

Analiza sadržaja regionalnih feminističkih Facebook stranica

Papo Brzica, Ana Sara

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **VERN University / Sveučilište VERN**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:146:136748>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-11-27**



Repository / Repozitorij:

[VERN' University Repository](#)



SVEUČILIŠTE VERN'

Zagreb

Odnosi s javnošću i studij medija

ZAVRŠNI RAD

**ANALIZA SADRŽAJA REGIONALNIH
FEMINISTIČKIH FACEBOOK STRANICA**

Ana Sara Papo Brzica

Zagreb, 2021.

SVEUČILIŠTE VERN'

Preddiplomski stručni studij

Odnosi s javnošću i studij medija

ZAVRŠNI RAD

**ANALIZA SADRŽAJA REGIONALNIH
FEMINISTIČKIH FACEBOOK STRANICA**

Mentorica: Silvana Fratrić Kunac, prof., viši pred.

Student/ica: Ana Sara Papo Brzica

Zagreb, rujan 2021.

SADRŽAJ

SAŽETAK	I
ABSTRACT	II
1. UVOD	1
2. FEMINIZAM.....	2
2.1. Začetci feminizma	2
2.2. Sufražetkinje – prvi val feminizma	3
2.3. Drugi val feminizma.....	4
2.4. Treći val feminizma.....	6
3. RETORIKA SUVREMENOG FEMINIZMA.....	9
3.1. Humor kao aktivizam	10
3.2. Izgradnja feminističkog identiteta	11
3.3. Osobni narativi	13
3.4. Rušenje stereotipa.....	14
4. FEMINISTIČKI AKTIVIZAM NA DRUŠTVENIM MREŽAMA.....	16
4.1. Moguće prednosti i nedostaci	16
4.2. <i>Hashtag</i> i <i>meme</i> feminizam	17
4.3. <i>Hashtag #Cancelled</i> – Kultura otkazivanja.....	18
5. OPIS ANALIZIRANIH STRANICA	21
5.1. Seksizam naš svagdašnji.....	21
5.2. Sve su to vještice	21
5.3. Muškarac, otac, kralj	21
6. ISTRAŽIVANJE.....	23
6.1. Metodologija.....	23
6.2. Istraživačka pitanja	23
6.3. Uzorak	23

6.4. Plan analize.....	24
7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	25
7.1. Format i popularnost objava	25
7.2. Sadržaj objava.....	27
7.1. Korištena retorika	28
7.2. Moderni trendovi	30
7.3. Ograničenja istraživanja	30
8. RASPRAVA REZULTATA.....	32
9. ZAKLJUČAK I PREPORUKE	34

LITERATURA

POPIS TABLICA

PRILOZI

Zagreb, Palmotićeve ulica 82/1
Odnosi s javnošću i studij medija

Broj _____

ZADATAK ZAVRŠNOG RADA

Kandidat: Ana Sara Papo Brzica

Zadatak: Analiza sadržaja regionalnih feminističkih Facebook stranica

U radu je potrebno razraditi sljedeće:

- Opisati povijest feminizma
- Objasniti obilježja i retoriku suvremenog feminizma
- Prikazati retoriku i komunikacijske strategije aktivizma na društvenim mrežama odnosno digitalnog feminizma
- Analizirati sadržaj četiri regionalne feminističke stranice na Facebooku
- Izabrati uzorak istraživanja i osmisli istraživački upitnik
- Obraditi, prikazati i interpretirati rezultate analize sadržaja
- Definirati zaključke i preporuke za praksu

Napomena: Pri izradbi završnog rada kandidat ima obvezu pridržavati se i uvažavati primjedbe, sugestije i naputke mentora, koristiti i primjenjivati znanja i umijeća stečena tijekom studija, upotrebljavati informacije i podatke prikupljene vlastitim istraživanjem te spoznaje i činjenice iz odgovarajuće znanstvene i stručne literature.

Zadatak zadan: 2.07.2021.

Rok predaje: 1.09.2021.

Mentorica

Silvana Fratrić Kunac, prof., viši pred.

Pročelnica studija

Martina Majić, prof., pred.

