

СУПТИЛНИ ГОВОР МРЖЊЕ, ПРЕДРАСУДЕ И СЕКСИЗАМ У МЕДИЈСКОМ ПРЕДСТАВЉАЊУ ЖЕНА НА ИНТЕРНЕТУ

Оригинални научни рад

DOI: 10.5937/zurbezkrim2502059S	COBISS.RS-ID 144041473	УДК 004.738.5:305-055.22
---------------------------------	------------------------	--------------------------

Јелена Шкрбић Бијелић¹

Министарство унутрашњих послова Републике Српске, Република Српска, БиХ

Сажетак: Било какво медијско писање о женама често прате предрасуде које се провлаче кроз текст, те сексистички ставови који осликавају менталитет комплетне средине, а посредно и аутора текста. Суптилни говор мржње самим тиме је присутан у таквим текстовима, мада некад и експлицитни. Да би се ова теза потврдила, анализирано је по десет текстова са шест портала из Босне и Херцеговине са кључном ријечи жена, а порталима је приступљено 26. 8. 2023. Анализирано је како су жене представљене, односно која улога им је додијељена (са увидом у улоге на које су жене у медијима ограничене). Анализом је утврђено да је извјештавање неетичко и стереотипно, да су предрасуде и према женама још актуелне и да се актуелизују и да се жене у медијима представљају кроз призму сексизма и у 21. вијеку.

Кључне ријечи: медији, жена, сексизам, говор мржње, предрасуде

1. Увод

Положај жена у БиХ и региону је у многим аспектима неповољан. Равноправност постоји само на папиру: нпр. Закон о равноправности сполова у БиХ прописује једнак третман грађана. Ипак, у пракси та једнакост није реализована. На примјер, према подацима из 2019. године жене су чиниле 63,9% радно способног становништва, 32,9% укупно запослених особа, те 26,7% неактивног становништва. Не можемо рећи да су медији и начин на који се о женама пише одговорни за ову статистику, али сасвим сигурно имају улогу у томе, кроз подржавање предрасуда и стереотипно представљање жена. Закон о равноправности сполова у БиХ прописује у члану 21, став 2 (медији) да је „забрањено јавно приказивање и представљање било које особе на увредљив, омаловажавајући или понижавајући начин, с обзиром на спол”.

¹ Аутор за кореспонденцију: Јелена Шкрбић Бијелић, Министарство унутрашњих послова Републике Српске, имејл: lenaskrbic@gmail.com

Међутим, у пракси се овај закон не поштује. Видљива је дискриминација полова, а у медијима је чешћа индиректна дискриминација.

Да бисмо приступили анализи текстова, те остварили циљ да прикажемо медијску слику жена у 2023. години, неопходно је прво дефинисати термине којима ћемо се користити у раду.

Говор мржње заправо јесте било какво изражавање које преноси поруке мржње или нетрпељивости према одређеној групи. „(...) Представља акт који истовремено дискриминише, осуђује жртву и подстиче друге да се придруже осуди и прогону жртве представљајући то као друштвено оправдано, прихватљиво понашање које неће наићи на друштвену осуду” (Ivanović et al., 2019: 19). У коријену говора мржње, као и насиља, јесте однос моћи, односно покушај заузимања супериорне позиције у односу на жртву. Обично је заснован на одређеној карактеристици, попут расе, националне или етичке припадности, вјере, језика, пола, сексуалне оријентације, политичких увјерења, поријекла и слично. Говор мржње јавља се путем свих канала гдје се користи говор или писана ријеч – од радијских и телевизијских програма, преко штампаних медија, портала, периодике, књига и слично, па до летака или друштвених мрежа.

По Ivanović et al. (2019: 22), постоји седам типова говора мржње: хушкање на насиље (позивање на насиље путем друштвених мрежа или других мас-медија), ширење стереотипа и предрасуда, дехуманизација жртве (гдје се жртва представља као инфериорна особа која не заслужује једнак третман као остали), повезивање одређене групе с криминалом (када се извршење неког дјела приписује цијелој групи, а не појединцима, на примјер, навијачке групе), ширење лажних вијести, панике и узбуњивање јавности, директне или индиректне пријетње, те употреба увредљивих израза за одређену групу.

