

Татјана Ђукић Живадиновић<sup>1</sup>  
Марија Вујовић<sup>2</sup>  
Филозофски факултет, Универзитет у Нишу

Оригинални научни рад  
UDK 32-055.2: 316.774(497.11)  
Примљено: 25.11.2021.  
Ревидирана верзија: 06.2.2022.  
Одобрено за штампу: 09.2.2022.  
DOI: 10.46630/gsoc.28.2022.01

## МЕДИЈСКА МАРГИНАЛИЗАЦИЈА ПОЛИТИЧАРКИ У СРБИЈИ

*Апстракт:* Политички простор у Србији, упркос повећању броја жена у политици, и даље је доминантно маскулинизован. Медији, осим што одражавају андроцентричност политичке сцене, активно учествују и у њеном креирању маргинализацијом политичарки. Оне су значајно мање заступљене од политичара, а када су репрезентоване, медијску праксу карактеришу родни стереотипи, сексизам, говор мржње и мизогинија. Циљ рада је да утврди заступљеност жена у политичкој дебати „Реч на реч“ која се емитује на јавном медијском сервису, као и теме емисија у којима је политичаркама дата могућност да изнесу своје мишљење. Прва хипотеза од које полази истраживање јесте да су политичарке у значајно мањој мери субјекти у односу на политичаре, док је друга да су политичарке стереотипно родно уоквирене. У раду се као метод примењује анализа садржаја. Корпус чини 21 политичка дебата емитована од јануара до новембра 2021. године. Истраживањем су потврђене обе хипотезе. Утврђена је значајна диспропорција медијске представљености политичарки и политичара, будући да је удео мушкараца међу учесницима дебата 78,30%. Политичарке су невидљиве у темама као што су односи у региону, одбрана и војска, људска права, док су једине тематске области у којима су једнако заступљене као и политичари теме које се типично повезују са женама - социјална политика и просвета и образовање.

*Кључне речи:* медијска репрезентација, род, политика, жене, јавни сервис

### Увод

Политика се традиционално одувек сматрала „мушким послом“, а политички простор деловања местом мушке борбе. Стога је ступање жена на политичку сцену и њихово ангажовање одувек представљало повод за дискусије, а чак и у 21. веку, женско учешће предмет је неадекватне перцепције. Јавни простор, упркос повећању броја жена које у њему учествују, и даље је изразито андроцентричан. Међу последицама чињенице да се политика не сматра оприродњеним местом жена су њихова мања заступљеност на позицијама одлучивања и у власти, неједнака прерасподела и приступ моћи, неодговарајући третман жена у политици, медијска маргинализација и стереотипизација, мањак интересовања жена за политику, као и неповерење јавности у компетенције и

политичке одлуке жена (Fountaine & McGregor, 2002, Чичкарић, 2009а; Чичкарић, 2009б). Све наведено отежава приступ жена кључним позицијама власти и одлучивања.

Љиљана Чичкарић наводи да је учешће жена у политици могуће посматрати на три различита структурна нивоа: институционалном, репрезентацијском и дискурзивном (Чичкарић, 2016). Дискурзивни ниво женске партиципације значајан је за овај рад, будући да се односи на промене у парламентарној комуникацији, језику политике, јавном обраћању и медијској репрезентацији жена (исто). Деконструкција медијске праксе —репрезентације жена у политици, на лидерским позицијама и у процесима доношења одлука, односно утврђивање механизма којима медији посредују свеукупност женског идентитета у традиционално схваћеној као мушкој сфери каква је политика, важно је за разумевање реалне моћи, не само жена у политици, већ жена једном друштву уопште. Положај маргинализованих група, какве су жене, одражава и степен демократичности једног друштва.

Рад као полазни теоријски приступ има конструктивистичку теорију репрезентације Стјуарта Хола (Stuart Hall), која препознаје друштвени карактер језика. Према овој теорији ствари не значе саме по себи, већ се значење конструираше употребом репрезентативних система, концепта и знакова, односно на основу „језичких кодова“ и „кодова културе“ (Hall, 1997: 20). Оваква производња, па и трошење значења, није имуно на утицаје спољних друштвених фактора. Шири социјални контекст у првом реду утиче на креирање, кодирање и разумевање порука. Дакле, према Холовом приступу, репрезентација је изнад свега конструкција, док је значење релативно и нестабилно, отворено и подложно поновним значењским интерпретацијама (Barker, 2004). Са тим у вези, процес репрезентације није неутралан, већ се одвија под утицајем идеолошких струја. Тако и медији, који посредовање симболичке реалности врше управо кроз процесе репрезентација, не могу деловати ван вредносних одређења.

