“ Jovana Ružičić, koje je učestvovalo u istraživanju objasnila je:

„Dok je model ‚herojskog žrtvovanja majke‘ još uvek opšteprihvaćen kod nas, te za njega ne možemo kriviti samo muško stanovništvo i državu, problem akušerskog nasilja i nepoštovanja ljudskih prava prilikom porođaja je isključivo institucionalan i predstavlja najgrublji oblik kršenja ženskih ljudskih prava“ (Centar za mame, 7. 3. 2018).

Dakle, ako zanemarimo rodne ideologije u diskursu, protiv kojih država ne samo što se ne bori već ih i podstiče i oko kojih gradi svoju politiku prioriteta, postoji konkretno polje na kojem država ima zakonsku mogućnost i obavezu da interveniše, i to protiv kršenja ljudskih prava i nasilja nad porodiljama, a na kojem ne radi ništa. Istraživanje o tome kako izgleda rađanje u Srbiji koje je, kako medijski diskurs reprodukuje – *potrebno podsticati, da bi nas bilo više*, pokazuje sledeće rezultate:

„Skoro dve trećine žena na prvom porođaju dobije hormone za izazivanje i pojačavanje kontrakcija, a svaka peta dobija indukciju bez jasne medicinske indikacije. Svaka četvrta žena kod koje je rađena ručna dilatacija grlića materice se toga ni ne seća, što jasno ukazuje da medicinsko osoblje ne obaveštava ženu o procedurama koje vrši nad njenim telom. Iako se epiduralna anestezija pokazala kao najbolje sredstvo za ublažavanje porođaja i pomoć porodilji, u Srbiji skoro trećina žena nema mogućnost korišćenja te vrste anestezije zbog neopremljenosti porodilišta. Iako nemaju epidural, sve bolnice daju trudnicama sedative tokom porođaja, što ima kontraefekat na njih, jer umesto smirenosti i koncentrisanosti na trenutni događaj, one se osećaju disocijativno, dezorijentisano i isključeno iz iskustva sopstvenog porođaja. Takođe, u svim sprskim porodilištima rutinski se sprovodi pritiskanje stomaka, te je kroz to iskustvo prošlo dve trećine žena u Srbiji, iako je dokazano da je ova intervencija visokorizična, kako za bebu tako i za majku. Kada se porađate u Srbiji, možete biti gotovo sigurne da ćete dobiti epiziotomiju. Istraživanje Mame u Srbiji pokazuje da je 90 odsto prvorođanke podvrgnuto ovoj intervenciji, kao i tri četvrtine svih porodilja u Srbiji“ (Centar za mame, 7. 3. 2018).

Blic.rs u makrostrukturi vesti u kojoj prenosi podatke iz ovog izveštaja ne fokusira se ni na materijalni položaj žena niti na njihova porođajna iskustva, već ističe *želju* žena da imaju decu i to baš onoliko koliko treba – *troje*, dok imaju onoliko koliko nije dovoljno – *jedno*:

„VELIKO ISTRAŽIVANJE O MAJKAMA U SRBIJI Žele troje dece, a imaju samo jedno, a ovo su razlozi“

– naslov prati fotografija žene glave iz profila preko čije je kose, dakle, mesta gde se nalazi mozak, grafički iskazana statistika stanja i želja žena u Srbiji – koliko procenata žena ima koji broj dece, koliko bi volele da imaju, i koji procenat žena je zadovoljan brojem dece (Đokić, 11. 3. 2018; Prilog 25, primer 1). Podržava se mit da žene žele troje dece – mit u „bartovskom“ smislu, kao „zahtev da se svi prepoznaju u večnoj slici“ (Bart, 2013). U lidu se objektivno iznose činjenice koje navode i fokuse istraživanja – prosečnu platu žena i materijalnu nesigurnost, neraspodelu kućnih poslova, sa ponovnim isticanjem poruke o željama za većim brojem dece iz naslova vesti i neobavezno pominjanje „lošeg iskustva“ prilikom prvog porođaja:

„Majke u Srbiji pretežno zarađuju oko 300 evra, uglavnom rade honorarno i obavljaju sve kućne poslove. Uprkos željama da imaju troje dece, pretežno ih ima po jedno, a prilikom prvog porođaja imale su loše iskustvo“ (Đokić, 11. 3. 2018).

Kurir.rs od svih navedenih faktora nepovoljnog položaja žena u okviru „kulture rađanja“, iznosi konstataciju da su za nerađanje zapravo *krivi muškarci*:

„NIJE SAMO EKONOMSKI FAKTOR BITAN: Žene neće da rađaju zbog lenjih muškaraca“

– naslov je potvrđen fotografijom na kojoj je u prvom planu nezadovoljna žena, a u pozadini, „zamagljen“ muškarac u ležećoj pozi, dok je potpis fotografije, odnosno nadnaslov vesti – „natalitet“ (K, 10. 4. 2018; Prilog 25, primer 2). Lid ponavlja iskaz vesti statističkom potporom i uzvičnim tonom:

„Većina žena u Srbiji, čak njih 43,5 odsto, ne planira trudnoću u narednih pet godina, a pored ekonomskog momenta, najveći krivici za to su – muškarci!“ (K, 10. 4. 2018)

Glavni događaj je razrađen dodatnim pojašnjenjem i tu se vest i završava, odnosno za razliku od „Blicovog“ portala, Kurir.rs ne navodi detaljno obimno istraživanje, svodeći ga samo na statistiku „lenjih muškaraca“:

„Manje od jedan odsto očeva u Srbiji redovno menja pelene detetu, dok tek nešto više od sedam odsto njih kupu bebu, podaci su istraživanja „Kultura rađanja i partnerski život u Srbiji“, koje je sproveo Institut za sociološka istraživanja uz podršku Centra za mame. Ispitanice su kao jedan od ključnih problema navele tradicionalnu uloga oca, koji ne učestvuju aktivno u odgajanju deteta“ (K, 10. 4. 2018).

Prema tome, „nije samo ekonomski faktor bitan“, niti postoje naznake o tome da trudnice dobijaju otkaze, nije važno ni što su prilikom porođaja tretirane brutalno, što nemaju finansijsku podršku nakon porođaja i što su žene manje plaćene prilikom podizanja dece, gde država ima pravo i zakonsku obavezu da interveniše, već je problem što žene *neće* da rađaju – „zbog lenjih muškaraca“. Diskurzivnim povezivanjem sa prethodno analiziranim vestima, to znači da one neće da doprinesu natalitetu i zato država i mediji imaju prostor da demonstriraju moć, s tim što će načelno, oko „roditeljstva“ i „porodice“ gde će biti uključeni i muškarci kako bi se povećao procenat muškaraca koji „kupa bebu“ za više od „sedam odsto“. Jer kad muškarci počnu masovno da kupaju bebe, što će im biti omogućeno državnim merama usklađivanja rada i roditeljstva, onda će i žene masovno da rađaju i drugo i treće dete, jer to ionako žele, a država i nacija će se obnoviti.

5.2.4. Harmonizacija starog i novog diskursa patrijarhalne rodne ideologije

Analiza vesti na najposećenijim informativnim portalima, koje za temu imaju populacionu politiku i podsticanje rađanje, pokazala je kako se diskurs moći s jedne strane prilagođava javnom mnjenju, a sa druge utvrđuje sinhronijski i dijahronijski kroz tekstove iste ili srodne sadržine. Nove tehnološke mogućnosti kojima onlajn-portali raspolažu učestvuju u strategijama održanja javnog diskursa dominacije, putem multimodalnih kohezija u okviru jedne medijske objave, kao i pomoću hiperveza koje vode korisnike i korisnice do diskurzivnih ispoljavanja u drugim tekstovima. Publika koja koristi priliku da komentariše date sadržaje ne pokreće kritične niti produktivne rasprave, već ili podržava ili se protivi proklamovanim vrednostima, ali u oba slučaju usvajajući leksičke i strukturne jezičke izbore medijskog i javnog diskursa. Najžešće borbe u diskursu odvijaju se unutar samog diskursa moći koji na taj način sprovodi strategiju održanja i reprodukovanja u „pretećem“ informacionom izobilju kojim publika raspolaže.

Kao što sam navela u zakonodavnom okviru rodnih politika, uloga države je prema Ustavu (2006) da jemči ravnopravnost žena i muškaraca i razvija politiku jednakih mogućnosti, na osnovu Zakona o ravnopravnosti polova (2009) da stvara jednake mogućnosti ostvarivanja prava i obaveza, i da preduzima posebne mere za sprečavanje i otklanjanje diskriminacije zasnovane na polu i rodu, kao i na osnovu Zakona o zabrani diskriminacije (2009). Dakle, ne postoji zakonska osnova za zahtev da žene rode ni jedno ni dvoje ni troje dece. Ovaj zahtev se implicitno šalje u javnom diskursu i reprezentuje u medijskom, kao postavljanje norme koja u patrimonijalnoj vlasti proizilazi iz tradicije i volje gospodara (Weber, 1999), koja se prikriva statistikama, diskursnim ublažavanjima, neutralnim iskazima i autodemantijima centara moći. Kao što je Haravej predvidela, pomoću „informatike dominacije“ donosioci odluka sprovode strategiju kontrole rađanja jezikom „populacione kontrole“ (Haravej 2006).

Logične teme koje bi u odnosu i zakonske osnove i na realnu sliku položaja žena u sferi formiranja porodice, kao što su njihov materijalni položaj ili neadekvatan tretman u trudnoći i prilikom porođaja, nalaze se na marginama diskursa, dok su u prvom planu dominantne pozicije sa kojih se šalju poruke o potrebi za rađanjem radi društvenog i nacionalnog održanja i prosperiteta. U sferi rađanja ženama se s jedne strane oduzima moć medikalizacijom, o čemu je pisala i Ana Kuzmanović Jovanović u istraživanju ove teme u španskom savremenom društvu kao paradigmi za druga savremena zapadna društva, takođe metodom kritičke analize diskursa, analizirajući knjige saveta za trudnice iz perioda od 1980. do 2007. kao „manifestacije autoritarnog medicinskog diskursa“ (Kuzmanović Jovanović, 2014), a sa druge, što je takođe i zaključak Kuzmanović Jovanović, očekuje se da žena uskladi obaveze odgajanja dece sa profesionalnim obavezama.

U okviru ove teme u javnom i medijskom diskursu u onlajn-medijima u Srbiji, rađanje se dovodi u vezu i sa donošenjem na svet nove radne snage i opstanka nacije, i sa „usklađivanjem“ rada i roditeljstva, kako bi i roditelji ostali dostupni i kao radna snaga. Patrijarhalni rodni obrazac koji je ženu tretirao kao sredstvo reprodukcije i ujedno i radnu snagu, isijava iz diskursa 21. veka: u srpskom narodnom životu 19. veka i početka 20. veka, žena se „uzimala“ „ne da postane drug svoga muža, već da on od nje izvuče koristi: da mu rađa decu, među kojima mora biti i muške, da mu radi i da mu bude prirodna naslada“ (Đorđević, T. 1984). Zapažanje da se ženi ni specifična reproduktivna moć nije priznavala kao društveni doprinos sam po sebi – „i u trenucima kada je čovečanstvo najenergičnije zahtevalo da se rađa što više dece... žena nije mogla da zauzme prvo mesto“ (de Bovoar, 1982), očito je i u novomilenijumskom diskursu, ponovo daleko od vizije Simon de Bovoar o „prijateljskom udruživanju“. I dok je rađanje i dalje obaveza žena, javni i medijski diskurs potiskuju problem „kulture porađanja“ i finansijsku ugroženost trudnica, porodilja i majki, a težište se premešta na ugroženost nacije. U tom novonastalom diskursu govori se i o podršci u usklađivanju roditeljstva

sa radnim obavezama, ali u opštim okvirima koji mogu da uključuju i muškarce i koji ne nalazu mere protiv diskriminacije koje žene trpe na poslu.

Usklađivanje nove rodne ideologije i tradicionalne rodne patrijarhalne ideologije odvija se u sledećim diskursnim susretima rodne diferencijacije, u polju „ozbiljnih“ informacija (kao i u polju „lakih“ medijskih tema, što ću pokazati u analizama „ženskih“ portala):

- Savremeni politički i medijski diskurs, poručuje da ženu treba „podsticati“ na rađanje, i time je usklađen sa patrijarhalnim imperativom – „da mu rađa decu“;
- savremeni diskurs insistira na tome da ženi treba „omogućiti“ i da istovremeno radi, dok je patrijarhalni obavezivao da bude, pored roditelje i „radna snaga“ muškarcu;
- muškarčevo naslađivanje ženom prihvaćeno kao prirodno u patrijarhatu, u novomilenijumskom parlamentu, na primer, formalno se kažnjava – izriče se opomena – kao što je to pokazao slučaj „povučene haljine“ u analizi diskursa *premijerke*, u vesti o izglasavanju nove Vlade, ali ne proizvodi javnu raspravu ni u javnom ni u medijskom diskursu, niti publika u onlajn-okruženju protestuje, dakle, ne doživljava se kao „ozbiljan“ prestup protiv društvenog poretka. U polju privatnog prostora koje je predmet „ženskih“ rubrika i portala, kako ću pokazati „prirodna naslada“ muškarcu je prvi i osnovni zadatak svake žene.

U medijskom i javnom diskursu, deluje suptilni i naizgled bezopasni oblik moći „koji je po naravi diskurzivne prirode“, ali istovremeno nisu iskorenjeni ni „otvoreni, očigledni, oblici rodne asimetrije ili seksizma“ koji tradicionalno uključuju omalovažavanje žena otvoreni za interdisciplinarna istraživanja“ (Lazar, 2007). Upravo zato su kritička analiza diskursa i interdisciplinarni pristup značajni u razotkrivanju takvih ideologija. Diskurs populacione politike, orijentisan ka podsticanju, odnosno stimulaciji rađanja, koji je prisutan i na „ženskim“ portalima, zajedno sa diskursom lepote i zdravlja, sadrži u sebi ideološki cilj kontrole nad namerama, planovima, znanjem, mišljenjem pojedinca i direktno utiče na postupke određenih članova i članica društva (van Dijk, 2015) – na „ženskim“ sajtove najpre članica.

5.3. Muškarcu država, ženi i u državi porodica

Kvantitativne i kvalitativne analize i istraživanja roda u srpskom jeziku i roda u medijima, koje sam iznela na početku ovog dela rada radi istorijskog uvida u problematiku kojoj sam pristupila u okviru kritičke analize diskursa (Wodak, 2007), pokazale su da je od samog početka razvoja medijske kulture informativni prostor rezervisan za muškarce, dok se žene u njemu pojavljuju na marginama, kao dekorativni elementi, pratilje, supruge ili akterke u rubrikama društva, zdravlja, u okviru tema posvećenih zdravlju, porodici, nezi... Digitalni mediji preuzimaju ove obrasce što ću utvrditi i komparativnom analizom naslovnih strana informativnih i „ženskih“ portala, dok retko pojavljivanje žena u udarnim vestima „očuđuju“ ili pružaju diskursni otpor dominaciji žene u „muškom“ društvu na lingvističkom i multimodalnom planu.

Visoke funkcije na vlasti brane se od demografske logike i objektivnog stanja prema kojem bi žene na osnovu zastupljenosti u populaciji i obrazovanim kadrovima podjednako, čak i sa malom prednošću na oba plana, mogle da obavljaju te funkcije. Podrazumevani kulturno-kognitivni modeli,

međutim, prepoznaju najviše pozicije moći u društvu kao muške, uprkos tim činjenicama, ali i promenama koje se odvijaju na tom planu u okviru kojih žene sve više zauzimaju pozicije u vlasti. Ipak, premijer je samo trenutno premijerka, i to tek kada Skupština formalno usvoji, ali povremeno će opet biti premijer, predsednik Vlade, isto kao i ministri od kojih neki mogu biti ministarke, ali se moraju podsećati da su to zapravo i dalje ministri, članovi Vlade. Na muške oblike kao reference univerzalnih vrednosti podsetila je i vest objavljena na više portala⁴⁶ u oktobru 2017, anahrona, mimo medijske prakse, budući da se odnosi na odluku Odbora za standardizaciju srpskog jezika SANU datiranu 2015. Prema obrazloženju te odluke „pogled na svet, sistem kulture ili društveni sistem nisu uslovljeni pukim postojanjem ili nepostojanjem određenih gramatičkih kategorija, te se oni stoga ne mogu ni menjati njihovim uvođenjem ili insistiranjem na doslednosti njihove upotrebe“ (SANU: Psihološkinja, vojnkinja, sekretarka – gramatički nepravilno!, 15.10.2017).

Kolebanja u izboru oblika gramatičkog roda u medijskim izveštavanjima rezultat su borbi u diskursu u kojima najviše instance vlasti odnose pobjedu. Medijski diskurs osluškuje diskurs institucija i prenosi ga najčešće doslovno, dok publika usvaja takve reprezentacije bez kritičkog otklona u odnosu na objektivnu realnost. Sa druge strane, otklon prema ženi u javnom prostoru uvek mora da postoji, makar i u formulaciji – *nije važno kojeg je pola, ako dobro radi svoj posao*, koja se za muškarca nikada ne bi upotrebila. Kao što ni za dvoje članova Vlade od kojih je jedan muškarac a drugi žena, nikada ne bi bila upotrebljena sintagma *članice* Vlade, dok se u medijskom i javnom govoru za dve žene „prirodno“ navodi da su *kandidati* ili *članovi*. Na multimodalnom nivou, po toj analogiji uobičajen je izbor fotografije muškaraca za ilustracije tekstova u kojem su subjekti žene, iako protiv pravila profesije, dok se suprotne situacije ne dešavaju.

Na nivou političkog delovanja diskurs koji se brani od statističke mogućnosti da Srbija ima iste šanse da je vode i premijeri i premijerke, i ministri i ministarke itd., opravdan je u svetlu odluke da premijerka, zajedno sa ministarkama od kojih je jedna potpredsednica Vlade, kao prvi i prioritetni zadatak imaju podizanje nataliteta. Žene koje vladaju treba da podstiču rađanje i na taj način smiruje se poljuljana hijerarhija moći, dok medijski diskurs prihvata takvo razrešenje i kreće u novu borbu za podršku diskursu populacione politike, bez kritičkog promišljanja činjenice da na taj način država zadire u privatni prostor pojedinca, ističući biološke reproduktivne potencijale žena.

Rodne ideologije kojima se utvrđuje dispozicija, odnosno „habitus“ (Burdije, 2001) muškarca u državi, a ženi, čak i kada zauzme državno mesto suštinska pripadnost porodici, sprovode se, kao što sam naglasila, na lingvističkom i multimodalnom nivou, ojačane hipervezama u digitalnom okruženju, pomoću sledećih diskursnih strategija:

- kolebanja i pregovaračke upotrebe strukturnog ženskog oblika uslovljene ekcesivnišću ili privremenošću zauzimanja muške pozicije od strane žene;
- tematskog i multimodalnog „očučavanja“ žene u „muškom“ društvu;
- uspostavljanje relacije novog, ženskog subjekta vlasti kao subordiniranog u odnosu na dominantni – predsednik Srbije, Skupština, Vlada, nacija;
- osnaživanja paradigme moći kroz sinhronijsko i dijahronijsko građenje brojnih sintagmatskih putanja pomoću hiperveza;
- harmonizacije stare i nove rodne ideologije pomoću politički korektnog rečnika i standardnih varijacija administrativnog stila;

⁴⁶ https://www.b92.net/kultura/vesti.php?yyyy=2017&mm=10&dd=13&nav_category=1864&nav_id=1313748
<https://srbin.info/kultura/sanu-psiholoskinja-vojnkinja-sekretarka-gramaticki-nepravilno/?lang=lat>
<https://pulse.rs/psiholoskinja-vojnkinja-sekretarka-je-gramaticki-nepravilno/>
<https://www.pasarela.rs/lifestyle/sanu-psiholoskinja-vojnkinja-sekretarka/>
<https://www.espreso.rs/vesti/drustvo/306991/nema-vise-psiholoskinja-sekretarka-borkinja-sanu-doneo-odluku-koja-je-razbesnela-sve-zene-u-srbiji-foto>
<https://www.srbijadanas.com/vesti/beograd/oglasila-se-sanu-psiholoskinja-sekretarka-vojnkinja-i-borkinja-su-gramaticki-nepravilne-2017-10-14>

- demantovanja i autodemantovanja dekonstrukcije diskursa;
- opravdavanja diskursa moći u dijalektičkoj reprodukciji u nizu: institucije – mediji – publika.

Diskurs informativnih medija potvrđuje „empirijski poredak“ u smislu u kojem ga je definisao Fuko, kao fiksiranog, kojeg je uspostavio „fundamentalni kodeks jedne kulture – onaj koji upravlja njenim jezikom, njenim perceptivnim shemama, njenom razmjenom, tehnikama, vrijednostima, hijerarhijom njene prakse“ (Fuko, 1971, str. 64). Između njega i naučne teorije koja objašnjava „zašto uopšte postoji neki opšti poredak“, Fuko prepoznaje domen koji ima „posredničku ulogu“:

„U njemu kultura, oslobađajući se neosetno empirijskih poredaka koje joj propisuju primarni kodeksi, uspostavlja prvi razmak između sebe i njih, i zanemarujući njihovu početnu providnost, prestaje da se pasivno prepušta i odvaja se od njihove neposredne i nevidljive moći, oslobađajući se pri tome da to mjere da može konstatovati kako poreci nisu možda ni jedini mogući ni najbolji; tako se ona nalazi pred grubom činjenicom da i iznad spontanijih poredaka postoje stvari koje se same u sebi mogu dovesti u red, da pripadaju jednom nijemom poretku, ukratko, da poredak postoji“ (Fuko, 1971, str. 64).

U takvom poretku primarne uloge žena ostaju da rađaju, da brinu o porodici i da obnavljaju naciju. Medijski diskurs pri tome perpetuira i diskurs koji se usvaja u toku obrazovnog procesa, gde u priručnicima iz Građanskog vaspitanja za više razrede osnovne škole i srednju školu, dominiraju muški likovi na političkim funkcijama i u javnoj sferi, kao i sistematična upotreba muškog gramatičkog roda za označavanje naziva funkcija i zanimanja, dok se u procesu nastave „odustajanje žena od participacije u javnom životu predstavlja (se) kao prirodna posledica njihove prirodne uloge da budu supruge i majke“ (Stjepanović-Zaharijevski, Gavrilović & Petrušić, 2010, str. 118).

6. „Ženski“ portali

U zaključcima prethodnih analiza ukazala sam na harmonizaciju savremenog diskursa rodne dihotomije sa patrijarhalnom rodnom ideologijom koja je od žene tražila da rađa decu svome mužu, da radi i da mu bude „prirodna naslada“ (Đorđević, T. 1984). „Samo žena koja ispunjava ove uslove smatra se za pravu ženu; samo se takva žena trpi i čuva, inače biva oterana, ili se pored nje može dovesti druga, koja će zadovoljiti narodne pojmove o ženi“ (Đorđević, T. 1984). U savremenom društvu ovakvo uslovljavanje smatra se nedopuštenim, ali u diskursu „muških“ portala prenosi se transformisan kroz ideološke postavke moću. Diskurs tzv. „ženskih“ medija čuva ovu tihiu pretnju u stalnom imperativu ženi da bude savršena, nudeći joj slike savršenih tela, dijeta, šminke, kulinarskih recepta, horoskopskih uputstava, ljubavnih saveta, istovremeno je hrabreći da bude privlačna fizički (muškarcu) i da se „ostvari“ profesionalno i porodično, kao supruga i kao majka. Drugim rečima, da zauzme poziciju koja nije zastrašujuća (Batler, 2001). U protivnom, ona nije prava žena, nije lepa i samim tim srećna, ona to ne može sama, ona nema stila. U prethodnoj rečenici navela sam diskurzivno negacije leksema i iskaza koji su sadržani u nazivima ženskih portala koje analiziram, koji su najposećeniji „ženski“ onlajn-mediji u Srbiji: Žena.blic.rs, Stil.kurir.rs, Lepaisrećna.rs i Mogujatosama.rs.

Rodna diferencijacija u diskursu ovde nije sakrivena, ali je subordiniranim ulogama data određena draž, romantizovane su ili predstavljene kao „zakulisne“ moći. U svakom od ovih slučajeva diskursne strategije su, za razliku od strateških vratolomija moći na „muškim“ portalima, već samom konstativnom rodnom dihotomijom vidljive i prihvaćene kao zdravorazumske. I u svetlu nastave građanskog vaspitanja u školama koja rodnu nejednakost posmatra kao problem iz prošlosti, a sa druge strane odustajanje žena od javnog života kao „prirodnu posledicu prirodne uloge žena da budu supruge i majke“ (Stjepanović Zaharijevski, Gavrilović, & Petrušić, 2010), problematizacija pitanja rodne diferencijacije koja usmerava žene upravo na te uloge u ženskim medijama, deluje nesuvislo.

Rodne uloge žene opredeljene su u izolovanom medijskom prostoru u kojem su ženska interesovanja i iskustva getoizirana (Milivojević, 2004), odvojena od objektivne i statističke realnosti, ali naturalizovana – prema kulturnom ideološkom modelu rodne diferencijacije ne postoji ništa neobično u tome da se neke teme nazovu isključivo „ženskim“ i to one teme koje su „lake“, u medijskom žanru definisane kao „soft news“, naspram ozbiljnih vesti – „hard news“ (Made, 2000) informativnih portala. Takvu rodnu diferencijaciju sa stanovišta kritičke analize diskursa posmatram u okviru multimodalnih specifičnosti „ženskih“ portala i u okviru rodno diferenciranih jezičkih stilova koji su definisani kao „rodolekti“ (Tannen, 1990), koji koreliraju sa tematskim fokusima ženskih digitalnih medija.

6.1. Multimodalni raskorak

Na osnovu statistike o informacionom društvu zaključci su da su korisnici i korisnice gotovo podjednako prisutni onlajn i da najviše posećuju informativne portale – Blic.rs i Kurir.rs. Budući da najposećeniji „ženski“ portali pokazuju čak sedam puta manji broj posetilaca i posetiteljki nego informativni sajtovi, može se pretpostaviti da publiku „muških“ portala čine i žene i muškarci. Drugim rečima, na informativnim sajtovima informišu se i žene i muškarci, dok znatno manji broj žena posećuje „ženske“ portale. Otud se tradicionalna orijentisanost informativnih medija ka muškarcima, koja je očita u izboru tema, sagovornika, diskursu, esteticu, objašnjava ideološkom motivacijom. Rodna diferencijacija ustanovljena je oštrim povlačenjem žanrovskih granica: „Lice ozbiljne štampe je muško, telo revijalne štampe je žensko“ (Milivojević, 2004). U novom tehnološkom okruženju medijski diskurs je multimodalno usložen, kao što su to pokazale i analize informativnih portala, pri čemu su njegova automatizacija i modularnost samo izoštrili žanrovski jaz, ni na koji način ne doprinoseći kritičkom pristupu publike prema rodnoj dihotomiji „ozbiljnih“ i „lakih“ portala. Publika prihvata zadati diskurs i kreće se kroz njega konformistički, u iluziji da ima izbora jer uvek može da „klikne“ na drugi link, koji će međutim, sintagmatski iscrtati tačno zadatu „mentalnu putanju projekatata novih medija“ nudeći istu paradigmu površine ekrana (Manović, 2015)

Paradigme „ženskih“ i „muških“ portala sazdane su najpre na multimodalnim komunikativnim činovima – u koheziji jezičkih, ne-jezičkih i kontekstualnih elemenata (van Leeuwen, 2005). Njihovim poređenjem analizom naslovnih strana u realnom vremenu, budući da su one dinamičke i da se ne arhiviraju, ustanoviću na koji način je rodna dihotomija ideološki izražena u ova dva „medijska pola“. Naslovne, odnosno polazne strane („homepage“) imaju jedinstvene strukture koje su formirane prema istom principu relevantnosti kao i pojedinačne vesti – informacije se prema značaju postavljaju od vrha ka dnu. Pri tome, u samom vrhu strane su opis sajta i rubrike koje se biraju. Izbor naziva sajta, boja, fotografija, tema upućuje korisnike i korisnice na žanrovsku opredeljenost sajta, kohezivno konstruišući ideološku pozadinu koja je određena uređivačkom politikom i tržišnom logikom. Internet stranice su tekstovi u smislu kompozita, odnosno celina u kojima „različiti semiotički resursi i prakse“ zajedno stvaraju afektivne reakcije i efikasne odgovore (Thurlow, 2015).

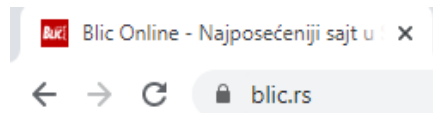
U opisu vlasničke strukture i programske orijentisanosti digitalnih medija koje analiziram, naznačila sam da portali Blic.rs i Kurir.rs imaju „ženske“ podsajtove Blic.žena.rs i Stil.kurir.rs koji su pandan ženskim stranama, ženskim dodacima i ženskim magazinima koji su iznikli iz dnevnih informativnih novina kao njihove dopune usmerene na žensku čitalačku publiku. U tehničkom smislu, i u onlajn i u štampanoj produkciji, takva izdanja su „Adamova rebra“ izvornih medija, koja donose sadržaje isključivo namenjene ženama i pod maskom zabave i razbibrige reprezentuju tradicionalne ženske uloge domaćice, supruge, majke, a u savremenom dobu i žene od karijere koje usklađuju svoje profesionalne obaveze sa porodičnim. Uvidom u naslovnice glavnog sajta i njegovog ženskog poddomena, uočavam rodne diferencijacije na svim nivoima multimodalnog diskursa koje su primenjene i na samostalnim ženskim portalima koje takođe analiziram – „Lepa i srećna“ i „Mogu ja to sama“.

Blic.rs i Žena.blic.rs već u svojim nazivima sadrže rodnu diferencijaciju. U nazivu „ženskog“ poddomena leksema „žena“ je pridodata leksemi „blic“, kao odrednica u rodno markiranoj sintagmi koja upućuje na leksičku prazninu u, na primer, zanimanjima koja su tradicionalno obavljali muškarci: žena lekar, žena advokat, žena vojnik, žena predsednik itd. Upotreba muških oblika kao generičkih u takvim sintagmama otkriva se kao ideološka s obzirom na to da se glavni deo sintagme

u muškom obliku u takvoj konstrukciji otkriva kao „muški“ a ne univerzalni. U tom smislu rodna markiranost u sintagmi *Žena blic* ukazuje da je *blic* muškog roda. Naslovi portala i poddomena koji su postavljeni kao nazivi otvorenih prozora pretraživača i u vidu snipeta u rezultatima pretraživanja utvrđuju takve rodne dimenzije:

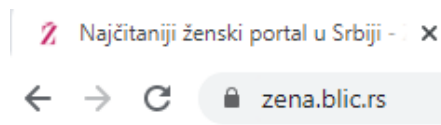
- „Blic online – najposećeniji sajt u Srbiji“ (www.blic.rs)
- „Najčitaniji ženski portal u Srbiji – Zena.rs“ (<https://zena.blic.rs>).

Oznaka Blicovog portala je tradicionalni logo novine – ispis „Blic“ belim slovima na crvenoj pozadini sa grafičkim simbolom blica fotografskog aparata:



Ilustracija 7. Logo Blicovog portala: blic.rs

Oznaka njegovog „ženskog“ podsajta u nazivu prozora grafema „Ž“ ružičaste boje, pri čemu je dijakritički znak izvijen u obliku krila ili ptice:



Ilustracija 8. Logo sajta „Blic žena“: zena.blic.rs

Pozadine blokova na „Blicovom“ portalu na kojima su ispisani nazivi rubrika koji predstavljaju hiperveze, kao i drugih udarnih blokova i ispisa pri vrhu strane, su tamno crvene boje, dok su na ženskom sajtu ružičaste (Prilog 26). Blic.rs za druge blokove pri sredini i dnu naslovne strane za poddomen „Sport blic“ koristi plavu boju, za „Blic biznis“ zelenu, a za „Kulturu“ oker. Rodna markiranost ružičaste boje koja vodi do ženskih sadržaja korelira sa pastelnim nežnijim nijansama boja na sajtu *Ženablic.rs* koje su karakteristične i za druge ženske portale koje analiziram, kao i nijanse crvene koje u sebi sadrže notu ružičaste (Prilozi 26, 27, 28). Stereotipni izbor boja predstavlja kategorizaciju na vizuelnom planu koja nosi ideološku objektivizaciju određene kategorije – ružičasta se diskurzivno i predstavljajući reprodukuje kao „prirodno“ ženska boja, u stalnom ponavljanju na svim nivoima ekstralingvističke stvarnosti pripadnica ženskog pola, koja započinje rođenjem svake devojčice i nastavlja se u različitim privatnim i društvenim kontekstima „pravljemjem devojčice“, odnosno konstruisanjem ženskog pola (Butler, 2004).

Drugi vizuelni element koji pravi razliku između „muškog“ i „ženskog“ „Blica“ je u količini sadržaja. Dok vrh strane Blic.rs-a obiluje tekstovima i fotografijama, sa nizom manjih i većih blokova i istaknutih linkovanih vesti, sa popunjenom naslovnom stranom, odnosno prozorom, vrh strane sajta *Žena.blic.rs* je sveden, sa jedim nosećim „slajderom“ – blokom u kojem se menjaju glavne vesti, i tri izdvojene vesti ispod njega (Prilog 26). Beline, prazne margine oko centralnog sadržaja na ženskom sajtu ukazuju na nedostatak tema i informacija koje bi zanimalo žene. U simboličkom smislu ove beline mogu se posmatrati kao faličnost žene, njena nedovršenost i neukost, koje prizivaju tradicionalna patrijarhalna pravila prema kojima „žene čute dok muškarac govori“ (Erlich, 1964). Isto tako one upućuju žene da ako žele da se informišu treba da posete „muški“ sajt, gde su sve važne i relevantne informacije za pojedinca i društvo. Na to ukazuju i makrostrukture i fotografije vesti na portalu *Žena.blic.rs*, koje su ograničene na lični i porodični prostor, u odnosu na javni i društveni prostor portala Blic.rs.

Na fotografijama naslovne strane Blicovog portala koju sam ekserptovala fotografije muškaraca vezuju se za radnje, probleme i izjave osoba koje predstavljaju, dok fotografije žena predstavljaju supruge subjekata vesti (Prilog 26, primer 1, 2). Iako su konkretne žene na fotografijama poznate u javnom životu kao uspešne u svojim profesijama, njihova lica, odnosno figure ovde

predstavljaju supruge, reprodukujući diskurs o braku kao „najčasnijoj karijeri koja ženu oslobađa od učešća u kolektivnom životu“ (de Beauvoir, 1982):

– fotografija sa figurom glumice Slobode Mićalović je ilustracija za vest:

„PRVI PUT U JAVNOSTI NAKON ŠTO MU JE POZLILO Vojin se pojavio u pozorištu na Slobodinoj predstavi, i evo KAKO IZGLEDA“ (Prilog 26, primer 2).

Lingvistički nivo diskursa podrazumeva da publika zna da je Sloboda zapravo Sloboda Mićalović, glumica i supruga glumca Vojina Četkovića koji je subjekt vesti, dok vizuelni element – fotografija na kojoj je ona, u koherenciji sa lingvističkim tekstom „evo KAKO IZGLEDA“, poziva *njome* da publika vidi *njega*. Žena koja je uspešna i poznata diskurzivno je upotrebljena kao instrument direktivnog delovanja na publiku da otvori i pogleda vest o njenom mužu.

- portret Ane Ivanović, uspešne teniserke je ilustracija za vest:
„OVAKO IZGLEDA KADA JE BASTIJAN VODI U IZLAZAK Ana u mini suknji ne skida osmeh, a usledile su sveće i večera za dvoje“ (Prilog 26, primer 1, 2)

Nasmevano lice teniske šampionke simbolizuje njenu sreću koja se eksplicira – „OVAKO IZGLEDA KADA JE BASTIJAN VODI U IZLAZAK“, gde se podrazumeva da publika zna da je Bastijan njen muž koji je subjekt ove vesti – on nju koja je objekat *vodi* u izlazak. Iskaz „Ana u mini suknji ne skida osmeh“, koji je unutrašnje nekoherentan, kao i delimično u odnosu na fotografiju na kojoj je osmeh ali nema mini suknje, implicitno poziva na uvid u noge teniserke, ujedno kreirajući mentalni model objektivizirane, oskudno odevene zadovoljne žene, koju muž negde „vodi“. Sintagma „sveće i večera za dvoje“ u funkciji je romantizovanja subordinirane pozicije žene.

Sa drugog „pola“ Blica, naslovna strana sajta žena.blic.rs eksplicitno podržava rodne uloge žena kao majki i pratilja muškaraca:

- fotografija poznate voditeljke praćena je naslovom koji poručuje da je „otkrila pol bebe“ i da je bila i „PREPLAŠENA I PRESREĆNA“ kada je saznala da je trudna (Prilog 26, primer 3).
- fotografija poznatog glumca i glumice je ilustracija vesti u kojoj je on „prvi put sa bivšom u javnosti nakon raskida“ (Prilog 26, primer 4)
- ostale vesti donose informaciju o jednoj „uspešnoj“ bebi i jednoj dijete uspešne teniserke.

Kurir.rs i njegov ženski podsajt Stil.kurir.rs u svojim nazivima nemaju oštru rodnu diferencijaciju, za razliku od „Blicovih“ sajtova, iako leksema „stil“ može da asocira na ženski rod, dok je „kurir“ gramatičkog muškog roda. Međutim u nazivima prozora i u rezultatima pretraživanja prisutna je jasna rodna dihotomija:

- „Vesti dana – Kurir dnevne novine“ (<https://www.kurir.rs>)
- „Savremena žena koja zna šta je stil“ (<https://stil.kurir.rs>).

Dok opis portala Kurir.rs ima neutralnu konotaciju – „vesti dana“, dakle sve ono što je informativno važno u društvenom i političkom životu, Stil.kurir.rs obraća se ženama, i to *savremenim ženama* koje, pri tome, *znaju šta je stil*. Iako je sadržajno bogatija od naslovne strane sajta „Blic žena“, naslovna „ženskog“ „Kurira“ na vrhu nudi link „povratak na Kurir“, koji eksplicitno poziva korisnice, „savremene žene koje znaju šta je stil“, da se vrate na „muški“ sajt ako žele da saznaju koje su to zapravo vesti dana.

Kao i na naslovnoj „Blicovog“ portala fotografije muškaraca na naslovnoj na „Kurirovom“ portalu koje reprezentuju muškarce, ilustruju vesti u kojima su ti muškarci subjekti, dok su žene na fotografijama dekor ili objekti vesti (prilog 27, primer 1):

- na fotografiji na centralnoj poziciji koja predstavlja glavnu vest na sajtu, je pevačica, dok naslov glasi: „PLATIO 2.500 EVRA ZA NOĆ SA RADOM MANOJLOVIĆ I JOŠ 1000 EVRA ZA RUŽE! Biznismen u velikoj seks prevari! ČITAJTE U KURIRU“ (Prilog 27, primer 1).

Žena na fotografiji na udarnoj poziciji vesti je objekat vesti, pasivizirana – (*on je*) *platio*, pri čemu se diskurs ne skandalizuje pozicijom prostitutke koja joj je dodeljena, već iznosom koji je određen „biznismen“ – dakle moćnik, *platio*, zatim dodatnim iznosom za ruže i njegovom ulogom preljubnika. Motiv ruža u funkciji je romantizovanja opisane situacije, koji je istaknut i vizuelno, naknadnim umetanjem buketa ruža na fotografiji.