У ширем контексту, говор мржње представља насиље. Сексизам и предрасуде посматраћемо као поткатегорије говора мржње. Анализом дискурса као погодном методом установићемо колико је заправо предрасуда и колико је заступљен говор мржње према женама у шездесет проучаваних текстова са шест различитих портала са кључном ријечи жена.

У раду ће се направити подјела приказа жена кроз текстове, односно, видјећемо колико стереотипно извјештавање жене ставља у одређене категорије, намећући им ограничен број улога. *Како наводи Валић Недељковић, цитирајући се на Бајерли и Роса, истраживања о њезентификацији жена у вијешћима су показала „да су жене најчешће присутне као жртве, углавном насиља и то оног сексуалне природе, медијски представљеног на сензационалистички начин. Осим тога, видљиве су још као мајке и супруге. Жене су ретко извор информација, како у локалним тако и у регионалним и националним медијима. Оне су ређе цитиране а ако јесу, то је само површан навод у краћим текстовима. Њима се мање верује него мушкарцима као извору информације”* (Valić Nedeljković, 2011: 450).

Када је ријеч о улогама које жене имају у медијима (када добију медијски простор), Валић Недељковић наводи четири: „ауторка медијских садржаја, актерка друштвено-политичке праксе која је добила простор за презентацију својих идеја и ставова у медијима, жена у медијима приказана искључиво као објекат и на крају жена актерка која у одређеним медијским садржајима мења улогу у ауторку и обратно – новинарке које су у одређеним ситуацијама представљене као актерке друштвено-политичке и културне сфере” (Valić Nedeljković, 2011: 455). Улоге жена у медијима, тачније у информативној штампи (не ревијалној) дефинише и Миливојевић, и то као забављачка (забављачице, модели, пјевачице и слично), домаће (домаћице, мајке, пратиље или помиривачице каријере и породице), те експерткиње (психолошкиње, социјалне раднице, козметичарке, учитељице, љекарке и слично), чија је стручност прилагођена породичној сфери и улози жена које брину о породици.

Улога медија у формирању личности је изузетно важна, а та се улога није мијењала кроз историју. Проблем данашњице ипак је ниска медијска писменост, посебно у сфери онлајн медија – што погодује порталима чији је основни циљ зарада, често науштрб квалитетног и етичког извјештавања. Управо зато говор мржње и предрасуде остају неисправљене, јер је битнији број кликова и прегледа него етички кодекс новинара (или уредника). Важно је адресирати проблем ширења предрасуда у писаном медијском дискурсу и због брзог ширења идеја међу великим групама и широм популацијом (кад је о интернету ријеч) и због пребацивања одговорности на некога другог дијелењем тих текстова, што потврђују Ивановић и др.: „Због теже идентификације у маси, губи се осећај одговорности за своје поступке, који постају много екстремнији. Долази до масовног ширења одређеног понашања (или идеје, прим. аут.) попут вируса, јер појединци у гомили теже да без питања прихватају и следе идеје, мишљење и емоције већине” (Ivanović et al., 2019: 86).

2. Методологија

Медији слику стварају управо кроз језик. Језик не служи само преносу информација – он служи и за обликовање ставова, за потврђивање (или формирање) идентитета и за ширење неке идеологије. Баш зато је важно укључити и остале дисциплине у проучавање језика, да би се одступило од чисте формалистике, јер језик нису само знакови, него и значења.

У раду се користи квантитативно-квалитативна анализа дискурса, а јединица анализе је писани текст, односно једна објава на порталу. Компаративном методом су сумирани резултати да би се разграничиле категорије у које се жене у медијима смјештају.

Дискурс анализа као метод води поријекло из лингвистике, потом и наратологије, а данас се користи у многим дисциплинама као систематичан и погодан алат за изучавање текстуалних, културолошких, социолошких феномена са значењске стране. Дакле, посматрано из наратолошког угла, текст је заправо предлог, а дискурс је значењска могућност тог текста. На структуралистичком нивоу, текст би био синонимом фабули, а дискурс сижеу. Самим тим, дискурс и наратив могу да се посматрају као синоними, с тим да је данас дискурс анализа или анализа дискурса метод који се користи у низу дисциплина, док је наратологија остала везана за умјетност (прво књижевност, а данас и виртуелне умјетности, од видео-игара па надаље). Дискурс би онда у том случају представљао језичку анализу текстова, и то „највиши дио језичке анализе“ (Perović, 2014: 33), односно, анализа дискурса је „проучање односа између језика и контекста у коме се он користи“ (Lakić, 2014: 57).