SAŽETAK

Društvene mreže nisu samo sredstvo komuniciranja i povezivanja, već i način informiranja, gradnje identiteta i čimbenik za formiranje slike svijeta njihovih korisnika. Za razumijevanje suvremenog feminizma nužno je promatrati način na koji isti djeluje na društvenim mrežama. Digitalni i analogni svijet međusobno su povezani pa feminizam na društvenim mrežama nije odvojen entitet od feminizma u „offline“ svijetu. U ovom je radu analiziran feministički aktivizam regionalnih Facebook stranica, odnosno načini i sredstva njegova izražavanja. Korištena je metoda analize sadržaja kojom je ispitano 60 objava s tri odabrane stranice: „Sve su to vještice“, „Seksizam naš svagdašnji“ i „Muškarac, otac, kralj“. S obzirom na različitu dinamiku objavljivanja pojedinih stranica za uzorak je odabrano 20 zadnjih objava sa svake stranice do 15. 6. 2021. Cilj je bio utvrditi tehnička i sadržajna obilježja objava, identificirati pojedina retorička obilježja te ispitati prisutnost modernih trendova feminizma na društvenim mrežama. Rezultati upućuju na sklonost stranica ka vizualnim sadržajima, prvenstveno (autorskim) *memeovima*. Objave su većinom prijateljskog tona i obilježene humorom. Iznimku čine objave na stranici „Seksizam naš svagdašnji“ gdje se jasno prepoznaju trendovi kulture prozivanja i otkazivanja, ton je povremeno i negativno sarkastičan, a stil pasivno-agresivan. Objektivizacija žena, tradicionalne uloge, položaj žena i stereotipi o ženama središnji su problemi regionalnog Facebook feminizma, kako impliciraju rezultati. *Hashtag* feminizam ne ostvaruje se u izvornom smislu, što je bilo i očekivano s obzirom na prirodu Facebooka kao platforme. Nadalje, „lakši“ sadržaji česti su i nailaze na bolji odaziv publike, što može utjecati na zanemarivanje bitnih tema kao što je nasilje nad ženama.

Ključne riječi: feminizam, feministički aktivizam, Facebook feminizam, regionalni feminizam, kultura otkazivanja

ABSTRACT

CONTENT ANALYSIS OF REGIONAL FEMINIST FACEBOOK PAGES

Social networks are not just means of communication but also of acquiring new information, constructing one's identity and one of the major factors in formation of one's World perception. One must observe the acts of modern feminism on social networks to comprehend it since digital and analog worlds are intertwined. The main object of this research is feminist activism' communication on regional Facebook websites. The content analysis method was used to examine 60 different posts on three different Facebook websites: "Sve su to vještice"; "Muškarac, otac, kralj"; and "Seksizam naš svagdašnji". The main goal of research is to determine technical and contextual characteristics of comments, to identify certain rhetorical features and to examine the presence of modern trends in feminist activism on social networks. The results imply that researched websites tend to rely on visual content, primarily on the „memes“. Those posts are friendly natured, easily understood and humorously toned. Only the posts on website "Seksizam naš svagdašnji" show the trends of call-out and cancel culture, the tone sometimes being negatively sarcastic and style more often than not (passive) aggressive. The objectification of women, their traditional roles, position in society and surrounding stereotypes are the main focus of regional feminist Facebook webpages. Hashtag feminism is not realised in its original sense as expected due to the nature of Facebook as a platform. Furthermore, "easier" content is better received by the audience and more often shared which can negatively influence the presence of more serious content e.g., family violence.

Key words: feminism, feminist activism, Facebook feminism, regional feminism, cancel culture

1. UVOD

Feministička je ideja nastala kao produkt okolnosti u određenom povijesnom trenutku te se zajedno s njima i razvijala. Tehnologija, sila koja eksponencijalno mijenja sliku svijeta i pristup slici svijeta, promijenila je i sliku feminizma te pristup slici feminizma. Razvoj feminizma odvijao se paralelno s razvojem medija. Razvojem sredstava javne komunikacije rasla je i feministička javnost, a samim tim i feminizam. Fenomen feminizma izuzetno je zanimljiv jer je, sam po sebi, kontroverzan, mnogoznačan i djelomično razjašnjen. „Kakav je to feminizam na društvenim mrežama?“, „Tko su feministice i feministi?“, „Za što se bore?“, „Pobjeđuju li?“ – uistinu je velik broj pitanja. Odgovora može biti koliko i korisnika društvenih mreža, a s obzirom na to da je proces još uvijek u tijeku, za sada ga je moguće samo promatrati.