- Drugo pojavljivanje fotografije žene, u rubrici „top vesti“, služi kao ilustracija vesti: „Domovi zdravlja su puni. Evo kako se odbraniti u sezoni prehlada i gripa“ (Prilog 27, primer 1).

Na naslovnoj sajta Stil.kurir.rs su kao i na sajtu Žena.blic.rs fotografije žena, i jedne bebe, s tim što ima i nekoliko fotografija kolača, kao i jedna fotografija starije žene koja ilustruje reklamu za lek za kataraktu. Fotografija glavne vesti reprezentuje glavu žene, modela, dakle, žene bez imena, kojoj se ne vidi celo lice, jer je fokus fotografije na frizerskom tretiranju njene kose, pod naslovom:

- „Ništa ne može da podmladi ženu kao stilizovana kosa: sa ovakvom frizurom izgledaćete deceniju mlađe“ (Prilog 27, primer 2).

Centar multimodalnog diskursa je, dakle, na podsticanju lepote i mladosti, odnosno podmlađivanju, koji su imperativi „savremene žene koja zna šta je stil“. Diskurs glavne vesti korelira sa makrostrukturama ostalih vesti, čije su teme kolači, dijete, vaspitanje dece, horoskopski saveti, vest o tome „šta muškarci prvo primete na ženi koja im se dopada“, kao i koristan savet:

- „Kako najuriti muža zauvek u 15 lakih koraka: siguran put da žena završi napuštena i sama“ (Prilog 27, primer 2).

Navedeni naslov koji u sebi sadrži paradoks u uzročno posledičnoj vezi – „najuriti muža“ – „napuštena“, dakle, ona će njega „najuriti“ i tako završiti „napuštena i sama“, u sakrivenoj diskursnoj inverziji sadrži pretnju koja potiče iz tradicionalnog rodnog poretka, u kojem bi muškarac oterao ženu, jer ne ispunjava sve kriterijume – da mu rađa, da mu radi i da mu bude prirodna naslada (Đorđević, T. 1984). Iza ironije navedene rečenice, rekonstrukcija svesne ili nesvesne namere koja potiče iz tradicionalnog kulturnog modela, bi mogla da glasi:

Lako je najuriti muža u 15 koraka, ali to je siguran put da žena završi napuštena i sama.

A poreklo takvog modela moglo bi se ilustrovati iskazom:

Muž je najurio ženu, jer nije bila „prava“ (dobra), i završila je napuštena i sama.

Dobra, prava, savremena žena koja neće da „završi napuštena i sama“ je, da uspostavim korelaciju između moje prethodne rekonstrukcije i multimodalne kohezije naslovne strane, ona koja se podmlađuje određenim frizurama, ume da pravi kolače, da vaspitava decu i da i u 40-im ima telo i stil kao poznata glumica, kao što poručuje naslov vesti na istoj strani:

- „Žena u 40-im ovako treba da izgleda: Kejt Hadson pokazala savršeno izvajanu figuru i perfektan stil!“ (Prilog 27, primer 2).

Modalni glagol „treba“ označava zapovest – umesto njega je mogao biti i glagol „može“ nižeg i realnijeg stupnja modalnosti na primer. Ali direktiv „treba“ ženi u 40-im ne ostavlja drugu mogućnost nego da počne sa dijeteom, ali i sa pravljenjem kolača, dok vaspitava svoje dete ili decu, odlazi redovno kod frizera, vežba i uzda se u horoskopske prognoze, a sve kako ne bi „završila napuštena i sama“.

Portal „Lepa i srećna“ je „samostalna“ „ženska“ onlajn-adresa, odnosno nije poddomen informativnog portala, ali, kao što sam ukazala u opisu istorije i vlasničke strukture medija koje analiziram, proizvod je istog izdavača koji štampa i objavljuje „Kurir“ i „Stil kurir“ – Adria media group, koji je kao i izdavač „Blica“ i „Blic žene“ (Ringier Axel Springer) na vrhu liste posećenosti srpskih onlajn-izdavača. „Lepa i srećna“, kao i „Blic žena“ ima svoje štampano i internet izdanje, pri čemu je portal lepaisrecna.rs (<https://www.lepaisrecna.rs>) najposećeniji samostalni ženski portal. Koncept mesečnog časopisa koji prati i portal, preuzet je iz standardnog modela ženskih magazina koji proizvode i plasiraju tekstove o ulepšavanju žena, njihovom telu, zdravlju, ishrani, uređenju kuće i vaspitanju dece. U tom smislu, ne razlikuje se tematski od prethodno analiziranih ženskih sajtova, ali je njen rodni ideološki naboj u određenim aspektima snažniji.

Sam naziv portala „Lepa i srećna“ ima jasnu ideološku pozadinu koja otvara mogućnosti za različite rekonstrukcije:

Ona je lepa i samim tim srećna.

Ona je i lepa i srećna.

Oba tumačenja koreliraju sa kulturnim modelom žene koji je opisao Kant (1973): „ona je lepa i privlačna, i to je dosta“. Hegel (1964) je supstancijalno određenje žene definisao u porodici, dok je muškarčevo u državi, dakle, tamo gde su danas informativni portali i štampa. Lepaisrecna.rs pruža otvorenu podršku takvim modelima, sadržajno i diskurzivno, počev od eksplikativnog tona u nazivu prozora i snipetu:

„Lepa&Srećna – Sve što čini moj život!“

Rekonstrukcije koje su omogućene upotrebom 1. lica jednine su, dakle:

Ja sam lepa i samim tim srećna.

Ja sam i lepa i srećna.

Prvo lice jednine zamenice – „moj“ koje je karakteristično i za naziv portala „Mogu ja to sama“, pojačava ubeđivački karakter diskursa, doprinosi autosugestivnosti publike i prividno je osnažuje, ovlašćuje i poziva na dijalog, kako bi je zadržala i ponovo vratila na portal. Drugim rečima, upotreba *ja* u diskursu onlajn komercijalnih medija podstaknuta je imperativom tržišnog uspeha, budući da su svi onlajn-formati usmereni ka individualnim korisničkim željama i potrebama po uzoru na nove medijske forme kao što su blog i društvene mreže. Individualno izražavanje na internetu na blogovima je, pre ekspanzije društvenih mreža, prepoznato kao budućnost popularne kulture u prekoračenju granice između javnog i privatnog (During, 2005, str. 141), ali je potom zauzeto od strane proizvođača kulture, po Markuzeovom modelu kooptiranja prema kojem kapitalizam „pripitomljava“ revolucionarne ideje kako bi „njima izrazio kapitalističke ideale“ (prema Tjurou, 2012).

Na naslovnoj strani lepaisrećna.rs dominira ružičasta nijansa crvene, a na fotografijama i u makrostrukturama su teme iz domaćinstva, kulinarstva, nege tela, „zavodništva“, gajenja dece i cveća (Prilog 28, primer 1). Centralni blok je slajder koji menja glavne vesti, od kojih sam ekserptovala dve:

- „SKINITE SKORELE NASLAGE SA ŠPORETA ZA 3 MINUTA!“,
- „OVE ČIZME I CIPELE TREBA DA NOSITE UZ USKE PANTALONE I HELANKE: evo kako da napravite super modnu kombinaciju za zimu“ (Prilog 28, primer 1).

Oko posmatrača ili posmatračice u smeni navedenih uzvičnih iskaza, sa imperativnim glagolskim oblicima, grafički istaknutim velikim slovima, praćenim fotografijama „lepih i srećnih žena“, prati kohezivni multimodalni diskurs koji šalje poruku da žena *mora* biti dobra domaćica i dobro izgledati. Rekonstrukcije na osnovu diskurzivnog delovanja i uvreženih kulturnih modela bi glasile:

Skorele naslage ne smeju biti na šporetu, ali dovoljno je samo tri minuta da ih skinete, znači, skinite ih, jer u protivnom niste „prave“ žene!

Morate dobro da izgledate i da istaknete svoje noge, ako ne znate kako to da postignete mi ćemo vam pomoći u tome i nemate izgovor da se ne obučete kako treba!

Lepaisrećna.rs na naslovnici koju analiziram, pored nove rodne ideologije koja „osnažuje“ žene da budu lepe, zgodne, kao i da budu podmlađene i posle 40. godine života, otvoreno reprezentuje i tradicionalnu, hrišćansku i nacionalnu ideologiju, u naslovima:

- „OVO SU NAJLEPŠA STARINSKA IMENA ZA DEVOJČICE: 10 divnih srpskih imena na koje su roditelji zaboravili“,
- „DANAS SRBI SLAVE SVETA TRI JERARHA: evo šta po običaju ne treba raditi“,
- „DR VLADETA JEROTIĆ OBJAŠNJAVA: kako muškarci gledaju ženu – 7 tipova pogleda“ (Prilog 28, primer 1).

Ovi iskazi u sebi sadrže opomenu, upozorenje i pouku:

– opomenu da su roditelji zaboravili starinska srpska imena za devojčice, koje, interpretiram – *treba da izrastu u „prave“ Srpkinje noseći takva imena, a ne nekakva moderna ili tuđinska*; dakle, rodne uloge se konstruišu u okviru nacionalne ideologije pažljivo, počev od odabira imena za devojčicu;

– upozorenje – na verski praznik određene stvari „ne treba raditi“ kako bi se poštovali crkva i sveci, takve stvari *su zabranjene*; dakle, običajna i verska pravila su *normativna* za lepu i srećnu ženu;

– pouka – ekspert psihoanalize i hrišćanske etike pruža lekcije o tome „kako muškarci gledaju ženu“, kako bi one znale šta muškarci misle o njima; to su važna saznanja za žene na osnovu kojih će moći da procene *gde greše a gde postupaju ispravno* kako bi zaslužile *dobre poglede* muškaraca.

U multimodalnoj koheziji svih navedenih makrostruktura u analizi naslovne strane ovog portala, lepa i srećna žena je Srpkinja, pravoslavna, poštuje običaje, neguje se i posle svoje 40. godine, izgleda atraktivno i seksipilno, drži kuću čistom, muškarca zadovoljnim a decu podiže „po starinski“. Sa zvaničnom politikom „stimulacije rađanje“ repatrijarhalizacija deluje u na različitim nivoima. I to sve u 21. veku u Srbiji koja je 24. na svetu po rodnoj ravnopravnosti i prva u regionu (Tanjug, 30.10.2017), i čija Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost (2016) prepoznaje problem medijskog podsticanja stereotipnih kulturnih obrazaca i kritikuje medije koji se ženama „obraćaju kao domaćicama“. Tradicija se, međutim, ponovo utvrđuje, kao „dokazano efikasna“, i „iako sadrži aspekt prisile“ pokazuje se kao „duboko utešna“ i „sveta“ rutina (Gidens, 1998). Lepaisrećna.rs je u periodu kada je proizvela naslovnici koju sam analizirala 12. februara 2020, u prethodnom mesecu imala oko 856.841 posetilaca, odnosno prosečno oko 55.332 posetilaca dnevno.

U multimodalnom diskursu portala „Mogu ja to sama“ rodna dihotomija ne vezuje se neposredno za tradicionalnu ideologiju, već se ispoljava kroz korisnički subjektivitet na lingvističkom planu i orijentisanost ka određenoj ciljnoj grupi na tematskom planu. Primena ličnih oblika u 1. licu jednine u nazivu upućuje na formu bloga. I sama struktura interfejsa ovog portala nalikuje blogu po hronološkim unosima vesti u jednoj kolumni i izdvojenim temama u drugoj kolumni koja je u generičkim modelima bloga predviđena za tagove i arhivu odnosno hronološki poređane linkove tekstova. I istorija portala, koju sam iznela, potvrđuje da je u pitanju proizvod nastao iz lične inicijative, kao preduzetnički poduhvat, čija je realizacija omogućena tehnološkim alatima interneta, za razliku od proizvoda moćnih medijskih mašinerija kao što su to portali koje sam do sada analizirala. Blog kao javni ili privatni „lični dnevnik“ kao „stav o svetu i izjava svetu“ (During, 2005) može voditi svako, zahvaljujući unapred ponuđenim softverskim rešenjima sajtova blog generatora kao što je na primer, Vordpres (www.wordpress.com). Takođe, navela sam, autorka (i autorke) ovog

portala usmerena je na video produkciju koju proizvodi i postavlja na Jutjubu (YT: Mogu ja to sama), odakle je preuzima i objavljuje na sajtu. Dok je, kao što sam ukazala, Lepaisrecna.rs razvila svoj marketing i privukla publiku na sajt, Mogujatosama.rs stagnira od 2017. godine po broju posetilaca sajta, ali je na Jutjubu jedan od najposećenijih domaćih kanala.

Iskaz naziva sajta „mogu ja to sama“, diskurzivno šalje poruku da je reč o samostalnoj ženi. U odnosu na kulturni model koji obavezuje ženu da se uda, da bude zavisna i da zadrži svog muškarca, odnosno da bude „prava“ žena, ovaj iskaz podstiče kognitivni model prema kojem je žena dovoljno sposobna da i sama uspe u stvarima koje želi da postigne. Dakle, ovaj iskaz najpre asocira na rekonstrukciju koja pokazuje snagu i samostalnost žene:

Mogu ja to i bez muškarca sama.

Međutim, na sledećem nivou poretka diskursa, u odnosu na iskustvenu vrednost reči (Fairclough, 1989), ovaj diskurs može da nosi i određeni pasivno-agresivni model, koji se dovodi u vezu sa „lukavošću“ žene koja koristi „ženstvene trikove“ kako bi dobila nešto od „lakovernih muškaraca“, u čemu joj naročito pomažu ženski časopisi poput „Kosmopolitena“ (Gauntlet, 2002). Ako prihvatim takvo tumačenje, koje može da potvrdi slogan sajta koji se nalazi na vrhu naslovnice kaligrafski ispisan, kao i u prozoru i na pretraživačima – „Svaki ženski trik na samo jedan klik!“ (Primer 28, prilog 2), rekonstrukcije bi mogle da glase:

Mogu ja to i sama, ako ti nećeš da mi pomogneš, znači da mi nisi potreban.

Mogu ja, jedna ja, to i sama, ali ako bi mi ti pomogao pokazao bi koliko si moćan.

Na naslovnoj strani su i drugi multimodalni elementi koji su osobeni za internet okruženje, odnosno digitalnu komunikaciju i kompjuterski posredovani diskurs (Primer 28, prilog 2):

- nazivi rubrika na vrhu strane – „kosa“, „šminka“, „moda“, „uradi sama“;
- naslov izdvojene vesti – „Maslinovo ulje u službi lepote – kućna nega“;
- dominantno isticanje „rang lista“ brojevima i leksemom „top“: „top 5 najgledanijih“, „top 50 – najbolje online stvari“, 4 joga vežbe za zatezanje lica i vrata“;
- istaknut profil portala na društvenoj mreži Fejsbuk (Facebook.com);
- rubrika „preporuka nedelje“ i upućivanje na vesti iz onlajn-sveta, sa društvenih mreža;
- grafičko rešenje logoa portala koje u sebi sadrži „emotikon“ – srce, ukazujući na nestandardnu tipografiju karakterističnu za kompjuterski posredovani diskurs (Herring & Androutsopoulos, 2015):



Ilustracija 9. Logo portala „Mogu ja to sama“: <https://mogujatosama.rs>

U koherenciji sa sadržajem sajta koji predstavlja praktična uputstva o samostalnom pravljenju kozmetičkih preparata, preporukama za izbor šminke, recepte i slično, diskurs upućuje da je reč o digitalnom priručniku korisnih saveta i uputstava koji ženama štede novac i vreme, odnosno koji ih osamostaljuje u odnosu na kozmetičku industriju, s jedne strane, a istovremeno donosi vesti sa mreže, prateći onlajn-trendove, uključujući i promociju „slavnih ličnosti“. Međutim, takve vesti nemaju sugestivan karakter – one otkrivaju da „zvezde“ izgledaju drugačije u realnosti u odnosu na njihovu reprezentaciju na instagramu (instagram.com), da su poznate žene skratile kosu ili predstavile svoje tašne, ali bez imperativa da i čitateljke portala to treba da urade ili poseduju (Primer 28, prilog 2). „Trikovi“ su, dakle, u funkciji oslobađanja od agresivne moći kozmetičke industrije, dok su „vesti“

u funkciji informisanja o onlajn-dešavanjima iz sveta „poznatih“, a oba diskurzivna delovanja omogućena su tehnologijom.

Međutim, ideologija ne prestaje da deluje, spolja kao nepobitni „stvarni svet“ i iznutra – na lingvističkom nivou. U odnosu na razumevanje magijske prakse žena u našem tradicionalnom društvu kao kompenzacije za isključenost iz socijalnog života (Jovanović, 2001), kao i tumačenje fenomena veštica u narodnom verovanju kao metafore ženske slobode, moći i seksualnosti (Popović Perišić, 1989), slogan „Svaki ženski trik na samo jedan klik!“ i samostalno delovanje žene pomoću digitalne tehnologije, uz vesti koje nemaju nikakvih dodirnih tačaka sa realnošću publike, kohezivno formiraju diskurs getoizacije na internetu. Sa druge strane, jezički stil na ovom kao i na drugim „ženskim“ sajtovima, naturalizuje kulturne razlike između žena i muškaraca koje su argument odbrane rodne nejednakosti nove ideologije. Portal mogujatosama.rs je u tom smislu „informaciono ostrvo“ (Janićijević, 2000) koje potvrđuje rodnu dihotomiju u digitalnim medijima.

6.2. „Rodolekti“ i rodno diferencirane teme

„Ženski“ onlajn-mediji su rodno markirani u odnosu na najposećenije portale koji se otkrivaju kao „muški“ u interakciji između vizuelnog i verbalnog, koja je „esencijalna u tehnološkoj eri i onlajn-okruženju“ (van Leeuwen, 2005). U multimodalnoj koheziji različitih semantičkih sredstava koja se ostvaruje počev od naslovnih strana, odnosno naziva sajtova, logotipova, fotografija i naslova, učestvuje i jezik tekstova koji je takođe rodno diferenciran u odnosu na podelu medijskih žanrova na „muške“ i „ženske“. Drugi talas feminističke lingvistike postavio je model „dve kulture“, odnosno teoriju razlika prema kojoj je jezik rodno diferenciran, koja će biti prevaziđena u trećem talasu u feminističkoj nauci ali ne i u „stvarnom svetu“ i medijskom diskursu. „Rodolekti“ kako ih je definisala Debra Tannen – ženski prisni, intimni „rapport-talk“ i muški reportažni „report-talk“ (Tannen, 1990) mogu se razlikovati i na „ženskim“ i „muškim“ portalima u 21. veku. Razlike između ženskog i muškog jezika u prvom talasu feminističke lingvistike bile su tumačene muškom dominacijom (Lakoff, 1975), dok su u tradicionalnoj lingvistici predstavljale potvrdu da su žene inferiornije od muškaraca (Jespersen, 1922). Kako bih pokazala stilske i lingvističke razlike koje upućuju na jezičke rodne ideologije, iako sam već analizirala diskurs muških portala, primeniću delom i komparativnu kritičku analizu diskursa tekstova „muških“ i „ženskih“ portala, uz osvrt na tematske specifičnosti diskursa „ženskih“ portala u odnosu na ekstra lingvistički kontekst (Wodak, 2007).

Dosadašnje analize „ženskih“ digitalnih medija koje sam sprovela kao i istraživanja koja sam navela ranije u toku ovog dela rada ustanovili su da se teme „ženskih“ portala orijentisu oko privatnog i porodičnog prostora. Moda, ishrana, zdravlje, lepota, porodica, dom, deca, partnerski i supružnički odnosi, horoskop, kao i pravoslavni običaji jesu oblasti u kojoj „vladaju“ ovi portali, dok su njihovi „informativni“ segmenti orijentisani na privatni život slavnih ljudi, odnosno „zvezda“ domaće i naročito inostrane estradne scene. Drugim rečima, „ženski“ portali se ne bave politikom, ekonomijom, poslovanjem, kao ni društvenim temama koje direktno utiču na živote ljudi, u kojima bi sve jedinice društvene zajednice kojih se te teme tiču mogle i trebalo da učestvuju, prema modelu građanskog uređenja, naročito u demokratskim sistemima i s obzirom na pravno obavezujuće učešće građanstva u finansiranju aktivnosti u okviru tih oblasti kroz poreske sisteme i doprinose. „Ženski“

portali „ukrašavaju“ živote, dok informativni obaveštavaju javnost o stvarima koje su egzistencijalno važne. Informativni informišu, „ženski“ zabavljaju, ali i vaspitavaju. Ova funkcionalna asimetrija otkriva se kao rodna u multimodalnom diskursu i u okviru jezičkih rodnih ideologija.

Reportažni govor informativnih medija ogleda se u diskursu koji je orijentisan na prenošenje informacija lišeno utisaka i deskripcije. Praksa dnevnih informativnih medija, među koje spadaju i portali koje analiziram, jeste prenošenje javnog diskursa – izjava i saopštenja zvaničnika u odnosu na koje se kreiraju dnevne vesti. Iz takve reprodukcije proizilazi srodnost javnog i medijskog diskursa, pri čemu medijski teži ka pojašnjavanju, pojednostavljivanju i sumiranju javnog diskursa:

„Populaciona politika i bolja demografska budućnost Srbije su prioritet Vlade Srbije, izjavila je danas premijerka Ana Brnabić nakon konstitutivne sednice Saveta za populacionu politiku“ (Kurir.rs/Tanjug, 21. 8. 2017).

U glavnoj izričnoj rečenici sadržan je navod izjave, koja je novinarskom i uredničkom selekcijom iz celokupnog govora zvaničnice, formirana kao vest, dok je u drugoj, vremenskoj rečenici, sadržan događaj – odgovor na pitanje šta se dogodilo. Pasivnom konstrukcijom u kojoj je agens Vlada Srbije, pomerena je odgovornost sa ciljem sakrivanja ili umanjivanja moći (van Dijk, 1988). „U gramatici srpskog jezika važi sledeće: agens (vršilac radnje) tipično se izriče gramatičkim subjektom, a pacijens (trpilac radnje) pravim objektom“ (Klikovac, 2008, str. 23). To znači da bi prema gramatičkoj logici navedena vest glasila:

Mi, Vlada Srbije i ja na njenom čelu, odlučili smo da su populaciona politika i bolja demografska budućnost Srbije prioritet i zbog toga smo konstituisali Savet za populacionu politiku, izjavila je danas premijerka Ana Brnabić.

Ili:

Mi, Vlada Srbije i ja na njenom čelu, konstituisali smo Savet za populacionu politiku, jer smo odlučili da su populaciona politika i bolja demografska budućnost Srbije prioritet“, izjavila je danas premijerka Ana Brnabić.

Prema rečima Klikovac (2008, str. 24), „dok aktivna rečenica osvetljava oba učesnika u situaciji, pasivna osvetljava pre svega pacijens, a agens je gurnut u senku ili sasvim potisnut u mrak“. U diskursu ženskih medija agensi su prvi „na udaru“ koje u narednim ekserptima glavnih događaja vesti ističem kurzivom, gde se ženama sugerise da rade nešto na sebi:

- Žena.blic.rs: „Mislite da je rupa između butina smešna? Da vidite tek novi trend!“

„Jedno vreme su se sve devojke trudile da pokažu da imaju rupu između butina, ali sada možete da očekujete potpuno drugačije fotografije na društvenim mrežama...“ (M, 25. 4. 2017).

- Stil.kurir.rs: „5 KOBNIH GREŠAKA Dobri muškarci nisu izumrla vrsta: Problem je u vama!“

„Kriterijumi su sasvim normalna stvar i svaka osoba treba da ih ima. Međutim, *mnoge žene* preteruju u tome, pa postaju previše izbirljive. U današnjem vremenu, nije neuobičajene da čujemo kako se *žene* žale da su dobri muškarci nestali. A da li ste se zapitali da negde *vi* grešite?“ („Super žena“ – 5. 8. 2017).

- Lepaisrećna.rs: „Sanja Kužet se porodila: popularna voditeljka sinoć otkrila ime bebe“

„U trudnoći se nije pojavljivala često u medijima, a vešto je sakrila i porođaj! Ali, sinoć je odlučila da obraduje javnost sa radosnim vestima, a *mnoge* je oduševio izbor imena za bebu...“ („Lepa & srećna“, ekserpt 1⁴⁷).

- Mogujatosama.rs: „5 BEAUTY TRIKOVA ZA BLISTAVU KOŽU, BELE ZUBE I VAŠ BESPREKORAN IZGLED“

„Potpuno je prirodno da *svaka dama* teži tome da izgleda bolje, lepše, negovanije, i na kraju krajeva atraktivnije, jer to je ono što je čini zadovoljnom ženom punom samopouzdanja. Naravno, *svaka* se i trudi da se ponaša u skladu sa tim, vodeći računa da unapredi redovnu rutinu nege uvođenjem adekvatnih kozmetičkih proizvoda, redovnim tretmanima koji utiču na mladalački izgled i sjaj kako kože lica, tako i kože tela. U tom pogledu, verujemo da se slažete sa nama da korisnih saveta koji mogu da unaprede vašu negu nikad nije na odmet“ („Mogu ja to sama“, 12. 12. 2017).

U diskursu moći na informativnim portalima za efikasno ideološko delovanje ključna je nenametljivost takvog diskursa. Ona se postiže i izbegavanjem ličnih oblika koje je uočljivo u prethodno navedenom primeru vesti o konstituisanju Saveta za populacionu politiku, posebno u odnosu na naknadne rekonstrukcije vesti u kojima sam upotrebila lične zamenice i glagolske oblike: *Mi*, *Vlada Srbije* i *ja* na njenom čelu, i lične glagolske oblike – *odlučili smo*, *konstituisali smo*. U primerima iz ženskih medija, u svim iskazima su upotrebljeni lični oblici, pri čemu dominira 2. lice množine u funkciji ubeđivanja, direktnog ili indirektnog, gde je moć u diskursu pozicionirana u nameri proizvođača diskursa. Izbegavanjem ličnih oblika u vestima „muških“ portala postiže se „objektivni modalitet“ kao najviše cenjena vrsta istine, za razliku od „subjektivnog modaliteta“ koji se primenjuje na subordiniranim grupama – ženama, deci, potrošačima, pacijentima... (van Leeuwen, 2005). Medijski diskurs informativnih portala reprodukujući javni diskurs pod izgovorom objektivnog prenošenja informacija, sakriva moć u diskursu, dok diskurs „ženskih“ onlajn-medija otvoreno zauzima moćnu poziciju kritičara, savetnika i diktatora ponašanja svoje publike kojoj jasno poručuje: „Problem je u vama!“ (Super žena, 5. 8. 2017). U narednim ekserptima kurzivom označavam direktive:

- „*Prikrijte* prve znake starenja uz pomoć saveta kozmetičara i šminkera koji brinu o izgledu najvećih svetskih zvezda poput Viktorije Bekam, Rene Zelveger, Ume Turman“ (Blic žena, 26. 4. 2017).
- „... ukoliko želite nekom da stavite do znanja da vam se dopada, a upravo ste ga upoznali, ili ste na prvom ljubavnom sastanku, *morate* da ga gledate pravo u oči i *ne skrećite* pogled“ („Mogu ja to sama“, 22. 12. 2017).
- „Veliki komadi odeće su nezaobilazni hit ove sezone! *Pogledajte* koje poznate ličnosti ih nose i *pronadite* inspiraciju za svoj stil!“ („Stil“, 14. 11. 2017).
- „*PODMLADITE* KOŽU LICA I VRATA NA OVAJ POTPUNO PRIRODAN NAČIN: lako, brzo i neverovatno efikasno! („Lepa & srećna“, ekserpt 2).

Imperativ može biti ublažen sredstvima koje je Lejkov definisala kao jezičku subordiniranost – označavajućim pitanjima, povišenom intonacijom i ublaženim zahtevima (Lakoff, 1975). U ženskim medijima, takva lingvistička sredstva upotrebljavaju se u svrhu povlađivanja publici upotrebom jezičkih sredstava za koje se podrazumeva da su primaocima bliski, prema modelu projektovanja govora (Wolfram & Schilling-Estes, 1998). Proizvođač diskursa markira svoj jezik kao ženski:

⁴⁷ Budući da portal Lepaisreca.rs ne označava datume objavljivanja tekstova, u referencama ekserpte obeležavam rednim brojevima prema redosledu navođenja.

- Upitni iskaz – „A da li ste se zapitali da negde vi grešite?“ (Super žena, 5. 8. 2017) – predstavlja označavajuće pitanje čija je poruka – *vi grešite!*
- Iskaz obostranog razumevanja – „U tom pogledu, verujemo da se slažete sa nama da korisnih saveta koji mogu da unaprede vašu negu nikad nije na odmet“ (Mogu ja to sama, 12. 12. 2017) – zapravo je ublaženi zahtev publici da usvoji savete kako bi *unapredila* svoju negu.
- Dobronamerni iskaz – „Kako starite, menja se boja vašeg tena, pa je važno da pronađete pravu nijansu, kojom ćete sakriti sede i koja će najbolje pristajati vašem tenu“ („Blic žena“, 26. 4. 2017) – krije imperativ: *sakrijte sede!*
- Iskaz ćaskanja – „Ima frizura uz koje možete da delujete mršavije, a ima i onih uz koje izgledate deblje. Da li ste sigurne da imate pravu frizuru?“ („Blic žena“, 26.4.2017a) – poručuje: *promenite frizeru jer izgledate debelo/mršavo!*

Jezičke ideologije razlikuju „viši“ stil koje karakteriše pasiv, nominalizacija, dekomponovanje glagola i „niži“ stil koji se odlikuje aktivom, deskripcijom, epitetima (Filipović 2009). Nominalizacija, odnosno upotreba deverbativnih i deadjektivnih imenica umesto glagola kojom se postiže ekonomičnost izraza, karakteristična je za birokratski funkcionalni stil (Klikovac, 2008, str. 51), i uobičajena je praksa u javnom diskursu koji reprodukuju informativni portali:

- „Ministarka bez portfelja Slavica Đukić Dejanović zadužena za demografiju i populacionu politiku, izjavila je danas da je u Srbiji svake godine broj stanovnika manji za 35.000 zbog čega *treba raditi na pomoći* porodicama i *podržci* rađanja drugog deteta“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21.8.2017, kurzivi moji).
 - o Umesto *treba pomoći... i podržati*, primenjena je nominalizacija: „treba raditi na pomoći... i podršci“.
 - o Takođe, umesto *mi (Vlada Srbije) ćemo pomoći... i podržati*, upotrebljen je bezlični oblik glagola sa modalnim „treba“, čime je ujedno i sakriven agens.

Na suprotnoj strani „lingvističkog pola“ jezik je naizgled oslobođen i deskriptivan. U sledećim primerima kurzivom označavam priloge i prideve:

- „Početak proleća je *obično* vreme kada stanemo pred ogledalo, *konačno* pogledamo istini u oči i, ako smo *hrabri*, priznamo sebi: „ovde *stvarno* imam viška“, „ne mogu ništa da obučem“, „ova haljina mi stoji *grozno*“, „osećam se tako *naduveno* i *teško*“, „kada bih mogla da skinem samo par kilograma...“ („Blic žena“, 16. 5. 2017).
- „Iako ima *samo* dve godine, moramo primetiti da ovaj *najmlađi* član *britanske kraljevske* porodice ima *fantastične odevne* kombinacije, na kojoj bi mogle da joj pozavide i *najveće modne* ikone. Naravno, to nije *nimalo iznenađujuće* ako uzmemo u obzir da je Charlotte unuka princeze Diane i ćerka vojvotkinje od Cambridgea, koje su simbol elegancije i prefinjenosti, a da je ćerka krenula *maminim* stopama, uverićete se i sami u nastavku kada pogledate fotografije *modnog* stila princeze Charlotte!“ („Mogu ja to sama“, 5. 12. 2017).

Prisni, intimni govor („rapport talk“) reprezentuje strategiju zajedništva i podrške (Tannen, 1990):

- „ako smo *hrabri*, priznamo sebi“ („Blic žena“, 16. 5. 2017);
- „*svi* mi jedva čekamo“ („Mogu ja to sama“, 13. 7. 2017);
- „verujemo da se *slažete* sa nama“ (Mogu ja to sama, 12. 12. 2017).

Subjektivni modalitet postiže se osim ličnim oblicima i deskripcijom i upotrebom deminutiva:

„Vetar je *uporno* dizao njenu *PROVIDNU haljinicu*. *Nesmotren* pokret i pokazala je *NEOČEKIVANO!*“ (K, 16. 5. 2017, kurzivi moji).

Diskurs „muških“ portala je ozbiljan, strog, „objektivan“ i formira se po uzoru na birokratski stil koji „služi kao uniforma: da označi društveni status i moć pošiljaoca, kao i njegovu pripadnost društvu prosvetljenih“, ali i „kao paravan i kao iskrivljeno ogledalo: jedan deo stvarnosti skriva, a drugi preinačava“ (Klikovac, 2008, str. 88). Formiranje takvog diskursa na lingvističkom nivou postiže se višestrukim sredstvima:

- Na primer, sintagma „politika stimulacije rađanja“ konstruisana je primenom nominalizacije, neodređenosti i kvazinaučnosti; lišen tih sredstava na nižem stupnju kategorizacije diskurs bi bio konstruisan na sledeći način – *mi vas podstičemo da rađate*, dok bi u odnosu na delovanje diskursa moći u okviru kognitivno kulturnog modela označavao poruku – *rađajte*. Kao što sam objasnila, takvu dekonstrukciju prema marketinškom pravilu neposrednosti i pojašnjavanja (u okviru Javnog konkursa za slogan kampanje za stimulaciju rađanja) – „rađaj ne odgađaj“, upravo je sam diskurs moći demantovao, jer mu je neophodno da ostane prikriven.

Diskurs „ženskih“ portala polazi od osnovnog nivoa kategorizacije na kojem ljudski mozak najefikasnije funkcioniše (Klikovac, 2008, str. 14) i u okviru modela projektovanja govora ne zahteva napor u razumevanju informacije. Poruka se formira pomoću deskriptivnih sredstava i razotkrivene iskustvene vrednosti reči (Fairclough, 1989) koji joj daju privlačnost. Pridevi i prilozima koji označavaju radost, često u superlativima, glavne su leksičke odlike „ženskih“ medija. U narednim primerima kurzivom ističem lekseme koje ostvaruju pozitivne konotacije glavnih događaja:

- „Poznata muzička zvezda je trudna sa blizancima koji samo što nisu stigli, zbog čega je cela ova, još samo kratko tročlana porodica, *jako srećna i uzbuđena*“ („Mogu ja to sama“, 16. 6. 2017).
- „Svi mi jedva čekamo da se u javnosti pojave fotografije na kojima su naše omiljene zvezde sa svojim malim, ali i velikim bebama, ili, još bolje, da ih poznate ličnosti same podele sa svojim fanovima na društvenim mrežama, jer su te fotke *ubedljivo najzabavnije i najsladje*“ („Mogu ja to sama“, 13. 7. 2017).

Tumačenje muškog govora kao višeg stila i ženskog kao devijantnog i nižeg predstavljaju jezičku rodnu ideologiju kojom se utvrđuje i ženska subordiniranost u društvu. Kako je to uočio Bugarski (1986, str. 145), „standardni stereotipi o količini i tempu ženskog govora, o njegovoj kitnjastoj ispraznosti i afektiranosti, o tračerskim sklonostima koje otkriva“ ne predstavljaju empirijski proverenu „mudrost“, već su zapravo „svojevrsna racionalizacija ukorenjenih predstava o ženama kao intuitivnim i emotivnim bićima kojima je strano logičko rasuđivanje“. U diskursu ženskih medija, međutim, upravo se insistira na „afektiranosti“, „kitnjastosti“, „tračerskim sklonostima“, čime se naturalizuje jezička dihotomija. Bugarski je takvu pojavu tumačio činjenicom „da i same žene, opterećene svojim podređenim društvenim statusom, ne retko prihvataju ovakve muške percepcije svoga govora“ (Bugarski, 1986, str. 145). Naturalizacija markiranosti ženskog govora utvrđuje se u multimodalnoj koheziji gde lingvistički nivo diskursa ženskih portala korelira sa fotografijama lepih i nasmejanih, zadovoljnih žena – pravih žena, žena sa stilom, lepih i srećnih, koje sve mogu same (Prilog 29).

Sa druge strane, naturalizacija ženske društvene pozicije u rodnoj dihotomiji koja ideološki čuva tradicionalne rodne obrasce, postiže se na tematskom planu i korelira sa lingvističkim i multimodalnim elementima. Tradicionalne rodne uloge žena kao majki, domaćica i ljubavnica, koje su ograničene privatnim prostorom, reprodukuju se kroz tradicionalne patrijarhalne obrasce, uključujući i verske obrasce ponašanja i nove rodne ideologije koje naturalizuju „ženstvenost“. Patrijarhat je nalagao ženi da rađa, da radi i da bude „prirodna naslada mužu“. Savremeni politički (i informativni medijski) diskurs u Srbiji u 2017. godini podstiče rađanje, usklađivanje rada i roditeljstva i jačanje porodice. Diskurs ženskih portala reprodukuje ove naloge, čineći takve uloge

poželjnim i lakim i na lingvističkom i na multimodalnom nivou fotografijama na kojima su žene privlačne i nasmejane u ulogama trudnica (i porodilja), domaćica i ljubavnica (Prilog 30):

1. Obaveza žene da rađa decu muškarcu, preinačena je u njenu najveću želju i sreću, za koju su joj potrebne i pripreme i uputstva, pri čemu, osim direktnog upućivanja na takav stav prema rađanju, reproduktivna funkcija se diskurzivno podstiče kao primamljiva i primerima uspešnih žena koje su se „ostvarile“ kao majke:
 - „ŽELITE BEBU? Žene sa ovim imenima će zatrudneti u 2017: Potpuno logično! Proverite da li je vaše ime na srećnoj listi“ (Balkanito.com – Stil.kurir.rs, 27.1.2017)
 - „Pripremite telo za bebu: 7 koraka do zdrave trudnoće“ („Blic žena“, 27. 4. 2017).
 - „Kod njih se sve odigralo brzo – ubrzo nakon što su se Williamsova i Alexis Ohanian verili, na društvenim mrežama je osvanula fotka teniserke sa stomacićem. Iako su do tad bili tajnoviti po pitanju svoje veze, polako su počeli i da se pojavljuju zajedno u javnosti, a Serena je bila super trudnica, koja čak igra tenis, ali isto tako i pozira naga za naslovnicu Vanity Faira!“ („Mogu ja to sama“, 11. 9. 2017).
2. Žena kao radna snaga muškarcu u diskursu ženskih medija je simbolizovana domaćicom čije su kućne obaveze sada jednostavne, moguće ih je brzo i lako obaviti, uz pomoć raznih „trikova“, prirodno, ekološki, dok u suprotnom vrebaju bakterije kao opasnost po njenu porodicu:
 - „Ima da sija: Očistite kupatilo sa samo 20 minuta! Nikad jednostavnije i brže!“ (Zenskimagazin.rs – Stil.kurir.rs, 24. 9. 2017).
 - „ČIST DOM JE SIGURAN DOM – EVO KOLIKO ČESTO TREBA DA MENJATE POSTELJINU, KRPE, PREKRIVAČE...“ („Mogu ja to sama“, 7. 9. 2017).
 - „NAJBRŽI I NAJLAKŠI NAČINI DA OČISTITE RERNU“
„Verujemo da je i za vas ovaj deo posla kada je detaljno sređivanje kuhinje u pitanju, poprilično zahtevan izazov, s obzirom da treba ukloniti zakorele naslage masnoća i zagorelosti sa unutrašnjih površina rerne. Ipak, postoje načini koji će vam mukotrpan zadatak pojednostaviti i čišćenje ovog dela kuhinje učiniti mnogo lakšim“ („Mogu ja to sama“, 2. 11. 2017)
 - „Nameštaj ćete najlakše ispolirati maslinovim uljem, suđere za pranje dezinfikovaćete pomoću soli, limun će osvežiti vaš dom, a zrno kafe najbolje upija mirise iz frižidera“ (Vlaisavljević, 26. 4. 2017).
3. Objektivizacija žene kao „prirodne naslade“ muškarcu u patrijarhalnom društvu u ženskim digitalnim medijima preusmerena je na njenu aktivnu ulogu zavodnice i prilježne ljubavnice, pružanjem saveta o neophodnim veštinama koje mora da savlada kako bi zadobila i zadržala muškarca:
 - „Zavedite ga pogledom od kojeg će izgubiti dah: ova maskara je bolja od crne“ („Lepa & srećna“, ekserpt 4).
 - „Suptilno zavođenje, kako samo žene znaju: Oborite ga s nogu jednim potezom!“ („Stil“, 1. 8. 2017).
 - „Kada se priča o željama u krevetu, muškarci imaju poduži spisak stvari za kojima žude. Ako imate želju da poradite na vašem seksualnom životu i konačno zadovoljite svog muškarca, evo šta treba da radite“ („Blic žena“, 26. 4. 2017b).