„Чак и када тврде да ‘представљају’ медији у ствари ‘приказују’ стварност – представљају је у одсуству. За одређену публику ре-креирају представу, репрезентују објекат, особу, процес у његовом одсуству. Препознају, именују и симболички фиксирају стварност“ (Миливојевић, 2014: 12–13).

Стога, поруке које медији трансмићују до публике и начин на који су оне организоване, нужно усмеравају, некада експлицитно, некада имплицитно, ка специфичном ишчитавању и разумевању садржаја. Ово се постиже употребом медијских оквира, а објашњава теоријом уоквиравања или фрејминга (eng. framing). Уоквиравање се односи на медијску стратегију којом се неки аспекти стварности наглашавају, док се други занемарују или потпуно искључују. На овај начин публици се пружа конструисани оквир за разумевање одређеног питања. Због тога медији, као носиоци моћи означавања и дистрибуирања значења до масовних корисника, представљају важан алат одржавања доминантне идеологије кроз конструкцију и репрезентацију. Они су незаобилазни инструмент прерасподеле друштвеног, економског, и посебно политичког капитала,

јер „бирачи политичку сцену виде углавном очима медија“ (Kahn, 1994: 171), док је у исто време „медији обликују, више него што је одражавају“ (Kahn, 1994: 154).

### Претходна истраживања

Истраживања медијске заступљености политичарки показују значајну диспропорцију медијске представљености политичара и политичарки. Тренд подзаступљености политичарки у односу на политичаре присутан је на глобалном нивоу. Примера ради, анализа медијског извештавања о изборима за амерички Сенат у периоду од 1984. до 1986. показује да кандидати добијају у просеку 2,4 параграфа медијске покривености више него кандидаткиње (Kahn & Goldenberg, 1991). На изборима у Уједињеном Краљевству из 2010. године, 71% објављених медијских текстова у националним медијима било искључиво о мушким кандидатима. Само 9% садржаја односило се искључиво на политичарке које учествују на изборима (Ross, Evans, Harrison, Shears, & Wadia, 2013). Политичарке су до те мере маргинализоване, да поједини аутори чак тврде да британске новине више пажње поклањају супругама политичара, него политичаркама (Campbell & Childs, 2010).

Ситуација у српској политичкој и медијској сфери није другачија од глобалних токова. И у Србији бројна истраживања показују да су политичарке недовољно видљиве у медијима, као и да су у значајно мањој мери заступљене него њихове колеге (Валић Недељковић & Сигети, 2020, Бабовић, Милинковић, Срдић & Степанов, 2021). У политичким темама које доминирају у медијима у Србији, жене у 2020. чине само 11% субјеката (Global Media Monitoring Project, 2021), што је пад у односу на 2015. годину када их је било 14% (Global Media Monitoring Project, 2015).

„Ниску заступљеност жена условљава и друштвена реалност у којој је жена у политици недовољно видљива, бар на оним местима која су у фокусу медија. С друге стране, и саме странке су одговорне за то колико ће њихове чланице и кандидаткиње бити присутне у медијима, јер је велик број медијских псеудодогађаја које режирају саме странке, а и у њима је мање жена него мушкараца“ (Баћановић, Пралица, Спаиросу, Коларш & Радовановић, 2008: 28).

Они политичари и политичарке који су видљиви у медијима, који добијају простор да јавности представе своје идеје, програме и активности, лакше налазе пут до бирача од оних који су скрајнути из медијског фокуса. Они политички актери и актерке који не добијају довољно медијске пажње или су тенденциозно искључени, остају на политичкој маргини и њихов утицај је ограничен. Стога, медијски видљивије политичарке добијају и већу наклоност бирача. У прилог томе говори чињеница да је у Немачкој 2005. године током кампање Ангела Меркел (Angela Merkel) била једнако присутна у медијима као и њен противкандидат Герхард Шредер (Gerhard Schroder) (Campus, 2013).