Kao predstavnici feminističkih ideja na društvenim mrežama, u radu su izabrane stranice koje se predstavljaju kao feminističke, problematiziraju materiju koju je i akademska pozadina feminizma prepoznala te imaju svoju publiku, a time i utjecaj. Analizom izabranih stranica nastojalo se doći do djelića slike o tome kako i što komunicira feminizam na društvenim mrežama. Cilj je ovoga istraživanja utvrditi trendove feminističkih stranica na Facebooku u regiji, analizom retorike i komunikacijskih strategija odabranih stranica. Analizom je obuhvaćeno nekoliko segmenata (format i popularnost objava, sadržaj i retoričke strategije, prisutnost zabilježenih trendova u svijetu specifičnih za ovu vrstu aktivizma).

Poznavanje povijesnog razvoja feminizma nužno je za razumijevanje dinamike ove pojave te prepoznavanje konstanti i varijacija unutar pojma. Upravo je zato prvo poglavlje posvećeno opisu triju feminističkih valova. Definira se i retorika suvremenog feminizma, odnosno sve ono što mu omogućuje prisutnost u javnom prostoru. Na kraju se teorijskog dijela rada daju i neki podatci o feminizmu na društvenim mrežama i načinima na koje se isti manifestira te sam opis tri analizirane stranice. U istraživačkom dijelu rada opisana je metodologija i rezultati istraživanja, kasnije raspravljani i u konačnici izvedeni u zaključak.

2. FEMINIZAM

Pojam feminizma često se spominje u svakodnevnom životu, često i bez potpunog razumijevanja pojma. Razlog tomu zasigurno je i kompleksnost feminističke filozofije i djelovanja, idejno razilaženje pojedinih pristupa te brze promjene konteksta u kojem se feminizam razvija. Prema Hrvatskoj enciklopediji, feminizam je društveni pokret i svjetonazor koji se zalaže za unaprjeđenje položaja žena uklanjanjem spolne dominacije i diskriminacije (seksizma) te promicanjem rodne jednakosti u svim područjima života. Ipak, Johnson (2017) apostrofira kako riječi ponekad nemaju jedno konkretno značenje te se ono može mijenjati, pa se tako u , autorica promatrati kako je kontekst određene situacije mijenjao značenje riječi. Kao uvod u problem definiranja feminizma, Zaharijević (2012) navodi kako sam pojam sadrži obilje praksi i široko teorijsko polje te naglašava njegovu interdisciplinarnost i multidisciplinarnost. Autorica feminizam objašnjava kao „pokret, ideologiju, osobno uvjerenje, mreža teorijskih pozicija, polazna točka u razmatranju fenomena koji se više ni ne moraju ticati žena, pojmovni okvir, skup različitih (ponekad izrazito kreativnih, ponekad tjeskobno arhivarskih) aktivnosti čiji je cilj pospješivanje položaja u kojem se žene danas nalaze, a nerijetko i pokušaj da se povijest pročita drugačije, da se iz njenog tkanja „izvuku“ neka nevidljiva mjesta koja bi mogla poslužiti kao putokaz za buduće prakse“ (str. 482).

Muškarci su dugo vremena bili isključivi nositelji društvenih promjena. Istup žena, uvjetovan mnogim faktorima, donio je bujice različitih ideja, pristupa i doživljaja stvarnosti koji su se, između ostaloga, artikulirali u brojnim feminističkim pravcima. U ovom je poglavlju opisan povijesni razvoj feminizma koji se odvio u tri vala te sami začetci feminizma.

2.1. Začetci feminizma

Žene su, u zapadnoj povijesti, bile tek pasivni sudionici patrijarhata. Ženska je uloga obično bila ograničena na brigu o kući i obitelji. Fizički slabije, neobrazovanije, financijski ovisne nisu mogle ostvariti društvenu moć te je submisivan položaj bio ustaljeno pravilo. Kako navodi Jarčević (2018), takvo shvaćanje ženske uloge djelomično proizlazi iz Biblije kao jednog od glavnih temelja zapadnih društava, gdje je žena stvorena naknadno iz i za muškarca. Janković (2009, str. 6) objašnjava: „Svijet u kojem živimo tradicionalno je opisivao pomoću suprotnosti priroda/kultura, tijelo/duh, žene/muškarci, pri čemu su priroda/tijelo/žene bili označeni kao simboličko Drugo. U toj binarnoj kodiranosti svijeta, sfera znanosti i tehnologije oduvijek je ‘prirodno’ pripadala muškarcima.“ Žene su bile muškarčeva imovina, a njihova je borba za prava bila kompleksna i višedimenzionalna. Djelomično ju oslikavaju riječi engleske

prostitutke iz viktorijanskoga doba: „Najprije sam zgriješila želeći zadovoljiti jednoga muškarca, da bih se potom potucala od jednog do drugog. Muškarci nas u policiji drže u šaci. Muškarci nas pregledaju, dodiruju nas rukama, liječe i odbacuju. U bolnici nam opet muškarac čita molitve i Bibliju. Vode nas sudcima koji su također muškarci... A ovaj zakon, koji me čini izgređnicom, donio je Parlament u kojem sjede samo muškarci“ (Philips, 2003 prema Zaharijević, 2021, str. 484).