Prikrivena repatrijarhalizacija sprovodi se i kroz diskurs romantiziranja verskih modela ponašanja, od reprodukcije opštih religioznih ideja, promocije bogobojažljivosti, pravoslavnih i nacionalnih uverenja, ali i praznoverja, do konkretnih uputstava o pravilnom ponašanju i upozorenja o običajnim zabranama. Takve teme ilustrovane su fotografijama na kojima su ili žene „smernijeg“ izgleda, ili simboli opisanih običaja i ikone svetaca, čime se i multimodalno diskurs „uozbiljuje“ (Prilog 31):

- „Molitva je suština čovekove vere u sebe i druge. Ko se moli oseća i razume tajne vere i sveta u kome živimo, dok bez molitve nema pravog spoznavanja svega što nas okružuje a najviše emocija koje osećamo prema onome što nas okružuje i ljudima sa kojima smo u svakodnevnom dodiru“ („Lepa & srećna“, ekserpt 5).
- „TRADICIJA KOJA SE PRENOSI S KOLENA NA KOLENO Narodno verovanje za jul: Srbi su se oduvek bojali ovih svetaca!“ (Opanak.net, srbijuvolimo.rs – Stil.kurir.rs, 5. 7. 2017).
- „KAKO TRADICIJA NALAŽE Kako se pravilno čestita slava: Ovo treba da znate, da se ne obrukate!“ (Opanak.net – Stil.kurir.rs, 24. 11. 2017).
- „Danas je Sveti Andrej Prvozvani, a veruje se da žene OVE stvari ne bi trebalo da uzmu u ruke“ (R, 13. 12. 2017).

Nasuprot tradicionalnoj ideologiji kreiraju se nove rodne ideologije koje, međutim, čuvaju tragove patrijarhata u okviru obaveze žene da radi, i u diskursu zahteva da na poslu kao javnom okruženju mora da pazi kako se ponaša i kako izgleda, kako da se obuče i našminka. Takođe, ženski mediji nude i uputstva za postizanje podjednagog uspeha žena na planu porodice i majčinstva i karijere. Diskurs usklađivanja rada i ženstvenosti, odnosno roditeljstva, u skladu je i sa zvaničnom politikom Vlade Srbije.

- „Ako i vi prolazite kroz težak period povratka na posao posle porodijskog bolovanja, ne brinite – moguće je naći pravi balans između želje da se poslovno ostvarite i budete dobra mama, kako kaže Ida Teodosijević, psiholog“ („Blic žena“, 26. 4. 2017c).
- „U kancelariji nije uvek poželjno eksperimentisati sa modom, ali uvek možete da oživite svoje odevne kombinacije dobrim detaljima“ (Grazia.hr Stil.kurir.rs, 4. 1. 2017).

Nove rodne ideologije u odnosu na tradicionalne, uglavnom su fokusirane na izgled i ponašanje žene i njen privatni prostor kao prirodno okruženje, gde se naturalizacija rodnih uloga postiže i pravilom „ekspertize“, čija je poruka jasna: „Ovo su stručnjaci. Oni znaju bolje. Njihov savet zanemarujete na sopstveni rizik“ (van Leeuwen, 2005). Bilo da su u pitanju instrukcije „stručnjaka za zdravlje i higijenu“, „stručnjaka za veze“, „stručnjaka“ bez definisanja njihove struke, modnih blogera, „poznatih“ ili manje poznatih, dizajnera ili lekara, psihoterapeuta, njihova „stručnost“ je argument za izdavanje naloga o jedinom prihvatljivom ponašanju žene čija se isključivost posebno naglašava bez kritičkog pristupa ili relativizacije, dok se same instrukcije autoritativno obrazlažu i navode taksativno:

- „Stručnjaci za zdravlje i higijenu otkrivaju koliko često treba da menjate posteljinu, sunđere, krpe i druge tkanine u vašem domu...“ („Mogu ja to sama“, 7. 9. 2017).
- „Prema preporuci stručnjaka optimalan plan vežbanja kroz nedelju dana trebalo bi da izgleda ovako:
 - 150 minuta nedeljno umerene aerobne vežbe (na primer, 30 minuta svakog radnog dana)
 - dva ili više treninga snage nedeljno s najmanje 48 sati razmaka kako bi mišići stigli da se oporave
 - trening ravnoteže tri puta nedeljno u trajanju od najmanje 30 minuta
 - vežbe rastezanja i fleksibilnosti najmanje dva puta nedeljno (najbolje istog dana kada se radi aerobni ili trening snage)“ („Lepa & srećna“, ekserpt 6).
- „LJUBAVNI SAVETI Uputstvo za pisanje poruka koje će ga oboriti s nogu: Put do muškog srca je upravo OVA sms poruka tvrdi ekspert za veze!“ (Cosmopolitan.rs – Stil.kurir.rs, 9. 2. 2017).
- „Šarene, bele, čipkane, svilene, sa ukrasima – lepeze u raznim varijantama su prosto savršen modni detalj, a kako biste se i vi uverile da je tako, najbolje je da vam inspiracija budu poznati,

ličnosti iz sveta mode, modni blogeri, jer oni znaju da je lepeza deo obaveznog aksesora“ („Mogu ja to sama“, 27. 7. 2017).

– „Nataša ima samo jedan cilj : Ženama treba vratiti ženstvenost“

„Svojim kreacijama prvo je osvojila svoj rodni grad, Vrnjačku Banju, a onda i Beograd. Sve što ona napravi, ima jednu svrhu – da istakne pravu prirodu žene i vrati joj ženstvenost. Iako je čuvena Koko Šanel vešto prisvojila jedan muški odevni komad, pantalone, i učinila ga nezamenljivim delom ženskog garderobera, žena u njemu nikada neće imati isti stav i eleganciju kao u haljini. Žena sa haljinom i bez nje nije ista“ (Kravljača, 16. 5. 2017).

– „OBAVEZNO PROČITATI Dr Zoran Milivojević: Zašto su jake žene naporne?“

„Kada se žena nađe u ulozi koja joj se ne sviđa, ona počinje da se takmiči sa muškarcima, dokazuje se, protestuje... Ne frustriraju jake žene svoje partnere, već one nakon nekog vremena mogu da im postanu naporne – tvrdi psihoterapeut Zoran Milivojević. Ovu teoriju on objašnjava i potkrepljuje brojnim primerima, ali podseća i na iskustva njegovih kolega iz celog sveta“ (Gajić, bgonline.rs – Stil.kurir.rs, 22. 7. 2017).

Ukoliko „stručnjaci“ nemaju imena, tekstovi se nehajno ilustruju fotografijama lepih i bezimenih žena – modela koji su estetizovani diskurzivno u skladu sa temom, a ukoliko su navedeni konkretni stručnjaci onda je njihova ekspertiza „ojačana“ fotografijama njihovih portreta (Prilog 32). U ekserptovanim vestima koje sam navela, ilustracija teme održavanja kuće predstavlja fotografiju mlade i lepe žena koja deluje presrećno sa kofom u kojoj su sredstva za čišćenje i krpe, tekst o vežbanju ilustruje fotografija figure vitke žene kojoj se ne vidi lice, dok je tekst o slanju telefonskih poruka muškarcu ilustrovan fotografijom nasmejane lepe i mlade žene koja šalje SMS poruku (Prilog 32). Multimodalno, dakle, ekspertiza se može utemeljiti tematskim ilustrovanjem u pozitivnom svetlu ili imenima, titulama i licima stručnjaka.

Da bi žena bila „prava“ i srećna, kažu stručnjaci, a ne tradicija ili autori ili autorke tekstova na ženskim sajtoovima – *ne bilo ko, već stručnjaci*, ona mora da održava kuću na tačno izračunati način, da vežbaju prema precizno utvrđenom rasporedu i trajanju, da šalje konkretno formulisane SMS poruke svom muškarcu, da nosi *određene* modne dodatke, obavezno haljine da bi joj se vratila „ženstvenost“ i da se nikako ne takmiči sa muškarcima. Medijski diskurs to samo čini lakim i privlačnim kao što sam pokazala u prethodnim analizama. A ovde su sada „naučno“ dokazane činjenice koje nemaju nikakve veze sa rodnom neravnopravnošću, kao što i poštovanje tradicije nema nikakve veze sa rodnom nejednakošću, već su obe *ideologije* u funkciji cilja da *svi* budu *prirodni i zadovoljni* (konstrukcija i kurzivi moji). „Istina se zaustavlja kada to svojevolski i proizvoljno odredi onaj ko je izriče“ (Bart, 2013b). Stvarni svet u kojem su žene iako čine većinu i većinu obrazovanog stanovništva, manje plaćene, zaustavljene u profesionalnom razvoju zbog porodičnih obaveza, kao da ne postoji:

- „Zoran Milivojević kaže da je “ugovorni brak” koji je nekad bio vrlo čest i nije loša solucija kako bi se sačuvalo “zdravo tkivo porodice”. Takve ljude upoznaju i spoje roditelji, od malih nogu su pripremljeni da će se to dogoditi. *Raduju se tome*, pa iako se ne partneri međusobno ne poznaju dobro, *oni dobro funkcionišu jer on igra ulogu muškarca, a ona žene i te uloge su komplementarne*. Njih dvoje tako prave tim u kome su *jasno podeljene uloge*. Među njima zaljubljuvanja po pravilu nema, emotivno se povezuju vremenom, rađaju se deca i gradi ljubav. Takvi parovi su *biološki produktivniji*, imaju *koncept porodice* i to su društva u kojem *ima dece*. Društva u kojima želimo da ostvarimo svoje potencijale i razvijamo se kao ličnosti su dosta narcisoidna. U njima se rađa malo dece, ljudi se “nalaze”, ali i razilaze“ (Gajić, bgonline.rs – Stil.kurir.rs, 22. 7. 2017, kurzivi moji).

Rodna dihotomija u diskursu „ekspertize“ formira se kao biološki prirodna i normalna, i pri tome efikasna i produktivna, na dobrobit i jedinki i celokupnog društva. „Novi biologizam“ koji je jedna od naturalizujućih strategija, potpuno neutrališe pitanje rodne nejednakosti, podrazumeva različita svojstva i uloge žena i muškaraca, ignorišući dostignuća borbe za rodnu jednakost ili je dovodeći u vezi sa neuspesima ljudi na ličnom planu i time ugrožavanjem društvene harmonije. „Zdravorazumski“ princip ženama utvrđuje uloge na osnovu „ekspertize“ koja za ishodiše ima tradicionalne postavke bez njihovog kritičkog preispitivanja. U ekspertskom i medijskom diskursu vekovna potlačenost žena u takvim postavkama kao da nikad nije postojala, a činjenica da je na čelo Vlade Srbije došla žena i to gej orijentacije potpuno se ignoriše. Povratak tradiciji je imperativ struke, ali i rešenje, uteha, a pri tome u diskursu zvuči primamljivo i izgleda lepo. A, ako u tradiciji i ritualu ima i „aspekta prisile“ (Gidens, 1998), pa, bože moj... Doslovno – „bože moj“, budući da je ritual „i duboko utešan, jer u dati skup praksi udahnuje kvalitet svetog“ (Gidens, 1998). Diskurs ženskih digitalnih medija, formira upravo ovu mentalnu putanju kako sam uočila u analizi prethodne teme „verskog“ i „običajnog diskursa“, podjednako podržavajući i stare i nove rodne ideologije.

6.3. Strategije izolacije i vaspitavanja

Analize najposećenijih „ženskih“ digitalnih medija pokazuju dosledne reprodukcije rodne ideologije ne samo u primerima arhivskih tekstova iz 2017. godine koju sam ironično proglasila „godinom žena“ s obzirom na značajne događaje za rodna pitanja koji su obeležili taj period, već i na primerima naslovnih strana analiziranih u realnom vremenu početkom 2020. godine. Ideološki aspekti nisu bitno različiti na sajtovima koji su poddomeni informativnih portala i samostalnim „ženskim“ portalima, kao i u odnosu na njihovu istoriju i vlasničku strukturu i tržišnu pozicioniranost. I mediji nastali iz postojećih redakcija štampanih izdanja kao njihove digitalne prezentacije i portal Mogujatosama.rs koji je pokrenut u digitalnom okruženju i usmeren isključivo na digitalnu produkciju, sa manjim formalnim distinkcijama sprovode strategije proizvodnje i podrške rodne dihotomije koja ženi ograničava prostor na lični, intimni, porodični, izdvojen iz društvenopolitičkog konteksta i realnog položaja žena u društvu. Rodne asimetrije utvrđene su između informativnih „muških“ portala i zabavnih „ženskih“ portala na lingvističkom i multimodalnom nivou.

Nove tehnološke mogućnosti hiperveza ne samo da razvijaju sinhronijsko i dijahronijsko delovanje diskursa u okvirima jednog digitalnog medija, već i perpetuiraju diskurs prenošenjem tekstova između različitih medija. Tekstovi, dakle, nisu ograničeni na pojedinačne portale, već pored toga što se „dele“ putem društvenih mreža, oni se prenose i između sajtova. Kao što informativni portali prenose iste agencijske vesti, tako i „ženski“ portali i sajtovi prenose iste tekstove drugih „ženskih“ digitalnih medija – i domaćih i stranih. Kako na širem društvenom planu rodne asimetrije „imaju snažan društveni značaj budući da odražavaju tradicionalni kulturni model u našoj kolektivnoj i individualnoj svesti (Filipović, 2018), internet doprinosi jačanju takvih modela mogućim prenošenjem rodne dihotomije u jednom tekstu putem neograničenog broja medija.

Medijski tekstovi i na „muškim“ i na „ženskim“ digitalnim medijima, kao i u štampi, predstavljaju primere govornog čina tvrdnje, sa perlokucionom ili ubedljivom dimenzijom koja se ostvaruje mehanizmima koji povećavaju istinu i verodostojnost, između ostalog i upotrebom brojeva i shematskim stavovima (van Dijk, 1988). Dok je diskurs moći „muških“ portala sakriven u

izveštajnom stilu, opštosti, pasivnim konstrukcijama, nominalizaciji, na „ženskim“ sajtovima je otvoreno autoritativan, ali demonstrira blagonaklonost prisnijim govorom, ličnim oblicima, deskripcijom, deminutivima, povišenim tonom – sve je „divno“, „sajno“, „preslatko“, svi su „presrećni“, a uz to su obaveze žena „lake“ i „jednostavne“. Informativni portali govore višim stilom i „muškim“ jezikom, a „ženski“ nižim stilom i „ženskim“ jezikom. Boje „muških“ sajtova su tamnije, zagastije, a na fotografijama su stvarne ličnosti i događaji iz društvenog okruženja, dok su boje „ženskih“ sajtova pastelne, nijansirane ružičastom, a na fotografijama dominiraju foto modeli i „slavne“ ličnosti sa estrade, uglavnom prekookeanske. Vesti „muških“ portala su „stvarne“, namenjene svima, dok su „ženskih“ nestvarne, izolovane iz ekstralingvističkog konteksta, namenjene isključivo ženama. Međutim, kao što se diskurs moći u ozbiljnim vesti ne razotkriva, tako i diskurs moći u „ženskim“ temama sakriva svoju suštinski fantastičnu prirodu – direktive koje se upućuju ženama da budu savršene deluju realno.

Strategije izuzimanja, odnosno izolacije žene iz javnog i realnog života u tekstovima „ženskih“ sajtova koreliraju sa diskursnim isključivanjem žene iz javnog prostora u informativnim medijima, gde se pojava žene u ozbiljnom kontekstu tretira kao incident, izuzetak, ili se dovodi u vezu sa njenom tradicionalnom rodnom ulogom, bilo u kontekstu javnog diskursa ili u medijskoj instrumentalnoj „upotrebi“ žene kao nečije supruge, ljubavnice, odnosno ilustracije i objektivizacije. „Ženski“ digitalni mediji podržavaju te strategije u duhu slike „anđela u domu“ iz 19. veka koja je veličala ulogu žene kao „domaćice, supruge i majke“ i čuvarke običaja, kulture i religije (Bok, 2005). Strateške mere diskursa ženskih sajtova sprovode se na različite načine:

- ignorisanjem društvenog konteksta i društvene statistike,
- estetizovanjem privatnog prostora i ličnog identiteta žene,
- romantizovanjem tradicionalnih patrijarhalnih ideologija, prema pravilu bezličnog autoriteta (van Leeuwen, 2005),
- kreiranjem novih rodnih ideologija koje se oslanjaju i na tradiciju i na pozicije moći u javnom diskursu i diskursu „novog biologizma“.

Neposredno obraćanje publici modelom projektovanja govora, upotrebom ličnih oblika – u drugom licu množine ili prvom licu množine u okviru strategije zajedništva i podrške, u takvom diskursno izolovanom svetu u funkciji je usmeravanja žena na *određene načine* njihovog funkcionisanja u privatnoj sferi, koji uključuju i njeno potrošačko ponašanje – smernice koje deterdžente da kupe, koje maskare, koju odeću sebi i svojoj deci... Dok diskurs informativnih medija, zajedno sa javnim diskursom isključuje ženu iz javnog prostora, diskurs „ženskih“ medija zatvara je u privatnom prostoru, ali isto tako izdaje joj uputstva, smernice i direktive o tome kako da se snađe u tom prostoru, kako da se „ostvari“ u njemu i kako da bude „prava“ žena. „Ženski“ mediji ne samo da zabavljaju i ulepšavaju već i vaspitavaju za život u „pećini“, sugerišući i prenošenje rodnih kulturnih modela na decu – devojčicama treba davati tradicionalna imena i oblačiti ih kao „princeze“. Strategije vaspitavanja sprovode se takođe i lingvistički i multimodalno – fotografijama lepih i nasmejanih žena, i to na više načina:

- nametljivo – uzvičnim tonom, glagolima u imperativu, pozivanjem na vekovnu tradiciju i običaje i neprikosnovenu „ekspertizu“,
- savetodavno – ublaženim zahtevima, blagonaklono i saosećajno, i saučesnički, pružajući podršku i ohrabrenje, naročito u pogledu njihovog izgleda i „starenja“ koje je neophodno prikriti,
- pružanjem uzora – informacijama i vestima o ženama u njihovom „prirodnom“, privatnom okruženju, u ulogama trudnica, majki, domaćica, supruge, ljubavnice, uspešnih i poslovnih žena koje su uskladile karijeru i obaveze majke i supruge, koje mogu imati imena iz sveta „poznatih“, ali ne moraju.

U kontekstu medijskog usitnjavanja u kojem su proizvođači medijskog diskursa orijentisani na ciljnu grupu koja se tržišno definiše, i u odnosu na tezu da su „znaci uvek motivisani interesom proizvođača i karakteristikom objekta“ (Kress, 1993), proizilazi da žene jesu predodređene za ružičastu boju, privlačan izgled, zavodničke veštine, brak, porodicu, kao i karijeru ukoliko uspeju da je usklade sa svojim rodnim ulogama, ne bi li bile od koristi društvu u svakom pogledu – i kao pratilje i podrška muškarcima i kao roditelje radne snage i same kao radna snaga. Jer su takvi modaliteti „prirodni“, oni čine „habitus“ žene (Burdije, 2001). Odnosno, vekovni običaji postaju prirodni, a „priroda nije ništa drugo do običaj“ (Bart, 2013b).

U analizi članka ženskog časopisa „Elle“, koji je okupio 79 spisateljica i na njihovim fotografijama najavio pored imena svake od njih i broj njihove dece i napisanih romana, Rolan Bart je 1957. godine prepoznao poruke proizvođača medija: „zatvorite ginekeje pa tek onda pustite ženu u njega“ i: „nagodite se sa moralom vašeg položaja, ali nikada ne odstupajte od dogme na kojoj se temelji:

„Volite, radite, pišite, budite poslovne žene ili književnice, ali uvek imajte na umu da muškarac postoji i vi niste kao on: vaš poredak je slobodan pod uslovom da zavisi od njegovog, vaša sloboda je luksuz, ona nije moguća a da najpre ne prepoznate dužnosti vaše prirode. Pišite ako hoćete, svi ćemo biti vrlo ponosni, ali ne zaboravite da rađate decu, jer je to vaša sudbina“ (Bart, 2013b).

Diskurs ženskih medija više od pola veka kasnije, sada i tehnološki ojačan, poručuje isto to: biti žena, „prava“, od stila, lepa i srećna, samostalna, ali *žena* – to je vaša sudbina, i vaša obaveza.

IV ZAKLJUČCI

Digitalni mediji u Srbiji podržavaju i reprodukuju rodne dihotomije u srpskom društvu na lingvističkom i multimodalnom nivou, doprinoseći perpetuaciji uvreženih kulturnih modela u kojima su jasno diferencirane rodne uloge u društvu i nadograđujući tradicionalne rodne patrijarhalne ideologije diskursnim varijacijama i ideološkim obrascima novog biologizma i potrošačke kulture. Strateški mehanizmi održanja diskursa moći u demokratskom društvu i u novom tehnološkom okruženju preuzimaju se iz tradicionalnih medija i unapređuju u digitalnom prostoru pomoću novih multimodalnih tehnika i hiperveza kojima se učvršćuje sugestivnost paradigmatskih poruka. Interaktivni „instrumenti“ koji su publici na raspolaganju, iako predočavaju različite političke stavove korisnika i korisnica interneta, ne koriste se za rasprave u odnosu na rodne teme medijskih tekstova, već naprotiv, pokazuju istu reprodukciju rodnih ideologija na strukturnom nivou koju mediji prenose iz javnog diskursa. Rodne dihotomije se dijalektički reprodukuju u zatvorenom krugu koji čine institucije, mediji i informaciono društvo.

U okviru kritičke analize diskursa istraživanja sam sprovela od ekstralingvističkog nivoa, uvidom u širi društveni okvir na osnovu kojeg sam utvrdila ideološku prirodu rodnih diferencijacija, budući da demografska slika društva pokazuje da ne postoje faktičke osnove za društvenu, pa samim tim ni diskursnu subordiniranost jednog roda. Iako žene čine većinu stanovništva u Srbiji, i većinu obrazovanog stanovništva i srednjeg i visokog obrazovanja, one zauzimaju niže lestvice u društvenoj, ekonomskoj i političkoj raspodeli moći. Počev od statistike odnosa u polovima prema podacima o „glavama“ domaćinstava, preko visine prosečnih plata, do pozicija u naučnim krugovima i na funkcijama vlasti, žene su u podređenom položaju uprkos kompetencijama koje pokazuju tokom obrazovanja, uključujući i postdiplomske studije. S tim u vezi analizirala sam i sistemske okvire u kojima sam uočila da, iako i Ustav i ključni zakoni u ovoj oblasti nedvosmisleno nalažu uklanjanje rodnih nejednakosti i svakog oblika polne diskriminacije, mere koje se donose u strateškim dokumentima ne pokazuju značajne rezultate u javnom i medijskom diskursu ili nisu adekvatne utvrđenom stanju u istim tim dokumentima. U odnosu na zakonska ovlašćenja, javni i medijski diskurs čak neosnovano zadiru u rodne identitete, dok sa druge strane ignorišu zakonske obaveze zaštite diskriminiranih grupa.

U odnosu na društvenopolitički kontekst u periodu u kojem su proizvedeni i objavljeni medijski tekstovi koji su bili predmet analize, većina u 2017. godini, utvrdila sam raskorak između objektivnih činilaca koji bi mogli da doprinesu uklanjanju rodnih nejednakosti u društvu i njihove političke i medijske reprezentacije. Izbor premijerke prvi put u istoriji Srbije nije označio mogućnost da je najviša funkcija izvršne vlasti podjednako dostupna i ženama, dok je uprkos drugim najavljenim prioritetima novog programa Vlade Srbije, njen prvi zadatak bio podsticanje rađanja. Populacionu politiku koja je formulisana kao preduslov društvenog i ekonomskog napretka promovisu žene na najvišim političkim funkcijama, čime se potvrđuje prirodna pripadnost privatnom prostoru čak i onih žena koje zauzimaju najviše pozicije vlasti. Osim simboličke izolacije žena iz javnog prostora i nacionalnih kampanja usmerenih na privatni prostor žena, koje prenose informativni portali, tradicionalne rodne uloge podstiču se i u okviru „ženskih“ portala koji ignorišu opisani ekstralingvistički kontekst. Sa druge strane, podsticanje rađanja odvija se samo u diskursnom polju sa autoritetom države i nacije, uporedo sa istraživanjima koja pokazuju loš finansijski položaj

trudnica, porodilja i majki male dece u Srbiji, njihovu diskriminaciju na polju rada, kao i nehuman tretman porodilja u bolnicama.

Potencijale nove medijske publike istražila sam u odnosu na statistiku informacionog društva koja je pokazala da ni na tom planu nema objektivnog razloga za rodnu diferenciranost u diskursu digitalnih medija, budući da žene i muškarci podjednako koriste internet, i to upravo radi informisanja. Shodno tome, analitički korpus odredila sam prema uticajnosti digitalnih medija, odnosno prema broju poseta i pregleda stranica digitalnih medija, ali sam ustanovila da publika ne koristi proaktivno interakcijske, integracijske i participativne alate koje im pružaju ti mediji. Iako su žene i muškarci podjednako zastupljeni u publici najposećenijih informativnih portala, dok žene znatno manje posećuju „ženske“ portale, žanrovska polarizacija uspostavljena u tradicionalnim medijima preneti je i u digitalni prostor, dok u učešću publike nema otpora rodnim ideologijama izraženim u medijskim tekstovima već se rodno diferencirani diskurs prenosi i u komentarima čitalaca i čitateljki. U odnosu na istraživanja roda u srpskom jeziku i kvantitativne i kvalitativne analize reprezentacije roda u srpskim medijima, koji su sprovedeni u periodu od 1980-ih godina 20. veka do 2015. godine (Savić, Filipović, Kuzmanović Jovanović, Milivojević, Tomić), uključujući i istraživanja roda u digitalnim medijima (Globalni monitoring medija), uočila sam kontinuitet paradigme rodne dihotomije u digitalnim medijima i u periodu nakon 2015, do završetka pisanja ovog rada 2020. godine.

Intertekstualna analiza obuhvatila je medijsku produkciju na internetu nastalu najvećim delom od aprila 2017. do kraja te godine, uz tekstove koji su obrađivali teme oko kojih sam koncentrisala jezgro korpusa objavljene krajem 2016. godine i u prvom kvartalu 2018. Pored arhivskog materijala, analizirala sam i tekstove u realnom vremenu do kojih su me vodile hiperveze u korpusu, kao i dinamičke naslovne strane sa ciljem njihove uporedne analize i provere paradigmatskog kontinuiteta. Društvenopolitički kontekst zaokružen je uvidom u istoriju, vlasničku strukturu i uređivačke politike i tržišne orijentacije najposećenijih informativnih portala, zajedno sa njihovim „ženskim“ poddomenima, kao i najposećenijih samostalnih „ženskih“ portala. U tom smislu, nisam uočila bitne razlike u pristupu rodnim temama u odnosu između digitalnih izdanja dva najposećenija izdavača, Ringier Axel Springer i Adria media group – informativnih portala Blic.rs i Kurir.rs i njihovih podsajtova Žena.blic.rs i Stil.kurir.rs, kao ni između korporativnog „ženskog“ portala „Lepa i srećna“ koji objavljuje Adria media group i nezavisnog, preduzetničkog „Mogu ja to sama“. Njihove visoke tržišne pozicije s jedne strane ostvarene tržišnom logikom koja podrazumeva pridržavanje društvenim normama, odnosno poznatim ideološkim obrascima, sa druge strane doprinose perpetuaciji takvih obrazaca. Rodne postavke preuzimaju iz svojih štampanih preteča i pandana i prilagođavaju i razvijaju onlajn, dok portal koji se razvio samostalno na internetu – „Mogu ja to sama“, tradicionalne rodne ideologije štampanih „ženskih“ medija u potpunosti uklapa u kompjuterski posredovani multimodalni diskurs.

Na nivou diskursno-društvene prakse ispitala sam kako se pozicionira i deluje moć u diskursu u odnosu na rodne dihotomije, koje su diskursne strategije primenjene u održanju moći i njenom delovanju, kao i kako se ispoljavaju rodne ideologije u odnosu na uvrežene kulturno-kognitivne modele rodnih uloga. Analizu diskursa sprovedla sam na makrolingvističkom i multimodalnom nivou, koristeći metodološku teoriju i praksu kritičke analize diskursa (Fairclough, van Dijk, Wodak, Filipović) i multimodalne semiotike (van Leeuwen, Kress, Thurlow), a u okviru interdisciplinarnog, transdisciplinarnog i konstruktivističkog pristupa uključila sam i šire polje sociolingvistike, kritičke sociolingvistike i lingvističke antropologije (Benvenist, Bugarski, Savić, Klikovac, Hodges), semiotička zapažanja (Bart, Fuko), nalaze medijskih istraživanja (van Dijk, Kicinger, Brigs & Kobli, Tjurou), posebno na polju digitalnih medija (Manović), digitalne kulture (Holmes, During, Todorović), popularne kulture (Fisk, Gauntlet), feminističkih studija (de Bovoar, Butler, Bok, Haravej), roda i medija (Savić, Filipović, Milivojević, Cotter, Kuzmanović Jovanović), feminističke lingvistike (Lakoff, Tannen, Cameron, Lazar, Filipović), kao i filozofije (Kant, Hegel, Gramši,

Adorno, Fuko), političke teorije (Duhaček), sociologije (Gidens, Burdije), etnologije (Đorđević T, Jovanović), antropologije (Erlich, Burdije)...

U analizi tekstova informativnih portala koji se tematski fokusiraju na „istorijsko“ postavljanje žene na funkciju predsednika Vlade Srbije, uočila sam diskursne borbe na strukturnom nivou koje odražavaju ideološku normativnu praksu upotrebe gramatičkog muškog roda kao univerzalnog, uprkos društvenim promenama i promenama u govornoj praksi. Otpor upotrebi ženskog oblika razrešen je usvajanjem tog oblika nakon formalnog stupanja žene na vlast, ali samo kao privremenog i nestabilnog oblika, a ne kao odraza demografski opravdane mogućnosti jednake rodne raspodele moći. Oblici u gramatičkom rodu nedosledno se upotrebljavaju i za funkcije na vlasti koje već godinama obavljaju žene kao deo jezičkih strategija za održanje muške dominacije na najvišim hijerarhijskim pozicijama moći. Problematizacija „premijerke“ odvija se i na semantičkom planu i utvrđuje u definisanju subjekta kao subordiniranog u odnosu na više instance moći, pri čemu publika u komentarima prihvata takav diskursni otklon usvajanjem muških gramatičkih oblika i prihvatanjem ideološke postavke koja dozvoljava „izuzetnost“ žene u muškom društvu. Lingvistički plan korelira sa multimodalnim elementima i u ideološki motivisanoj selekciji fotografija, dok se paradigma otkriva u diskursnim susretima između različitih vesti, koji su u digitalnom okruženju vođeni hipervezama.

Kontradiktornost između najavljenog programa Vlade Srbije i proglašenja populacione politike kao prioritetne dovela sam u vezu sa pozicioniranjem ženskog subjekta u vrhu vlasti u porodični prostor, u odnosu na dijahronijske diskursne borbe za osvajanjem „polja rađanja“. Analiza vesti koje za temu imaju podsticanje rađanja u okviru populacione politike i nacionalnih medijskih kampanja pokazala je pregovaračke strategije diskursa moći sa otporom javnosti u sinhronijskim i dijahronijskim diskursnim susretima, koji su rezultirali harmonizacijom između tradicionalne rodne patrijarhalne ideologije i nove rodne ideologije kamufilirane diskursom političke korektnosti. Obaveza žene da rađa i da bude radna snaga muškarcu diskursno je transformisana u opštu, nacionalnu potrebu za podizanjem nataliteta i usklađivanje rada i roditeljstva, u javnom govoru i podražavalačkom medijskom diskursu nadograđenom „navijačkim“ multimodalnim elementima. Publika uočava raskorak između realnosti i političke ideje, ukazujući na loše materijalne uslove za održanje višečlane porodice, ali ne pokreće rasprave na temu zadiranja diskursa moći u privatni prostor i nametanja biološke reproduktivne uloge žene kao društveno prioritetne. Sam diskurs moći suočen sa raskrinkavanjem u sopstvenoj medijskoj kampanji za podsticanje rađanja, opovrgava dekonstrukcije sa ciljem održanja nevidljive i pregovaračke moći.

Harmonizacija nove rodne ideologije i tradicionalne rodne patrijarhalne ideologije prenosi se i u diskurs „ženskih“ portala, u odnosu na koje su informativni definisani kao diskursno „muški“. Komparativnom lingvističkom i multimodalnom analizom utvrdila sam opštost, nominalizaciju, pasiv, izbor fotografija na kojima su žene pratilje ili dekor muških subjekata itd., kao osobenosti diskursa informativnih portala i jezičku deskriptivnost i neposrednost, uz fotografije bezimernih i nasmejanih žena i stereotipne boje, kao dominantne modalitete „ženskih“ digitalnih medija. U tom smislu, „ženski“ portali ističu se ne samo rodno diferenciranim temama već specifičnim „rodolektom“ koji je definisan kao „niži stil“ i odraz je ideologije jezičkih i društvenih slabijih kompetencija žena. Strategije simboličnog isključivanja iz „ozbiljnih“ tema informativnih portala koreliraju sa bukvalnim tematskim izuzimanjem relevantnog javnog prostora i ekstralingvističke stvarnosti u diskursu „ženskih“ portala. Sa druge strane, dok je preusmeravanje žena u informativnom okruženju na privatni prostor diskursno prikriveno, u okruženju „lakih“ i „privlačnih“ tema na „ženskim“ sajtovim je direktno i sprovodi se, osim ignorisanjem društvenog konteksta, i estetizovanjem i romantizovanjem tradicionalnih rodnih uloga žena kao roditelja, radne snage i „prirodne naslade muškarcu“. Žene se vaspitavaju da budu uspešne na tim poljima, ali i da u tom pravcu podižu decu, čime se obezbeđuje perpetuacija rodnog konstrukta i u transgeneracijskoj perspektivi. Nove rodne

ideologije oslanjaju se na tradiciju i razvijaju se u diskursu „novog biologizma“ i „ekspertize“, delujući nametljivo, savetodavno i pružanjem uzora.

Moć u diskursu u tekstovima „muških“ portala ispoljava se na intertekstualnom nivou, uklapajući se u kulturne i kognitivne modele i dijalektički se reprodukuje – mediji podržavaju javni diskurs, a publika ga usvaja. Relacije ženskog subjekta utvrđuju se prema vekovnim dihotomijama u odnosu prema utvrđenom dominantnom muškom subjektu. Na ženskim portalima moć je neskrivena u diskursu proizvođača dok dominacija ima ruho dobrih namera – dobrobit i sreću žena, koje su komplementarne s društvenim progresom i nacionalnim prosperitetom diskursa „muških“ portala. Strateško isključivanje žena iz javnog prostora odvija se kroz borbe u diskursu odnosno preispitivanje utemeljenih dihotomija u odnosu na društvene promene. Ulaskom žene u javni prostor odvijaju se strukturne borbe u diskursu na jezičkom nivou, gde se usvajanje nestandardnih oblika kompenzuje privremenošću ali i ideološkim upućivanjem na tradicionalna „ženska“ polja. Takva polja diskursno su ogoljena u „ženskim“ medijima, gde pružaju utehu rituala i povratka tradiciji u skladu sa naturalizovanim društvenim ulogama žena. Ideološke strategije sprovode se na strukturno lingvističkom i multimodalnom nivou, gde se paradigma pojačava u novom tehnološkom okruženju, ne samo pomoću hiperveza koje omogućavaju sinhronijsko i dijahronijsko delovanje diskursa u okvirima jednog digitalnog medija već i prenošenjem tekstova između različitih medija i njihovim deljenjem na društvenim mrežama.

Rodna dihotomija učvršćena je perpetuacijom tradicionalnih patrijarhalnih ideologija, ali i kreiranjem novih rodni ideologija. „Biologizam“ je preveden u digitalni pravopis, komotno se usadiвши u onlajn-diskurs, gde je bila očekivana (r)evolucija u interakciji, slobodnom pristupu informacijama, redefinisajući jednoobrazne istorije civilizacije pisane uglavnom od strane belog, anglosaksonskog čoveka, odnosno, na našim prostorima, od strane patrijarhalnog autoriteta. Uvrežene rodne podele postale su sada i digitalizovane predstave, obavijene novovekovnim jezikom političke korektnosti i familijarnosti. I nakon duge borbe za rodnu ravnopravnost i uprkos društvenoj i demografskoj statistici i ubrzanom tehnološkom razvoju, jednostavno – zna se gde je ženi mesto. Kao što se zna kada i ko joj je to mesto dodelio: „Pokažite ljude kao jednu stvar, ponovo i ponovo, i tako će oni postati ta stvar... Moć je mogućnost ne samo da ispričate priču o drugoj osobi, već i da ispričate konačnu priču o toj osobi“ (Adichie, 2009).

Primena kritičke analize diskursa u ovom radu pokazala je potencijale koje ova disciplina ima za široke uvide u kompleksna pitanja roda koja su u postfeminizmu potisnuta pod izgovorom ispunjenosti misije feminističkog pokreta. Razotkrivanje jedinstvenog delovanja diskursno-društvene prakse na planu održanja moći pomoću metodoloških instrumenata koje KAD predlaže, sa ciljem uočavanja i otklanjanja društvenih nejednakosti, moguće je, dakle, samo interdisciplinarnim i integrativnim prikupljanjem podataka, ali i transdiscipliniranim kretanjima, budući da je i sam diskurs novog vremena usložen i multimodalan. U odnosu na kritička zapažanja da se KAD nalazi između „previše jezičke analize ili previše fokusiranja na kontekst; društvenih istraživanja i političke argumentacije ili dekontekstualizacije u mikroanalizi; kvantitativnih podataka ili kvalitativne studije slučaja; tradicionalnih podataka kao što su novine ili etnografija ili novih društvenih medija i tako dalje“, slažem se sa Wodak da takva kritika samo „podstiče samorealizaciju, nova pitanja i srodne odgovore, a samim tim i inovaciju“ (Wodak, 2013, str. XXXVIII). U vremenu naturalizacije rodne dihotomije, koja se prihvata na svim društvenim nivoima kao neminovna, čini se da nema suvišnog metodološkog „oružja“ u borbi za dekonstrukciju takvih postavki.