Исто је утврђено и на Новом Зеланду и у Канади (исто). Ипак, јасно је да медијска заступљеност није једини фактор који утиче на успешност политичарки, али јесте један од пресудних. Са медијског аспекта, међутим, осим заступљености значајну улогу игра и начин репрезентације политичарки – није довољно приказати их, важно је и како су представљене.

Хелена Поповић и Јосип Шипић (2013) посматрају медијску репрезентацију изборних кампања као облик дискурсне праксе. Они закључују да је родна стереотипизација дискурсна пракса самих медија, као и да постоје четири стратегије уоквиравања политичарки. Прва подразумева представљање жена као изузетака у сфери политике, друга да се „меке теме” представљају као адекватне за политичарке, трећа је конструисање емотивности као дискредитацијски дискурсни механизам, и четврта је тривијализација у сфери политичког деловања (Поповић & Шипић, 2013). Када су политичарке представљене на овај начин, долази до „специфичне конструкције женскости у политичкој арени“ (Поповић & Шипић, 2013:199). Поповић и Шипић подвлаче да овакве медијске праксе „могу имати утицај на заступљеност жена на изборима, њихову улогу у изборним кампањама, стратегију којом се користе у тим кампањама, и коначно, резултат који ће добити на изборима“ (Исто).

У Србији, истраживања показују феминизацију новинарске професије и свих занимања у медијском сектору – жене чине већину (63%) у свим професијама које су повезане са медијском и информативном продукцијом (Global Media Monitoring Project, 2021). Међутим, и даље „медији, нарочито они таблоидни, обилују садржајима које одликују родни стереотипи, сексизам, говор мржње и мизогинија, а посебно су овим облицима насиља изложене жене из опозиционих странака“ (Бабовић и остале, 2021: 8). Вишњић и Миросављевић примећују да упркос већем броју жена у медијима, и даље не постоји доследно указивање на мали број жена које су на позицијама моћи. „Нико не опажа, па онда и не критикује раширену појаву да се жене слушају с мање пажње, да их чешће и лакше прекидају док говоре, да се чешће и лакше ословљавају само именом (док се мушкарци називају презименом, уз функцију испред)“ (Вишњић & Миросављевић, 2008: 258). Присуство политичарки у медијима оптерећено је природом медија, друштвеним очекивањима, патријархалном логиком и захтевима странака, које су најчешће оличење „мушког клуба“.

„Јавни наступи политичарки обележени су недостатком аутономије и интегритета, и њихова јавна обраћања често су обележена понављањем политичких агенди које су успоставили партијски лидери, те исказивањем става потчињености у односу на мушке колеге, чак и када им нису хијерархијски подређене у партијским структурама или структурама државне власти“ (Бабовић и остале, 2021: 8).

Упркос повећању квота за мање заступљени пол на изборним листама у фебруару 2020. године, и последично, повећању броја жена у Скупштини и Влади Србије, промене и помаци у односима моћи на политичкој сцени и даље изостају. Иако је Србија након избора из јуна 2020. добила најравноправнију Владу, где од 23 ресора десет министарстава воде жене, политичка култура је и

даље доминантно андроцентрична.

Одликује је „агресивнији дискурс, дискредитација противника и конкурената пре него отварање дијалога о важним питањима, лојалност утемељена на клијентелизму, насилна реторика уместо сарадње и солидарности, које су у различитим анализама чешће повезане са женским обрасцима вођења политике“ (Бабовић и остале, 2021: 8).

Медији су, у том смислу, позиционирани као мегафони такве културе и идеологије, и служе одржавању *status-a quo* и политичког капитала у рукама мушкараца.

## Методологија

Предмет истраживања је политичка ТВ дебата „Реч на реч“, која се емитује на каналу РТС 1. Ова емисија одабрана је као релевантна за истраживање, будући да се емитује на јавном медијском сервису, те да је као извор политичких информација могу користити сви грађани и грађанке. Према подацима Радио-телевизије Србије, емисија је први пут емитована 2012. године. „Сврха ових дебата јесте да информишу грађане о ставовима и стратегијама политичких странака у Србији које се такмиче на изборима. На тај начин сви бирачи у Србији имаће најбољи могући увид у идеје које политичка сцена Србије тренутно пружа,“ наводи се на званичној страници јавног медијског сервиса (РТС, н. д.)<sup>3</sup>. У раду је анализирана 21 дебата, емитована у периоду од 14. јануара до 23. новембра 2021. године.