„Критичка анализа дискурса је врста дискурсног аналитичког истраживања које првенствено проучава начин на који се злоупотреба друштвене моћи, доминација и неједнакост активирају, репродукују и како им се одупире текстом и разговором у друштвеном и политичком контексту. Оваквим дисидентским истраживањима, аналитичари критичког дискурса заузимају експлицитан став, а самим тим желе да разумију, разоткрију и на крају се одупру друштвеној неједнакости“ (Van Dijk, 2001).

Управо зато што кроз критичку анализу дискурса можемо да установимо како језик обликује и учвршћује моћ идеологије, ова метода је подобна да се испита неједнакост која се кроз текстове који објективирају жену ствара.

У раду је проучаван писани дискурс. Како истиче Савић, „писани материјал се у принципу може категорисати у три основне групе према критерију степена јавности: 1. штампани, 2. нештампани (тј. писани али не за штампу), 3. писани али намењен говорењу (јавни говори, затим вести на радију и/или телевизији итд.)“ (Savić, 1993: 48). Ова подјела написана је у односу на медије тада, али данас би се портали такође могли сврстати у штампане медије, али виртуелно штампане. Са развојем дигиталних технологија, мијења се и дискурс, технички, али не и суштински.

2.1. Корпус

Анализирано је шездесет текстова са шест најпосјећенијих портала, по три из Републике Српске (*Mondo.ba*, *Nezavisne.com*, *Atvbl.com*) и Федерације Босне и Херцеговине (*Hayat.ba*, *Avaz.ba*, *Klix.ba*), према: Top 20 Bosnia and Herzegovina News Websites и Top websites in Bosnia and Herzegovina (All Industries). Текстови су настали у периоду јула–августа 2023. године, а дошли смо до њих тако да смо у опцију тражилице укуцали кључну ријеч жена, да би анализа била што објективнија. Нисмо тражили у рубрикама

стил, слободно вријеме и слично, гдје се иначе пласира „лаганије” штиво имплицитно намијењено женама, да не бисмо прејудуцирали резултате анализе. Сви текстови преузети су 26. 8. 2023. у девет часова ујутро. Да би текст био прегледнији, за чланке са портала кориштене су шифре (Прилог 1). Анализа обухвата и језичко тумачење, зато што „језик јесте средство за изражавање, али и за стварање друштвене неједнакости. (...) Ради се о бројним, обично суптилним облицима злоупотребе друштвене моћи, гдје је главно средство за доминацију над другима језик. Управо је ово предмет критичке анализе дискурса” (Petrović, 2014: 97).

У раду су представљени резултати анализе извјештавања и колико су говор мржње, предрасуде и сексизам заступљени у проучаваним текстовима. У закључном дијелу су поново апострофирани одређени закључци представљени раније. Анализа је рађена по кодном листу из рада „Кога је изабрала штампа у Србији” (Pralica, 2012: 64), прилагођеном за потребе овог истраживања.

3. Анализа портала

Генерално, жене се у медијима приказују или ријетко или као инфериорне у односу на мушкарце. Како наводи Валић Недељковић, „у медијима се приказују као некомпетентне, инфериорне и увек на услузи мушкарцу. Медији или игноришу или стереотипизирају жену” (Valić Nedeljković, 2011: 448). Валић Недељковић наводи три групације писаних медија с обзиром на циљ и матичну групу: феминистички медији, медији за жене и медији немаркирани родом (Valić Nedeljković, 2011). Анализа се превасходно односи на оне немаркиране родом.

Важно је адресирати колико се доминација (у овом случају, мушка) шири кроз свакодневне нарative – самим тим, и медије. Теорије манипулације кроз медије обрађују, на примјер, Чомски и Теут Ван Дијк. Ван Дијк, говорећи о везама између когнитивног и афективног, осврће се управо на злоупотребу моћи не само кроз акције, него и кроз ум:

„То јест, кроз посебан приступ и контролу средстава јавног дискурса и комуникација, доминантне групе или институције могу утицати на структуре текста и говора што резултира тиме да су знање, ставови, норме, вредности и идеологије реципијената – мање-више индиректно под утицајем интереса доминантне групе” (Van Dijk, 2007).