Rezultati istraživanja koje sam sproveda, osim što daju doprinos sociolingvističkim istraživanjima i studijama roda, potvrđujući široku primenu i društvene domete kritičke analize diskursa, mogu predstavljati i podršku rodno osetljivim jezičkim i javnim i obrazovnim politikama (Filipović, 2009a), između ostalog, i u vidu predložka za preporuke kreatorima medijskih sadržaja, kakve su do sada već rađene (Filipović & Kuzmanović Jovanović, 2012; Savić, 2004). Istraživanje takođe može da doprinese razvoju kritičkog aparatusa za analizu medijskih sadržaja koja se mora

sprovoditi u obrazovnom sistemu i u javnoj sferi uopšte, pre svega kroz kurikulume i javnu promociju medijske i digitalne pismenosti. Uspostavljanje rodnog balansa u jeziku medija, koje je počelo češćom primenom mocionih sufiksa za oba roda u nazivima zanimanja, na pritisak struke i nevladinog sektora, dakle, „odozdo“, a ne „sa vrha“ kreatora jezičkih politika (Filipović, 2018), potrebno je i na nivou multimodalnog diskursa – na leksičkom, frazeološkom, sintaksičkom, ali i vizuelnom nivou, na nivou selekcije i povezivanja informacija, odnosno same medijske poruke i njenog paradigmatškog uticaja, posebno u digitalnom okruženju. Tek promenom diskursa, javnog i medijskog, moguće je očekivati i promenu svesti koja bi dovela do stvarnog otklanjanja rodnih nejednakosti u društvu i omogućavanja nesmetanog individualnog razvoja svih ljudi.

LITERATURA

1. Adichie, C. N. (2012, 2014). *We should all be feminists*, excerpt. Reprinted by permission from Vintage Books, an imprint of the Knopf Doubleday Publishing Group, a division of Random House, Inc. <https://www.feminist.com/resources/artsspeech/genwom/adichie.html>; <https://www.ted.com/talks/chimamanda ngozi adichie we should all be feminists?language=en>
2. Adorno, T. W. (1991). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London: Routledge.
3. Anđelković, V. (2009). Slika žene u stampanim medijima. *Priručnik za medije*, ured. L. Vasiljević & V. Anđelković, 11-13. Beograd: Ženski INDOK Centar.
4. Alečković-Nikolić, M. (2001). Ženski princip u slovenskoj paganskoj i inostočnohrišćanskoj tradiciji. *Muškarac i žena*, prir. B. Jovanović. Beograd: Gutenbergova galaksija.
5. Altiser, L. (2008). Ideologija i državni ideološki aparati. *Studije kulture, zbornik*, prir. J. Đorđević, str. 143-147. Beograd: Službeni glasnik.
6. Althusser, L. (1971). Ideology and Ideological State Apparatus (Notes Towards an Investigation). *Lenin and Philosophy*, trans. Ben Brewster. New York: Monthly Review Press.
7. Ashcraft, K. & L, Mumby, D. K. (2006). Organizing a critical communicology of gender and work. *International Journal of the Sociology of Language*, Issue 166, Pages 19-43. <https://doi.org/10.1515/ijsl.2004.012>
8. Aubert, M. (1975). *La Femme: Antiféminisme et christianisme*. Pariz: Cerf-Desclée.
9. Babić-Antić, J. (2016). *Rodni stereotipi i jezička sredstva u funkciji formiranja rodne ideologije deca kao čitalačke publike romana „Hari Poter“ Džoane Roling na engleskom i u prevodu na srpski jezik*. Doktorska disertacija. Beograd: Filološki fakultet, Univerzitet u Beogradu.
10. Bahtin, M. (2013). *Estetika jezičkog stvaralaštva*. (M. Grbić, prev.) Sremski Karlovci – Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
11. Bakhtin, M. (1986). *Speech Genres and Other Late Essays*, eds. C. Emerson and Michael Holquist, trans. Vern W. McGee. Austin: University of Austin Press.
12. Bal, F. („u saradnji sa Deransar, T.“) (1997). *Moć medija – mandarin i trgovac*. (I. Nikodijević, prev.) Beograd: Clio.
13. Barić, E. (1987). Mocijski parnjaci i njihova upotreba. *Rasprave zavoda za jezik*, 13, 9-18. Zagreb.
14. Bart, R. (2013). Romani i deca. U: *Mitologije* (str. 51-52). (A. Filipović, prev.) Loznica: Karpos.

15. Bart, R. (2013a). Ona koja jasno vidi. U: *Mitologije* (str. 122-124). (A. Filipović, prev.) Loznica: Karpos.
16. Bart, R. (2013b). Mit danas. U: *Mitologije*. (O. Petronić, prev.) str. 183-227. Loznica: Karpos.
17. Barthes, R. (1977). Diderot, Brecht, Eisenstein. New York: Farrar, Straus and Giroux
18. Barthes, R. (1977a). Rhetoric of the Image. *Image Music Text* (32-51). London: Fontana.
19. Batler, Dž. (2001). *Tela koja nešto znače: o diskurzivnim granicama „pola“*. (S. Miletić, prev.). Beograd: Samizdat B92.
20. Bell, A. (1994). *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell
21. Benjamin V. (1974). *Eseji*. (M. Tabaković, prev, M. Stambolić, ured.) Beograd: Nolit.
22. Benvenist, E. (1975). *Problemi opšte lingvistike*. (S. Marić, prev.) Beograd: Nolit. (Originalno izdanje: Benveniste, É. (1966). *Problemes de linguistique generale*. Paris: Gallimard.)
23. Berisavljević, S. (1986), Jezik i pol: titule i zanimanja žene u banci. *Prilozi proučavanju jezika*, 22, 119-133. Novi Sad: Filozofski fakultet, Institut za južnoslovenske jezike.
24. Berisavljević, S. (1988). Sintaksičke karakteristike upotrebe formi muškog i ženskog roda za obeležavanje zanimanja koja vrše žene. Novi Sad: Filozofski fakultet, Institut za južnoslovenske jezike.
25. Blank, P, Brown, W, Deuze, M, Ems, L, Lewis, N, McWilliams, J. & Speer, L. (2013). Participatory Culture and Media Life: Approaching Freedom The Janissary Collectiv. *The Participatory Cultures Handbook*, edit. A. Delwiche & J. J. Henderson, chapter 26, kindle edition. New York: Routledge.
26. Boczkowski, P. (2004). *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
27. Bodrijar, Ž. (1991). *Fatalne strategije*. (M. Vidaković, prev.) Novi Sad: Književna zajednica Novog Sada.
28. Bodrijar, Ž. (2006). Simulakrumi i simulacija. (F. Filipović, prev.) Novi Sad: Svetovi, (1991). U: *Studije kulture*, zbornik. prir. J. Đorđević. Beograd: Službeni glasnik.
29. Bok, G. (2005). *Žena u istoriji Evrope: od srednjeg veka do danas*. (Lj. Milenković, prev.) Beograd: Clio.
30. Borucinsky, M & Tominac Coslovich, S. (2015). Formalno i funkcionalno u jeziku: sistemska funkcionalna gramatika u odnosu na ostale funkcionalne gramatike i kognitivnolingvističke pristupe. U: *Fluminensia*, god. 27, br. 2, str. 11-29. Rijeka: Odsjek za kroatistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Rijeci.
31. Buchtolz, M. & Hall, K. (2003). *Language and Identity. A Companion to Linguistic Anthropology*. Oxford: Basil Blackwell.
32. Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
33. Butler, J. (1993). *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of Sex*. New York: Routledge.
34. Butler, J. (2004). *Undoing Gender*. New York: Routledge.
35. De Bovoar, S. (1982). *Drugi pol I: Činjenice i mitovi*. (Z. Milosavljević, prev.) Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod.

36. Brigs, A. & Berk, P. (2006). *Društvena istorija medija: od Gutenberga do Interneta*. (J. Popović, prev.). Beograd: Clio.
37. Brigs, A. & Kobli, P. (2005). U medijima. Uvod u studije medija, pr. A. Brigs & P. Kobli (I. Šentevska prev.), 469-476. Beograd: Clio.
38. Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: University Press.
39. Bourdieu, P. (1984). *Distinction – a Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
40. Bourdieu, P. (2001). *Masculine Domination*. Stanford: Stanford University Press.
41. Bucholtz, M. & Hall, K. (2004). Language and gender. A Companion to Linguistic Anthropology, edit. A. Duranti, 368-294. Malden, MA, USA; Oxford, UK; Carlton, Victoria, Australia: Blackwell.
42. Bugarski, R. (1986). *Jezik u društvu*. Beograd: Prosveta, XX vek.
43. Bugarski, R. (2003). Uvod u opštu lingvistiku. Beograd: Čigoja štampa, 20. vek.
44. Burdije, P. (2001). *Vladavina muškaraca*. Podgorica: CID, Univerzitet Crne Gore.
45. Burrell, N. & Fitzpatrick, M. A. (1989). The psychological reality of marital conflict. *Intimates in Conflict: A Communication Perspective*, edit. D. D. Cahn, 167-186. Hillsdale: Erlbaum.
46. Cameron, D. (1997). Theoretical debates in feminist linguistics: Questions of sex and gender. *Discourse and Gender*, edit. R. Wodak, 21-36. Thousand Oaks, CA: Sage.
47. Cameron, D. (2003). Gender and language ideologies. *The Handbook of Language and Gender*, edit. J. Holmes & M. Meyerhoff, 447-467. Oxford: Blackwell.
48. Cameron, D. (2003a). Gender Issues in Language Change. U: *Annual Review of Applied Linguistics* 23, (187-201). Cambridge: University Press.
49. Cameron, D. (2011). Great divides: sex/gender, power and public language. 5th BAAL Gender and Language Special Interest Group Event (GaLSig): Gender and Language in the Public Space. Centre for Interdisciplinary Research into Language & Diversity, Aston University, Birmingham, UK.
<https://www.lancaster.ac.uk/fass/organisations/galsig/Cameron.pdf>
50. Cameron, D. (2014). Gender and Language Ideologies. *The Handbook of Language, Gender, and Sexuality*, second Edition, edit. S. Ehrlich, M. Meyerhoff & J. Holmes, 281-296. Chichester: Wiley Blackwell.
51. Chouliaraki, L. & Fairclough, N. (1999). *Discourse in Late Modernity: rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
52. Christie, C. (2000). *Gender and language: Towards a feminist pragmatics*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.
53. Coates, J. (1993). *Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account Of Gender Differences In Language*, 2nd edition. London: Longman.
54. Cotter, C. (2015). Discourse and Media. *The Handbook of Discourse Analysis* (second edition), ed. D. Tannen, H. E. Hamilton & D. Schiffrin, 795-821. John Wiley & Sons, Inc.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2008.00544.x>

55. Cremades, P. S. (2007). An Overview Of The Critical Discourse Analysis Approach To Mass Communication. *Critical Discourse Analysis Of Media Texts*, ed. José María Bernardo Paniagua, Guillermo López García, Pelegrí Sancho Cremades & Enric Serra Alegre, 17-38. Universitat De València. <https://core.ac.uk/download/pdf/71019906.pdf>
56. Cvetinčanin Knežević, H. & Lalatović, J. (2019). Priručnik za upotrebu rodno osetljivog jezika. Beograd: Centar za ženske studije.
57. Ćorić, B. (1982). *Mocioni sufiksi u srpskohrvatskom jeziku*. Beograd: Filološki fakultet.
58. Čupić, Č. (2010). *Medijska etika i medijski linč*. Beograd: Čigoja.
59. Daglas, M. (2001). *Čisto i opasno: Analiza pojmova prljavštine i tabua*. (I. Spasić, prev.) Beograd: Čigoja štampa.
60. Delwiche, A. & Henderson, J. J. (2013). Introduction: What is Participatory Culture? *The participatory cultures handbook*, edit. A. Delwiche & J. J. Henderson, kindle edition. New York: Routledge.
61. Dokmanović, M. (2016). Stanje rodne ravnopravnosti i položaj žena u medijima. Izveštaj urađen za Ministarstvo kulture i informisanja u okviru projekta „Jačanje medijskih sloboda“.
62. Douglas, M. (1970). *Natural Symbols*. London: Cresset Press.
63. Douglas, S. (1995). *Where the Girls are: Growing Up Female with the Mass Media*. New York: Times Book.
64. Du Preez, A. (2009). *Gendered Bodies and New Technologies: Rethinking Embodiment in a Cyber-era*. Cambridge Scholars Publishing.
65. Duhaček, D. (1995). Politički subjekt u savremenim feminističkim teorijama. *Ženske studije*, br. 1. Beograd: Centar za ženske studije. <https://www.zenskestudije.edu.rs/izdavastvo/elektronska-izdanja/casopis-zenske-studije/zenske-studije-br-1/287-politicki-subjekt-u-savremenim-feministickim-teorijama>
66. Duranti, A. (2003). Language as culture in U.S. anthropology. *Current Anthropology*, 44(3), 323-347.
67. During, S. (2005). *Cultural Studies : A Critical Introduction*. Routledge: Taylor & Francis, e-Library. [on-line] Dostupno preko http://books.google.com/books?id=FsPgT_OgwVEC&printsec=frontcover&dq=Cultural+Studies:+A+Critical+Introduction [03. 03. 2011]
68. Džejmson, F. (2006). Postmodernizam ili kulturna logika kasnog kapitalizma. (I. Strnčević, prev.) „Treći program“ (1985), Radio Beograd, br.64. U: (2006). *Studije kulture*, zbornik, prir. J. Đorđević. Beograd: Službeni glasnik.
69. Đorđević, J. (2008). Mediji i obrazovanje za život s njima i u njima. *Knjiga za medije – mediji za knjigu*, prir. Vuksanović D. Beograd: Clio.
70. Đorđević, J. (2008a). *Studije kulture*, zbornik, prir. Beograd: Službeni glasnik.
71. Đorđević, J. (2009). *Postkultura: uvod u studije kulture*. Beograd: Clio.
72. Đorđević, T. (1984). *Naš narodni život*, knjiga 2. Beograd: Prosveta.
73. Eckert, P. (1989). The Whole Woman: Sex and Gender Differences in Variation. *Language Variation and Change* 1, 245-267. Cambridge University Press.

74. Eckert, P. & McConnell-Ginet, S. (1992). Think practically and look locally: Language and gender as community-based practice. *Annual Review of Anthropology* 21, 461-490.
75. Eko, U. (1973). *Kultura informacija komunikacija*. (M. Drndarski, prev.) Beograd: Nolit.
76. Erlich, V. (1964). *Porodica u transformaciji: studija u tri stotine jugoslavenskih sela*. Zagreb: Naprijed.
77. Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. New York: Longman Inc.
78. Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press. https://www.academia.edu/10844622/FAIRCLOUGH_Discourse_and_Social_Change?auto=download
79. Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold.
80. Fairclough, N. (2014). A critical agenda for education. *The Discourse Studies Reader: Main currents in theory and analysis*, ed. J. Angermuller, D. Maingueneau & R. Wodak, 378-387. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. From Fairclough, N. (2004). Semiotic aspects of social transformation and learning. *An Introduction to Critical Discourse Analysis in Education*, edit. R. Rogers, 225-235. Lawrence Erlbaum.
81. Fairclough, N. & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. *Discourse as Social Interaction: Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*, vol. 2, edit. T. A. van Dijk, 258-284. Thousand Oaks, CA: Sage.
82. Faludi, S. (1991). *Backlash: The Undeclared War Against American Women*. New York: Crown.
83. Filipović, J. (2009). *Moć reči: Ogledi iz kritičke sociolingvistike*. Beograd: Zadužbina Andrejević.
84. Filipović, J. (2009a). Rodno osetljive jezičke politike: teorijske postavke i metodološki postupci. *Anali Filološkog fakulteta*, 21 (109-127). Beograd: Filološki fakultet, Univerzitet u Beogradu.
85. Filipović, J. (2011). Rod i jezik. U: *Uvod u rodne teorije* (ured. I. Milojević & S. Markov), (409-423). Novi Sad: Centar za rodne studije & Mediterran Publishing.
86. Filipović, J. (2012). Vodič za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji. U: Filipović, J. & Kuzmanović Jovanović, A. *Vodič za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji: preporuke i dosadašnja praksa*. Beograd: Uprava za rodnu ravnopravnost Ministarstva rada, zapošljavanja i socijalne politike Republike Srbije. <https://www.rodnaravnopravnost.gov.rs/sites/default/files/2017-01/URR-Mediji-LR.pdf>
87. Filipović, J. (2018). *Moć reči: Ogledi iz kritičke sociolingvistike*. Drugo, dopunjeno i prošireno izdanje. Beograd: Zadužbina Andrejević.
88. Filipović, J. & Kuzmanović Jovanović, A. (2012). *Vodič za rodno osetljiv pristup medijima u Srbiji: preporuke i dosadašnja praksa*. Beograd: Uprava za rodnu ravnopravnost Ministarstva rada, zapošljavanja i socijalne politike Republike Srbije. <https://www.rodnaravnopravnost.gov.rs/sites/default/files/2017-01/URR-Mediji-LR.pdf>
89. Firestone, S. (1970). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. New York: Morrow.
90. Fisk, Dž. (2001). *Popularna kultura*. (Z. Paunović, prev.) Beograd: Clio.

91. Fiske, J. (1989). *Television Culture*. London: Routledge.
92. Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
93. Fišman, Dž. (1978). *Sociologija jezika. Interdisciplinarni društvenonaučni pristup jeziku i društvu*. (S. Janković, prev.). Sarajevo: Svjetlost. (Fishman, J. (1972). *The Sociology of Language: An Interdisciplinary Social Science Approach to Language in Society*. Rowley, Mass: Newbury House Publishers).
94. Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge*. London: Tavistock.
95. Freedon, M. (2003). *Ideology. A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
96. Friedan, B. (1963). *The Feminine Mystique*. London: Penguin Books.
97. Fuko, M. (1971). *Riječi i stvari: Arheologija humanističkih nauka*. (N. Kovač, prev.). Beograd: Nolit.
98. Fuko, M. (1998). *Arheologija znanja*. (M. Kozomara, prev.). Beograd: Plato, Novi: Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
99. Fuko, M. (2006). *Volja za znanjem: istorija seksualnosti I*. (J. Stakić, prev: prerađeni prevod prve verzije prevoda iz 1978, redakcija prevoda D. Aničić). Loznica: Karpos.
100. Gauntlett, D. (2002). *Media, Gender and Identity: An introduction*. London: Routledge.
101. Gidens, E. (1998). *Posledice modernosti*. (V. Biga, M. Lazić, prev.) Beograd: Filip Višnjić.
102. Gir, Č. (2011). *Digitalna kultura*. Beograd: Clio.
103. Gramši, A. (2008). Hegemonija, intelektualci i država. (V. Vukelić, prev.). U: Đorđević, J. (prir.). *Studije kulture*, str. 143-154. Beograd: Službeni glasnik.
104. Griffin, S. (1978). *Women and Nature: The Roaring Inside Her*. New York: Harper & Row.
105. Gunter, B. (2003). *News and the Net*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
106. Habermas, J. (2014). A normative conception of discourse. *The Discourse Studies Reader: Main currents in theory and analysis*, ed. J. Angermuller, D. Maingueneau & Ruth Wodak, 365-368. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. (Habermas, J. (2001). Reflection of the Linguistic Foundation of Sociology: The Cristian Gauss Lecture, Princeton University, February-March 1971. *On the pragmatics of social Interaction. Preliminary Studies in the Theory of Communicative Action*, 1-105, selected 100-105.)
107. Hajmz, D. (1980). *Etnografija komunikacije*. (M. Radovanović, prev.). Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod – Biblioteka XX vek.
108. Hall, K. (2003). Exceptional speakers: Contested and problematized gender identities. *Handbook of Language and Gender*, edit. M. Meyerhoff & J. Holmes, 352-380. Oxford: Basil Blackwell.
109. Haravej, D. (2006). Manifest za kiborge: Nauka, tehnologija i socijalistički feminizam osamdesetih godina XX veka. (I. Spasić, prev.). U: Đorđević, J. (2006) (prir.). *Studije kulture: zbornik*, 604-640. Beograd: Službeni glasnik.

110. Hartsok, N. (1990) Fuko o moći: teorija za žene? (R. Mastilović, prev.). U: *Ženske studije*, br. 1. <http://zenskestudie.edu.rs/izdavastvo/elektronska-izdanja/casopis-zenske-studije/zenske-studije-br-1/283-fuko-o-moci-teorija-za-zene>. Iz: Feminism/Postmodernism, prir. Linda J. Nicholson, Routledge, New York & London 1990, pp. 157-175.
111. Hebdidž, D. (1980). *Potkultura: značenje stila*. (D. Albahari, prev.) Beograd: Rad.
112. Herring, S. C. & Stoerger, S. (2014). Gender and (a)nonymity in computer-mediated communication. *The Handbook of Language, Gender, and Sexuality*, 2nd edn, edit. S. Ehrlich, M. Meyerhoff & J. Holmes, 567-586. Malden, MA: John Wiley & Sons.
113. Herring, S. C. & Androutsopoulos, J. (2015). Computer-Mediated Discourse 2.0. *The Handbook of Discourse Analysis* (second edition), ed. D. Tannen, H. E. Hamilton, and D. Schiffrin, 42-62. John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2008.00544.x>
114. Hodges, A. (2015). Intertextuality in Discourse. *The Handbook of Discourse Analysis* (second edition), ed. D. Tannen, H. E. Hamilton & D. Schiffrin, 42-62. John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2008.00544.x>
115. Hol S. (2008). Kodiranje, dekodiranje. *Studije kulture: zbornik*, prir. J. Đorđević, 284-285. Beograd: Službeni glasnik.
116. Holmes, J. & Meyerhoff, M. (1999). The Community of Practice: Theories and methodologies in language and gender research. U: *Language in Society* 28, 173-183. Cambridge: University Press. Hosted at the Centre for Interdisciplinary Research into Language & Diversity, Aston University, Birmingham, UK.
117. Hussein, J. W. (2005). The social and ethno-cultural construction of masculinity and femininity in African proverbs. *African Study Monographs*, 26 (2), 59-87.
118. Irigare, L. (2014). *Spekulum drugog: žena*. (S. Milutinović Bojanić, prev.) Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
119. Janićijević, J. (2000). *Komunikacija i kultura sa uvodom u semiotička istraživanja*. Sremski Karlovci-Novu Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
120. Janićijević, J. (2016). *Mediografija*. Beograd: Filološki fakultet, Univerzitet u Beogradu.
121. Janjanin, M. (1934). Gospođa profesor. *Naš jezik*, 2/7, 202-204. Beograd.
122. Jarić, V. & Radović, N. (2010). *Rečnik rodne ravnopravnosti: 102 pojma rodne ravnopravnosti za 102 godine osvajanja ženskih ljudskih prava*. Novi Sad: Art print
123. Jenkins, H. (19. 6. 2006). *Welcome to Convergence Culture*. http://henryjenkins.org/2006/06/welcome_to_convergence_culture.html
124. Jerotić, V. (2001). Muškarac i žena. *Muškarac i žena*, prir. B. Jovanović. Beograd: Gutenbergova galaksija.
125. Jespersen, O. (1954/1922). The woman. *Language. Its nature, development and origin*, 237-254. London: Allen & Unwin. Štampano u: *The Feminist Critique of Language* (1990), edit. D. Cameron, 201-220. New York: Routledge.
126. Key, M. R. (1975). *Male/Female Language: With a Comprehensive Bibliography*. Metuchen, NJ: Scarecrow Press.
127. Jovanović, B. (2001). Muška i ženska vlast. *Muškarac i žena*, prir. B. Jovanović. Beograd: Gutenbergova galaksija.

128. Kalodera, D. (1981). Neke implikacije sociolingvističkih pojmova za nastavu jezika, *SJ*, X, 4, 275-281. Zagreb.
129. Kant, I. (1973). *O lepom i uzvišenom*. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod.
130. Kaplan, E. A. (1992). Feminist Criticism and Television. *Channels of Discourse, Reassembled television and contemporary criticism*, second edition, ed. R. C. Allen 186-213. New York And London: Routledge.
131. Kaplan, F. (2014). Linguistic Capitalism and Algorithmic Mediation. *Representations*, 127, 57-63.
132. Karan, Dž. (2004) Novine: Sociologija štampe. *Uvod u studije medija*, pr. Brigs A. i Kobli P. (I. Šentevska prev.), 135-156. Beograd: Clio.
133. Kelner D. (2004). *Medijska kultura: Studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*. (A. Čabraja, prev.) Beograd: Clio.
134. Kendall, S & Tannen, D. (2015). Discourse and Gender. *The Handbook of Discourse Analysis* (second edition), ed. D. Tannen, H. E. Hamilton, and D. Schiffrin, 639-662. John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2008.00544.x>
135. Kicinger, Dž. (2005). „Dejstva i uticaji“ medija: Ponovo o uticaju medija. Uvod u „nova istraživanja efekata medija“. *Uvod u studije medija*, pr. Brigs A. i Kobli P. (I. Šentevska, prev.), 415-429. Beograd: Clio.
136. King, K. (1984). *Prospectus, Gender and Genre: Academic Practice and the Making of Criticism*. Santa Cruz: University of California.
137. Kitzinger, C. (2000). Doing feminist conversation analysis. *Feminism and Psychology*, 10, 163-193.
138. Klaić, B. (1962). *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Zora.
139. Klajn, I. (1980). *Jezik oko nas*. Beograd: Nolit.
140. Kleut, J. (2014). *Semiotička dekonstrukcija ekspresivnih mogućnosti u virtuelnom komuniciranju*. Doktorska disertacija. Beograd: Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu.
141. Klikovac, D. (2008). *Jezik i moć*. Beograd: Čigoja štampa.
142. Knox, J. (2007). Visual-verbal Communication on Online Newspaper Home Pages. *Visual Communication*, 6 (1), 19-53.
143. Kodrnja, J. (2008). *Žene zmije – rodna dekonstrukcija*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
144. Kodrnja, J. (2010.) Kultura kao afirmacija i negacija - ne-kultura, ne-kulturi. *Kultura, drugi, žene*, ur. J. Kodrnja, S. Savić & S. Slapšak, 105-128. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Hrvatsko filozofsko društvo, Plejada d.o.o.
145. Kress, G. (1993). Against arbitrariness: the social production of the sign as a foundational issue in critical discourse analysis. *Discourse and Society* 4(2), 169-93.
146. Kress, G. (2001). From Saussure to critical sociolinguistics: The turn towards a social view of language. *Discourse Theory and Practice: A Reader*, edit. M. Wetherell, S. Taylor & S. J. Yates, 29-38. London: Sage.

147. Kress, G. & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images – The Grammar of Visual Design*. London, Routledge.
148. Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Edward Arnold.
149. Kuzmanović Jovanović, A. (2014). *Jezik i rod: diskurzivna konstrukcija rodne ideologije*. <http://www.dml.rs/images/dokumenti/anakuzmanovic201303-prezentacija.pdf>
150. Labov, W. (1966). *The Social Stratification of English in New York City*. Washington, D. C: Center for Applied Linguistics.
151. Labov, W. (1969/1972). The logic of non-standard English. *Language and Social Context*. P. P. Giglioli (ed.), 179-215. Middlesex, UK, New York, USA, Ringwood, Victoria, Australia, Markham, Ontario, Canada, Auckland, New Zealand: Penguin Books.
152. Labov, W. (1972). The transformation of experience in narrative syntax. *Language in the Inner City*, 354-396. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
153. Labov, W. (1983). *Modelos sociolingüísticos*. Madrid: Cátedra.
154. Lakić, I. (2009). Modeli analize diskursa novinskih članaka. U: *Riječ*, nova serija, br. 2, Nikšić. URL: <http://see-articles.ceon.rs/data/pdf/0354-6039/2009/0354-60390902091L.pdf>
155. Lakoff, R. (1973). Language and Woman's Place. U: *Language in Society*, Vol. 2, No. 1, pp. 45-80. Cambridge University Press. URL: <http://www.jstor.org/stable/4166707>
156. Lakoff, R. (1975). *Language and Woman's Place*. New York: Harper & Row.
157. Lanier, J. (2010). *You are not a Gadget: A Manifesto*. London: Penguin Books.
158. Lave, J. & Wenger, É. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.
159. Lazar, Michelle M. (2007). *Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis*. *Critical Discourse Studies*, 4: 2, 141-164. Routledge, London. <http://dx.doi.org/10.1080/17405900701464816>
160. Ledin, P & Machin, D. (2017). Multi-modal Critical Discourse Analysis. *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies*, ed. Fowerdew, J. Richardson, J. E, 60-76. New York, London: Routledge.
161. Lesig, L. (2006). *Slobodna kultura: kako veliki mediji koriste tehnologiju i zakon za gušenje kulture i kontrolu kreativnosti*. (P. Sinđelić, prev.) Beograd: Službeni glasnik.
162. Levi-Stros, K. (1978). *Mit i značenje*. (Z. Minderović, prev.) Beograd: Službeni glasnik.
163. Levy, P. (2001). *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
164. Locke, J. L. (2011). *Duels and Duets: Why Men and Women Talk So Differently*. Cambridge University Press.
165. Lorde, A. (1984). *Sister Outsider*. New York: Crossing Press.
166. Lowe Morna, C. (2002). „Promoting Gender Equality in and through the Media. A Southern African Case Study“. United Nations Division for the Advancement of Women Expert Meeting, Beirut, Lebanon.

167. Luke, A, O'Brien, J & Comber, B. (1994). Making community texts objects of study. *Australian Journal of Language and Literacy*, 17(2), 139-149.
168. Machin, D. (2013). What Is Multimodal Critical Discourse Studies? *Critical Discourse Studies*, vol. 10, no 4, 347-355. <https://doi.org/10.1080/17405904.2013.813770>
169. MacKinnon, C. (1982). Feminism, Marxism, Method, and the State: An Agenda for Theory. *Signs*, vol. 7, no. 3, 515-544.
170. Maček, D. (1984). The use of common gender nouns in Serbo-Croatian, referat na: 7th AILA Congress, Brisel, sekcija: Jezik i pol.
171. Made, P. A. (2000). Globalisation and Gender Training for the Media: Challenges and Lessons Learned. *Gender and Development*, 8, 1, 29-34.
172. Makner, B. (2005). Tehnologija. Nove tehnologije i mediji. *Uvod u studije medija*, prir. A. Brigs i P. Kobli (I. Šentevska prev.), 275-294. Beograd: Clio.
173. Maltz, D. N. & Borker, R. A. (1982). A cultural approach to male-female miscommunication. *Language and Social Identity*, edit. J. J. Gumperz, 196-216. Cambridge: Cambridge University Press.
174. Manovič, L. (2015). *Jezik novih medija*. Beograd: Clio.
175. Marić, S. (1971). Egzistencijalne osnove strukturalizma. U: Fuko, M. *Riječi i stvari: Arheologija humanističkih nauka*, 7-53. Beograd: Nolit.
176. Marić, S. (1975). Pogovor. U: Benvenist, E. *Problemi opšte lingvistike*. (S. Marić, prev.) Beograd: Nolit.
177. Marshall, G. (1998). *Dictionary of sociology*. Oxford, New York: Oxford University Press.
178. Mazzini, G. (1972). *Doveri dell'uomo*. Milano.
179. McConnell-Ginet, S, Borker, S, & Furman, N. (1980). *Women and Language in Literature and Society*, eds. New York: Praeger.
180. McLuhan, M. (2008). *Razumijevanje medija: mediji kao čovjekovi proizvođači*. (D. Prpa, prev.) Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
181. McRobbie, A. (2005). *The Uses of Cultural Studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
182. Mead, M. (2001). *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*. June 1st 2001 by Harper Perennial (first published 1935).
183. Meinhof, U. H. (1994). Double talk in news broadcasts: a cross-cultural comparison of pictures and texts in television news. In: *Media Texts: Authors and Readers*, Graddol, D. & Boyd-Barrett, O. eds, 121-223. Clevedon: Multilingual Matters.
184. Mek Kvin D. (2000) *Televizija: Medijski priručnik*. (M. Đorđević, prev.) Beograd: Clio.
185. Mekluan, M. (2012). *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*. Loznica: Karpos.
186. Mertus, J, Mršević, M, Dutt, M. & Flowers, N. (1995). *Ženska ljudska prava – praktična primena*. Beograd.
187. Mićović, D. (2015). *Izražavanje rodne (ne)osetljivosti u diskursu policije u srpskom i engleskom jeziku*. Doktorska disertacija. Beograd: Filološki fakultet, Univerzitet u Beogradu.
188. Milanović, Đ. (1981). Jezik ženske štampe. *Delo*, 27/4, 66-82. Beograd.
189. Milenković, S. (2007). *Medijska kultura*. Sremska Mitrovica: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača.

190. Milivojević, S. (2004). Žene i mediji: Strategije isključivanja. *Časopis za feminističku teoriju GENERO*, posebno izdanje, ured. Biljana Dojčinović Nešić. Beograd: Centar za ženske studije i istraživanje roda.
191. Millet, K. (1971). *La politica del sesso*. Milano: Rizzoli.
192. Mills, S. (1995). *Feminist stylistics*. London: Routledge.
193. Mills, S. (1997). *Discourse*. London and New York: Routledge.
194. Mills, S. (2003). Third Wave Feminist Linguistics and the Analysis of Sexism. *Discourse Analysis* Online. <https://extra.shu.ac.uk/daol/articles/open/2003/001/mills2003001.html>
195. Mitchell, J. (1986). Women and Equality. *The Rights and the Wrongs of Women*, edit. J. Mitchel & A. Oakley. Harmondsworth: Penguin.
196. Muf, Š. (1995). Feminizam, princip građanstva i radikalna demokratska politika. (prev. R. Mastilović). *Ženske studije*, br. 1. <https://www.zenskestudije.edu.rs/izdavastvo/elektronska-izdanja/casopis-zenske-studije/zenske-studije-br-1/281-feminizam-princip-gradanstva-i-radikalna-demokratska-politika> (Mouffe, C. (1992). Feminism, Citizenship, and Radical Democratic Politics. *Feminists Theorize the Political* (1992), ed. J. Butler & J. Scott. New York, London: Routledge).
197. Negropont, N. (1998). *Biti digitalan*. (D. Inđić, prev.) Beograd: Clio.
198. Nikolić, S. (1954/55). Oblici imena: zvanja, zanimanja, dužnosti i titula ženskih lica. *Naš jezik*, nova serija, 6/5-6, 196-204. Beograd.
199. Ortner, Š. (1983). Žena spram muškarca kao priroda spram kulture? (B. Vučićević, prev.) *Antropologija žene*, zbornik, prir. Ž. Papić i L. Sklevicki. Beograd: Prosveta, Beograd.
200. Oswell, D. (2006). *Culture and Society: An Introduction to Cultural Studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
201. Papić, Ž. & L. Sklevicky (2003). *Antropologija žene*. Beograd, XX vek.
202. Pepić, S. (1995). Analiza jednog tipa novinskog teksta: upotreba naziva za zanimanja koja vrše žene registrovanih u kulturnim rubrikama dnevnih listova, projekat *Psiholingvistička istraživanja*. Novi Sad: Filozofski fakultet, Odsek za srpski jezik.
203. Perović, B. (1989). Upotreba naziva za titule i zanimanja žene u ženskim listovima u Zagrebu i Beogradu. Novi Sad: Filozofski fakultet, Institut za južnoslovenske jezike.
204. Petrović, D. (2012). *Novi oblici društvenog umrežavanja: Uloga Interneta u uspostavljanju inetpersonalnih odnosa u Srbiji*. Doktorska disertacija. Beograd: Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu.
205. Petrović, D. (2013). O pojmu habitusa – feministička kritika teorije o društvu Pjera Burdijea. U: *Filozofija i društvo* XXIV (2), (174-192). Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju, Univerzitet u Beogradu.
206. Philips, S. U. (2003). The Power of Gender Ideologies in Discourse. *The Handbook of Language and Gender*, edit. J. Holmes & M. Meyerhoff, 252-276. Oxford: Blackwell.
207. Philips, S. U. (2015). Language Ideologies. *The Handbook of Discourse Analysis* (second edition), ed. D. Tannen, H. E. Hamilton & D. Schiffrin, 557-575. John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2008.00544.x>

208. Pingree, S, Hawkins, R. P, Butler, M. & Paisley, W. (1976). A Scale for Sexism. *Journal of Communication*, Volume 26, Issue 4, December 1976, Pages 193-201. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01958.x>
209. Pišković, T. (2016). Feministički otpor rodnoj asimetriji u jeziku i jezikoslovlju. *Otpor. Subverzivne prakse u hrvatskom jeziku, književnosti i kulturi*. Zbornik radova 42. seminara Zagrebačke slavističke škole. Uredili: T. Pišković i T. Vuković. Str. 145-168. Zagreb: FF press.
210. Pišković, T. (2018). Jezične rodne ideologije u hrvatskim ženskim časopisima prve polovice 20. stoljeća. *Suvremena lingvistika*, Vol. 44, No. 86, str. 291-327. Hrvatsko filološko društvo: Zagreb. <https://doi.org/10.22210/suvlin.2018.086.06>
211. Polovina, N. (2010). *Lingvistički pristup konceptu žene*. Beograd: Zadužbina Andrejević.
212. Polovina, V. (1996). *Prilozi za kognitivnu lingvistiku*. Beograd: Filološki fakultet, Čigoja štampa.
213. Polovina, V. (1999). *Semantika i tekstlingvistika*. Beograd: Čigoja štampa.
214. Popović-Perišić, N. (1989). Dve politike tela: veštica i vila. Pogovor u: Đorđević, T. R. (1989). *Veštica i vila u našem narodnom verovanju i predanju*. Beograd: Narodna biblioteka Srbije, Dečje novine.
215. Poster, M. (1995). *The Second Media Age*. Cambridge: Polity Press.
216. Poter, Dž. (2011). *Medijska pismenost*. (Đ. Trajković, prev.) Beograd: Clio.
217. Prajs, S. (2011). *Iučavanje medija*. (V. Kolović, prev.) Beograd: Clio.
218. Prior, M. (2003). Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge. *Political Communication*, 20, 149-171.
219. Radibratović, E. (2012). Televizija kao predmet medijskog obrazovanja. *Kultura, časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku*, 136, ur. M. Todić, 45-60. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. doi 10.5937/kultura1236045R
220. Radibratović E. (2013). Kulturološko tumačenje medija – kritički pristup. *Kulture u dijalogu – Komunikacija i kulturni uticaji*. Zbornik Međunarodne konferencije “Kulture u dijalogu” Filološkog fakulteta Univerziteta u Beogradu, knjiga 4, 353-364. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet.
221. Radulović, L. B. (2007). *Konstrukcija roda u narodnoj religiji Srba*, doktorska disertacija, Beograd: Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu.
222. Rajić, L. (1982). Jezik i pol. *Kultura*, br. 57-58, str. 79-95. Beograd.
223. Rich, A. (1978). *The Dream of a Common Language*. New York: W. W. Norton.
224. Ristić, D. (2015). *Značenja delanja: sociološka analiza diskurzivnih praksi ideologije*. (Doktorska disertacija). Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet.
225. Sandoval, C. (1984). *Dis-illusionment and the Poetry of the Future: the Making of Oppositional Consciousness*. Kvalifikacioni esej za doktorsku disertaciju. UCSC. https://www.academia.edu/3911849/_Dis-illusionment_and_the_Poetry_of_the_Future_the_Making_of_Oppositional_Consciousness

226. Savić, S. (1981). Jezik i pol: termini za označavanje zanimanja koje vrše žene na fakultetu, referat na: *VIII kongres psihologa SFRJ*, sekcija: polne razlike, Zagreb, maj 1981.
227. Savić, S. (1995). Jezik i pol (II). *Ženske studije* br. 2 / 3. Beograd: Centar za ženske studije. <https://www.zenskestudije.edu.rs/izdavastvo/elektronska-izdanja/casopis-zenske-studije/zenske-studije-br-2-3/261-jezik-i-pol-ii>
228. Savić, S. (2015). *Žena skrivena jezikom medija: kodeks neseksističke upotrebe jezika*. Novi Sad: Futura publikacije.
229. Savić, S, Čanak, M, Mitro, B. & Štasni, G. (2009). *Rod i jezik*. Novi Sad: Ženske studije i istraživanja i Futura publikacije.
230. Senet, R. (2007). *Kutura novog kapitalizma*. (A. Stojanović, prev.) Beograd: Arhipelag.
231. Snape, D. & Spencer, L. (2003). The Foundations of Qualitative Research. *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*, edited by J. Ritchie & J. Lewis. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications
232. Spender, D. (1990). *Man Made Language*, second edition. London: Pandora.
233. Spender, D. (1995). *Nattering on the Net. Women, Power and Cyberspace*. Toronto: Garamond Press.
234. Stjepanović-Zaharijevski, D, Gavrilović, D & Petrušić, N. (2010). *Obrazovanje za rodnu ravnopravnost: Analiza nastavnog materijala za osnovnu i srednju školu*. Niš: UNDP.
235. Sunderland, J. (2006). *Language and Gender: An advanced resource book*. London and New York: Routledge.
236. Šunjka, A. (1995), Jedan tip analize novinskog teksta: upotreba naziva za zanimanja i titule žena, projekat *Psiholingvistička istraživanja*. Novi Sad: Filozofski fakultet, Odsek za srpski jezik i lingvistiku.
237. Talbot, M. (2003). Gender Stereotypes: Reproduction and Challenge. *The Handbook of Language and Gender*, edit. J. Holmes & M. Meyerhoff, 468-486. Oxford: Blackwell.
238. Tannen, D. (1986). *That's Not What I Meant! How Conversational Style Makes or Breaks Relationships*. New York: Ballantine.
239. Tannen, D. (1990). *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. New York: Ballantine Books.
240. Thorne, B. (1993). *Gender Play: Girls an Boys in School*. New Brunswick: Rutgers University Press.
241. Thorne, B. & Henley, N. (1975). *Language and Sex: Difference and Dominance*, eds. Rowley, MA: Newbury House.
242. Thorne, B, Kramarae, C & Henley, N. (1983). *Language, Gender and Society*, eds. Rowley, MA: Newbury House.
243. Thurlow, C. (2015). Multimodality, Materiality and Everyday Textualities: The Sensuous Stuff of Status. U: *Handbook of Intermediality*, ed. Gabriele Rippl (619-636). <https://www.degruyter.com/dg/page/open-access-books>
244. Tjurou, Dž. (2012). *Mediji danas: Uvod u masovne komunikacije I*. (A. L. Todorović, prev.) Beograd: Clio.