Циљ рада је да утврди заступљеност политичарки у односу на политичаре, као и теме емисија у оквиру којих су политичарке субјекти. Прва хипотеза од које полази истраживање јесте да су политичарке у значајно мањој мери субјекти политичких ТВ дебата у односу на политичаре. Друга хипотеза је да су политичарке родно уоквирене у типично „женске“ теме. Са тим у вези, истраживачка питања су: (1) Колико су, у односу на политичаре, политичарке заступљене у политичким ТВ дебатама „Реч на реч“? (2) Које су теме политичких ТВ дебата „Реч на реч“ у којима су политичарке најчешће субјекти?

У раду се као метод примењује анализа садржаја. Јединица анализе је појединачна ТВ дебата. Србобран Бранковић анализу садржаја дефинише као „метод истраживања медијског материјала, различитих докумената, словних, звучних или сликовних записа и других облика усменог или писменог општења међу људима“ (2008:53). Бранковић наводи да је њен циљ да пружи дескрипцију садржаја појединих облика комуникације, да га класификује, као и да га објасни или разуме, узимајући у обзир везу са социодемографским, биографским, културним и другим обележјима аутора и публике, али и контекст

---

<sup>3</sup> Нови циклус дебата реализује се у оквиру пројекта „Људи на првом месту“ који спроводи Центар за слободне изборе и демократију (ЦеСИД), у партнерству са Америчком агенцијом за међународни развој (УСАИД) (РТС, н. д.).

времена и простора у коме је садржај настао и био у употреби. Циљ ове методе је да проникне у значења садржаја и смисао који он има за оне који га производе и оне којима је намењен (Бранковић, 2008).

## Резултати истраживања и дискусија

У свим анализираним ТВ дебатама доминирао је агресивни дискурс, дискредитација противника и насилна реторика, што се повезује са маскулином политичком културом (Бабовић и остале, 2021).

Од 21 анализираних емисија, политичарке су говориле у њих 14 (66,66%). То значи да су у трећини дебата (33,33%) говорили искључиво мушкарци. Међу саговорницама и саговорницима, жене имају удела 21,69%, док је удео мушкараца око три и по пута већи (78,30%) (табела 1).

Табела 1: Субјекти дебата према полу

Учесник/ца	Заступљеност	
	N	%
Политичар	83	78,30
Политичарка	23	21,69
Укупно	106	100

У анализираном корпусу било је 14 дебата са политичаркама као субјектима (емитоване су 14. и 27. јануара, 10. фебруара, 24. марта, 21. априла, 12. маја, 2. јуна, 21. септембра, 5. 19. и 26. октобра, 2, 9. и 23. новембра). У већини ТВ дебата у којима су говориле, политичарки је било бројчано мање од политичара. У епизоди емитованој 14. јануара, у којој се говорило о економским мерама за опоравак привреде услед кризе изазване пандемијом, говориле су две политичарке наспрам четири политичара. Идентична ситуација била је у ТВ дебати емитованој 10. фебруара, у којој је тема била екологија, односно поглавље 27, загађење ваздуха и вода у Србији, као и питање мини-хидроелектрана. Две политичарке и четири политичара дебатовали су и 24. марта, о спољнополитичким приоритетима и односима са Кином, Русијом, Европском унијом и Сједињеним Америчким Државама. У дебати емитованој 12. маја, која је за тему имала питање Косова и Метохије и односа Београда и Приштине, међу саговорницама било је пет политичара и једна политичарка. Када и под којим условима треба одржати изборе за председника државе и скупштине Београда и Србије био је фокус дебате емитоване 2. јуна, у којој је говорила једна жена, наспрам пет мушкараца. О преговорима Београда и Приштине одржана је још једна дебата, 5. октобра, и у њој су говорила тројица политичара и једна политичарка. Иста заступљеност била је и у дебати емитованој 19. октобра, у којој се говорило о наглом поскупљењу енергената – нафте, гаса и електричне енергије. У дебати о београдским темама, одржаној 2. новембра,



од четири учесника, једна је била жена. Таква је била заступљеност и у дебати емитованој 9. новембра, о помоћи државе грађанима и привреди због пандемијске кризе, као и у дебати на тему пољопривреде и високих цена хране, која је на програму била 23. новембра.