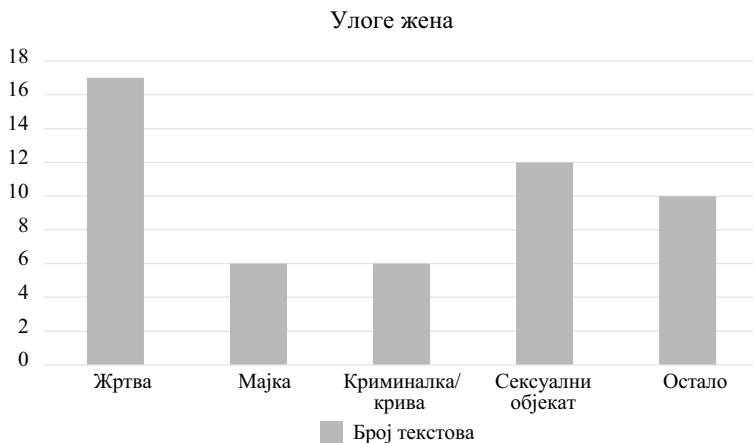
Критичка анализа дискурса зато обухвата проучавање језичких структура, уз анализу како такве структуре (наслови, синтакса, семантика, стил и стилске фигуре) утичу на манипулацију.

Када је ријеч о полној структури уредника, која би могла имати утицаја на текстове који се објављују, у импресуму, Дневни аваз наводи да је пуноправни члан Вијећа за штампу у БиХ. Главна уредница је жена, а

директор друштва мушкарац. Уредник Кликса је мушкарац. На челу портала Мондо је директорица, а сваки сегмент (нпр. информатива, магазин) има свог уредника или уредницу. У Независним новинама и на позицији извршног директора и на позицији главног уредника (како је наведено у импресуму) су жене. За портале Атв и Хајат није прецизирано ко је уредник или уредница, наведена је власничка структура телевизијских канала, али не и портала. Видљиво је да жене предњаче на уредничким позицијама.

3.1. Категорије жена

Анализа показује да категоризација не одступа од оних које су дале Валић Недељковић и Миливојевић. Најчешће је жена жртва (графикон 1), јер то одговара наративу који је најчешћи у медијима, те незауостављају родно заснованог насиља као последице патријархата. Појављује се и нова категорија за нови вид дискриминације – у тексту X2¹ наилазимо на нову улогу жене у медијима – штеточине, оне која нешто квари (која је опет „крива“). Текст представља опис TikTok видеа просидбе, и жене која је просидбу на јавној плажи „покувала“ својим присуством. Овдје можемо препознати суптилни говор мржње и у коментарима који су наведени, и то у опозицији она: ми, односно млади – стари. Може да буде говора и о тзв. еџизму, односно дискриминацији старијих особа.

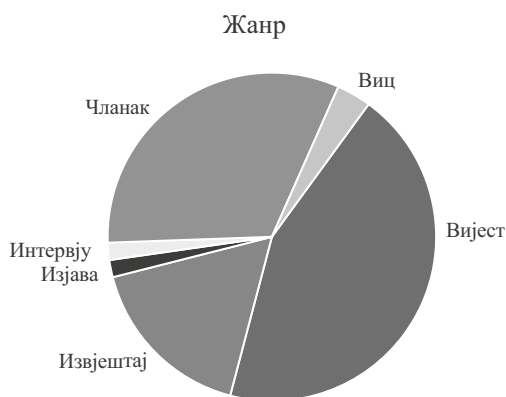


Графикон 1.

3.2. Жанр и ојрема текста

У посматраним порталима, убједљиво преовладавају вијести (графикон 2). Најчешћи жанр је вијест у свим посматраним интернет-порталима, а на

репортажу нисмо наишли ниједном. Текстовете преузете са редита (Reddit) и унеколико прилагођене посматрали смо као чланке, те је зато броје чланака нешто већи. Када је ријеч о опреми, једина на коју смо наилазили јесу фотографије које су смисаоно пратиле текстове (на примјер, фотографија стршљена у чланку Н10²). Ипак, фотографије које прате текстове у којима наилазимо на предрасуде јесу одговарајуће за такав текст, али нису за разбијање таквих образаца. На примјер, у тексту М7³ наилазимо на реченицу у којој препознајемо не само предрасуде него и суптилни говор мржње који прате фотографије: Погледајте како изгледа Лариса која тврди да ‘није само комад меса’.