245. Todorović, A. L. (2016). Izazovi proširenih multimedija. U: *Mediji u Srbiji u digitalnom dobu* (77-91). Beograd: Clio.
246. Tomić, Z. (2003). *Komunikologija*. Beograd: Čigoja štampa.
247. Tomić, Z. (2007). *Muški svet*. Beograd: Čigoja štampa.
248. Tomić, Z. (2008). *New\$ Age*. Beograd: Službeni glasnik, Čigoja štampa.
249. Tomić, Z. (2009). Koncept maskuliniteta u Frojdovoj teoriji kulture. *Theoria* 1, 52, str. 77-86. Beograd: Filozofsko društvo Srbije.
250. Trebješanin, Ž. (2001). Muško-ženski odnosi u srpskoj tradicijskoj kulturi. *Muškarac i žena*, prir. B. Jovanović. Beograd: Gutenbergova galaksija.
251. Trudgill, P. (1992). *Introducing Language and Society*. London: Penguin.
252. Tuchman, G. (1978). *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.
253. Valić Nedeljković, D. (2007). *O novinarstvu i novinarima*. Novi Sad: Filozofski fakultet, Odsek za medijske studije.
254. Valić Nedeljković, D. (2019). Novinarski žanrovi. Novosadska novinarska škola. <https://novinarska-skola.org.rs/vodic/zanrovi/Novinarski%20zanrovi.pdf>
255. Van Dijk, J. (1999). *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage.
256. Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum. <http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20News%20as%20Discourse.pdf>
257. Van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*. 4 (2), 249-283. London: Sage.
258. Van Dijk, T. A. (2009). Discourse, cognition, society. *Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach. Methods for Critical Discourse Analysis*, ed. Ruth Wodak & Michael Meyer, 389-399. London: Sage.
259. Van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Analysis. *The Handbook of Discourse Analysis* (second edition), ed. D. Tannen, H. E. Hamilton & D. Schiffrin, 466-487. John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2008.00544.x>
260. Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics*. Taylor & Francis e-Library.
261. Van Leeuwen, T. (2015). Multimodality. *The Handbook of Discourse Analysis* (second edition), ed. D. Tannen, H. E. Hamilton, and D. Schiffrin, 448-467. John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2008.00544.x>
262. Varagić, D. (2010). *Blog osnove*. Novi Sad: Verzija 0.88.
263. Vasiljević, L. & Anđelković, V. (2009). *Priručnik za medije*. Beograd: Ženski INDOK Centar.
264. Vilijams, R. (2008). Analiza kulture. (V. Vukelić, prev.) U: *Studije kulture, zbornik*. prir. J. Đorđević, str. 124-133. Beograd: Službeni glasnik.
265. Vince, Z. (1954/55). Drugarica direktor, gospođa profesor ili drugarica direktorica, gospođa profesorica. *Jezik*, 3/4, 113-188. Zagreb.
266. Višnjić, J. (2016). *Rodna analiza teksta u online štampanim medijima u Srbiji*. (Doktorska disertacija). Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Asocijacija centara za interdisciplinarnu i multidisciplinarnu studije i istraživanja – ACIMSI

267. Vranić, I. (2017). *Kritički pristup diskurzivnoj konstrukciji roda kroz obrazovanje*. Beograd: Čigoja.
268. Vučenović, T. (2016). *Biblioteka kao nosilac participativnih praksi u kulturi u kontekstu informacionog društva*. (Doktorska disertacija). Beograd: Filološki fakultet Univerzitet u Beogradu.
269. Vučković, Ž & Todorov, N. (2010). *Kultura čitanja u vremenu interneta*. Indija: Narodna biblioteka „Dr Đorđe Natošević“.
270. Vujaklija, M. (1975). *Leksikon stranih reči i izraza*. Beograd: Prosveta.
271. Vujović, M. (2016). *Komparativna analiza reklamne fotografije i reprezentacije roda u socijalističkoj i tranzicijskoj Srbiji*, doktorska disertacija. Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.
272. Vuković, M. (2014) Kritička analiza diskursa. U: *Analiza diskursa: teorije i metode* (ur. S. Perović), 97-114. Podgorica: Institut za strane jezike, Univerzitet Crne Gore.
273. Vuksanović, D. (2011). *Filozofija medija II: Ontologija, estetika, kritika*. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Čigoja štampa.
274. Winship, J. (1987). *Inside Women's Magazines*. New York: Unwin Hyman.
275. Wittig, M. (1975). *Lesbian Body*. New York: Avon.
276. Wodak, R. (2002). Aspects of Critical Discourse Analysis. *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, 36, 5-31.
277. Wodak, R. (2007). Pragmatics and Critical Discourse Analysis: A Cross-Disciplinary Inquiry. In: *Pragmatics & Cognition*, Vol. 15, No.1, pp. 203-225. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
278. Wodak, R. (2013). Critical Discourse Analysis: Challenges and Perspectives, Editor's Introduction. In: *Critical Discourse Analysis*, ed. R. Wodak. Vol 1, pp. XIX-XLIII. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore/Washington DC: SAGE Publications Ltd.
279. Wolfram, W. & N. Schilling-Estes. 1998. *American English: Dialects and Variation*. Oxford, UK: Blackwell.
280. Woolard, K. A. (1998). Introduction: Language Ideology as a Field of Inquiry. *Language Ideologies. Practice and Theory*, ed. B. B. Schieffelin, K. A. Woolard & P. V. Kroskrity, 3-47. New York: Oxford University Press.
281. Woolard, K. & Schiefflin, B. (1994). Language ideology. *Annual Review of Anthropology*, 23, 55-82.

ONLAJN-IZVORI I MEDIJSKI ČLANCI

1. Adichie, C. N. (2009). The Danger of a Single Story. Ted talk. https://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript
2. Agencija TANJUG (22. 7. 2014). Vulin sa Raševićem: Treba nam Savet za populacionu politiku. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/1474971/vulin-sa-rasevicevom-treba-nam-savet-za-populacionu-politiku>
3. Agencije, Đorđević, Z. (28. 6. 2017). EKSPOZE ANE BRNABIĆ: Digitalizacija, obrazovanje i ekonomski razvoj prioriteti nove vlade. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/ekspoze-ane-brnabic-digitalizacija-obrazovanje-i-ekonomski-razvoj-prioriteti-nove/v8kd650>
4. Babović, M. (2018). Indeks rodne ravnopravnosti u Republici Srbiji. *Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva Vlade Republike Srbije*. http://socijalnoukljucivanje.gov.rs/wp-content/uploads/2018/12/Indeks_rodne_ravnopravnosti_u_Republici_Srbiji_2018.pdf
5. Balkanito.com (27. 1. 2017). Žene sa ovim imenima će zatrudneti u 2017: Potpuno logično! *Stil.kurir.rs*. <https://stil.kurir.rs/porodica/trudnoca/58729/zene-sa-ovim-imenima-ce-zatrudneti-u-2017-poptuno-logicno>
6. Beta (22. 6. 2017). „JEDVA ČEKAM DA RADIM“ Brnabić se nada podršci Skupštine za izbor za predsednika Vlade. *Blic. rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/jedva-cekam-da-radim-brnabic-se-nada-podrsci-skupstine-za-izbor-za-predsednika-vlade/pffgk6d>
7. Beta (21. 8. 2017). Đukić Dejanović: Svake godine nas je 35.000 manje!. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/djukic-dejanovic-svake-godine-nas-je-35000-manje/rqgq1gz>
8. Beta/Tanjug (21. 8. 2017). Brnabić: Bez uspešnog rada Saveta za populacionu politiku, Srbija nema budućnost. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/brnabic-bez-uspesnog-rada-saveta-za-populacionu-politiku-srbija-nema-buducnost/bfc5gz6>
9. Blic (27. 7. 2017). Šta bi država trebalo da uradi da bi NAS BILO VIŠE? *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/sta-bi-drzava-trebalo-da-uradi-da-bi-nas-bilo-vise/8b8nfjf>
10. Blic (14. 2. 2018). Mihajlović: Slogani o rađanju dece su uvredljivi za žene, one NISU MAŠINE ZA RAĐANJE! *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/mihajlovic-slogani-o-radjanju-dece-su-uvredljivi-za-zene-one-nisu-masine-za-radjanje/ps6ee1s>
11. Blic, Agencije (29. 6. 2017). SRBIJA DOBILA NOVU VLADU Premijerka Ana Brnabić i ministri položili zakletvu. *Blic. rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/srbija-dobila-novu-vladu-premierka-ana-brnabic-i-ministri-polozili-zakletvu/8hfjk85>

12. Blic & Tanjug (15. 6. 2017). Ana Brnabić mandatar za sastav nove Vlade Srbije. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/ana-brnabic-mandatar-za-sastav-nove-vlade-srbije/z0826h3>
13. Blic & Tanjug (15. 6. 2017a). PRVA ŽENA PREMIJER U SRBIJI Biografija Ane Brnabić, od deljenja flajera do mandatar. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/prva-zena-premijer-u-srbiji-biografija-ane-brnabic-od-deljenja-flajera-do-mandatar/5nvqzyx>
14. „Blic žena“ (26. 4. 2017). Trikovi protiv bora: Saveti holivudskih kozmetičara. *Žena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/lepota/trikovi-protiv-bora-saveti-holivudskih-kozmeticara/ybycthc>
15. „Blic žena“ (26. 4. 2017a). Frizure koje vas čine mršavijom. *Žena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/lepota/frizure-koje-vas-cine-mrsavijom/tv8xpvj>
16. „Blic žena“ (26. 4. 2017b). Šta muškarci žele i kako da ih zadovoljite u seksu. *Žena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/sex/sta-muskarci-zele-i-kako-da-ih-zadovoljite-u-seksu/7lrđv95>
17. „Blic žena“ (26. 4. 2017c). (Ne)moguća misija: Uspešna, zaposlena mama. *Žena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/porodica/nemoguca-misija-uspesna-zaposlena-mama/01t4jxv>
18. „Blic žena“ (27. 4. 2017). Pripremite telo za bebu: 7 koraka do zdrave trudnoće. *Žena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/bebe/pripremite-telo-za-bebu-7-koraka-do-zdrave-trudnoce/d9q0pgg>
19. „Blic žena“ (16. 5. 2017). Spremate se za leto? Ovih 5 sastojaka će vam pomoći da zablistate i istaknete svoje najbolje ja! *Žena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/zdravlje/spremate-se-za-leto-ovih-5-sastojaka-ce-vam-pomoci-da-zablistate-i-istaknete-svoje/4j8my31>
20. Centar za mame (7. 3. 2018). Mame u Srbiji – manje plaćene, više opterećene. <http://centarzamame.rs/blog/2018/03/07/mame-u-srbiji-manje-placene-vise-opterecene/>
21. Cosmopolitan.rs (9. 2. 2017). Uputstvo za pisanje poruka koje će ga oboriti s nogu. *Stil.kurir.rs*. <https://stil.kurir.rs/sex/ljubav-zavodenje/59399/uputstvo-za-pisanje-poruka-koje-ce-ga-oboriti-s-nogu>
22. D, Ž. (3. 4. 2017). „Vučić je PREDSEDNIK ali na ovo pitanje još NIKO NE ZNA ODGOVOR“. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/vucic-je-predsednik-ali-na-ovo-pitanje-jos-niko-ne-zna-odgovor/flq6qpd>
23. Danas online/RTV (6. 6. 2017). Brnabić: Vučić da ima ulogu mentora nad premijerom. *Danas.rs*. <https://www.danas.rs/politika/brnabic-vucic-da-ima-ulogu-mentora-nad-premijerom/>
24. Đokić, A. (11. 3. 2018). VELIKO ISTRAŽIVANJE O MAJKAMA U SRBIJI Žele troje dece, a imaju samo jedno, a ovo su razlozi. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/veliko-istrazivanje-o-majkama-u-srbiji-zele-troje-dece-a-imaju-samo-jedno-a-ovo-su/plx383b>
25. Đurić, S, Bojić, B. (6. 6. 2017). NEZABELEŽENO U ISTORIJI! Srbija dobija prvog gej premijera. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2860251/nezabelezeno-u-istoriji-srbija-dobija-prvog-gej-premijera>
26. Ekspoze Aleksandra Vučića 2016. (10. 8. 2016). *Dokumentacioni centar „Vremena“*. <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=1418818>
27. Ekspoze Ane Brnabić (28. 6. 2017). *Dokumentacioni centar „Vremena“*. <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=1512193>
28. Etički kodeks elektronskih medija (2002). Asocijacija nezavisnih elektronskih medija - ANEM. <http://www.anem.rs/sr/oAnemu/etickiKodeks/EtickiKodeks.html>

29. Filipović, J. Lična prepiska, 22. 1. 2019.
30. Formiran Savet Srbije za populacionu politiku: Stimulacija rađanja (21. 8. 2017). *Radio Slobodna Evropa*. <https://www.slobodnaevropa.org/a/28688384.html>
31. Gajić, B, bgonline.rs (22. 7. 2017). Dr Zoran Milivojević: Zašto su jake žene naporne? Stil.kurir.rs. <https://stil.kurir.rs/porodica/67221/dr-zoran-milivojevic-zasto-su-jake-zene-naporne>
32. Gamius Audience RS: 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017. <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>
33. Gamius Audience RS, publishers: 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017. <https://rating.gemius.com/rs/tree/31>
34. Gamius Audience RS: 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019. <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>
35. Gamius Audience RS, publishers: 1. 12. 2019 – 31. 9. 2019. <https://rating.gemius.com/rs/tree/31>
36. Gedošević, L. (18. 6. 2017). Evo koliko Ana Brnabić u OVOM TRENUTKU ima sigurnih glasova u parlamentu. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/evo-koliko-ana-brnabic-u-ovom-trenutku-ima-sigurnih-glasova-u-parlamentu/nyc3vkv>
37. Gedošević, L. (20. 6. 2017). TRI SCENARIJA OKO MANDATA ANE BRNABIĆ Nova vlada, nova koalicija ili IZBORI. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/tri-scenarija-ok-mandata-ane-brnabic-nova-vlada-nova-koalicija-ili-izbori/2s3kqd8>
38. Global Media Monitoring Project 2010. *Who makes the news?* <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2010-reports>
39. Global Media Monitoring Project 2015. *Who makes the News?* <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports> (http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf)
40. Grazia.hr (4. 1. 2017). Poslovni stil za 2017: Žene koje ovo budu nosile pomeriće granice! (FOTO). *Stil.kurir.rs*. <https://stil.kurir.rs/moda/57635/poslovni-stil-za-2017-zene-koje-ovo-budu-nosile-pomerice-granice-foto>
41. Igbo people. <https://www.britannica.com/topic/Igbo>; https://en.wikipedia.org/wiki/Igbo_people
42. Jevtić, Ž. (5. 4. 2017). PREMIJER NEĆE BITI IZ SNS Ko je u igri za novog predsednika Vlade? *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/premijer-nece-bit-iz-sns-ko-je-u-igri-za-novog-predsednika-vlade/h64w365>
43. K. E. (10. 4. 2018). NIJE SAMO EKONOMSKI FAKTOR BITAN: Žene neće da rađaju zbog lenjih muškaraca. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/3028305/nije-samo-ekonomski-faktor-bitan-zene-nece-da-radaju-zbog-lenjih-muskaraca>
44. K. I. (16. 5. 2017). Vetar je uporno dizao njenu PROVIDNU haljinicu. Nesmotren pokret i pokazala je NEOČEKIVANO! Žena.blic.rs. <https://zena.blic.rs/puls-poznatih/vetar-je-uporno-dizao-njenu-providnu-haljinicu-nesmotren-pokret-i-pokazala-je/mymvcr1>
45. Kantar, R. (21. 8. 2017). EVO KAKO DRŽAVA BRINE O NATALITETU: Dok se sete šta da rade, biće 70.000 Srba manje! *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2898809/evo-kako-drzava-brine-o-natalitetu-dok-se-sete-sta-da-rade-bice-70000-srba-manje>

46. Kodeks novinara Srbije: uputstva i smernice (2008). Medija centar Beograd. http://www.mc.rs/upload/documents/PDF/Kodeks_novinar_a_Srbije.pdf
47. Kompanija Adria media group održala konferenciju „Žene – lideri promena“ u Madlenianumu (26. 3. 2019) <https://www.adriamediagroup.com/sr/kompanija-adria-media-group-odrazala-konferenciju-zene-lideri-promena-u-madlenianumu/>
48. Kravljača, O. (16. 5. 2017). Nataša ima samo jedan cilj: Ženama treba vratiti ženstvenost. *Zena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/lifestyle/natasa-ima-samo-jedan-cilj-zenama-treba-vratiti-zenstvenost/5ffd6mw>
49. Kurir.rs/Beta/RTS (21. 8. 2017). ALARMANTNO: Svake godine nas je 35.000 manje. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2898411/alarmantno-svake-godine-nas-je-35000-manje>
50. Kurir info: stvorili smo najveću medijsku kuću na Zapadnom Balkanu! (12. 12. 2013). *Adria media Group*. <https://www.adriamediagroup.com/sr/kurir-info-stvorili-smo-najvecu-medijsku-kucu-na-zapadnom-balkanu/>
51. Kurir.rs (15. 6. 2017). (FOTO) ANA BRNABIĆ PREMIJERKA SRBIJE (KURIR TV): Vučić joj poverio mandat za predsednika Vlade!. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2864939/kurir-tv-uzivo-vucic-saopstava-ime-premijera-ovo-su-najuzi-kandidati-za-predsednika-vlade-srbije>
52. Kurir.rs (15. 6. 2017a) ROĐENA BEOGRAĐANKA, EKSPERT ZA MARKETING: Ko je Ana Brnabić, prva žena na čelu srpske Vlade! *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2864945/ovo-je-biografija-nove-premijerke-ana-brnabic-prva-zena-na-celu-vlade-srbije-u-istoriji>
53. Kurir.rs (28. 6. 2017). UPOZNAJTE MINISTRE: Ovo su kandidati za sastav vlade Ane Brnabić. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2871283/upoznajte-ministre-ovo-su-kandidati-za-sastav-vlade-ane-brnabic>
54. Kurir.rs (29. 6. 2017). SKUPŠTINA IZGLASALA VLADU PREMIJERKE ANE BRNABIĆ: Pogledajte kako su glasali naprednjaci! *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2871819/skupstina-izglasala-vladu-premijerke-ane-brnabic-pogledajte-kako-su-glasali-naprednjaci>
55. Kurir.rs (29. 6. 2017a). PREMIJERKA I MINISTRI POLOŽILI ZAKLETVU Ana Brnabić: Je l' se video Vučić od mene kad smo se slikali. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2872271/premijerka-i-ministri-polozili-zakletvu-poceo-mandat-vlade-koju-ce-voditi-ana-brnabicpremierka-i-ministri-polozili-zakletvu-ana-brnabic-je-l-se-video-vucic-od-mene-kad-smo-se-slikali>
56. Kurir, Beta, RTS (01. 6. 2017). ANA BRNABIĆ: Nisam pričala s Vučićem o mestu premijera. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2857393/ana-brnabic-nisam-pricala-s-vucicem-o-mestu-premijera>
57. Kurir.rs, Tanjug (15. 6. 2017). PRVA IZJAVA ANE BRNABIĆ: Čast je i odgovornost voditi Vladu. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2865041/prva-izjava-ane-brnabic-cast-je-i-odgovornost-voditi-vladu>
58. Kurir.rs/Tanjug (16. 6. 2017). SVETSKE AGENCIJE BRUJE O SRPSKOJ PREMIJERKI ANI BRNABIĆ: Prva žena i prva gej osoba na čelu vlade! *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2865241/svetske-agencije-bruje-o-srpskoj-premierki-ani-brnabic-prva-zena-i-prva-gej-osoba-na-celu-vlade>

59. Kurir.rs/Tanjug (21. 8. 2017). Premijerka Brnabić: Populaciona politika prioritet vlade. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2898551/premijerka-brnabic-populaciona-politika-prioritet-vlade>
60. Latković, N. (4. 3. 2017). TRAŽI SE VUČIĆEV NASLEDNIK Evo kakva ličnost treba da bude novi premijer. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/trazi-se-vucicev-naslednik-evo-kakva-licnost-treba-da-bude-novi-premijer/3qp0gt4>
61. Latković, N. (26. 8. 2017). KAKO DRŽAVA PODSTIĆE RAĐANJE DECE Do povećanja nataliteta NA BICIKLIMA. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/kako-drzava-podstice-radjanje-dece-do-povecanja-nataliteta-na-biciklima/6zwmkf>
62. Lazarević, Z. (30. 7. 2017). Pitali smo građane Srbije šta treba da se desi da bi PRAVILI VIŠE DECE, a dobili smo OVE ODGOVORE. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/pitali-smo-gradane-srbije-sta-treba-da-se-desi-da-bi-pravili-vise-dece-a-dobili-smo/f2y2msc>
63. „Lepa & srećna“ (ekserpt 1). Sanja Kužet se porodila: popularna voditeljka sinoć otkrila ime bebe (FOTO). *Lepaisrećna.rs*. <https://www.lepaisrecna.rs/lifestyle/vesti/19959-sanja-kuzet-se-porodila-popularna-voditeljka-sinoc-otkrila-ime-bebe-foto.html>
64. „Lepa & srećna“ (ekserpt 2). PODMLADITE KOŽU LICA I VRATA NA OVAJ POTPUNO PRIRODAN NAČIN: lako, brzo i neverovatno efikasno! *Lepaisrećna.rs*. <https://www.lepaisrecna.rs/lepota-i-stil/beauty/33570-podmladite-kozu-lica-i-vrata-na-ovaj-potpuno-prirodan-nacin-lako-brzo-i-neverovatno-efikasno.html>
65. „Lepa & srećna“ (ekserpt 3). GLAVNE PRAVOSLAVNE MOLITVE: najmoćnije molitve za blagostanje i mir u duši. *Lepaisrećna.rs*. <https://www.lepaisrecna.rs/lifestyle/price-iz-srbije/26098-glavne-pravoslavne-molitve-najmocnije-molitve-za-blagostanje-i-mir-u-dusi.html>
66. „Lepa & srećna“ (ekserpt 4). Zavedite ga pogledom od kojeg će izgubiti dah: ova maskara je bolja od crne. *Lepaisrećna.rs*. <https://www.lepaisrecna.rs/lepota-i-stil/beauty/15432-zavedite-ga-pogledom-od-kojeg-ce-izgubiti-dah-ova-maskara-je-bolja-od-crne.html>
67. „Lepa & srećna“ (ekserpt 5). GLAVNE PRAVOSLAVNE MOLITVE: najmoćnije molitve za blagostanje i mir u duši. *Lepaisrećna.rs*. <https://www.lepaisrecna.rs/lifestyle/price-iz-srbije/26098-glavne-pravoslavne-molitve-najmocnije-molitve-za-blagostanje-i-mir-u-dusi.html>
68. „Lepa & srećna“ (ekserpt 6). Vreme je da počnete vežbati efikasno. *Lepaisrećna.rs*. <https://www.lepaisrecna.rs/lifestyle/vesti/32282-vreme-je-da-pocnete-vezbati-efikasno.html>
69. LISA lepa&srećna: Prvi broj novog ženskog magazina od danas na kioscima po super ceni (17. 9. 2015). *Lepaisrećna.rs*. <https://www.lepaisrecna.rs/lifestyle/vesti/15972-lisa-lepa-srecna-prvi-broj-novog-zenskog-magazina-od-danas-na-kioscima-po-super-ceni.html>
70. Luković, D. (4. 6. 2017). ISTRAŽUJEMO Da li je Srbija spremna za PREMIJERKU?. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/istrazujemo-da-li-je-srbija-spremna-za-premijerku/f4d2ve1>
71. M. M. (25. 4. 2017). Mislite da je rupa između butina smešna? Da vidite tek novi trend! *Ženablic.rs*. <https://zena.blic.rs/lepota/mislite-da-je-rupa-između-butina-smesna-da-vidite-tek-novi-trend/dfxbknv>

72. M. V. A. (9. 2. 2020). "SPREMNA JE DA PODOJI" Kako je haljina koja je skliznula s jednog ramena izazvala lavinu kritika u parlamentu i internetu. *Blic.rs*. https://www.blic.rs/slobodno-vreme/vesti/spremna-je-da-podoji-kako-je-haljina-koja-je-skliznula-s-jednog-ramena-izazvala/frcvfep?utm_source=blic_kat_vesti_drustvo_sidebar&utm_medium=sidebar_slobodno_vreme
73. Media ownership monitor Srbija: Blic. <http://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/detail/outlet/blic/>
74. Media ownership monitor Srbija: Kurir. <http://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/detail/outlet/kurir/>
75. Milivojević, S, Ninković, D. & Matović, M. (2015). Serbia Global Media Monitoring Project 2015. National Report. *Who Makes the News?* http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Serbia.pdf
76. „Mogu ja to sama“ (16. 6. 2017). PITANJE SVIH PITANJA - DA LI JE BEYONCE U PORODILIŠTU?! *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/pitanje-svih-pitanja-da-li-je-beyonce-u-porodilistu-12208>
77. „Mogu ja to sama“ (13. 7. 2017). DA SE ISTOPITE - POZNATI I NJIHOVE BEBE (FOTO GALERIJA). *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/da-se-istopite-poznati-i-njihove-bebe-foto-galerija-12375>
78. „Mogu ja to sama“ (27. 7. 2017). LEPEZA KAO PREDIVAN LETNJI MODNI DETALJ – POGLEDAJTE. *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/lepeza-kao-predivan-letnji-modni-detalj-pogledajte-12428>
79. „Mogu ja to sama“ (7. 9. 2017). „ČIST DOM JE SIGURAN DOM - EVO KOLIKO ČESTO TREBA DA MENJATE POSTELJINU, KRPE, PREKRIVAČE...“. *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/cist-dom-je-siguran-dom-evo-koliko-cesto-treba-da-menjate-posteljiniu-krpe-prekrivace-6220>
80. „Mogu ja to sama“ (11. 9. 2017). SERENA WILLIAMS U ULOZI MAJKE - EVO KAKO SE SNALAZI. *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/serena-williams-u-ulozi-majke-evo-kako-se-snalazi-12888>
81. „Mogu ja to sama“ (2. 11. 2017). „NAJBRŽI I NAJLAKŠI NAČINI DA OČISTITE RERNU“. *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/najbrzi-i-najlaksi-nacini-da-ocistite-rrnu-13226>
82. „Mogu ja to sama“ (5. 12. 2017). MAMINIM STOPAMA - MODNI STIL PRINCEZE CHARLOTTE JE NEODOLJIV! (GALERIJA). *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/maminim-stopama-modni-stil-princeze-charlotte-je-neodoljiv-galerija-13535>
83. „Mogu ja to sama“ (12. 12. 2017). 5 BEAUTY TRIKOVA ZA BLISTAVU KOŽU, BELE ZUBE I VAŠ BESPREKORAN IZGLED. *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/5-beauty-trikova-za-blistavu-kozu-bele-zube-i-vas-besprekoran-izgled-13579>
84. „Mogu ja to sama“ (22. 12. 2017). SVE TAJNE FLERTA - KAKO DA POSTANETE NEODOLJIVI. *Mogujatosama.rs*. <https://mogujatosama.rs/sve-tajne-flerta-kako-da-postanete-neodoljivi-13626>
85. Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost (2016). *Koordinaciono telo za rodnu ravnopravnost Vlade Republike Srbije*. <https://www.rodnaravnopravnost.gov.rs/sr-Latn/dokumenti/strategije/nacionalna-strategija-za-rodnu-ravnopravnost-za-period-od-2016-do-2020-godine>
86. Nacrt strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji. *Vlada Republike Srbije*. <https://www.srbija.gov.rs/dokument/386723/izvestaj-o-sprovedenoj-javnoj-raspravi-o-medijskoj-strategiji.php>

87. Opanak.net, srbijuvolimo.rs (5. 7. 2017). Narodno verovanje za jul: Srbi su se oduvek bojali ovih svetaca! *Stil.kurir.rs*. <https://stil.kurir.rs/lifestyle/66345/narodno-verovanje-za-jul-srbi-su-se-oduvek-bojali-ovih-svetaca>
88. Paris Declaration on Media and Information Literacy in the Digital Era (2014). *UNESCO*. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/In_Focus/paris_mil_declaration_final.pdf
89. Poziv za izradu slogana za promociju mera populacione politike (4. 12. 2017). *Radio-televizija Vojvodine*. http://rtv.rs/sr_lat/drustvo/poziv-za-izradu-slogana-za-promociju-mera-populacione-politike_875264.html
90. Prva integrisana redakcija u regionu (3. 11. 2010). *Blic online*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/prva-integrisana-redakcija-u-regionu/pvcvkzy>
91. R. K. (20. 3. 2017). Ana Brnabić: Novi premijer neće moći bez Vučića. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2741809/ana-brnabic-novi-premijer-neze-moci-bez-vucica>
92. R, N. (13. 12. 2017). Danas je Sveti Andrej Prvozvani, a veruje se da žene OVE stvari ne bi trebalo da uzmu u ruke. *Žena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/porodica/danas-je-sveti-andrej-prvozvani-a-veruje-se-da-zene-ove-stvari-ne-bi-trebalo-da-uzmu/bb4n834>
93. Radišić, N. (17. 10. 2017). Deo javnosti osuđuje, SPC ćuti o „Srpkinjama čedomorkama“. *N1info.com*. <http://rs.n1info.com/Vesti/a335657/Amfilohije-Srpkinje-su-postale-majke-cedomorke.html>
94. Republički zavod za statistiku Republike Srbije - RZSS (2017). Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji 2017. <http://publikacije.stat.gov.rs/G2017/Pdf/G20176006.pdf>
95. Republički zavod za statistiku Republike Srbije - RZSS (2017a). Žene i muškarci u Republici Srbiji. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2017/Pdf/G20176008.pdf>
96. Republički zavod za statistiku Republike Srbije – RZSS (2018). Demografska statistika 2017. <http://publikacije.stat.gov.rs/G2018/Pdf/G201814015.pdf>
97. Republički zavod za statistiku Republike Srbije - RZSS (2019). Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji 2019. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G201916014.pdf>
98. Ringier Axel Springer (17. 5. 2017). <https://zena.blic.rs/ringier-axel-springer/cz2yw2f>
99. SANU: Psihološkinja, vojnkinja, sekretarka - gramatički nepravilno! (15. 10. 2017) *B92*. <https://arhiva.vesti-online.com/Vesti/Drustvo/670583/SANU-Psiholoskinja-vojnkinja-sekretarka-gramaticki-nepravilno>
100. Sekulić, N. (2017). Kultura rađanja i partnerski život u Srbiji (koordinatorka istraživanja). *Limes Plus – časopis za društvene i humanističke nauke*, no.3. <https://www.limesplus.rs/index.php/casopisi>
101. SRBIJA DOBILA NOVU VLADU: Premijerka Ana Brnabić i ministri položili zakletvu (29. 6. 2017). *Blic*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/srbija-dobila-novu-vladu-premijerka-ana-brnabic-i-ministri-polozili-zakletvu/8hfjk85>
102. „Stil“ (1. 8. 2017). Suptilno zavođenje, kako samo žene znaju: Oborite ga s nogu jednim potezom! *Stil.kurir.rs*. <https://stil.kurir.rs/lifestyle/67739/suptilno-zavodenje-kako-samo-zene-znaju-oborite-ga-s-nogu-jednim-potezom>
103. „Stil“ (14. 11. 2017). Rijana, Kjara i Kim diktiraju modu: Nezaobilazan trend za jesen 2017. *Stil.kurir.rs*. <https://stil.kurir.rs/foto-galerije/72977/rijana-kjara-i-kim-diktiraju-modu-nezaobilazan-trend-za-jesen-2017>

104. Stojković, B. (6. 1. 2015). Žene u SANU. *Peščanik*. <https://pescanik.net/zene-u-sanu/>
105. Super žena (5. 8. 2017). Dobri muškarci nisu izumrla vrsta: Problem je u vama! *Stil.kurir.rs*. <https://stil.kurir.rs/sex/ljubav-zavodenje/67993/dobri-muskarci-nisu-izumrla-vrsta-problem-je-u-vama>
106. Svaki trenutak je važan za razvoj deteta (18. 10. 2017). *Zenablic.rs*. <https://zena.blic.rs/bebe/svaki-trenutak-je-vazan-za-razvoj-deteta/bezewnl>
107. Svaki trenutak je važan. *Unicef Srbija*. <https://www.unicef.org/serbia/svaki-trenutak-je-vazan>
108. Svaki trenutak je važan: Dojenje. *Unicef Srbija*. <https://www.youtube.com/watch?v=2Jqba1aKhfg&feature=youtu.be>
109. Svaki trenutak je važan za razvoj deteta (18. 9. 2017). *Blic žena*. <https://zena.blic.rs/bebe/svaki-trenutak-je-vazan-za-razvoj-deteta/bezewnl> Serbia.
110. Šta je internet domen. *Registar nacionalnih internet domena - RNIDS*. <https://www.rnids.rs/lat/domeni/sta-je-internet-domen>
111. Tanjug (23. 12. 2016). DEJANOVIĆ: Država ne formira nikakav savet za smanjenje abortusa, žene da se upoznaju sa posledicama. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2603909/dejanovic-drzava-ne-formira-nikakav-savet-za-smanjenje-abortusa-zene-da-se-upoznaju-sa-posledicama>
112. Tanjug (28. 12. 2016). Ministarka Mihajlović: Želimo da se u Srbiji rađa više dece, ali niko neće ZABRANITI ABORTUS. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/ministarka-mihajlovic-zelimo-da-se-u-srbiji-rada-vise-dece-ali-niko-nece-zabraniti/mrs762y>
113. Tanjug (30. 10. 2017). Srbija 24. na svetu po rodnoj ravnopravnosti, prva u regionu. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/srbija-24-na-svetu-po-rodnoj-ravnopravnosti-prva-u-regionu/cq53wbk>
114. Tanjug/Blic (28. 10. 2017). Patrijarh Irinej: Žene su dužne da rađaju; Zorana Mihajlović: Pustite žene da same o tome odlučuju. *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/patrijarh-irinej-zene-su-duzne-da-radaju-zorana-mihajlovic-pustite-zene-da-same-o/ejgzydq>
115. Tanjug & Latković, N. (19. 6. 2017). SNS podržao izbor Ane Brnabić za premijera, sledi PREBROJAVANJE, Vučić: Nije bilo lako (VIDEO). *Blic.rs*. <https://www.blic.rs/vesti/politika/sns-podrzao-izbor-ane-brnabic-za-premijera-sledi-prebrojavanje-vucic-nije-bilo-lako/8mcbmbr>
116. Tanjug/RTS (27. 12. 2016). ĐUKIĆ DEJANOVIĆ O SAVETU KOJI JE PODIGAO BURU: Podstićemo rađanje u Srbiji. *Kurir.rs*. <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2608395/dukic-dejanovic-o-savetu-koji-je-podigao-buru-podsticacemo-radanje-u-srbiji>
117. Top sites in Serbia (30. 1. 2020). *Alexa*. <https://www.alexa.com/topsites/countries/RS>
118. Universal Declaration of Human Rights - General Assembly, 3rd Session, 181st and 183rd Plenary Meetings: <http://webtv.un.org/watch/universal-declaration-of-human-rights-general-assembly-3rd-session-181st-and-183rd-plenary-meetings/2581096758001>

119. Universal Declaration of Human Rights - General Assembly, 3rd Session, 139th Plenary Meeting: <http://webtv.un.org/watch/universal-declaration-of-human-rights-general-assembly-3rd-session-139th-plenary-meeting/2581092038001/?term=>
120. Ustav Republike Srbije (2006). *Ustavni sud*. <http://www.ustavni.sud.rs/page/view/sr-Latn-CS/70-100028/ustav-republike-srbije>
121. Vasić, B. (15. 3. 2017). Odgovorne za sve i krive za sve. *Vreme*, br. 1419. <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=1583328>
122. Vlaisavljević, M. (26. 4. 2017). Prečice za tip top kuću: Kafa čisti za peticu. *Žena.blic.rs*. <https://zena.blic.rs/podrobnosti/precice-za-tip-top-kucu-kafa-cisti-za-peticu/zcc4keq>
123. YT: Lepa i srećna. <https://www.youtube.com/channel/UCT6WQAasH23LoGAanOGPJvg/about>
124. YT: Mogu ja to sama. <https://www.youtube.com/user/MoguJaToSama/about>
125. Zakon o izboru narodnih poslanika (2000, 2009) *Službeni glasnik RS*, br. 35/2000, 57/2003 - odluka USRS, 72/2003 - dr. zakon, 75/2003 - ispr. dr. zakona, 18/2004, 101/2005 - dr. zakon, 85/2005 - dr. zakon, 28/2011 - odluka US, 36/2011 i 104/2009. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_izboru_narodnih_poslanika.html#
126. Zakon o javnom informisanju i medijima (2014). *Službeni glasnik RS*, br. 83/2014, 58/2015 i 12/2016 https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html
127. Zakon o ravnopravnosti polova (2009). *Službeni glasnik RS*, br. 104/2009. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_ravnopravnosti_polova.html
128. Zakon o zabrani diskriminacije (2009). *Službeni glasnik RS*, broj 22/09. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zabrani_diskriminacije.html
129. Zenskimagazin.rs (24. 9. 2017). Ima da sija: Očistite kupatilo sa samo 20 minuta! *Stil.kurir.rs*. <https://stil.kurir.rs/lifestyle/zanimljivosti/70523/->