Ретке су ТВ дебате са једнаким бројем мушких и женских учесника – четири од четрнаест. У дебати о просвети и образовању, која је емитована 27. јануара и у којој се дискутовало о дигиталној настави и положају професије наставника у данашњем српском друштву, говориле су три политичарке и три политичара. Једнак број саговорника и саговорница био је и у дебати о пензионој и социјалној политици, која је емитована 21. априла – по троје. О фер изборним условима, контроли избора и преговорима уз посредовање ЕУ парламентарца, било је речи у дебати 21. септембра, у којој је говорио једнак број мушкараца и жена – по двоје. Такав је случај и у дебати емитованој 26. октобра, у којој се говорило о еколошком аспекту експлоатације литијума и угља. Ни у једној ТВ дебати није било више политичарки од политичара.

У анализираним ТВ дебатама говорило је 16 различитих политичких актерки. Међу њима, најзаступљенија је била народна посланица Српске напредне странке Невена Ђурић, са четири појављивања. Након ње следе четири политичарке са два појављивања: народне посланице Снежана Пауновић, чланица Социјалистичке партије Србије и Јелена Обрадовић из Српске напредне странке, те Снежана Петровић из Партије уједињених пензионера Србије и Милица Ђурђевић Стаменковски, председница Српске странке Заветници. Осталих 11 политичарки (Ана Чарапић, Српска напредна странка, Биљана Пантић Пиља, Српска напредна странка, Мариника Тепић, Странка слободе и правде, Дејана Ђурђевић, Лига социјалдемократа Војводине, Ивана Вилотијевић, Социјалистичка партија Србије, Алиса Коцкар, Демократска странка, Марија Ратковић, Заједно за Србију, Марија Јевђић, Јединствена Србија, Тамара Миленковић Керковић, Српски покрет Двери, Драгана Ракић, Демократска странка и Радомила Васић, Српски покрет Двери) у дебати су учествовале једном.

Од 26 различитих странака чији су чланови и чланице говорили у дебати „Реч на реч“, жене су биле представнице само 10 странака (38,46%). То значи да из 61,53% странака није било ниједне политичарке (Социјалдемократска странка, Доста је било, Српска радикална странка, Народна странка, Социјалдемократска партија Србије, Странка правде и помирења, Коалиција НАДА, Нова странка, Не давимо Београд, Покрет слободних грађана, Покрет социјалиста, Демократска странка Србије, Здрава Србија, Српски патриотски савез). Овакав резултат последица је андроцентричности политичких странака, које перципирају мушкарце као адекватније комуникаторе за обраћање јавности. У том смислу, политичке партије не само да мушкарце сматрају компетентнијим, већ очекују да их и публика тако перципира. Међутим, оно што претходи таквом виђењу и доприноси његовом одржавању јесте доминација маскулине политичке културе, те положај и моћ жена у страначкој структури која је базирана на „мушким“ вредностима.

Овим је потврђена прва хипотеза постављена у истраживању – полити-

чарке су у значајно мањој мери субјекти политичке ТВ дебате у односу на политичаре.

Најзаступљеније теме дебата, са уделом од по 14,28%, биле су спољна политика, изборни услови и мере које се тичу пандемије корона вируса. Након тога следе теме о Косову и Метохији и екологији, са по 9,52% удела. Остале теме (односи у региону; одбрана и војска; пољопривреда; енергетика; Београд; просвета и образовање; пензије и социјална политика и људска права) биле су тема у по једној емисији (табела 2).

Табела 2: Теме дебата

Тема	Емисије	
	N	%
Спољна политика	3	14,28
Изборни услови	3	14,28
Мере у вези са пандемијом	3	14,28
Косово и Метохија	2	9,52
Екологија	2	9,52
Односи у региону	1	4,76
Одбрана и војска	1	4,76
Пољопривреда	1	4,76
Енергетика	1	4,76
Београд	1	4,76
Просвета и образовање	1	4,76
Социјална политика	1	4,76
Људска права	1	4,76
Укупно	21	100

У анализираном корпусу није било ниједне емисије која се бави питањима родне равноправности, родно заснованим насиљем, положајем жена у друштву, вишеструко маргинализованим категоријама какве су Ромкиње, жене са инвалидитетом и друге.