Графикон 2

3.3. Наслови

Генерално, наслов треба да да информацију о чему је у тексту ријеч. Наравно, служи и појачавању идеолошке поруке и управо зато се у етичким кодексима и смјерницама осуђују сензационалистички наслови којима се шире предрасуде. Ипак, они испуњавају своју сврху – прикупљају кликове, односно прегледе, те утичу на финансијски аспект портала. Метафоричке и сензационалистичке наслове сврстали смо у једну категорију (графикон 3). Показало се да је честа ситуација да новинари вијест (из полиције или тужилаштва) само преименују (додајући, на примјер, Нови детаљи нестезе –М1⁴ или Драма у Истри – А39⁵), да би добили што „бомбастичнији” наслов и тако привукли читаоце.

Сензационалистички наслови предначе у односу на остале, што опет упућује на важност едукација које би утицале на промјену уређивачке политике.



Графикон 3

3.4. *Стил и језик*

Сама форма у којој је нешто написано већ садржи информације о стилу и језику. С обзиром на то да су у истраженом корпусу преовладале вијести, и то саопштења из полицијских управа или тужилаштва, јасно је и да предњачи административни стил какав је у овим институцијама заступљен. Реченице су кратке, јасне, просте. У оваквим текстовима, епитета нема, глаголски облици су у пасиву и предњаче именице и замјенице. За овакав тип текстова то је уобичајено, јер је њихова основна функција референцијална, односно служе нам да пренесу информацију. Ипак, карактеристична је конативна функција која се јавља у насловима оваквих вијести. Управо зато су често издвојени као сензационалистички, а порука која се њима преноси може бити и увредљива. У чланцима пак реченице нису тако кратке, а говор је колоквијалнији, да би био ближи читаоцу и да би се порука лакше пренијела. Таквим примјерима обилује текст А6⁶: Због недостатка овог хормона жене могу да буду јако незгодне, па ће често имати изливе бијеса према људима који су је само попрјико погледали. Овај псеудонаучни поглед на жене доноси нам увид у дубоко укоријењену мизогинију и сексистичке ставове да је жена погодна само за сексуалне односе.

3.5. *Стереотипи о женама*

Стереотипе налазимо и у насловима и у текстовима, у свим проучаваним порталима. Од категорија у које се жене сврставају (о којима је већ било ријечи), па до позива на насиље, сви ови сегменти заправо шире укоријењене предрасуде. На примјер, у тексту А2⁷ препознајемо суптилни говор мржње и упирање прстом у жену, јер је у самом наслову наглашено како је она та која је оставила дијете да спава (а не да је дијете преминуло у сну). А6⁷ доноси нам предрасуде у самом наслову: Стручњаци тврде: овако изгледа жена којој

фале интимни односи. Зашто? Зато што се стереотипи заснивају на увјерењу да жена која нема интимне односе није подобна ни за шта, да су њене реакције непримјерене баш због недостатка секса итд. Текст је чисто ширење стереотипа, јер нигдје у тексту није наведено који су то стручњаци, гдје су рађена истраживања и остале информације које би давале приказ једног научног рада. Завршница текста не само да је препуна сексизма и мизогиније, већ може да буде и позив на насиље, па и силовање: Другим ријечима, када видите да жена изгледа уморно, *нервозна је*, фрустрирана, бијесна и нема самопоуздања – немојте се свађати са њом, већ пробајте да ријешите ситуацију онако како стручњаци савјетују – интимним односом.

Портал Кликс доноси једнак број текстова којима је приступљено нешто озбиљније и у којима су жене представљене као витални дио заједнице и текстова које жену свде на објект мушке пажње. Пет текстова овог портала говори о друштвеним проблемима, док их осталих пет продубљује. Текстови у *Независним новинама* са кључном ријечи *жена* обухватали су и вицеве који су посебан вид ширења предрасуда и стереотипа, као и сексистичких идеја. Поразно је што се налазе на порталу који је намијењен широким народним масама, али је и упутно у менталитет читалаца, јер је медијска писменост недовољно адресирана у образовним структурама. Овакви вицеви представљају и суптилни говор мржње.