PRILOZI

Prilog 1 – Global Media Monitoring Project 1995-2015.....	248
Prilog 2 – Statističke tabele i grafikoni iz Nacionalnog izveštaja GMMP Who Makes the News? Srbija 2015. godine	249
Prilog 3 – Žene i muškarci u Republici Srbiji	252
Prilog 4 – Statistika informacionog društva u 2017. godini.....	257
Prilog 5 – Posećenost srpskih sajtova 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017.	259
Prilog 6 – Posećenost srpskih sajtova 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019.	260
Prilog 7 – Posećenost srpskih onlajn-izdavača	261
Prilog 8 – Najposećeniji sajtovi u Srbiji 15. 2. 2020.	262
Prilog 9 – Ekserpt vesti „TRAŽI SE VUČIĆEV NASLEDNIK Evo kakva ličnost treba da bude novi premijer“ (Latković, 4. 3. 2017)	263
Prilog 10 – Ekserpt vesti „PREMIJER NEĆE BITI IZ SNS Ko je u igri za novog predsednika Vlade?“ (Jevtić, 5. 4. 2017).....	264
Prilog 11 – Ekserpt vesti „ISTRAŽUJEMO Da li je Srbija spremna za PREMIJERKU?“ (Luković, 4. 6. 2017).....	265
Prilog 12 – Ekserpt vesti Ana Brnabić mandatar za sastav nove Vlade Srbije (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017)	266
Prilog 13 – Ekserpt vesti „PRVA ŽENA PREMIJER U SRBIJI Biografija Ane Brnabić, od deljenja flajera do mandatarata“ (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017a)	267
Prilog 14 – Ekserpt vesti „ANA BRNABIĆ: Nisam pričala s Vučićem o mestu premijera“ (Kurir, Beta, RTS, 01. 6. 2017)	268
Prilog 15 – Ekserpt vesti „(FOTO) ANA BRNABIĆ PREMIJERKA SRBIJE (KURIR TV): Vučić joj poverio mandat za predsednika Vlade!“ (Kurir.rs, 15. 6. 2017)	269
Prilog 16 – Ekserpt vesti „ROĐENA BEOGRAĐANKA, EKSPERT ZA MARKETING: Ko je Ana Brnabić, prva žena na čelu srpske Vlade!“ (Kurir.rs, 15. 6. 2017a).....	270
Prilog 17 – Ekserpt vesti „UPOZNAJTE MINISTRE: Ovo su kandidati za sastav vlade Ane Brnabić“ (Kurir.rs, 28. 6. 2017)	271
Prilog 18 – Ekserpt vesti „PREMIJERKA I MINISTRI POLOŽILI ZAKLETVU Ana Brnabić: Je l’ se video Vučić od mene kad smo se slikali“ (Kurir.rs, 28. 6. 2017a)	272
Prilog 19 – Ekserpti vesti povodom izjave: „Svake godine nas je 35.000 manje“	273
Prilog 20 – Ekserpti vesti o istraživanjima o državnim merama za podizanje nataliteta	274
Prilog 21 – Ekserpti vesti o najavama formiranja Saveta za populacionu politiku.....	275
Prilog 22 – Ekserpti vesti povodom konstituisanja Saveta za populacionu politiku.....	276

Prilog 23 – Ekserpti vesti o preduzetim merama za podsticanje nataliteta	277
Prilog 24 – Ekserpti vesti o stavovima crkve i države o rađanju i rodnoj ravnopravnosti.....	278
Prilog 25 – Eksperti vesti o istraživanju „Kultura rađanja“	279
Prilog 26 – Naslovne strane Blic.rs i Žena.blic.rs, 7. 2. 2020.	280
Prilog 27 – Naslovne strane Kurir.rs i Stil.kurir.rs, 7. 2. 2020.	281
Prilog 28 – Naslovne strane portala „Lepa i srećna“ i „Mogu ja to sama“, 12. 2. 2020.	282
Prilog 29 – Ekserpti vesti ženskih sajtova – ilustracije diskursa „lepih i nasmejanih žena“	283
Prilog 30 – Ekserpti vesti ženskih sajtova – ilustracije diskursa podsticanja rađanja, kućnog rada i „prirodne naslade muškarcu“	284
Prilog 31 – Ekserpti vesti ženskih sajtova – ilustracije verskog i običajnog diskursa.....	285
Prilog 32 – Ekserpti vesti ženskih sajtova – ilustracije diskursa „ekspertize“	286

Prilog 1 – Global Media Monitoring Project 1995-2015

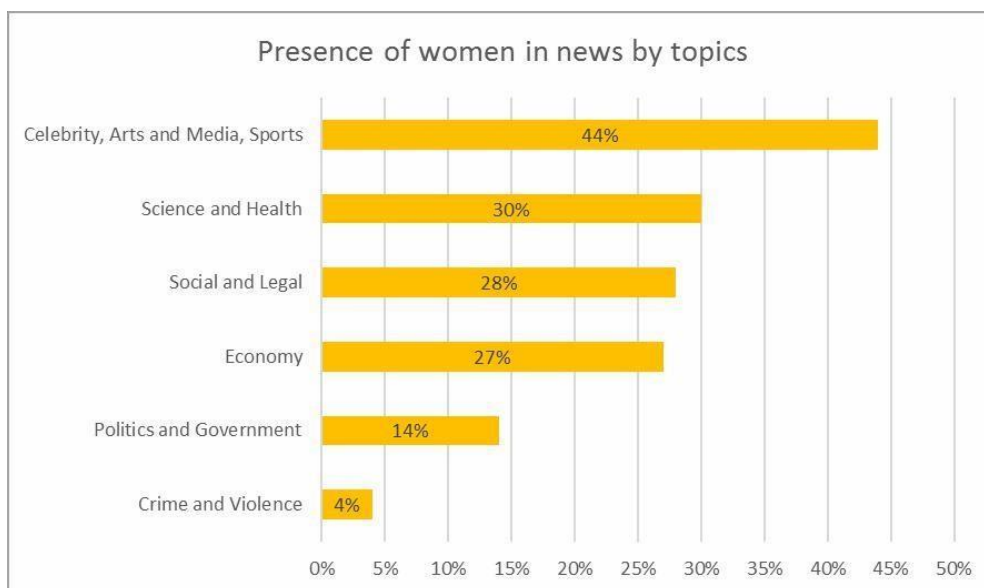
Key Findings: 1995–2015											
	1995		2000		2005		2010		2015		%Change (Δ)
	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	
A. People in the news											
Newspaper, Television, Radio											
Newspapers	17	83	18	82	21	79	24	76	24	76	▲ 7
Television	21	79	22	78	22	78	24	76	24	76	▲ 3
Radio	15	85	13	87	17	83	22	78	21	79	▲ 6
News websites and media Tweets											
News websites							23 <i>(pilod)</i>	77 <i>(pilod)</i>	25	75	
News media Tweets									28	72	
Scope of Story, Newspaper, Television, Radio											
Local	22	78	23	77	27	73	26	74	27	73	▲ 5
National	14	86	17	83	19	81	23	77	23	77	▲ 9
National/other	17	83	15	85	18	82	20	80			
Sub-regional/regional									24	76	
International / Foreign	17	83	14	86	20	80	26	74	24	76	▲ 7
B. Reporting and Presenting the News, Newspaper, Radio, Television											
Main Story Topics, Newspaper, Television, Radio											
Science & Health	27	73	21	79	22	78	32	68	35	65	▲ 8
Social & Legal	19	81	21	79	28	72	30	70	28	72	▲ 9
Crime & Violence	21	79	18	82	22	78	24	76	28	72	▲ 7
Celebrity, Arts & Sport	24	76	23	77	28	72	26	74	23	77	▼ 1
Economy	10	90	18	82	20	80	20	80	21	79	▲ 11
Politics & Government	7	93	12	88	14	86	19	81	16	84	▲ 9
Function in Story											
Personal Experience	n/a	n/a	n/a	N/a	31	69	36	64	38	62	▲ 7
Popular Opinion					34	66	44	56	37	63	▲ 3
Eye Witness					30	70	29	71	30	70	▲ 0
Subject					23	77	23	77	26	74	▲ 3
Spokesperson					14	86	19	81	20	80	▲ 6
Expert					17	83	20	80	19	81	▲ 2
% Portrayed as Victim											
% Portrayed as Survivor	29	10	19	7	19	8	18	8	16	8	▼ 3 ▲ 1
% Identified by Family Status	n/a	n/a	21	4	17	5	18	5	19	5	▼ 2 ▲ 1
% In Newspaper Photographs	n/a	n/a	25	11	23	16	26	17	30	23	▲ 5 ▲ 12
% Quoted			33	35	50	50	52	50	61	61	▲ 28 ▲ 26
C. News Content											
% Stories presented											
Television	51	49	49	51	53	47	49	51	49	51	▲ 0
Radio			41	59	49	51	45	55	41	59	▲ 0
Newspapers			26	74	29	71	33	67	35	65	▲ 9
% Stories reported											
Television	28	72	31	69	37	63	37	63	37	63	▲ 6
Radio			36	64	42	58	44	56	38	62	▲ 2
Newspapers			28	72	45	55	37	63	41	59	▲ 13
% Stories Reported By Major Topic, Newspaper, radio, television											
Celebrity, Arts & Sport			27	73	35	65	38	62	33	67	▲ 6
Social & Legal			39	61	40	60	43	57	39	61	▲ 0
Crime & Violence			29	71	33	67	35	65	33	67	▲ 4
Science & Health			46	54	38	62	44	56	50	50	▲ 4
Economy			35	65	43	57	40	60	39	61	▲ 4
Politics & Government			26	74	32	68	33	67	31	69	▲ 5
% Female news subjects and sources, by sex of story reporter, Newspaper, radio, television											
	n/a	n/a	24	18	25	20	28	22	29	26	▲ 5 ▲ 8
% Stories with Women as a Central Focus, Newspaper, radio, television											
Celebrity, Arts & Sport	n/a		10		10		13		10		▲ 0
Social & Legal			16		17		16		14		▼ 2
Crime & Violence			19		17		17		8		▼ 11
Politics & Government			10		16		16		17		▲ 7
Science & Health			7		8		13		7		▲ 0
Economy			11		6		11		14		▲ 3
			4		3		4		5		▲ 1
% Stories that Challenge Gender Stereotypes, Newspaper, radio, television											
% Stories that Highlight Gender (In)Equality, Newspaper, radio, television	n/a		n/a		3		6		4		▲ 1
% Stories that mention gender equality policies or human and women's rights legal instruments, Newspaper, radio, television	n/a		n/a		4		6		9		▲ 5
	n/a		n/a		n/a		10		9		▼ 1

Global Media Monitoring Project: Who makes the News?⁴⁸

⁴⁸ Preuzeto sa: <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2010-reports>

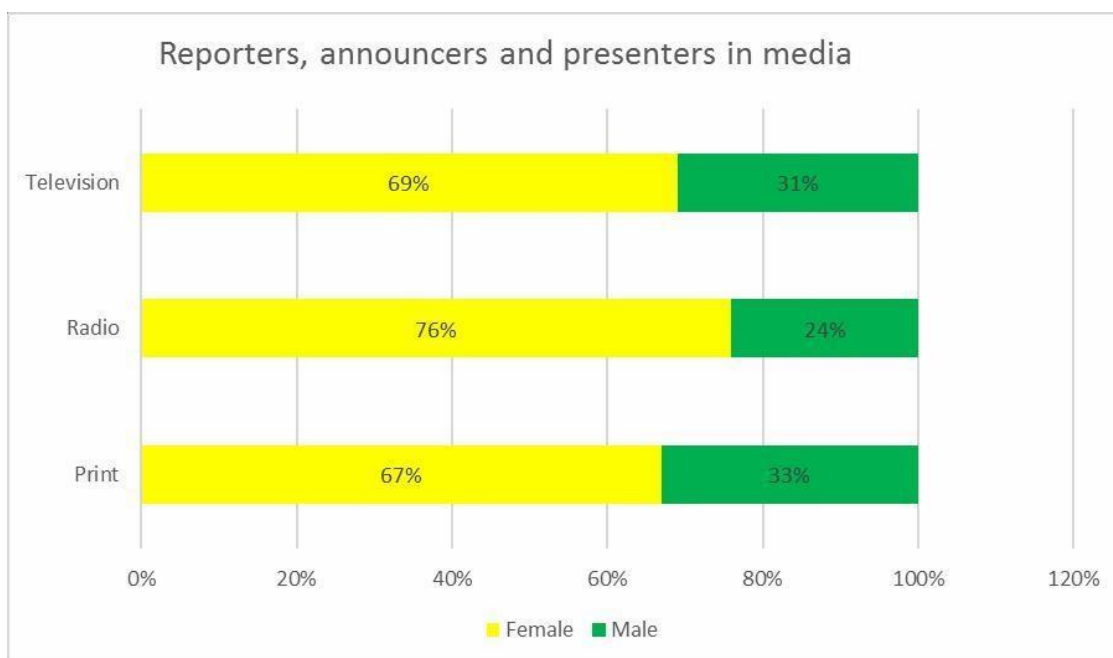
Prilog 2 – Statističke tabele i grafikoni iz Nacionalnog izveštaja GMMP Who Makes the News? Srbija 2015. godine⁴⁹

Tabela 1. Presence of women in the news by topics (print, radio, TV)



Serbia Global Media Monitoring Project 2015. National Report

Tabela 2. Reporters, announcers and presenters (print, radio, TV)



Serbia Global Media Monitoring Project 2015. National Report

⁴⁹ Izvor: Milivojević, S, Ninković, D. & Matović, M. (2015). Serbia Global Media Monitoring Project 2015. National Report. Who Makes the News? http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Serbia.pdf

Tabela 3. Stories about women by topics (print, radio, TV)

Celebrity, Arts and Media, Sports	21%
Social and Legal	9%
Politics and Government	7%
Science and Health	7%
Economy	5%
Crime and Violence	4%

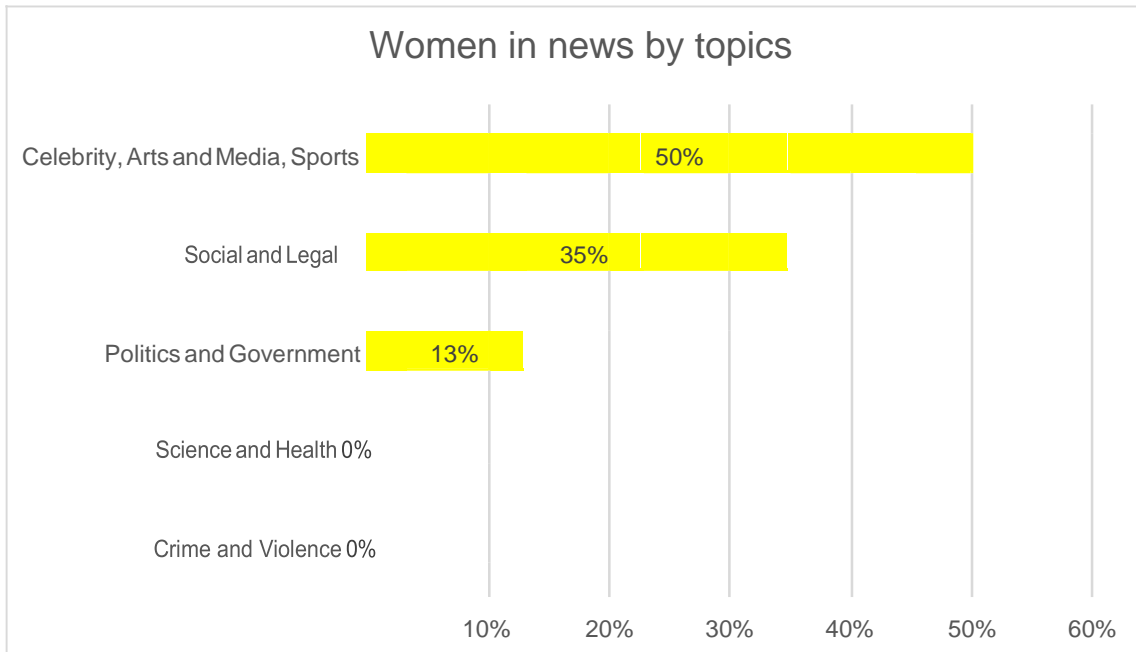
Serbia Global Media Monitoring Project 2015. National Report

Tabela 4. Position or occupation of women as news subjects (TV, radio and print)

OCCUPATION	FEMALE	Total
	%	N
Homemaker, parent – only if no other occupation is given	100%	3
Sex worker	100%	1
Health worker, social worker, childcare worker	80%	5
Child, young person no other occupation given	60%	5
Celebrity, artist, actor, writer, singer, TV personality	56%	16
Lawyer, judge, magistrate, legal advocate, etc.	43%	7
Media professional, journalist, film-maker, etc.	35%	17
Student, pupil, schoolchild	33%	12
Not stated	26%	68
Office or service worker, non-management worker	25%	4
Activist or worker in civil society org., NGO, trade union	23%	26
Doctor, dentist, health specialist	22%	9
Government, politician, minister, spokesperson...	20%	242
Government employee, public servant, etc.	18%	44
Villager or resident no other occupation given	14%	7
Academic expert, lecturer, teacher	8%	13
Police, military, para-military, militia, fire officer	5%	21
Business person, exec, manager, stock broker...	4%	24
Tradesperson, artisan, laborer, truck driver, etc.	0%	10
Criminal, suspect no other occupation given	0%	10
Science/ technology professional, engineer, etc.	0%	9
Religious figure, priest, monk, rabbi, mullah, nun	0%	2
Agriculture, mining, fishing, forestry	0%	1
Total		556

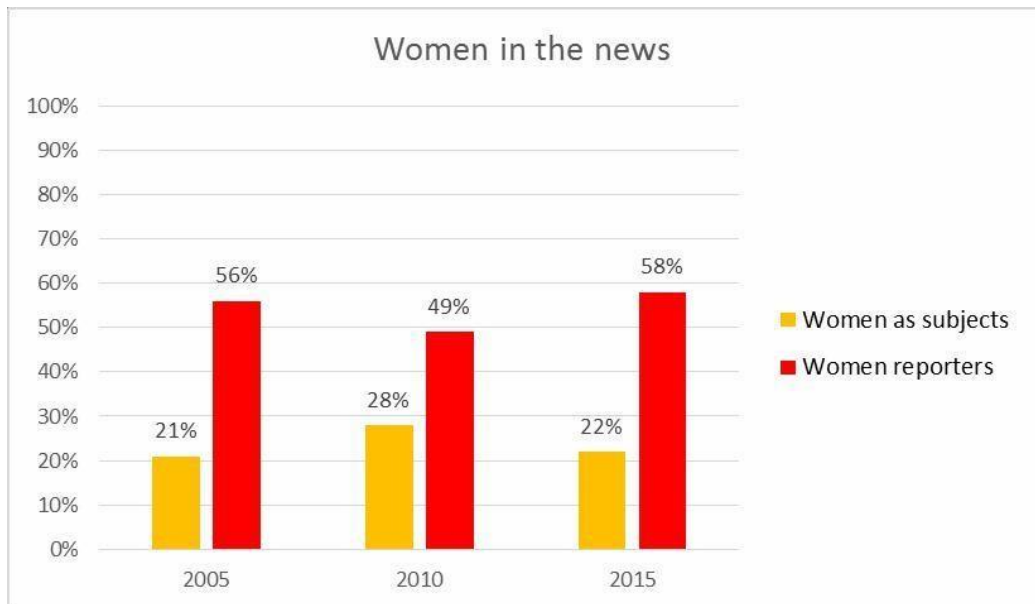
Serbia Global Media Monitoring Project 2015. National Report

Tabela 5. Women in News /Internet & Twitter



Serbia Global Media Monitoring Project 2015. National Report

Tabela 6. Women in News in Serbia 2005-2015

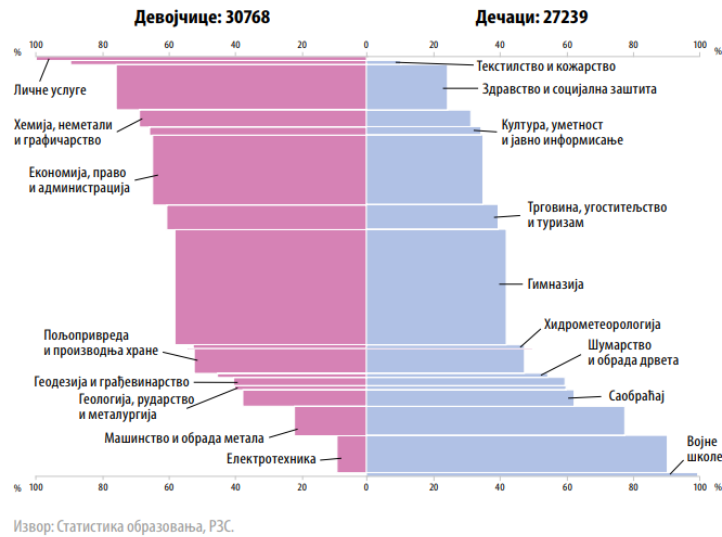


Serbia Global Media Monitoring Project 2015. National Report

Prilog 3 – Žene i muškarci u Republici Srbiji⁵⁰

Grafikon 1. Završena srednja škola

Ученици који су завршили четворогодишњу средњу школу према подручјима образовања и полу, 2016. (%)



Republički zavod za statistiku

Tabela 1. Nastavnici i nastavnice

Наставници у основном образовању, према полу, 2011–2016.

Година	Број		%	
	жене	мушкарци	жене	мушкарци
2011	36008	14692	71	29
2012	36461	15072	71	29
2013	36490	14471	72	28
2014	37013	14235	72	28
2015	37842	14626	72	28
2016	38350	14463	73	27

Извор: Статистика образовања, РС.

Наставници у средњем образовању, према полу, 2011–2016.

Година	Број		%	
	жене	мушкарци	жене	мушкарци
2011	19338	11141	63	37
2012	19610	11120	64	36
2013	19626	11141	64	36
2014	19945	11159	64	36
2015	19779	10855	65	35
2016	19945	10810	65	35

Извор: Статистика образовања, РС.

Republički zavod za statistiku

⁵⁰ Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije (2017). Žene i muškarci u Republici Srbiji. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2017/Pdf/G20176008.pdf>

Tabela 2. Upisani studenti i studentkinje

Уписани студенти на високим школама и факултетима, према полу, 2011–2016.

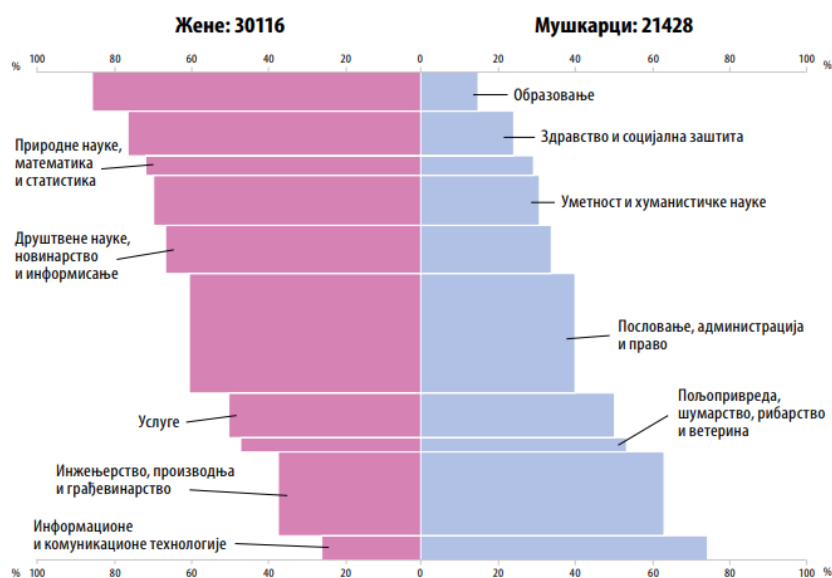
Година	Број		%	
	жене	мушкарци	жене	мушкарци
2011	129220	102441	56	44
2012	133427	105518	56	44
2013	134448	108400	55	45
2014	134460	106594	56	44
2015	138971	112191	55	45
2016	146899	115190	56	44

Извор: Статистика образовања, РЗС.

Republički zavod za statistiku

Grafikon 2. Diplomirani studenti i studentkinje

Студенти који су дипломирали на високим школама и факултетима према подручјима образовања и полу, 2016. (%)

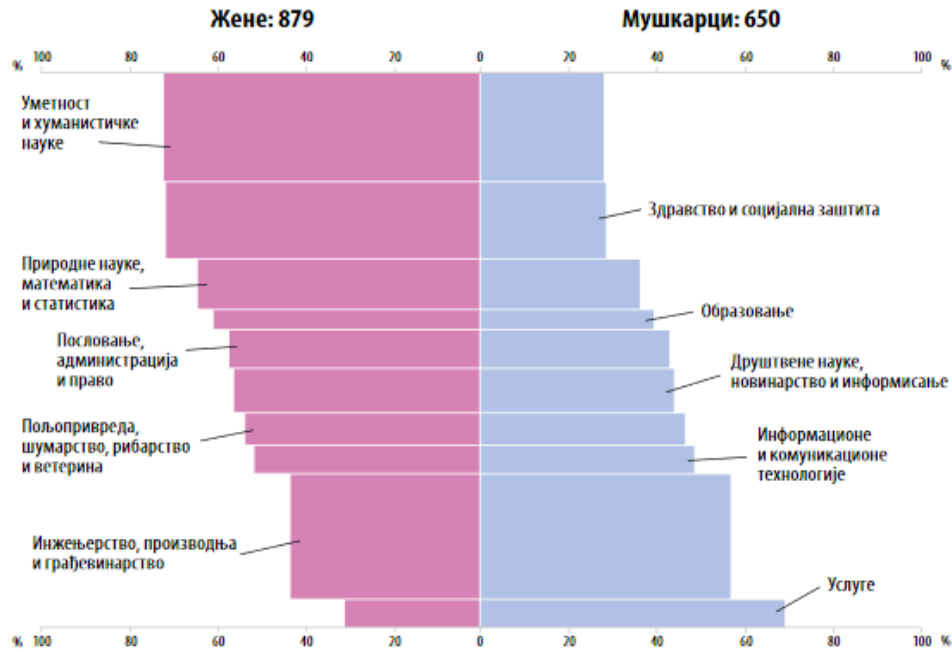


Извор: Статистика образовања, РЗС.

Republički zavod za statistiku

Grafikon 3. Stečena doktorska zvanja

Лица која су докторирала, према подручјима образовања и полу, 2016. (%)



Извор: Статистика образовања, РЗС.

Republički zavod za statistiku

Tabela 3. Zaposleni na poslovima istraživanja

Завршени на пословима истраживања и развоја, према звању и полу, 2012, 2014. и 2016.

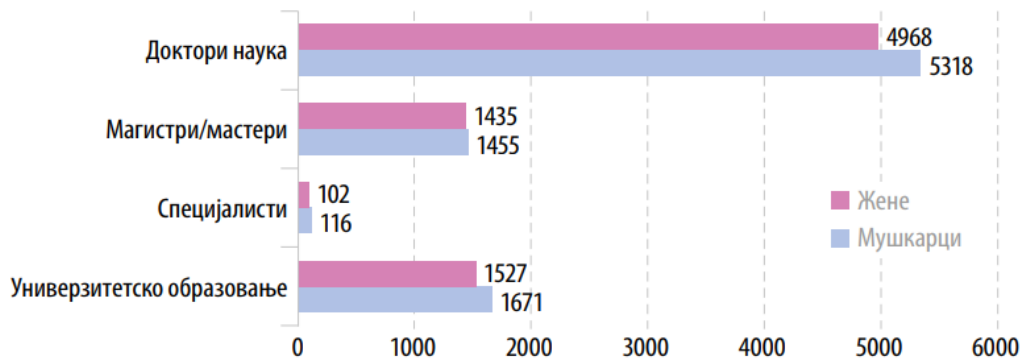
	2012		2014		2016	
	жене	мушкарци	жене	мушкарци	жене	мушкарци
Укупно	9954	9692	10863	11017	11533	12009
Истраживачи	6577	6672	7452	7711	8032	8560
Стручни сарадници	667	808	715	1001	876	943
Техничко особље	1420	1034	1454	1175	1632	1521
Руководеће особље	151	195	198	260	203	364
Остало особље	1139	983	1044	870	790	621

Извор: Статистика науке, РЗС.

Republički zavod za statistiku

Grafikon 4. Istraživači i istraživačice

Истраживачи према нивоу образовања и полу, 2016.

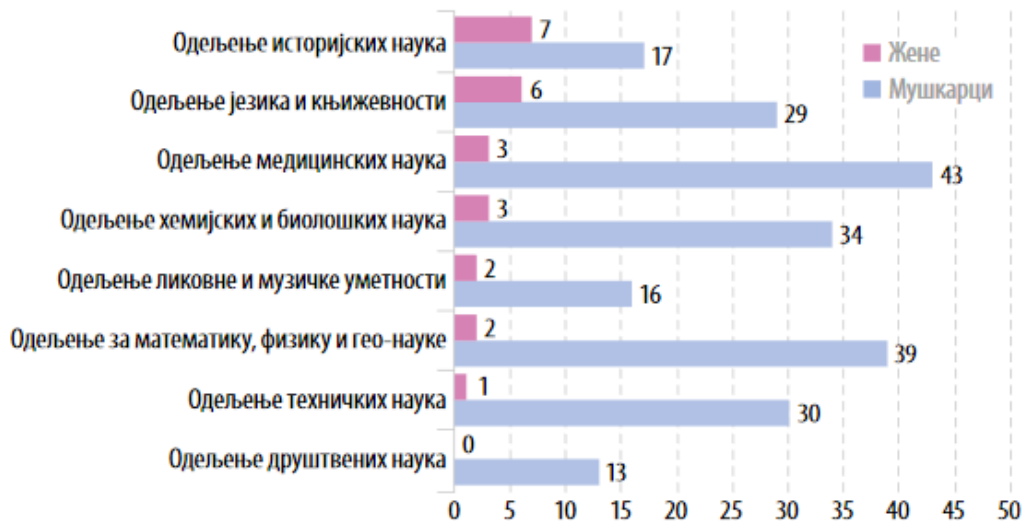


Извор: Статистика науке, РЗС.

Republički zavod za statistiku

Grafikon 5. Akademci i akademkinje

Чланови Српске академије наука и уметности (САНУ) према одељењима и полу, 2016.



Извор: Евиденција Српске академије наука и уметности.

Republički zavod za statistiku

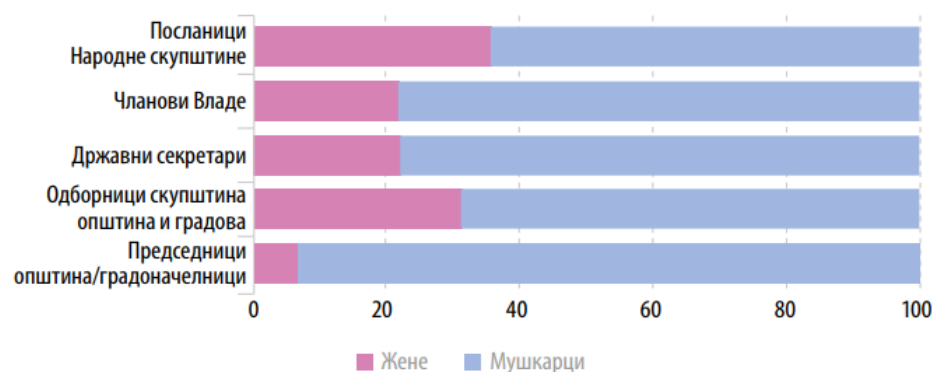
Tabela 4: Platni jaz između žena i muškaraca

	Платни јаз између жена и мушкараца	Учешће запослених са ниским зарадама у укупном броју запослених ¹	
		жене	мушкарци
Укупно ²	8,7	24,4	21,6
Старосне групе			
15–29 год.	3,3	31,6	32,1
30–39	9,3	24,7	23,4
40–49	10,1	24,5	20,8
50–59	9,5	21,2	15,3
60 и више год.	0,8	12,5	14,1
Степен образовања			
Без школе, непотпуна основна школа или основно образовање	22,4	60,7	36,9
Средње образовање	15,0	30,9	24,3
Виша школа, I степен факултета, стручне студије	12,5	10,0	11,9
Високо образовање, магистарске или докторске студије	17,8	4,0	4,8
Групе занимања			
Руководиоци (директори), функционери и законодавци	13,6	9,2	10,4
Стручњаци и уметници	15,0	2,4	3,2
Инжењери, стручни сарадници и техничари	16,1	5,5	8,4
Административни службеници	3,0	16,7	13,6
Услужна и трговачка занимања	13,4	59,2	45,5
Пољопривредници, шумари, рибари и сродни	/	/	/
Занатлије и сродни	30,6	47,5	26,8
Руковаоци машинама и постројењима, монтери и возачи	19,0	23,8	23,1
Једноставна занимања	24,3	59,9	35,8

Republički zavod za statistiku

Grafikon 6: Politička моћ u 2017. godini

Доносиоци одлука према нивоу одлучивања и полу, 2017. (%)

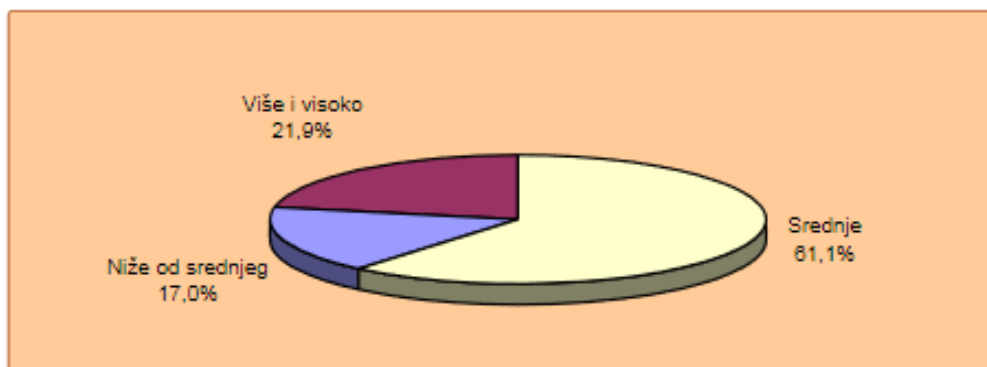


Извор: Статистика избора РЗС и Влада.

Republički zavod za statistiku

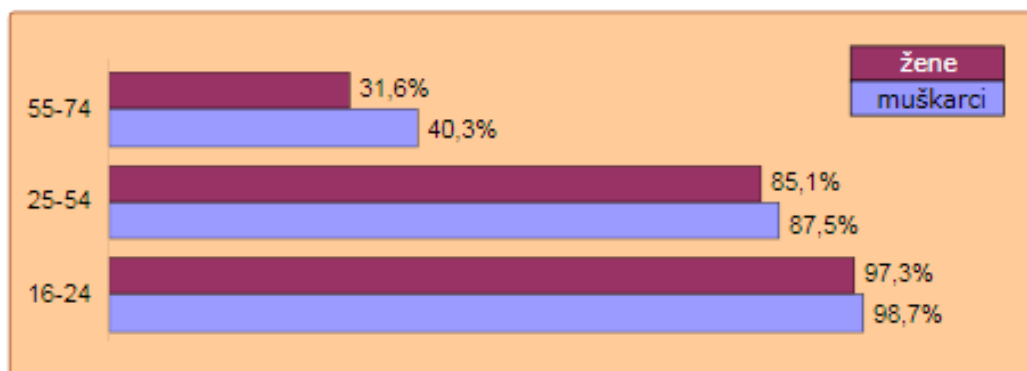
Prilog 4 – Statistika informacionog društva u 2017. godini⁵¹

Grafikon 1. Korisnici i korisnice interneta prema obrazovanju



Republički zavod za statistiku

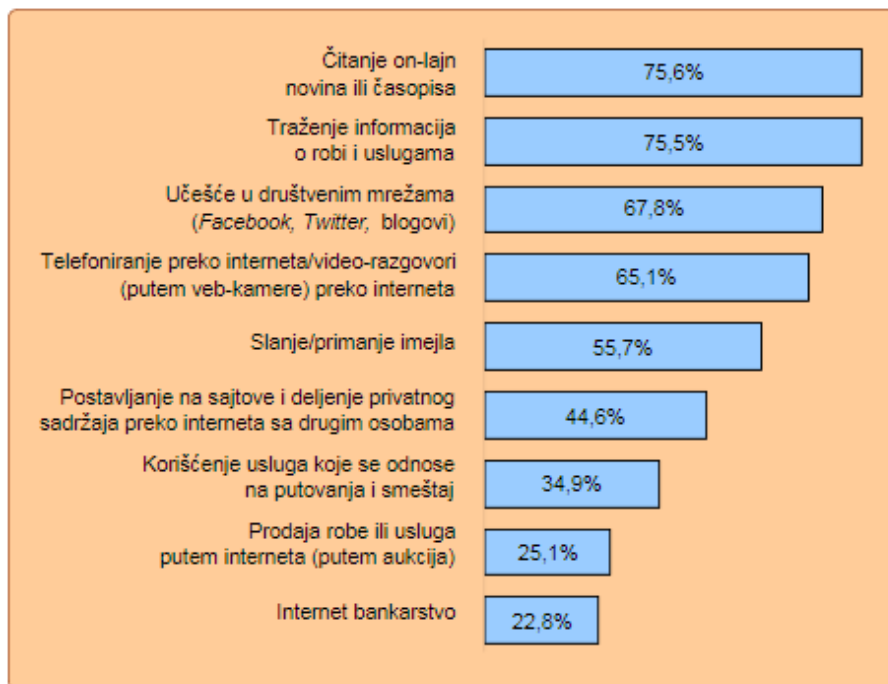
Grafikon 2. Korisnici i korisnice interneta prema polu i starosti



Republički zavod za statistiku

⁵¹ Izvor: Republički zavod za statistiku Republike Srbije (2017). Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji 2017. Preuzeto sa <http://publikacije.stat.gov.rs/G2017/Pdf/G20176006.pdf>

Grafikon 3. Korišćenje interneta



Republički zavod za statistiku

Prilog 5 – Posećenost srpskih sajtova 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017.⁵²

Tabela 1.