Како се „меке теме“ дискурсном праксом самих медија позиционирају као адекватне за женску партиципацију у политици (Поповић & Шипић, 2013), анализирано је учешће жена у односу на тему дебате. Највећи број субјеката говорио је о изборним условима, спољној политици и мерама у вези са пандемијом, будући да су ове теме у анализираном периоду биле најзаступљеније. Политичарке су о најзаступљенијим темама говориле, али у знатно мањој мери од политичара (табела 3). О изборним условима говориле су три жене (Тамара Миленковић Керковић, Невена Ђурић, Драгана Ракић), наспрам 13 политичара. О спољној политици говориле су две политичарке (Алиса Коцкар, Невена Ђурић) наспрам 12 политичара, док су о мерама у вези са пандемијом говориле



три политичарке (Ана Чарапић, Снежана Петровић, Невена Ђурић) и 11 политичара.

Табела 3: Теме дебата према полу субјекта

Тема	Политичар	Политичарка	Укупно
Изборни услови	13	3	16
Спољна политика	12	2	14
Мере у вези са пандемијом	11	3	14
Екологија	6	4	10
Косово и Метохија	8	2	10
Односи у региону	6	0	6
Пензије и социјална политика	3	3	6
Просвета и образовање	3	3	6
Људска права	6	0	6
Одбрана и војска	6	0	6
Пољопривреда	3	1	4
Енергетика	3	1	4
Београд	3	1	4
Укупно	83	23	106

Укупно гледано, једине тематске области у којима су политичарке биле једнако заступљене као и политичари су теме које се типично повезују са женама – социјална политика и просвета и образовање. Жене нису говориле о односима у региону, одбрани и војсци, нити о људским правима. Овим резултатима потврђена је и друга хипотеза, да су политичарке родно уоквирене у типично „женске“ теме.

На овај начин одражавају се уврежене стереотипне представе о томе где је место жене, које су теме о којима је она способна и стручна да говори, па и о чему је позвана да мисли. Са друге стране, искључивањем женских гласова из појединих области доприноси се утиску да жене за њих нису заинтересоване, па чак и да не треба да буду, или да нема довољно стручних жена да о њима говоре.

Она питања која су у одређеном друштву, у конкретном периоду, позиционирана као приоритетна и која генеришу велику политичку моћ, по правилу су резервисана за мушкарце, док је женама готово онемогућен приступ. У актуелном друштвено-политичком тренутку таква је, примера ради, тема људских права. Она се по правилу, традиционално, поверава женама. Међутим, када се људска права сагледавају у контексту мигрантске кризе или принудне вакцинације, односно тема које тренутно подразумевају велики политички капитал, као заступници ставова партија учесталије се појављују мушкарци.

Утисак је да се у ТВ дебатама „Реч на реч“ политичарке, у већој мери него

политичари, ословљавају само именом. Илустративан је пример дебате емитоване 27. јануара, у којој модератор Зоран Стојановић три политичарке, већ приликом њиховог првог обраћања ословљава са „Милице“ (Милица Ђурђевић Стаменковски), „Мариника“ (Мариника Тепић), „Биљана“ (Биљана Пантић Пиља), док се политичарима обраћа са „господине Ђукић“ (Владан Ђукић), „господине Обрадовићу“ (Жарко Обрадовић), „господине Гавриловићу“ (Велимир Гавриловић). Ословљавање председнице Српске странке Заветници Милице Ђурђевић Стаменковски само именом забележено је и у дебати емитованој 26. октобра, када се модератор у истом маниру обраћао и посланици Српске напредне странке Невени Ђурић. У дебати 9. новембра поменута посланица владајуће партије поново бива ословљена само именом, али се модератор исправља: „Невена, пардон, госпођо Ђурић...“, те је у наставку дебате углавном ословљава презименом. Овакву праксу Поповић и Шипић тумаче као одузимање ауторитета женама, јер је ословљавање личним именом карактеристично за комуникацију са особама на нижој позицији на хијерархијској лествици (Поповић & Шипић, 2013). Ово, уз изразит дисбаланс у броју саговорника и саговорница, као и стереотипно тематско уоквиравање политичарки, додатно доприноси њиховој маргинализацији.

### Закључак

Предмет истраживања била је политичка ТВ дебата „Реч на реч“, одабрана као релевантна будући да се емитује на јавном медијском сервису, те да је као извор политичких информација доступна највећем броју грађанки и грађана. Питања која су била у фокусу рада јесу колико су политичарке у оваквом телевизијском формату заступљене и о којим темама најчешће говоре. Постављене су, и доказане, две хипотезе: Политичарке су у значајно мањој мери субјекти политичких ТВ дебата у односу на политичаре; и политичарке су родно уоквирене у типично „женске“ теме.