Свим овим стереотипима кроз текстове, жене се ограничавају на неколико улога које су им „намијењене“ у патријархалном друштву. На примјер, говорећи о дискредитацији предсједнице Србије – Наташе Мићић у јавности само зато што је жена, Миливојевић наводи: „Ова врста инстант дискредитације ради јер је пажљиво и дуго припремана вишегодишњим медијским радом који у популарној свести фиксира стереотипе о женској инфериорности“ (Milivojević, 2005: 12). Склони смо сложити се са овим ставом. Двадесет година послје, жене још приказују као секундарне, само у односу на мушкарце и као објекте. Доминантна политика о којој је тада писала данас је само још заступљенија са лакшим ширењем информација, лакшим приступом порталима и ширим аудиторijумом.

4. Закључак

Резултати показују да бх. новинарство не прати савремене препоруке о родно равноправном извјештавању. Извјештавање о женама је стереотипно, жене су представљене кроз призму предрасуда и основна улога (како су показала и ранија истраживања) која је жени додијељена је улога жртве. Не заостаје ни мајка/супруга, али се уводи и нова категорија – кршитељке закона или жене која је (за нешто) крива. Наслови су сензационалистички или информативни, при чему су примарно усмјерени ка сакупљању броја кликова и свиђања, у много већем броју него што би то требало да буде, косе се са смјерницама о

извјештавању и са етичким кодексима (стравична судбина), али су погодни за сакупљање кликова. Метафоре су у служби ширења предрасуда, а на лексичком нивоу, жене не излазе из дефинисаних категорија, сем у једном случају (К6⁸ – умјетница). Епитети служе ширењу сензационализма (самим тиме, и предрасуда). У проучаваном корпусу текстова, 30 текстова је непотписано, 29 је потписано иницијалима (али оба иницијала), те је само један текст потписан пуним именом и презименом ауторке.

Од 60 анализираних текстова, готово трећину текстова чине преузете објаве са редита и описи *TikTok* видеа. Другу трећину чине саопштења која сачињавају полицијске управе, само уз додатак бомбастичног наслова чији је циљ да привуче посјетиоце на портал, а трећи дио су чланци преузети једни од других, без стварних извора. Два су вица. У 17 текстова, жена је жртва. У шест текстова је мајка или супруга, у исто толико у сукобу са законом. У 12 текстова жена је сексуални објекат, иако се објективизује константно. Десет текстова спада у категорију „остало”, јер текстови или немају везе са женама (Путин, Додик), у једном је штеточина, два су извјештаја са конференција које се тичу жена, један текст о удружењу жена, један интервју са умјетницом, те три текста гдје је кључна ријеч погрешна. Текст о стоматологу који се лажно представљао рачунали смо само једном, али са двије улоге (жртве и кривца). Саме категорије у које су жене смјештене и стереотипи који им се приписују показују велику заступљеност говора мржње према женама у проучаваним текстовима.

„Традиционални медији су се повезали с интернетом како би одговорили на потребе публике. А потребе нове, дигиталне публике је што већи проток информација у што краћем року, у форми сензационалистичких наслова. Читање садржаја на дигиталним медијима је површно, без удубљивања у суштину што води до погрешне перцепције чињеница. Свака чињеница постаје повик” (Ivanović et al., 2019: 86). Слиједећи ову логику, сваки пут када неко употреби говор мржње и када просјечни конзумент ових садржаја уочи мизогине ставове (које не распознаје као мизогине, но као чињенице), жене у друштву задржавају свој неравноправан положај, бивајући од стране гомиле која упија повике сматране као мање компетентне. Зато је неопходно што више се бавити овим темама са сваког аспекта, и упозоравати на штетност таквих образаца.