Node	↓ Real users	Average daily real users	Page views	Visits	Time
<input checked="" type="checkbox"/> Internet	3 899 385 ▲	2 304 976 ▲	1 191 444 471 ▲	257 019 803 ▲	2885y 253d ▲
<input checked="" type="checkbox"/> blic.rs	2 603 864 ▲	770 955 ▲	173 541 719 ▲	44 254 521 ▲	428y 211d ▲
<input checked="" type="checkbox"/> kurir.rs	2 083 124 ▼	558 050 ▲	153 726 359 ▲	32 539 961 ▲	676y 311d ▲
<input type="checkbox"/> b92.net	1 267 569 ▼	237 681 ▼	51 100 881 ▼	12 929 221 ▲	163y 19d ▲
<input type="checkbox"/> espreso.rs	1 244 632 ▼	186 645 ▼	17 407 134 ▲	7 445 303 ▼	68y 144d ▲
<input type="checkbox"/> novosti.rs	1 225 991 ▲	157 066 ▲	15 755 287 ▲	6 499 900 ▲	35y 19d ▲
<input type="checkbox"/> kupujemprodajem.com	1 223 374 ▲	224 265 ▲	177 426 753 ▲	11 511 801 ▲	253y 237d ▲
<input type="checkbox"/> mondo.rs	1 113 974 ▲	138 175 ▲	28 322 745 ▼	6 946 545 ▼	54y 292d ▼
<input type="checkbox"/> srbijadanas.com	1 038 752 ▼	171 320 ▼	20 734 133 ▼	8 015 309 ▼	71y 227d ▲
<input type="checkbox"/> alo.rs	986 140 ▲	204 732 ▲	32 982 872 ▲	9 839 499 ▲	81y 290d ▲
<input type="checkbox"/> halooglasi.com	879 290 ▲	83 779 ▲	22 511 210 ▲	2 821 769 ▲	41y 20d ▲
<input type="checkbox"/> noizz.rs	838 727 ▼	101 380 ▲	5 968 701 ▼	3 628 972 ▼	12y 332d ▼
<input type="checkbox"/> polovniautomobili.com	832 860 ▼	134 515 ▲	90 247 451 ▲	5 845 238 ▲	143y 163d ▲
<input type="checkbox"/> rts.rs	821 276 ▲	92 272 ▲	9 796 228 ▲	3 273 485 ▲	20y 317d ▲
<input type="checkbox"/> naslovi.net	818 435 ▲	110 892 ▲	14 893 943 ▼	4 450 410 ▲	27y 231d ▲
<input type="checkbox"/> ana.rs	793 224 ▼	66 116 ▼	9 018 134 ▼	2 128 211 ▼	24y 3d ▼
<input type="checkbox"/> planplus.rs	788 684 ▲	59 371 ▲	3 520 650 ▲	1 594 996 ▲	6y 288d ▲

Gamius Audience

Tabela 2.

Node	↓ Real users	Average daily real users	Page views	Visits	Time
<input type="checkbox"/> informer.rs	459 590 ▲	81 718 ▲	18 103 220 ▲	3 868 010 ▲	40y 215d ▲
<input type="checkbox"/> recepti.com	416 295 ▲	31 969 ▲	2 250 627 ▲	872 735 ▲	4y 234d ▲
<input type="checkbox"/> vice.com_rs	407 647 ▼	41 195 ▼	1 361 718 ▼	1 015 636 ▼	2y 298d ▼
<input type="checkbox"/> poslovi.infostud.com	375 032 ▲	55 964 ▲	7 357 019 ▲	1 263 078 ▲	13y 253d ▲
<input type="checkbox"/> sportske.net	361 417 ▲	68 513 ▼	10 062 893 ▼	3 480 463 ▼	21y 195d ▼
<input type="checkbox"/> mozzartsport.com	338 236 ▼	72 809 ▼	13 038 800 ▼	3 975 394 ▼	31y 118d ▼
<input type="checkbox"/> citymagazine.rs	337 123 ▲	25 037 ▲	786 660 ▲	628 681 ▲	210d 13h ▲
<input type="checkbox"/> politika.rs	336 327 ▲	41 153 ▲	3 740 221 ▼	1 234 337 ▲	8y 99d ▲
<input type="checkbox"/> danas.rs	336 184 ▲	50 995 ▲	3 888 964 ▲	1 406 712 ▲	10y 3d ▲
<input type="checkbox"/> nedeljnik.rs	323 819 ▲	31 118 ▲	1 349 117 ▲	948 095 ▲	2y 143d ▲
<input checked="" type="checkbox"/> lepaisrecna.rs	318 339 ▼	23 762 ▼	1 576 973 ▼	742 114 ▼	2y 109d ▼
<input type="checkbox"/> stetoskop.info	311 907 ▲	19 674 ▲	790 281 ▼	492 647 ▼	1y 191d ▼
<input checked="" type="checkbox"/> mogujatosama.rs	307 697 ▲	20 193 ▼	1 167 370 ▼	641 979 ▼	1y 208d ▼
<input type="checkbox"/> bebac.com	279 706 ▲	23 512 ▲	1 367 981 ▼	741 151 ▲	2y 303d ▼
<input type="checkbox"/> yumama.com	271 421 ▲	17 266 ▼	1 165 348 ▼	559 639 ▼	1y 354d ▼
<input type="checkbox"/> svet.rs	262 675 ▲	25 024 ▲	2 732 972 ▲	1 067 026 ▲	4y 84d ▲
<input type="checkbox"/> stvarukusa.rs	258 393 ▲	19 183 ▲	953 820 ▲	556 091 ▲	1y 294d ▲

Gamius Audience

⁵² Izvor: Gamius Audience RS: 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017. Preuzeto sa <https://rating.gamius.com/rs/tree/32>

Prilog 6 – Posećenost srpskih sajtova 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019.⁵³

Tabela 1.

Node	↓ Real users	Average daily real users	Page views	Visits
<input checked="" type="checkbox"/> Internet	3 672 043	2 254 176	1 346 855 387	375 584 600
<input checked="" type="checkbox"/> blic.rs	2 780 814	953 590	158 080 205	55 110 884
<input checked="" type="checkbox"/> kurir.rs	2 535 514	842 133	210 384 718	54 873 067
<input checked="" type="checkbox"/> telegraf.rs	2 395 864	489 459	43 332 489	21 700 721
<input checked="" type="checkbox"/> srbijadanas.com	2 214 697	518 651	71 233 942	26 015 261
<input checked="" type="checkbox"/> novosti.rs	2 182 091	351 700	32 559 927	14 997 653
<input checked="" type="checkbox"/> espresso.rs	2 180 187	537 259	50 138 414	24 558 107
<input checked="" type="checkbox"/> alo.rs	2 079 913	526 503	78 776 888	27 586 559
<input type="checkbox"/> mondo.rs	1 606 520	180 839	16 789 271	8 308 737
<input type="checkbox"/> b92.net	1 558 016	242 214	49 472 051	13 102 943
<input type="checkbox"/> informer.rs	1 347 128	196 251	27 906 717	9 070 188
<input type="checkbox"/> kupujemprodajem.com	1 306 823	215 577	198 215 883	13 001 026
<input type="checkbox"/> pink.rs	1 199 843	220 513	50 960 837	11 893 453
<input type="checkbox"/> n1info.com	1 102 175	152 325	17 322 323	6 162 493
<input type="checkbox"/> rts.rs	1 073 312	89 236	8 934 965	3 632 368
<input type="checkbox"/> republika.rs	1 060 776	97 166	6 058 972	3 726 319
<input type="checkbox"/> pulsonline.rs	1 030 698	116 148	7 333 528	4 614 427

Gamius Audience

Tabela 2.

Node	↓ Real users	Average daily real users	Page views	Visits	Time
<input checked="" type="checkbox"/> lepaisreca.rs	728 063	48 886	3 749 082	1 572 347	6y 108d
<input type="checkbox"/> ana.rs	723 892	55 469	8 589 190	2 239 970	20y 276d
<input type="checkbox"/> ddl.rs	662 127	63 484	4 093 192	2 365 188	2y 328d
<input type="checkbox"/> politika.rs	639 732	46 315	4 557 037	1 693 471	16y 347d
<input type="checkbox"/> navidik.rs	607 846	32 066	2 899 093	1 516 064	47y 157d
<input type="checkbox"/> nedejnik.rs	589 508	45 697	2 164 018	1 498 119	6y 279d
<input type="checkbox"/> 021.rs	570 072	51 661	5 987 599	2 144 113	13y 184d
<input type="checkbox"/> yumama.com	483 634	25 222	1 835 137	1 078 951	4y 272d
<input type="checkbox"/> direktno.rs	469 532	35 912	1 635 879	1 137 457	4y 258d
<input type="checkbox"/> clip.rs	458 841	26 726	1 418 033	743 379	3y 19d
<input type="checkbox"/> hellomagazin.rs	391 015	26 971	2 399 165	1 378 473	5y 117d
<input type="checkbox"/> sportske.net	384 406	58 383	8 573 998	2 983 879	14y 12d
<input type="checkbox"/> nekretnine.rs	369 353	20 794	5 988 848	874 885	8y 96d
<input type="checkbox"/> mojauto.rs	365 092	26 878	22 787 794	1 116 323	9y 219d
<input type="checkbox"/> opusteno.rs	365 033	20 235	1 564 492	687 882	5y 119d
<input type="checkbox"/> story.rs	345 371	16 548	1 975 785	941 688	3y 68d
<input type="checkbox"/> sportklub.rs	309 417	39 742	3 536 505	1 741 619	7y 104d
<input type="checkbox"/> citymagazine.rs	295 614	15 636	581 593	504 458	1y 202d
<input checked="" type="checkbox"/> mogujatosama.rs	295 412	15 241	913 602	605 596	2y 63d

Gamius Audience

⁵³ Izvor: Gamius Audience RS: 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019. Preuzeto sa <https://rating.gamius.com/rs/tree/32>

Prilog 7 – Posećenost srpskih onlajn-izdavača⁵⁴

Tabela 1. 1. 9. 2017 – 31. 9. 2017.

Node	Real users	Page views	Visits	Time
Internet	3 899 385 ▲	1 191 444 471 ▲	257 019 803 ▲	2885y 253d ▲
+ Ringier Axel Springer	2 987 535 ▲	242 325 272 ▲	59 044 096 ▲	537y 357d ▲
+ Adria Media Group	2 381 706 ▲	178 712 505 ▲	43 347 812 ▲	763y 73d ▲
+ Infostud	1 307 738 ▼	101 460 148 ▲	8 109 931 ▲	166y 35d ▲
+ B92	1 273 134 ▼	51 428 264 ▼	12 971 865 ▲	163y 174d ▲
novosti.rs	1 225 991 ▲	15 755 287 ▲	6 499 900 ▲	35y 19d ▲
kupujemprodajem.com	1 223 374 ▲	177 426 753 ▲	11 511 801 ▲	253y 237d ▲
mondo.rs	1 113 974 ▲	28 322 745 ▼	6 946 545 ▼	54y 292d ▼
srbijadanas.com	1 038 752 ▼	20 734 133 ▼	8 015 309 ▼	71y 227d ▲
alo.rs	986 140 ▲	32 982 872 ▲	9 839 499 ▲	81y 290d ▲
halooglas.com	879 290 ▲	22 511 210 ▲	2 821 769 ▲	41y 20d ▲
+ LimundoGrad	832 938 ▲	79 438 338 ▲	5 517 191 ▲	96y 20d ▲
rts.rs	821 276 ▲	9 796 228 ▲	3 273 485 ▲	20y 317d ▲
naslovi.net	818 435 ▲	14 893 943 ▼	4 450 410 ▲	27y 231d ▲
planplus.rs	788 684 ▲	3 520 650 ▲	1 594 996 ▲	6y 288d ▲
navidikurs	777 393 ▲	4 713 612 ▼	2 150 772 ▲	10y 79d ▼
coolinarika.com	738 984 ▲	7 606 852 ▲	2 239 187 ▲	34y 36d ▲
n1info.com	729 784 ▲	9 260 791 ▲	3 446 639 ▲	39y 156d ▲
pink.rs	618 745 ▲	8 173 388 ▲	3 247 334 ▲	24y 186d ▲
+ Color Press Group	598 373 ▲	6 891 430 ▲	2 704 929 ▲	10y 325d ▲
bktvnews.com	565 135 ▲	6 218 542 ▲	3 836 620 ▲	19y 177d ▲

Gamius Audience

Tabela 2. 1. 12. 2019 – 31. 12. 2019.

Node	Real users	Page views	Visits	Time
Internet	3 672 043 ▲	1 346 855 387 ▲	375 584 600 ▲	2688y 214d ▲
+ Adria Media Group	3 077 392 ▲	287 866 508 ▲	92 825 698 ▲	637y 162d ▲
+ Ringier Axel Springer	2 956 979 ▲	208 116 847 ▲	67 282 658 ▲	408y 279d ▲
+ Telegraf	2 395 864 ▲	43 332 489 ▲	21 700 721 ▲	105y 194d ▲
+ Srbijadanas	2 214 697 ▲	71 233 942 ▲	26 015 261 ▲	136y 314d ▲
novosti.rs	2 182 091 ▲	32 559 927 ▲	14 997 653 ▲	77y 12d ▲
alo.rs	2 079 913 ▲	78 776 888 ▲	27 586 559 ▲	182y 29d ▲
+ Antena Grupa	1 932 817 ▲	56 795 891 ▲	16 617 669 ▲	137y 43d ▲
+ Insajder tim	1 351 181 ▲	28 201 853 ▲	9 237 710 ▲	70y 103d ▲
+ Kupujemprodajem	1 306 823 ▲	198 215 883 ▲	13 001 026 ▲	225y 18d ▲
pink.rs	1 199 843 ▲	50 960 837 ▲	11 893 453 ▲	91y 16d ▲
+ Infostud	1 169 032 ▼	112 770 714 ▲	9 855 488 ▲	182y 311d ▼
+ N1info	1 102 175 ▲	17 322 323 ▲	6 162 493 ▲	58y 228d ▲
+ RTS	1 073 312 ▲	8 934 965 ▲	3 632 368 ▲	24y 140d ▲
republika.rs	1 060 776 ▲	6 058 972 ▲	3 726 319 ▲	15y 221d ▲
naslovi.net	914 236 ▲	13 697 377 ▲	3 852 809 ▲	17y 156d ▼
planplus.rs	889 085 ▲	3 630 107 ▲	1 774 979 ▲	13y 28d ▲
coolinarika.com	808 573 ▲	6 377 770 ▲	2 428 141 ▲	15y 47d ▲
+ Color Press Group	777 888 ▼	6 198 925 ▼	3 276 158 ▼	11y 209d ▼
+ Politika novine i magazin	749 283 ▲	7 515 627 ▲	2 738 937 ▲	22y 167d ▲
ddl.rs	662 127 ▲	4 093 192 ▲	2 365 188 ▲	2y 328d ▼
navidikurs	607 846 ▲	2 899 093 ▲	1 516 064 ▲	47y 157d ▲
nedeljnik.rs	589 508 ▲	2 164 018 ▲	1 498 119 ▲	6y 279d ▲
021.rs	570 072 ▲	5 987 599 ▼	2 144 113 ▲	13y 184d ▲

Gamius Audience

⁵⁴ Izvor: Gamius Audience RS, publishers, <https://rating.gamius.com/rs/tree/31>

Prilog 8 – Najposećeniji sajtovi u Srbiji 15. 2. 2020.

	Site	Daily Time on Site [Ⓜ]	Daily Pageviews per Visitor [Ⓜ]	% of Traffic From Search [Ⓜ]	Total Sites Linking In [Ⓜ]
1	Google.com	12:15	14.59	0.40%	2,190,352
2	Youtube.com	12:01	6.82	16.70%	1,684,615
3	Facebook.com	17:30	7.83	8.20%	3,939,328
4	Google.rs	4:19	7.00	4.50%	2,298
5	Blic.rs	6:20	3.58	20.40%	2,227
6	Wikipedia.org	3:55	2.96	71.40%	1,302,039
7	Kurir.rs	8:19	4.27	19.60%	779
8	Kupujemprodajem.com	10:50	10.60	21.00%	238
9	Livejasmin.com	2:12	1.49	5.60%	19,318
10	Aliexpress.com	11:37	8.86	13.60%	29,957
11	Yahoo.com	4:30	4.33	7.60%	461,186
12	892.net	6:58	3.42	9.00%	2,970
13	Bongacams.com	3:03	1.71	9.10%	112,358
14	Gjirafa.com	9:23	7.60	11.50%	1,867
15	imdb.com	3:31	4.52	46.70%	206,164
16	Polovniautomobila.com	15:01	9.28	28.70%	190
17	Instagram.com	7:08	6.93	14.40%	1,153,697
18	Ala.rs	5:11	3.24	20.20%	572
19	Gazetaexpress.com	7:52	5.31	7.60%	2,587
20	Live.com	4:53	5.01	12.80%	40,600

Alexa.com⁵⁵

⁵⁵ Izvor: Alexa.com: <https://www.alexacom/topsites/countries/RS>

Prilog 9 – Ekserpt vesti „TRAŽI SE VUČIĆEV NASLEDNIK Evo kakva ličnost treba da bude novi premijer“ (Latković, 4. 3. 2017)⁵⁶

TRAŽI SE VUČIĆEV NASLEDNIK Evo kakva ličnost treba da bude novi premijer

Nezavisni Latković - 04.03.2017, 07:30 • 08:02 **Komentari:** 0 **Like:** 46 **Like** **Like**



FOTO: VEJNA LALIĆ / RAS SRBIJA

Srbija će u aprilu promeniti direktnu političku figuru u državi: predsednika i premijera. I dok ne Andrićevom vensu prvi vice Aleksandra Vučića, o njegovom nasledniku u Vremenoj 17 se sada sa samo spekulacijama. Izvorno je samo da se to biti osoba od najvećeg Vučićevog poverenja.



FOTO: OLIVER ŠUNIĆ / RAS SRBIJA

Ko će saati u fotelju premijera, predložio da biti poznate neki politički naslednici: od samog Vučića, koji će nesumnjivo odlučiti o svom nasledniku, do sada samo jedino šul da se to biti "neko sa kim on može da radi".

- O tome da biti reči tak kad se izbori završe. Ne šalim o tome ni da razmišljem. Teško je borbe pred nama: izabralo je aktuelni premijer i kandidati za predsednika izabere čuče.
- Ipak, njegovo odlog je odluka o budućem premijeru nije sprečio javnosti izjaviti da o tome uvek zadržavaju. "To su veći odgovori Vučićevog predsedništva kandidature, ne manju predsedništva Vlade prvi vice Vlade novog Milica Đukićevića, što bi trebalo da bude sinonim za nekog ko radi, ali i ne odlučuje.

"Agilan i vredan, da zna da napuniti budžet"

A kakav će zadatak imati poabinozivi premijer? Pitati smo to i kandidata koje medij: Vite na toj poziciji.



FOTO: D. ŠUNIĆ / RAS SRBIJA

Ana Brnabić

Ministerstva za državnu upravu i lokalnu samoupravu Ana Brnabić kaže se "šalio" da ona nema nikakav uticaj na tu odluku, ali nada se da bi novi predsednik Vlade trebalo da bude energična, stručna i kompetentna osoba koja može da obezbedi kontinuitet u radu Vlade i efikasno ispunjenje poslovnih ciljeva.

- Ponovila da novi premijer treba da bude agilna i vredna osoba, ustvora u rešavanje što se sa osoba predsedništva predsedništva Vlade koje ona svoje kandidaturu, izuzetno energična i kompetentna. Nije imati značajnu volju da prevodi tim i celata je veština da bude timski igrač. Dodano malim da je veština da rezuma problemima i potreba običnih ljudi i da ima kapaciteti volju da rešava problemima i menja stvari: nekad Brnabićeva.



FOTO: N. MIHAJLOVIĆ / RAS SRBIJA

Zorana Mihajlović

Šiljina je mišljenje i potpredsednica Vlade Zorana Mihajlović. Ona kaže da buduć premijer treba da bude osoba koja uz stručni, energični i volju da se nastavi: kao put koji je Vlade započela.

- On da morati da se brine o političkoj stabilnosti zemlje: da budžet bude pun. Treba da nastavi u igrici u integritetu, i da bude svesnan da džambol politika, da se borbi da Srbija uđe u prvih 20 zemalja na svijetu: da se borbi da Srbija uđe u prvih 20 zemalja na svijetu. Na trećim mnogo, zar ne? kaže Mihajlovićeva za "Blic".



FOTO: OLIVER ŠUNIĆ / RAS SRBIJA

Umetnik **Imamo lišaj zlatov**

Koliko bi naselena?

Simetrian **Ona je**

Slobodna vreme

ZAHVALNIJE STIGLO U SRBIJU U Londonu 19, na Palacu 7. septem, u Beogradu pobjedivši od

MILKINE ISPOVESTI IZ TESTANE Trojica muzičarica su me animirale, nekog loge su

Jedan detalj u je odno: Vite je u SRBIJA USTALICA pomogla da se pignar: oči su

Temperature na ZA 24 SUTA RASLI I 2 STEPENI, u sredi nepravilni, mračniji, nepravilni, na ne

Oni su

SLIKE SA VIDRA SU ORGANIZIRANO MESTO IM JE U MIJEZU Prvo pila: postalo jeanu potuku? Ne MUP steno: taču na priču o volje? Ili na sat na našim autoplozima, ovo je N. MIHOVA.

Koliko smo SUDICI PREMA SRPSTVENJU ĐKI: Trepatno: naobrazanje: seamika

Naš (šam) je SADA

SLIKE KAKOVE ČINA ODRA NE PAMTI Dama

DVD JE USVOJENI SA BRESKA PITA SA

DATALIJA PLAVISA BURCOVALA DROGU Pate

Jena ima 21 godinu i zaraduje 4.500 EVRA

Pre 10 godinu u centru, Beograda, NA

BAKICE by Aleksandra

Dijanas i Dija D kašice? Anine jednim gasion: Odustim im pasov:

Oneni: hromatop: Vage spavite se: za koje vesti:

Ima dak: amonirale: oni put: sače: našim: sa: šred: jam - i

Spilop: Ste: Čim: prodavati: koje je: na: na: strigla

Novo bit: zamjenke: to: bi: rekao: da: ga: obine: može: bilo: ga

⁵⁶ <https://www.blic.rs/vesti/politika/trazi-se-vucicev-naslednik-evo-kakva-licnost-treba-da-bude-novi-premijer/3qp0gt4>

Prilog 10 – Ekserpt vesti „PREMIJER NEĆE BITI IZ SNS Ko je u igri za novog predsednika Vlade?“ (Jevtić, 5. 4. 2017)⁵⁷

PREMIJER NEĆE BITI IZ SNS Ko je u igri za novog predsednika Vlade?

2. Jevtić · 05.04.2017. 21:07 · **Komentaraci: 0** · **Like: 19** · **Share** · **Tisnj!**



FOTO: T. VALIĆ / TANJUG

Novi premijer gotovo izvesno neće biti iz SNS, a na funkciji bi mogao da ostane godinu dana jer se, uz beogradske, mogu očekivati i parlamentarni izbori.



FOTO: T. VALIĆ / TANJUG

Trenutno najizgledniji funkcioneri za mesto premijera su lider SPS Ivica Dačić i ministarka za lokalnu samoupravu i državnu upravu Ana Brnabić. Tako da bi i ministri u Vladi, ukoliko bi sada polagali uloge u kladionice, neizostavni momenat političkog života Srbije, najveće kvote dali Dačiću, i to ako se Vučić odluči za stranačku ličnost na mestu premijera, i Brnabićevoj ako bi izbor bio nestranačka ličnost.

Slobodno vreme



"Kralj Lazar ima želju da pije vino iz LOBANJE sultana": "Turci dolaze: Mač pravde", film koji vam se SIGURNO NEĆE DOPASTI



Ova žena je proreka Kenedijevu SMRT i kada će biti kraj Drugog svetskog rata, a za ovu godinu je predvidela PROPAST SVETA



Neverovatni popusti! Set od 12 posuda za manje 50 evra!



Blic.rs

⁵⁷ <https://www.blic.rs/vesti/politika/premijer-nece-biti-iz-sns-ko-je-u-igri-za-novog-predsednika-vlade/h64w365>

Prilog 11 – Ekserpt vesti „ISTRAŽUJEMO Da li je Srbija spremna za PREMIJERKU?“
(Luković, 4. 6. 2017)⁵⁸

BLIC > VESTI > POLITIKA

ISTRAŽUJEMO Da li je Srbija spremna za PREMIJERKU?

Danijela Luković · 04.06.2017. 21:04

Komentara: 0

Like 17

Share

Tvrtky

Rectangular Snip



Velika Britanija, Škotska, Ukrajina, Indija, Nemačka, Hrvatska... Da li je Srbija spremna da se nađe u ovom društvu i dobije prvu ženu premijera?



Udarno okretna/čekić bušilica 32 mm, Straus® 1100W sa SDS glavom i opremom

WebShop Zmaj®

Kupite odmah

Slobodno vreme



PAKUJTE ZIMSKE JAKNE Nova prognoza RHMZ za narednih 30 dana pokazuje da više neće biti NI

Blic rs.

⁵⁸ <https://www.blic.rs/vesti/politika/istrazujemo-da-li-je-srbija-spremna-za-premierku/f4d2ve1>

Prilog 12 – Ekserpt vesti Ana Brnabić mandatar za sastav nove Vlade Srbije (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017)⁵⁹

BLIC > VESTI > POLITIKA

Ana Brnabić mandatar za sastav nove Vlade Srbije

Blic, Tanjug · 15.06.2017, 10:00 · 2002 · **Komentari: 0** · **Like: 1** · **Share** · **Tuury!**





FOTO: V. LALIĆ / RAS SRBIJA

Mandatar za sastav nove Vlade Srbije je Ana Brnabić, saopštio je danas predsednik Srbije Aleksandar Vučić.




Ana Brnabić


FOTO: O. BUNIĆ / RAS SRBIJA

Vučić je rekao da nije bilo lako doneti tu odluku, te da to nije poraz za SNS,


Slobodno vreme




ZAHLAĐENJE STIGLO U SRBIJU U Loznici 19, na Paliću 7 stepeni, u Beogradu pljuskovi od 14.30, negde će biti i VEJAVICE



Jedan detalj ju je odgo: Kako je RUMUNSKA CISTACICA pomogla da se organizuje pljačka 60 MILIONA DOLARA vrednog nakita




Temperatura će ZA 24 SATA PASTI 15 STEPENI, u sredu naranđasti meteoalarm, najavljeno do 20 CM SNEGA uz olujni vetar



MUCNE ISPOVESTI IZ TERETANE "Trojica muškaraca su me snimala, nakon toga su upali u kupatilo": Devojke progovorile o TABU TEMI

Društvo



Blic.rs.

⁵⁹ <https://www.blic.rs/vesti/politika/ana-brnabic-mandatar-za-sastav-nove-vlade-srbije/z0826h3>

Prilog 13 – Ekserpt vesti „PRVA ŽENA PREMIJER U SRBIJI Biografija Ane Brnabić, od deljenja flajera do mandatarata“ (Blic & Tanjug, 15. 6. 2017a)⁶⁰

BLIC > VESTI > POLITIKA

PRVA ŽENA PREMIJER U SRBIJI Biografija Ane Brnabić, od deljenja flajera do mandatarata

Blic, Tanjug · 15.06.2017. 18:11 > 07:58 · **Komentara: 0** Like 0 Share Tamyj



Ana Brnabić je dobila mandat za sastav nove Vlade Srbije i do 23. juna trebalo bi da bude izabrana za premijera Srbije. Ona će biti prva žena na funkciji predsednika Vlade Srbije u istoriji.

AD

1	India Visa Application
2	Top 5 Medicare Plans of 2020
3	Best SUVs to Buy
4	Ford F-150 Pickup Truck Price

Slobodno vreme



ZAHLAĐENJE STIGLO U SRBIJU U Loznici 19, na Paliću 7 stepeni, u Beogradu pljuskovi od 14.30, negde će biti i VEJAVICE

Blic.rs.

⁶⁰

<https://www.blic.rs/vesti/politika/prva-zena-premijer-u-srbiji-biografija-ane-brnabic-od-deljenja-flajera-do-mandatarata/5nvqzyx>

**Prilog 14 – Ekserpt vesti „ANA BRNABIĆ: Nisam pričala s Vučićem o mestu premijera“
(Kurir, Beta, RTS, 01. 6. 2017)⁶¹**



NOVA VLADA TREBA DA BUDE FORMIRANA ZA 30 DANA

ANA BRNABIĆ: Nisam pričala s Vučićem o mestu premijera

POLITIKA
01.06.2017. 10:07h

BEOGRAD - Ministarka za državnu upravu i lokalnu samoppravu Srbije Ana Brnabić izjavila je danas da sa novim predsednikom Republike, Aleksandrom Vučićem nije razgovarala o mestu premijera.

"Moguće da sam ja u ovom trenutku u igri kao jedno od imena, ali žene su ovoj vladi pokazale koliko su spremne da vode svoje resore i vladu", rekla je Brnabić.

NAJNOVIJE NAJČITANIJE REAKCIJE

- 15:49 UŽIVO, VIDEO: Zvezda - Dunajska Streda 2:0, Ben i Jovančić za ubedljivo vodstvo crveno-belih po NEVREMENU
- 15:44 OVO JE PLAN ZA TREĆI SVETSKI RAT: Ovako bi NATO odgovorio na napad sa istoka, i to sve bez upotrebe nuklearnog oružja!
- 15:43 FEDERER PRVI PUT NASTUPA U ZEMLJI GDE MU JE ROĐENA MAJKA: Rodžer odlučio da odigra meč protiv Nadala u čast Linet
- 15:42 HRANA I LEKOVI NIKAKO NE IDU ZAJEDNO! Pazite kako ih kombinujete, ovo su posledice!
- 15:41 TUZLAK TRAŽIO POSAO, NIKO NIJE HTEO DA MU PONUDI SEM NIŠLIJE: I sad hoćete da ratujete? E, pa je...e se bez mene!

SVE NAJNOVIJE VESTI

VIC DANA

Zaustavio saobraćajac plavušu: - Gospođice, moram da vam naplatim 1.000 dinara zbog neispravnog fara. Plavuša: - Jao, baš ste zlatni, u servisu su hteli da mi naplate 4.000!

Kurir.rs.

⁶¹ <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2857393/ana-brnabic-nisam-pricala-s-vucicem-o-mestu-premijera>

Prilog 15 – Ekserpt vesti „(FOTO) ANA BRNABIĆ PREMIJERKA SRBIJE (KURIR TV): Vučić joj poverio mandat za predsednika Vlade!“ (Kurir.rs, 15. 6. 2017) ⁶²

15. PO REDU MANDATAR

(FOTO) ANA BRNABIĆ PREMIJERKA SRBIJE (KURIR TV): Vučić joj poverio mandat za predsednika Vlade!

POLITIKA
15.06.2017. 17:59h

1 / 12 FOTO: DRAGANA LIDOVIČIĆ

NAJNOVIJE **NAJČITANIJE** **REAKCIJE**

19:04 **SRBIJA DO TOKIJA!** Poslušajte kako Japanci pevaju srpske pesme (VIDEO)

19:04 **UŽIVO! PAO PADA U ARENI:** Zvezda - Panatinaikos 2:6, crveno-beli ruše Atinjane na krilima pobeđe u većitom derbiju

18:58 **PARIŽANI OVDE PICU NEĆE KUPOVATI:** Turisti u jednoj pekari u vitrini sa pecivima zatekli nezvanog gosta! (VIDEO)

18:55 **IMAO 405 KG, LEKARI MU GOVORILI DA NEĆE DOČEKATI 30!** U invalidsku penziju je otišao sa 25 GODINA, a onda se desilo OVO!

18:48 **DŽIN U ARENI:** Legenda NBA lige Jao Ming na utakmici Zvezde i Panatinaikosa! NEOČEKIVAN GOST u Beogradu! VIDEO

SVE NAJNOVIJE VESTI

VIC DANA

Zaustavio saobraćajac plavušu: - Gospodiče, moram da vam naplatim 1.000 dinara zbog neispravnog fara. Plavuša: - Jao, baš ste zlatni, u servisu su hteli da mi naplate 4.000!

ESPRESO

POLEMIKA
DIREKTOR OBAVEŠTAJNE SLUŽBE JE TREĆA GODINA FAKULTETI! Ispitiva stroga tajna, javnost u šoku!

CRNA GORA
VLADIKI ATANASIJE OPTUŽIO IRINEJA ZA STRAŠNU STVAR: Ispitivati detalji OVOG SLUČAJA!

ZVEZDE
DA LI MOŽDA VI ZNAJE NEŠTO TUGA U DOMU DARE BUBAMARE! Očajna pevačica NE ZNA ŠTA JE SNAŠLO! NESTAO je njoj neko jako drag - MOLI ZA POMOĆ

DRUŠTVO
VREMENSKA PROGNOZA LJUTRU NA S OČEKUJE LEDARA, A ONDA HAOŠ: Ovo je detaljna prognoza za narednih 7 dana! NEĆE VAM SE SVIDETI!

PAŽAH I ONI?
RIKTI UFI IKI FSTRADNI RATI DUF

Kurir.rs.

⁶² <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2864939/kurir-tv-uzivo-vucic-saopstava-ime-premijera-ovo-su-najuzi-kandidati-za-predsednika-vlade-srbije>

Prilog 16 – Ekserpt vesti „ROĐENA BEOGRADANKA, EKSPERT ZA MARKETING: Ko je Ana Brnabić, prva žena na čelu srpske Vlade!“ (Kurir.rs, 15. 6. 2017a)⁶³



ONA ČE ŠEFOVATI NEMANJINOM 11

ROĐENA BEOGRADANKA, EKSPERT ZA MARKETING: Ko je Ana Brnabić, prva žena na čelu srpske Vlade!

POLITIKA
15.06.2017. 18:02h

* Rođena 28. septembra 1975. u Beogradu

* Posle Pete beogradske gimnazije 1994. odlazi na američki Univerzitet Northwood i tamo tokom 1998. završava studije poslovne administracije, a zatim na engleskom Hull univerzitetu završava master studije i stiče MBA diplomu iz marketinga

* Govori engleski i ruski jezik

NAJNOVIJE **NAJČITANIJE** **REAKCIJE**

- 22:43 **CRNO-BELI PROŠLI U TOP 8:** Evo ko su mogući protivnici Partizana u četvrtfinalu Evrokupa
- 22:36 **TUŽILA GA ZA SILOVANJE, ON JOJ SE SMEJAO U SUDNICI!** Opisala Vajnstinove INTIMNE DELOVE, od detalja će vam biti MUKA!
- 22:35 **KAKVA ŠOPIĆEVA, ANA KORAČ JE JANJUŠEV TIP?!** Oglasio se kum proslavljenog košarkaša: A evo šta mu je sa ŽENOM!
- 22:35 **MNOGO BUKE NI OKO ČEGA! SENAT ODLUČIO:** Tramp nije kriv, oslobođen svih optužbi
- 22:32 **VOZAČIMA SE SAVETUJE OPREZNA VOŽNJA:** Očekuje se novih pet do deset centimetara snega

SVE NAJNOVIJE VESTI

VIC DANA

Kaže Fata Mujti: - Danas nam je naš sin rekao da sam kučka! A Mujo će: - Ah, taj kučkin sin.

ESPRESSO

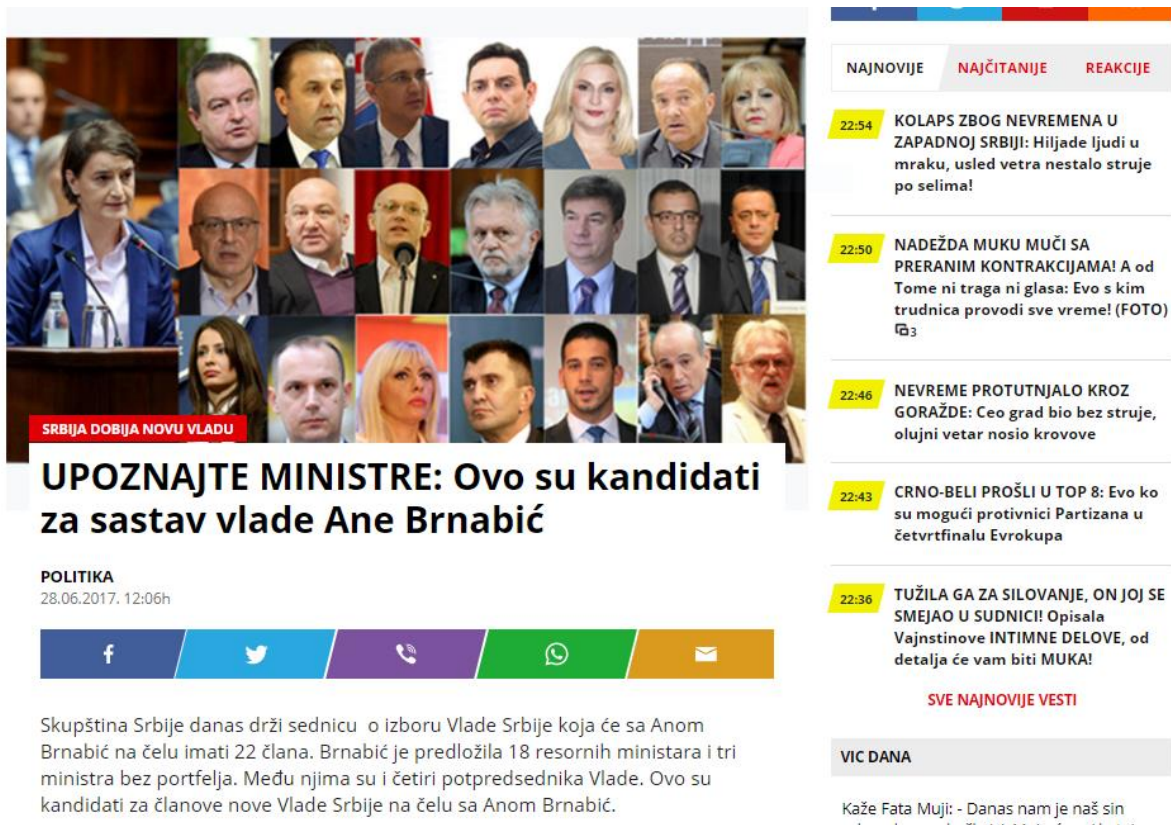
TOTALNI ŠOK
ŠTA ĆE REĆI ACA LUKAS NAKON OVE FOTKE? Sonja našla NOVOG DEČKA, a onda i ONA! Stavio joj ruku OVDE!

ZVEZDE

Kurir.rs

⁶³ <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2864945/ovo-je-biografija-nove-premierke-ana-brnabic-prva-zena-na-celu-vlade-srbije-u-istoriji>

Prilog 17 – Ekserpt vesti „UPOZNAJTE MINISTRE: Ovo su kandidati za sastav vlade Ane Brnabić“ (Kurir.rs, 28. 6. 2017)⁶⁴



SRBIJA DOBIJA NOVU VLADU

UPOZNAJTE MINISTRE: Ovo su kandidati za sastav vlade Ane Brnabić

POLITIKA
28.06.2017. 12:06h

Skupština Srbije danas drži sednicu o izboru Vlade Srbije koja će sa Anom Brnabić na čelu imati 22 člana. Brnabić je predložila 18 resornih ministara i tri ministra bez portfelja. Među njima su i četiri potpredsednika Vlade. Ovo su kandidati za članove nove Vlade Srbije na čelu sa Anom Brnabić.

NAJNOVIJE **NAJČITANIJE** **REAKCIJE**

- 22:54 **KOLAPS ZBOG NEVREMENA U ZAPADNOJ SRBIJI:** Hiljade ljudi u mraku, usled vetra nestalo struje po selima!
- 22:50 **NADEŽDA MUKU MUČI SA PRERANIM KONTRAKCIJAMA!** A od Tome ni traga ni glasa: Evo s kim trudnica provodi sve vreme! (FOTO)
- 22:46 **NEVREME PROTUTNJALO KROZ GORAŽDE:** Ceo grad bio bez struje, olujni vetar nosio krovove
- 22:43 **CRNO-BELI PROŠLI U TOP 8:** Evo ko su mogući protivnici Partizana u četvrtfinalu Evrokupa
- 22:36 **TUŽILA GA ZA SILOVANJE, ON JOJ SE SMEJAO U SUDNICI!** Opisala Vajnstinove INTIMNE DELOVE, od detalja će vam biti MUKA!