У свим емисијама, дискусију су карактерисали агресивни дискурс, дискредитација противника и насилна реторика. Истраживање је резултирало подацима да чак у трећини дебата нема ниједног женског гласа, те да, када се сагледа број саговорника и саговорница, удео политичарки износи свега 21,69%. У већини ТВ дебата у којима су говориле, политичарки је било бројчано мање од политичара. Само је у четири од 14 дебата био једнак број мушких и женских учесника. За 11 месеци публика јавног сервиса у политичкој дебати „Реч на реч“ могла је да види и чује свега 16 различитих политичких актерки, које су представљале 10 различитих странака (од 26 странака које су учествовале у дебатама). Дакле, из 61,53% странака није било ниједне политичарке, што може указивати и на то да у медијском искључивању жена, уз медије, активно учествују и политичке партије.

С обзиром на њихову подзаступљеност, политичарке су биле у мањини када се говорило о већини тема, осим када је било речи о типично „жен-

ским“ темама какве су социјална политика, просвета и образовање, када су биле заступљене једнако као и политичари. Нису говориле о односима у региону, одбрани и војсци, нити о људским правима. Стога, резултати ове анализе потврђују претходна истраживања – жене су у медијима квантитативно мање заступљене, а када говоре, говоре о оним темама које друштво перципира пријемчивим за жене, док се, по правилу, њихови гласови утишавају, скрајњују или потпуно искључују из тема резервисаних за мушкарце, које су, по правилу, теме које носе највећи политички капитал и моћ.

Са друге стране, адекватна медијска репрезентација политичарки, њихова заступљеност и приказивање ван стереотипних матрица и очекиваних друштвених улога, истицање женских искустава, перспектива и гласова, допринело би не само женама у политици или женама уопште, већ и равноправнијем и праведнијем друштву.

## Литература

- Barker, C. (2004). *The Sage dictionary of cultural studies*. London: Sage.
- Бабовић, М., Милинков, С., Срдих, М., & Степанов, Б. (2021). *Родно засновано насиље над политичаркама у Србији*. Канцеларија ОЕБС-а за демократске институције и људска права (ОДИХР). Приступљено: 13.11.2021. на: <https://www.osce.org/sr/mission-toserbia/500617>
- Баћановић, В., Пралица, Д., Спаиросу, Л., Коларш, И., & Радовановић, Е. (2008) *Заступљеност жена политичарки у предизборној кампањи у мају 2008. године у електронским и писаним медијима на српском језику*. Нови Сад: Новосадска новинарска школа.
- Бранковић, С. (2008). *Метод анализе садржаја*. Српска политичка мисао, 15(20), 53–70.
- Валић Недељковић, Д., & Сигети, В. (2020). *Како се дебатује у телевизијским емисијама током предизборне кампање: Анализа садржаја информативно-дебатних емисија „Утисак недеље“, „Хит твит“ и „Упитник“ током предизборне кампање 2020. године*. Нови Сад: Новосадска новинарска школа.
- Вишњић, Ј, Миросављевић, М. (2008). Проблем репрезентације рода у медијима, *Неко је рекао феминизам*, Центар за женске студије, Реконструкција женски фонд, Жене у црном, 227–244.
- Global Media Monitoring Project. (2015). Who makes the news? *Global Media Monitoring Project 2015*. Приступљено: 13.11.2021. на: <http://centarzamedije.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2020/03/ko-pravi-vestiGMMP2015-global-report.pdf>
- Global Media Monitoring Project. (2021). Who makes the news? *Global Media Monitoring Project 2020*. Приступљено: 13.11.2021. на: <https://centarzamedije.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2021/09/GMMP-2020-nasrpskom.pdf>
- Kahn, K. F. (1994). The distorted mirror: Press Coverage of Women Candidates for Statewide Office. *Journal of Politics*, Vol. 26, 154–173.