Медији и медијски радници морају да поштују етички кодекс и, уосталом, законе и да се воде принципима едукације у извјештавању, а не ширења затуцаности зарад кликова, посебно када имају у виду да је медијска писменост веома ниска, чиме је просјечан конзумент подложнији манипулацијама које се дају и кроз текст и кроз коментаре на текст:

Проучавани (најшири, односно најчитанији) медији, дакле, не деконструишу патријархат и норме које нам је наметнуо, већ реконструишу стереотипе као сегменте друштвене стварности који су догматизовани и, као такви, нормални и непромјењиви. Да би се нешто промијенило, потребно је промијенити уређивачку политику, користити се, можда, смјерницама за медијско извјештавање о родно заснованом насиљу које су сачиниле „Но-

винарке против насиља”, јер могу да буду корисне и када је извјештавање о роду генерално у питању или, просто, етичким нормама новинарске професије.

Језичке структуре, попут реда ријечи у наслову или употребе реторичких питања, што у наслову, што у тексту, утичу на формирање слике, односно става о нечему. Ван Дијк налази и да уколико читаоци (односно, примаоци поруке) немају приступ другим изворима информација или ментални капацитет да се одупру сугестивним порукама, као резултат се јављају преферирани модели специфичних ситуација, који се онда претварају у генерализације, ставове и идеологије (Van Dijk, 2007). Из тога је видљиво колико медији утичу на читаоце и на стварање или јачање ставова о појединим питањима, у овом случају питање положаја жена. Зато је важно мијењати начине извјештавања о женама, мијењати медијску слку и стварати нове, афирмативне категорије у којима ће се жена у медијима сврстати.

Notes

- 1 X2 – НЕПОЗНАТА ЖЕНА НА ПЛАЖИ УНИШТИЛА МЛАДОМ ПАРУ ПРОСИДБУ ИЗ СНОВА
- 2 H10 – Жена преминула од убода стршљена
- 3 M7 – ОНА ЈЕ МИС БУМ БУМ 2023: У финалу послала поруку о којој брује друштвене мреже
- 4 M1 – Нови детаљи несреће на путу Бањалука - Лакташи: Погинула тридесетогодишња Прњаворчанка, повријеђене три особе
- 5 A39 – Драма у Истри: Мушкарац отео жену и побјегао
- 6 A6 –Стручњаци тврде: Овако изгледа жена којој фале интимни односи
- 7 A2 – Стравична судбина човјека који улази у „Задругу”: „Жена ставила дијете да спава, послјије пет минута је умрло”
- 8 K6 – Ханна Дујмовић: Умјетност је медиј који држи нит међу ствараоцима, прилика да се наше име чује у Европи

5. Литература

- Ivanović, A., Randjelović, D., & Totić, M. (2019). Govor mrznje u elektronskim medijima i na društvenim mrežama. *Monitor*, 7(2), 45–60. https://www.researchgate.net/publication/331959215_GOVOR_MRZNJE_U_ELEKTRONSKIM_MEDIJIMA_I_NA_DRUSTVENIM_MREZAMA
- Lakić, I. (2014). Analiza pisanog diskursa. U S. Perović (Ur.), *Analiza diskursa: teorije i metode* (str. 57–76). Institut za strane jezike, Univerzitet Crne Gore.
- Milivojević, S. (2004). *Žene i mediji*. Ženske studije i komunikacije, Centar za ženske studije.

- Perović, S. (2014). Diskurs i statistika ili diskurs kao odgovor na Jakobsonovo „sramno zaostajanje“. U S. Perović (Ur.), *Analiza diskursa: teorija i metode* (str. 13–67). Institut za strane jezike.
- Pralica, D. (2012). Koga je izabrala štampa u Srbiji. U D. Valić Nedeljković & D. Pralica, (Urs.), *Koga su mediji izabrali... A šta su partije nudile?* Novosadska novinska škola.
- Puljić, G. (2015). Jezik novina o jezičkim novinama. U A. Ryznar (Ur.), *Svijet stila, stanja stilistike: zbornik radova*. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Savić S. (1993). *Diskusija analize*. Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet.
- Valić Nedeljković, D. (2011). Rod i mediji. U S. Milivojević & S. Markov (Urs.), *Uvod u rodne teorije* (str. 455–470). Centar za rodne studije.
- Van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. In D. Tannen, D. Schiffrin, & H. Hamilton (Eds.), *Handbook of discourse analysis* (pp. 352–371). Blackwell. <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2001-Critical-discourse-analysis.pdf>
- Van Dijk, T. A. (2007). Discourse, power and access. <https://shorturl.at/apKR8>

Рад примљен: 9. 7. 2024.

Рад одобрен: 18. 11. 2025.