SVE NAJNOVIJE VESTI

VIC DANA

Kaže Fata Muji: - Danas nam je naš sin

Kurir.rs

⁶⁴ <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2871283/upoznajte-ministre-ovo-su-kandidati-za-sastav-vlade-ane-brnabic>

Prilog 18 – Ekserpt vesti „PREMIJERKA I MINISTRI POLOŽILI ZAKLETVU Ana Brnabić: Je l' se video Vučić od mene kad smo se slikali“ (Kurir.rs, 28. 6. 2017a)⁶⁵

PREMIJERKA I MINISTRI POLOŽILI ZAKLETVU Ana Brnabić: Je l' se video Vučić od mene kad smo se slikali

POLITIKA
29.06.2017. 20:27h

BEOGRAD - Premijerka Ana Brnabić i članovi njenog kabineta večeras su pred parlamentom svečano položili zakletvu čime je počeo da teče mandat nove Vlade Srbije.

ESPRESO

- HOMOFOB**
PALMA U BEČU NAPRAVIO SKANDAL: Zbog dva muškarca koji se drže za ruke, naerod ulice lepao opšti haos! (VIDEO)
- DIVA**
ZORANNAH I BAKA PRASE U LJUBAVNOJ ROMANSI? Blogerka komentarisala jutjuberu fotku, pa ih OVAJ DETALJ ODAOI! (FOTO)
- OTVORENO**
OŠTRE REČI NOVAKA ĐOKOVIĆA: Zapušilo je usta svima odgovorom na pitanje da li ga mrze ZATO ŠTO JE SRBINI!
- PRILIKAO SVE**
SRBIJA HOĆE DA VRATI CRNU GORU U SREDNJI VEKI! Mito je posle ove izjave dodao nešto o čemu bruje i Srbija i CG!

Kurir.rs

⁶⁵ <https://www.kurir.rs/vesti/politika/2872271/premierka-i-ministri-polozili-zakletvu-poceo-mandat-vlade-koju-ce-voditi-ana-brnabicpremierka-i-ministri-polozili-zakletvu-ana-brnabic-je-l-se-video-vucic-od-mene-kad-smo-se-slikali>

Prilog 19 – Ekserpti vesti povodom izjave: „Svake godine nas je 35.000 manje“

Primer 1.



The screenshot shows a news article on the Kurir.rs website. The main headline is "ALARMANTNO: Svake godine nas je 35.000 manje" (ALARMING: Every year we are 35,000 fewer). The sub-headline is "DRUŠTVO" (SOCIETY) and the date is "21.08.2017. 09:10h". The article text states that the Minister of Health, Slaviša Đukić Dejanović, has announced that the population of Serbia is decreasing by 35,000 people each year. She mentioned that this is due to migration and that the government should take measures to support families and encourage the birth of children. She also noted that 130 million people have never returned to their home countries, and that 15 local authorities are struggling with high birth rates.

On the right side of the screenshot, there is a sidebar with social media sharing options (Facebook, Twitter, YouTube, RSS) and a list of other news items under the heading "NAJNOVIJE" (LATEST). The items include: "NAJRAZVIJENIJE DRŽAVE KORISTE MODEL KAKAV I KURIR PREDLAŽE: U Americi i Britaniji građani gledaju sve kanale koje žele!", "PROFESOR RADE VELJANOVSKI: Kanali se ne isključuju dok traju pregovori! Građanima je oduzeto pravo da gledaju šta hoće", "OD NJEGA JE SVE POČELO! Čovek od koga se piše istorija KK Crvena zvezda! FOTO", "KURIR U PRVOM SRPSKOM KARANTINU: 20 rudara zbog smrtonosnog koronavirusa IZOLOVANI NA SPECIJALNOJ LOKACIJI u Boru!", "GROBARI POŽURITE, U ARENI ĆE BITI LUDI! Evo koliko je ulaznica ostalo za meč Partizana i Budućnosti!", and "SVE NAJNOVIJE VESTI". There is also a "VIC DANA" (DAILY QUOTE) section with the text: "Kako plavuša kupuje brushalter? - Traži kapicu za bilance!". At the bottom right, there is a red banner for "ESPRESSO" with the text "NEBIBNA KARJERA NIJE ŽELEO NA FAKULTETU A".

Ekserpt vesti „ALARMANTNO: Svake godine nas je 35.000 manje“ (Kurir.rs/Beta/RTS, 21.8.2017)⁶⁶. Kurir.rs

Primer 2.



The screenshot shows a news article on the Blic.rs website. The main headline is "Đukić Dejanović: Svake godine nas je 35.000 manje!". The sub-headline is "DRUŠTVO" (SOCIETY) and the date is "21.08.2017. 10:49". The article text is identical to the one in the first example, stating that the Minister of Health, Slaviša Đukić Dejanović, has announced that the population of Serbia is decreasing by 35,000 people each year. She mentioned that this is due to migration and that the government should take measures to support families and encourage the birth of children. She also noted that 130 million people have never returned to their home countries, and that 15 local authorities are struggling with high birth rates.

On the right side of the screenshot, there is a sidebar with social media sharing options (Facebook, Twitter, YouTube, RSS) and a list of other news items under the heading "SLOBODNO VREME" (FREE TIME). The items include: "Sliko kvadrata vidiš?" (Can you see the squares in the picture?), "Proseka IQ u Srbiji je 89" (Average IQ in Serbia is 89), and "Albanski diktator na granici sa Jugoslavijom napravio GRAD ISPOD GRADA: Tajni projekat o kom niko nije smeo da ZUGNE" (Albanian dictator on the border with Yugoslavia built a town under the town: Secret project about which no one was allowed to speak).

Ekserpt vesti „Đukić Dejanović: Svake godine nas je 35.000 manje!“ (Beta, 21. 8. 2017)⁶⁷. Blic.rs

⁶⁶ <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2898411/alarmantno-svake-godine-nas-je-35000-manje>

⁶⁷ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/djukic-dejanovic-svake-godine-nas-je-35000-manje/rqgq1gz>

Prilog 20 – Ekserpti vesti o istraživanjima o državnim merama za podizanje nataliteta

Primer 1.

Blic > VESTI > DRUŠTVO

Pitali smo građane Srbije šta treba da se desi da bi PRAVILI VIŠE DECE, a dobili smo OVE ODGOVORE

Zorica Lazarević · 30.07.2017, 07:49 Komentari: 0 Like: 0 Share Tweet



SRBI SE SVE MANJE ODLUČUJU DA PROŠIRE PORODICU, A KAKO JE POKAZALA Blicova anketa u kojoj je učestvovalo oko 3.000 ljudi, 51 odsto ispitanika navodi da su finansije najveći krivac za to. Natalitet iz godine u godinu pada, a da bi se to zaustavilo ispitanici očekuju da država olakša podizanje dece kroz razna davanja i privilegije.

Albanski diktator na granici sa Jugoslavijom napravio GRAD ISPOD GRADA: Tajni projekat o kom niko nije smeo da ZUCNE

Ekserpt vesti „Pitali smo građane Srbije šta treba da se desi da bi PRAVILI VIŠE DECE, a dobili smo OVE ODGOVORE“ (Lazarević, 30. 7. 2017)⁶⁸. Blic.rs

Primer 2.

Blic > VESTI > DRUŠTVO

Šta bi država trebalo da uradi da bi NAS BILO VIŠE?

Blic · 27.07.2017, 16:21 Komentari: 0 Like: 4 Share Tweet



Zaustavljanje pada nataliteta i podsticanje rađanja jedno je od nacionalnih pitanja, možda najvažnije za zemlju, stav je ministarke Slavice Đukić Dejanović. Da se vi pitate, šta bi to država trebalo da preduzme da bi nas bilo više?

Zbog čega odlazete ili ste odustali od proširenja porodice?

Čekam da nađem siguran posao	499
Nisam siguran da ću zadržati postojeći posao	274
Nisam siguran da ću moći da obezbedim pristojan život porodici, potrebno je mnogo novca za to	1346

Albanski diktator na granici sa Jugoslavijom napravio GRAD ISPOD GRADA: Tajni projekat o kom niko nije smeo da ZUCNE

"GOSPODU SE POMOLIMO!" Traktor je prošao generalku, ali je vlasnik hteo dodatno da se osigura

Ekserpt vesti „Šta bi država trebalo da uradi da bi NAS BILO VIŠE?“ (Blic, 27. 7. 2017)⁶⁹. Blic.rs

⁶⁸ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/pitali-smo-gradane-srbije-sta-treba-da-se-desi-da-bi-pravili-vise-dece-a-dobili-smo/f2y2msc>

⁶⁹ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/sta-bi-drzava-trebalo-da-uradi-da-bi-nas-bilo-vise/8b8nfjf>

Prilog 21 – Ekserpti vesti o najavama formiranja Saveta za populacionu politiku

Primer 1.



Kurir.rs⁷⁰

Primer 2.



Kurir.rs⁷¹

Primer 3.



Kurir.rs⁷²

Primer 4.



Blic.rs⁷³

⁷⁰ <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/1474971/vulin-sa-rasevicevom-treba-nam-savet-za-populacionu-politiku>

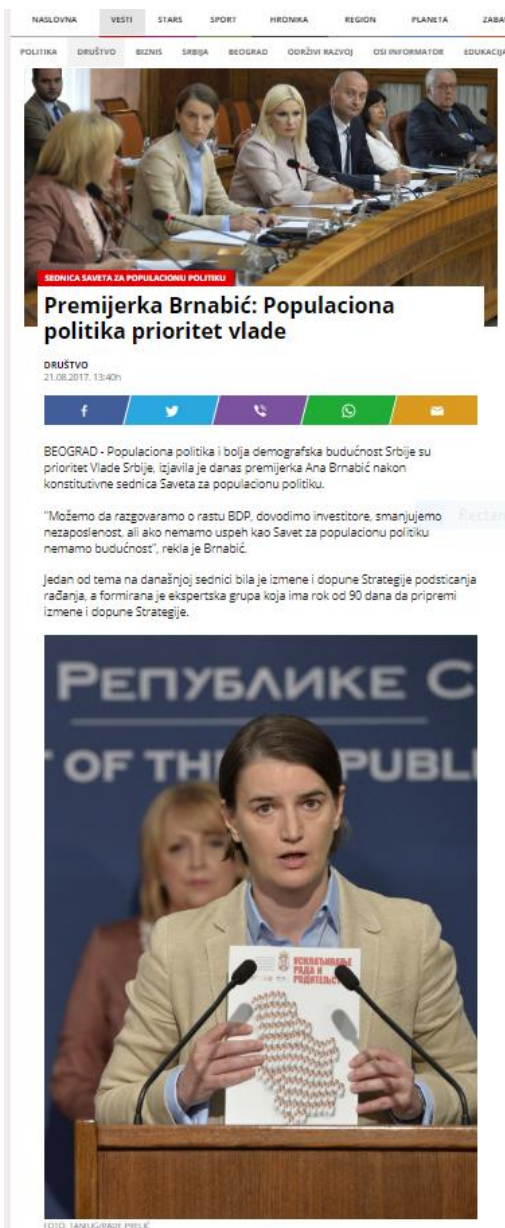
⁷¹ <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2603909/dejanovic-drzava-ne-formira-nikakav-savet-za-smanjenje-abortusa-zene-da-se-upoznaju-sa-posledicama>

⁷² <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2608395/dukic-dejanovic-o-savetu-koji-je-podigao-buru-podsticacemo-radanje-u-srbiji>

⁷³ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/ministarka-mihajlovic-zelimo-da-se-u-srbiji-rada-vise-dece-ali-niko-nece-zabraniti/mrs762y>

Prilog 22 – Ekserpti vesti povodom konstituisanja Saveta za populacionu politiku

Primer 1.



The screenshot shows a news article from Kurir.rs. The main headline is "Premijerka Brnabić: Populaciona politika prioritet vlade". Below the headline, there is a sub-headline "SEDNICA SAVETA ZA POPULACIONU POLITIKU" and a date "21.08.2017. 13:40h". The article text begins with "BEOGRAD - Populaciona politika i bolja demografska budućnost Srbije su prioritet Vlade Srbije, izjavila je danas premijerka Ana Brnabić nakon konstitutivne sednice Saveta za populacionu politiku." It continues with a quote from Brnabić: "Možemo da razgovaramo o rastu BDP, dovodimo investitore, smanjujemo nezaposlenost, ali ako nemamo uspeh kao Savet za populacionu politiku nemamo budućnost", rekla je Brnabić. The article also mentions that one of the topics discussed at the meeting was the change and supplement of the Strategy for Encouraging Births, and that an expert group has been formed to prepare changes and supplements to the Strategy.

Ekserpt vesti „Premijerka Brnabić: Populaciona politika prioritet vlade“ (Kurir.rs/Tanjug, 21. 8. 2017)⁷⁴. Kurir.rs

Primer 2.



The screenshot shows a news article from Blic.rs. The main headline is "Brnabić: Bez uspešnog rada Saveta za populacionu politiku, Srbija nema budućnost". Below the headline, there is a sub-headline "A REPUBLIKE SRBIJE" and "NT OF THE REPUBLIC OF SERBIA". The article text begins with "Ekspertski tim dobio je 90 dana da uradi izmene i dopune Strategije za podsticanje rađanja koja je doneta 2008. godine, a u toku je i rad na tekstu Zakona o finansiranju porodice koji bi trebalo da bude usvojen naredne godine, rečeno je danas na konferenciji za novinare nakon konstitutivne sednice Saveta za populacionu politiku." The article also mentions that the expert team has 90 days to make changes and supplements to the Strategy for Encouraging Births, and that work is being done on the text of the Law on Financing of the Family, which is expected to be adopted next year.

Primer 3.



The top photograph shows a row of newborn babies lying in a hospital bed, wrapped in white blankets. The caption below it reads "Strategija podsticanja rađanja". The bottom photograph shows a group of women walking in a public space, some pushing strollers. The caption below it reads "Natašitet u Irizi".

Ekserpti vesti „Brnabić: Bez uspešnog rada Saveta za populacionu politiku, Srbija nema budućnost“ (Beta/Tanjug, 21. 8. 2017)⁷⁵. Blic.rs

⁷⁴ <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2898551/premierka-brnabic-populaciona-politika-prioritet-vlade>

⁷⁵ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/brnabic-bez-uspesnog-rada-saveta-za-populacionu-politiku-srbija-nema-buducnost/bfc5gz6>

Prilog 23 – Ekserpti vesti o preduzetim merama za podsticanje nataliteta

Primer 1.



POLITIKA DRUŠTVO BIZNIS SRBIJA BEOGRAD ODRŽIVI RAZVOJ OSI INFORMATOR EDUKACIJA

JAKI NA REČIMA

EVO KAKO DRŽAVA BRINE O NATALITETU: Dok se sete šta da rade, biće 70.000 Srba manje!

DRUŠTVO
21.08.2017. 23:12h

Facebook Twitter WhatsApp Email

Swake godine nas ima za 35.000 manje, a iako Vlada Srbije ističe da joj je populaciona politika prioritet, izmenu zakona najavljuju tek za godinu dana

Iako Vlada Srbije ističe da joj je populaciona politika prioritet, mere za podsticanje rađanja će, po svemu sudeći, u najboljem slučaju zaživeti tek za dve godine, a samo do tada biće nas za 70.000 manje!

Ekserpt vesti „EVO KAKO DRŽAVA BRINE O NATALITETU: Dok se sete šta da rade, biće 70.000 Srba manje!“ (Kantar, 21. 8. 2017)⁷⁶. Kurir.rs

Primer 2.



BLIC > VESTI > DRUŠTVO

KAKO DRŽAVA PODSTIĆE RAĐANJE DECE Do povećanja nataliteta NA BICIKLIMA

4 Novaka Latković - 28.08.2017. 07:26 **Komentari: 0** **Lika: 47** **Share** **Tweet**



Država svakoj porodilji uplaćuje jednokratnu novčanu pomoć i dečije dodatke, finansira parove da podignu staklenike i razvijaju živinarstvo, a jednoj opštini je čak obezbedila novac za kupovinu bicikala, a sve u nameri da podigne natalitet. Za sve ove mere iz budžeta se godišnje izdvaja više od 400 miliona evra, ali je Srbija i pored toga u situaciji da ima najmanje rođenih beba u poslednjih 100 godina.

HD NADČAR - 2 PARA
HD nadčare vožnju 999din
eTig.net **Otvori**

Slobodno vreme
Albanski diktator na granici sa Jugoslavijom napravio GRAD ISPOD GRADA: Tajni projekat o kom niko nije smeo da ZUCNE

Ekserpt vesti „KAKO DRŽAVA PODSTIĆE RAĐANJE DECE Do povećanja nataliteta NA BICIKLIMA“ (Latković, 21. 8. 2017)⁷⁷. Blic.rs

⁷⁶ <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/2898809/evo-kako-drzava-brine-o-natalitetu-dok-se-sete-sta-da-rade-bice-70000-srba-manje>

⁷⁷ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/kako-drzava-podstice-radjanje-dece-do-povecanja-nataliteta-na-biciklima/6zwmkf>

Prilog 24 – Ekserpti vesti o stavovima crkve i države o rađanju i rodnoj ravnopravnosti

Primer 1.

BLIC > VESTI > DRUŠTVO

Patrijarh Irinej: Žene su dužne da rađaju; Zorana Mihajlović: Pustite žene da same o tome odlučuju

Tanjug, Blic - 28.10.2017. 10:05 **Komentara: 0** Like: 25 Share Tisnyj



Rectangular Strip

Сколько полиця видите?
3 4 7
Сколько си паметате?
Smaticon Отвори

Slobodno vreme



"SPREMNA JE DA PODOJI" Kako je haljina koja je skliznula s jednog ramena izazvala lavinu kritika u parlamentu i internetu

Srkinje su dužne da rađaju, u najkraćem bi mogla da se sažme izjava patrijarha Irineja.

Ekserpt vesti „Patrijarh Irinej: Žene su dužne da rađaju; Zorana Mihajlović: Pustite žene da same o tome odlučuju“ (Tanjug/Blic, 28. 10. 2017)⁷⁸. Blic.rs

Primer 2.

BLIC > VESTI > DRUŠTVO

Srbija 24. na svetu po rodnoj ravnopravnosti, prva u regionu

Tanjug - 30.10.2019. 12:30 **Komentara: 0** Like: 0 Share Tisnyj

Rectangular Strip



ФОТО: АУДИОЏАК ПРИВРЕДНА КОМОРА / РАС СЕРБИЈА

Srbija se nalazi na 24. mestu među 167 zemalja sveta u pogledu rodne ravnopravnosti i položaja žena, a lider je u regionu, pokazuje indeks "Žene, mir i bezbednost".



India Visa Application



Psoriasis of the Scalp



Jobs for Seniors



Boletos de Avion Baratos

Slobodno vreme



SVI GLEČERI SE TOPE Pre dve godine -100, a juče čak 18 stepeni: Na najhladnijem kontinentu oboren TOPLOTNI REKORD

Ekserpt vesti „Srbija 24. na svetu po rodnoj ravnopravnosti, prva u regionu“ (Tanjug, 30. 10. 2017)⁷⁹. Blic.rs

⁷⁸ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/patrijarh-irinej-zene-su-duzne-da-radaju-zorana-mihajlovic-pustite-zene-da-same-o/ejgzydq>

⁷⁹ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/srbija-24-na-svetu-po-rodnoj-ravnopravnosti-prva-u-regionu/cq53wbk>

Prilog 25 – Eksperti vesti o istraživanju „Kultura rađanja“

Primer 1.



Ekserpt vesti: „VELIKO ISTRAŽIVANJE O MAJKAMA U SRBIJI Žele troje dece, a imaju samo jedno, a ovo su razlozi“ (Đokić, 11. 3. 2018)⁸⁰. Blic.rs

Primer 2.

NIJE SAMO EKONOMSKI FAKTOR BITAN: Žene neće da rađaju zbog lenjih muškaraca

DRUŠTVO
10.04.2018. 22:58h

Većina žena u Srbiji, čak njih 43,5 odsto, ne planira trudnoću u narednih pet godina, a pored ekonomskog momenta, najveći krivici za to su - muškarci!

Manje od jedan odsto očeva u Srbiji redovno menja pelene detetu, dok tek nešto više od sedam odsto njih kupa bebu, podaci su istraživanja „Kultura rađanja i partnerski život u Srbiji“, koje je sproveo Institut za sociološka istraživanja uz podršku Centra za mame. Ispitanice su kao jedan od ključnih problema navele tradicionalnu ulogu oca, koji ne učestvuje aktivno u odgajanju deteta.

Kurir / E.K.

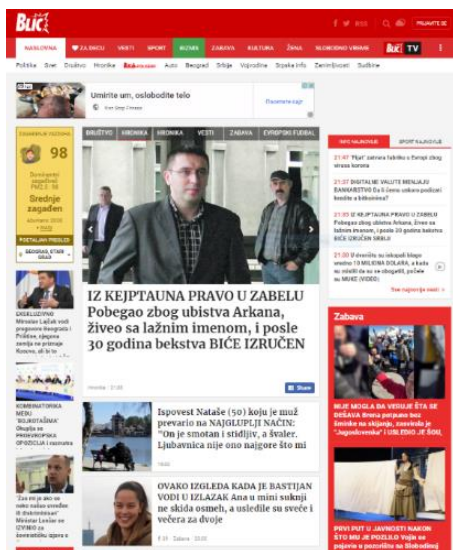
Ekserpt vesti „NIJE SAMO EKONOMSKI FAKTOR BITAN: Žene neće da rađaju zbog lenjih muškaraca“ (K, 10. 4. 2018)⁸¹. Kurir.rs

⁸⁰ <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/veliko-istrazivanje-o-majkama-u-srbiji-zele-troje-dece-a-imaju-samo-jedno-a-ovo-su-razlozi>

⁸¹ <https://www.kurir.rs/vesti/drustvo/3028305/nije-samo-ekonomski-faktor-bitan-zene-uce-za-radaju-zbog-lenjih-muskaraca>

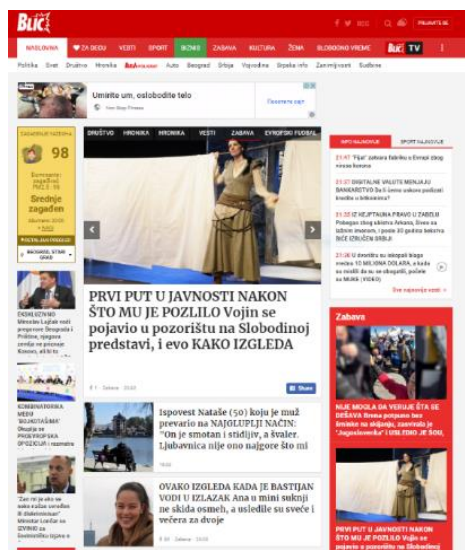
Prilog 26 – Naslovne strane Blic.rs i Žena.blic.rs, 7. 2. 2020.⁸²

Primer 1.



Blic.rs

Primer 2.



Blic.rs

Primer 3.



Žena.blic.rs

Primer 4.



Žena.blic.rs

⁸² <https://www.blic.rs/> <https://zena.blic.rs/>

Prilog 1.

Kurir.rs

Prilog 2.

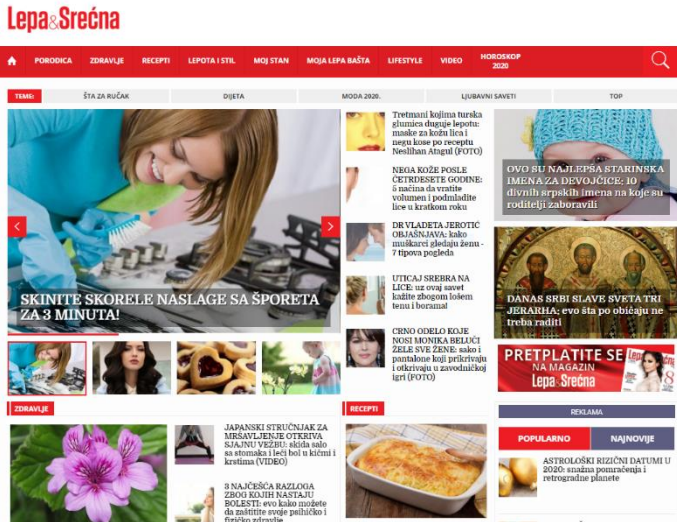
Stil.kurir.rs

⁸³ <https://www.kurir.rs/> <https://stil.kurir.rs/>

Prilog 28 – Naslovne strane portala „Lepa i srećna“ i „Mogu ja to sama“, 12. 2. 2020.

Primer 1.

Primer 2.



Lepaisrećna.rs⁸⁴

Mogujatosama.rs⁸⁵

⁸⁴ <https://www.lepaisrecna.rs/>

⁸⁵ <https://mogujatosama.rs/>

Prilog 29 – Ekserpti vesti ženskih sajtova – ilustracije diskursa „lepih i nasmejanih žena“

Frizure koje vas čine mršavijom

ŠKINJEVIĆ STYLING
Ima frizura uz koje možete da delujete mršavije, a ima i onih uz koje izgledate deblje. Da li ste sigurne da imate pravu frizuru?



Žena.blic.rs⁸⁶

INSPIRACIJA

Rijana, Kjara i Kim diktiraju modu: Nezaobilazan trend za jesen 2017!

Nosite ih sa stilom

GALERIJE 14.11.2017. - 15:54h Autor: Stil



1/6 FOTO: PROFIMEDIA

Stil.kurir.rs⁸⁷



MAMINIM STOPAMA - MODNI STIL PRINCEZE CHARLOTTE JE NEODOLJIVI! (GALERIJA)



Mogujatosama.rs⁸⁸



SVE TAJNE FLERTA - KAKO DA POSTANETE NEODOLJIVI



Mogujatosama.rs⁸⁹

PODMLADITE KOŽU LICA I VRATA NA OVAJ POTPUNO PRIRODAN NAČIN: lako, brzo i neverovatno efikasno!

PODELI Facebook Twitter Print

Moćne matične ćelije

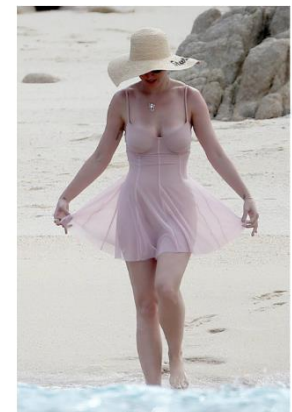


Foto: Profimedia / Prome

Lepaisrećna.rs⁹⁰

Vetar je uporno dizao njenu PROVIDNU haljinicu. Nesmotren pokret i pokazala je NEOČEKIVANO!

16.02.2017. 18:01



Zena.blic.rs⁹¹

⁸⁶ <https://zena.blic.rs/lepota/frizure-koje-vas-cine-mrsavijom/tv8xpvj>

⁸⁷ <https://stil.kurir.rs/foto-galerije/72977/rijana-kjara-i-kim-diktiraju-modu-nezaobilazan-trend-za-jesen-2017>

⁸⁸ <https://mogujatosama.rs/maminim-stopama-modni-stil-princeze-charlotte-je-neodoljiv-galerija-13535>

⁸⁹ <https://mogujatosama.rs/sve-tajne-flerta-kako-da-postanete-neodoljivi-13626>

⁹⁰ <https://www.lepaisrećna.rs/lepota-i-stil/beauty/33570-podmladite-kozu-lica-i-vrata-na-ovaj-potpuno-prirodan-nacin-lako-brzo-i-neverovatno-efikasno.html>

⁹¹ <https://zena.blic.rs/puls-poznatih/vetar-je-uporno-dizao-njenu-providnu-haljinicu-nesmotren-pokret-i-pokazala-je/mymvcr1>

Prilog 30 – Ekserpti vesti ženskih sajtova – ilustracije diskursa podsticanja rađanja, kućnog rada i „prirodne naslade muškarcu“



Stil.kurir.rs⁹²



Žena.blic.rs⁹³

SERENA WILLIAMS U ULOZI MAJKE - EVO KAKO SE SNALAZI



Mogujatosama.rs⁹⁴



Stil.kurir.rs⁹⁵



Mogujatosama.rs⁹⁶



Žena.blic.rs⁹⁷



Lepaisrecna.rs⁹⁸



Stil.kurir.rs⁹⁹



Žena.blic.rs¹⁰⁰

⁹² <https://stil.kurir.rs/porodica/trudnoca/58729/zene-sa-ovim-imenima-ce-zatrudneti-u-2017-poptuno-logicno>

⁹³ <https://zena.blic.rs/bebe/pripremite-telo-za-bebu-7-koraka-do-zdrave-trudnoce/d9q0pgg>

⁹⁴ <https://mogujatosama.rs/serena-williams-u-ulozi-majke-evo-kako-se-snalazi-12888>

⁹⁵ <https://stil.kurir.rs/lifestyle/zanimljivosti/70523/>

⁹⁶ <https://mogujatosama.rs/najbrzi-i-najlaksi-nacini-da-ocistite-rennu-13226>

⁹⁷ <https://zena.blic.rs/porodica/precice-za-tip-top-kucu-kafa-cisti-za-peticu/zcc4keq>

⁹⁸ <https://www.lepaisrecna.rs/lepota-i-stil/beauty/15432-zavedite-ga-pogledom-od-kojeg-ce-izgubiti-dah-ova-maskara-je-bolja-od-crne.html>

⁹⁹ <https://stil.kurir.rs/lifestyle/67739/suptilno-zavođenje-kako-samo-zene-znaju-oborite-ga-s-nogu-jednim-potezom>

¹⁰⁰ <https://zena.blic.rs/sex/sta-muskarci-zele-i-kako-da-ih-zadovoljite-u-seksu/7lrsv95>

Prilog 31 – Ekserpti vesti ženskih sajtova – ilustracije verskog i običajnog diskursa

GLAVNE PRAVOSLAVNE MOLITVE: najmoćnije molitve za blagostanje i mir u duši

PODELI   

Telu su potrebni san i hrana radi snage, dok molitva predstavlja hranu za dušu.



Foto: Shutterstock

Lepaisrecna.rs¹⁰¹

TRADICIJA KOJA SE PRENOSI S KOLENA NA KOLENO

Narodno verovanje za jul: Srbi su se oduvek bojali ovih svetaca!

Dok nisu čuli za Julija Cezara i rimski kalendar, Srbi su ovaj mesec zvali gorešnjak, žarki, žetvar, srpanj... Leto je u toku, a vrućine u punom jeku

LIFESTYLE 05.07.2017. - 15:55h Autor: opanak.net , srbijuvolimo.rs



Foto: Profimedia

Stil.kurirs.rs¹⁰²

KAKO TRADICIJA NALAZE

Kako se pravilno čestita slava: Ovo treba da znate, da se ne obrukate!

Danas se na slavu, iz praktičnih razloga, ne zove lično kao nekada (osim kada su u pitanju ljudi koje svakodnevno vidamo). Poziva se telefonom, sms porukama, a tako se sve više i čestita

LIFESTYLE 24.11.2017. - 19:18h Autor: opanak.net



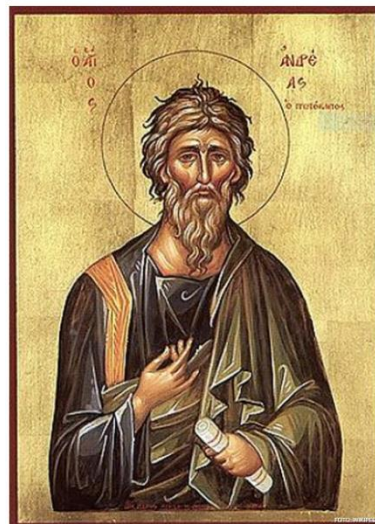
Foto: Ksatri / Zorana Ievčić

Stil.kurir.rs¹⁰³

Danas je Sveti Andrej Prvozvani, a veruje se da žene OVE stvari ne bi trebalo da uzmu u ruke

13.12.2017. 06:54

Srpska pravoslavna crkva proslavlja danas Svetog Andreja Prvozvanog, prvog sledbenika i prvog apostola Hristovog, koji je stradao na krstu zbog odanosti novozavetnoj veri.



Zena.blic.rs¹⁰⁴

¹⁰¹ <https://www.lepaisrecna.rs/lifestyle/price-iz-srbije/26098-glavne-pravoslavne-molitve-najmocnije-molitve-za-blagostanje-i-mir-u-dusi.html>

¹⁰² <https://stil.kurir.rs/lifestyle/66345/narodno-verovanje-za-jul-srbi-su-se-oduvek-bojali-ovih-svetaca>

¹⁰³ <https://stil.kurir.rs/lifestyle/73611/kako-se-pravilno-cestita-slava-ovo-treba-da-znate-da-se-ne-obrukate>

¹⁰⁴ <https://zena.blic.rs/porodica/danas-je-sveti-andrej-prvozvani-a-veruje-se-da-zene-ove-stvari-ne-bi-trebalo-da-uzmu/bb4n834>

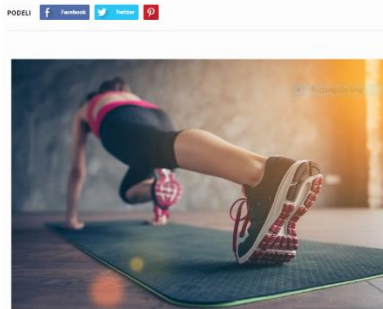
Prilog 32 – Ekserpti vesti ženskih sajtova – ilustracije diskursa „ekspertize“

ČIST DOM JE SIGURAN DOM - EVO KOLIKO ČESTO TREBA DA MENJATE POSTELJINU, KRPE, PREKRIVAČE...



Mogujatosama.rs¹⁰⁵

Vreme je da počnete vežbati efikasno



Lepaisrecna.rs¹⁰⁶

LJUBAVNI SAVETI

Uputstvo za pisanje poruka koje će ga oboriti s nogu

Put do mišskog srca je upravo OVA sms poruka tvrdi ekspert za veze!

LJUBAV I ZAVODENJE 09.02.2017. - 17:44h Autor: cosmopolitan.rs



Stil.kurir.rs¹⁰⁷

Nataša ima samo jedan cilj : Ženama treba vratiti ženstvenost

16.05.2017. 19:48



140884_NATASA_ZUPAC-150217_8AS-FOTO GORAN SRDANOV-006

Zena.blic.rs¹⁰⁸

OBAVEZNO PROCITATI

Dr Zoran Milivojević: Zašto su jake žene naporne?

Kada se žena nađe u ulozi koja joj se ne sviđa, ona počinje da se takmiči sa muškarcima, dokazuje se, protestuje...

PORODICA 22.07.2017. - 18:25h Autor: bgonline.rs



Foto: Printscreen/YouTube/ICCooriscad

Stil.kurir.rs¹⁰⁹

¹⁰⁵ <https://mogujatosama.rs/cist-dom-je-siguran-dom-evo-koliko-cesto-treba-da-menjate-posteljenu-krpe-prekrivace-6220>

¹⁰⁶ <https://www.lepaisrecna.rs/lifestyle/vesti/32282-vreme-je-da-pocnete-vezbati-efikasno.html>

¹⁰⁷ <https://stil.kurir.rs/sex/ljubav-zavodenje/59399/uputstvo-za-pisanje-poruka-koje-ce-ga-oboriti-s-nogu>

¹⁰⁸ <https://zena.blic.rs/lifestyle/natasa-ima-samo-jedan-cilj-zenama-treba-vratiti-zenstvenost/5ffd6mw>

¹⁰⁹ <https://stil.kurir.rs/porodica/67221/dr-zoran-milivojevic-zasto-su-jake-zene-naporne>

Biografija autorke

Emilija Radibratović rođena je 1974. godine u Beogradu. Diplomirala je na Filološkom fakultetu Univerziteta u Beogradu 2001, na odseku Srpska književnost i jezik sa opštom književnošću. Zvanje Master srpske književnosti i jezika Filološkog fakulteta Univerziteta u Beogradu stekla je 2009. godine.

Objavila je originalne naučne radove:

- „Televizija kao predmet medijskog obrazovanja“, časopis „Kultura“, 2012, br. 136, str. 45-61, doi:10.5937/kultura1236045R.
- „Moj blog – otpor i igra: Elementi popularne kulture na prvom srpskom blog sistemu“, časopis „Anali Filološkog fakulteta“, 2014.

Radovi koje je predstavila na međunarodnim naučnim konferencijama:

- „Popularni interaktivni sistemi i mogućnost njihovog korišćenja u edukativne svrhe“, zbornik Međunarodne konferencije „Digitalizacija kulturnog i naučnog nasleđa, univerzitetski repozitorijum i učenje na daljinu“ Filološkog fakulteta Univerziteta u Beogradu 2011, Knjiga 4. Učenje na daljinu i interaktivna nastava, Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet, 2012, 247-272.
- „Kulturološko tumačenje medija – kritički pristup“, zbornik Međunarodne konferencije “Kulture u dijalogu” Filološkog fakulteta Univerziteta u Beogradu 2012, Knjiga 4. Komunikacija i kulturni uticaji, Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet, 2013, 353-364.

Profesionalno iskustvo stekla je kao novinarka i urednica u informativnim i kulturnim redakcijama beogradskih medija od 1994: Radio Indeks, 1994-1997, “Dnevni telegraf”, 1997-1999, internet izdanje “Glasa javnosti”, 1999-2000, književni dodatak „Danas“, 2003-2005, “Blic njuz”, 2004-2007, televizija Studio B, 2001-2016. Radila je kao saradnica u nastavi na Filološkom fakultetu Univerziteta u Beogradu 2011-2012. Od 2016. godine je saradnica, a od 2019. samostalna savetnica u oblasti razvoja informacionog društva u Ministarstvu trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije.

Изјава о ауторству

Име и презиме аутора Емилија Радибратовић

Број досијеа 08138д

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

Родна дихотомија у дискурсу онлајн медија

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да дисертација ни у целини ни у деловима није била предложена за стицање дипломе студијских програма других високошколских установа;
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио/ла интелектуалну својину других лица.

Потпис аутора

У Београду, _____

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора Емилија Радибратовић

Број досијеа 08138д

Студијски програм Језик, књижевност, култура

Наслов рада Родна дихотомија у дискурсу онлајн медија

Ментор проф. др Јелена Филиповић

Изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла ради похрањивања у **Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци за добијање академског назива доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис аутора

У Београду, _____

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

Родна дихотомија у дискурсу онлајн медија

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду, и доступну у отвореном приступу, могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла:

1. Ауторство (CC BY)
2. Ауторство – некомерцијално (CC BY-NC)
3. Ауторство – некомерцијално – без прерада (CC BY-NC-ND)
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима (CC BY-NC-SA)
5. Ауторство – без прерада (CC BY-ND)
6. Ауторство – делити под истим условима (CC BY-SA)

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци. Кратак опис лиценци је саставни део ове изјаве).

Потпис аутора

У Београду, _____

1. **Ауторство.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце, чак и у комерцијалне сврхе. Ово је најслободнија од свих лиценци.

2. **Ауторство – некомерцијално.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела.

3. **Ауторство – некомерцијално – без прерада.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела. У односу на све остале лиценце, овом лиценцом се ограничава највећи обим права коришћења дела.

4. **Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада.

5. **Ауторство – без прерада.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела.

6. **Ауторство – делити под истим условима.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада. Слична је софтверским лиценцама, односно лиценцама отвореног кода.