- Kahn, K. F. and Goldenberg, E. N. (1991) 'Women candidates in the news: An examination of gender differences in U. S. Senate campaign coverage', *Public Opinion Quarterly*, 55(2), 180–199.
- Миљивојевић, С. (2004). Жене и медији: Стратегије искључивања. *Генеро (Специјал)*, 11–24.
- Поповић, Х., & Шипић, Ј. (2013). Жене и избори: између „гласа“ медија и „гласа“ политичких актерки. *Ширење подручја политичког: нови погледи на политичку партиципацију жена*. Центар за женске студије, 193–232.
- Ross, K., Evans, E., Harrison, L., Shears, M. & Wadia, K. (2013) The gender of news and news of gender: A study of sex, politics, and press coverage of the 2010 British general election, *The International Journal of Press/Politics*, 18(3), 3–20.
- РТС. (н. д.). *Реч на реч*. Радио Телевизија Србије. Приступљено: 23.11.2020. на: <https://www.rts.rs/page/tv/sr/series/20/rts-1/3474/rec-na-rec.html>
- Fountaine, S., & McGregor, J. (2002). *Reconstructing gender for the 21st century: News media framing of political women in New Zealand Australia*, Brisbane: New Zealand Communication Association 23rd Annual Conference.
- Hall, S. (1997). Representation, meaning and language. *Representation: Cultural representations and signifying practices*, Sage Publications & The Open University, 15–64.
- Campbell, R. & Childs, S. (2010). 'Wags', 'wives' and 'mothers'... But what about women politicians?, *Parliamentary Affairs*, 63(4), 760–777.
- Campus, D. (2013). *Women political Leaders and the Media*. London: Palgrave Macmillan.
- Чичкарић, Љ. (2009а). Жене у политичкој ацени - инсајдерке или аутсајдерке?. *Социологија*, 51(4), 423–436.
- Чичкарић, Љ. (2009б). Политичка партиципација и репрезентација жена у земљама постсоцијалистичке Европе, *Социолошки преглед*, 43(3), 343–359.
- Чичкарић, Љ. (2016). *Жене и политика из родне перспективе*. Београд: Институт друштвених наука.

Tatjana Đukić Živadinović  
Marija Vujović

## MEDIA MARGINALIZATION OF FEMALE POLITICIANS IN SERBIA

*Abstract:* Despite an increase in the number of women in politics, Serbia's political space remains predominantly masculinized. In addition to reflecting the androcentricity of the political scene, the media image actively contributes to its creation by marginalizing female politicians. They are significantly less represented than male politicians, and when they are, gender stereotypes, sexism, hate speech, and misogyny characterize media practice. This paper aims to determine the quantitative representation of women

in the political debate “Word for word”, which is broadcast on the public media service, as well as the key subjects of the debates in which female politicians participate. Quantitative and qualitative content analyses are applied in the paper. The research corpus consists of 21 political debates broadcast from January to November 2021. The research confirmed both hypotheses. A significant disproportion between the media representation of women and men politicians was found since the share of men among the participants in the debates was 78.30%. Female politicians are invisible in topics such as relations in the region, defense and the military, human rights, while the only thematic areas in which they are equally represented as politicians are topics typically associated with women - social policy and education.

*Keywords: media representation, gender, politics, women, public broadcasting*

### Прилог 1: Кодни лист

Идентификација ТВ дебате	
Наслов ТВ дебате	
Датум емитовања ТВ дебате	
Тема ТВ дебате	
Изборни услови	
Спољна политика	
Мере у вези са пандемијом корона вируса	
Екологија	
Косово и Метохија	
Односи у региону	
Пензије и социјална политика	
Просвета и образовање	
Људска права	
Одбрана и војска	
Пољопривреда	
Енергетика	
Београд	
Друго:	
Учешће женског субјекта у ТВ дебати	
Да	
Не	
Број женских субјеката у ТВ дебати	
Женски субјект(и) у ТВ дебати и страначка припадност (*само за ТВ дебате са женским субјектом)	

1.	
2.	
3.	
4.	
(*проширити/скратити листу по потреби)	
Учешће мушког субјекта у ТВ дебати	
Да	
Не	
Број мушких субјеката у ТВ дебати	
Мушки субјект(и) у ТВ дебати и страначка припадност	
1.	
2.	
3.	
4.	
(*проширити/скратити листу по потреби)	
Да ли је у дебати присутан агресивни дискурс?	
Да	
Не	
Да ли је у дебати присутна дискредитација противника?	
Да	
Не	
Да ли је у дебати присутна насилна реторика?	
Да	
Не	
Додатни коментар	