Poznati su tekstovi još iz 17. stoljeća gdje žene raspravljaju o svom položaju u društvu. Neki su od tih tekstova *O jednakosti muškaraca i žena* (Marie de Gournay) te *Ozbiljan prijedlog damama o unapređenju njihovog istinskog i najvećeg interesa* (Mary Astell). Ipak, u toj su povijesnoj epohi takva djela bila tek izuzetci, ali i dobri pokazatelji promjene koja će uslijediti. U odnosu na životni vijek čovjeka, promjene se nisu događale brzo. Mary Astell upitala je: „Ako se svi ljudi rađaju slobodni, kako to da se sve žene rađaju kao robinje?“ (Pateman, 2001 prema Zaharijević, 2021). Pola stoljeća kasnije Olympe de Gouges odgovorila je na „Deklaraciju o pravima čovjeka i građanina“ svojom „Deklaracijom o pravima žena i građanki“. Francuska revolucija, u kojoj su žene odigrale značajnu ulogu, ostavila ih je građankama bez prava glasa. Ipak, razvijena je ideja žene kao političkog bića te će 1946. godine Francuskinje steći pravo glasa. Nužno je spomenuti kako je Francuska revolucija donijela pravo glasa za dvije trećine muškaraca (i nula trećina žena) i to platišama poreza, dakle platežno sposobnima. Imetak je uvjetovao osnovno ljudsko pravo na izbor, a ne samo biologija. Žene su bile diskriminirane već samim svojim rođenjem i biološkim određenjem.

2.2. Sufražetkinje – prvi val feminizma

Borbu za pravo glasa u Europi, naročito Velikoj Britaniji te SAD-u, predvodile su sufražetkinje (engl. suffrage – pravo glasa) krajem 19. i početkom 20. stoljeća, a njihove su bitke odjeknule svijetom. „Prve feministkinje su mahom udate, ugledne bijele žene iz srednje ili više klase, čiji utjecajni supruzi (i/ili očevi) odobravaju njihovo djelovanje“ (Zaharijević, 2021, str. 488). Kako dalje navodi autorica, rani se feminizam u SAD-u i Velikoj Britaniji nije borio za univerzalno glasačko pravo žena. Afroamerikanke (istovremeno se odvijao abolicionistički pokret), prostitutke, pa čak i siromašne žene, često su bile isključene iz diskursa. Naravno, pravo glasa žena povlačilo je mnoga pitanja koja su često dovodila do razilaženja u mišljenjima. Vidaković (2011) navodi kako se u SAD-u 1870-ih razvijao feministički pravac koji se zalagao za društveno čistunstvo, prema kojem su se nasilje, alkohol i seksualna razvratnost smatrali muškim zlom koje prijeti moralno nadmoćnijim ženama s malom ili nikakvom potrebom za seksom. Zaharijević (2012) objašnjava kako su prve feministkinje taktično manevrirale

pitanjima morala gdje su se, lobirajući za pravo glasa, koristile upravo moralnom nadmoćnosti opozivajući se na tradicionalno majčinske vrline (čestitost, nježnost, briga za druge). U tim se ženama probudila pokretačka sila, želja za samoaktualizacijom i borbom za jednakost koja iz današnje perspektive izgleda zanemarivo, ali to nipošto nije. Ove su žene začele ideju te postavile temelje za budući razvoj feminizma i ostvarenje njegovih ciljeva.

Odlučnosti i strastvenosti sufražetkinja svjedoči čin razbijanja prozora Ministarstva unutarnjih poslova Velike Britanije, Ministarstva rata, trgovačke komore, 1912. godine nakon iznevjerenih obećanja (Vidaković, 2011 prema Watkins, Rueda, Rodriguez, 1999). Trueman (2015) dalje navodi i štrajk glađu u zatvorima, prisilno hranjenje te, naposljetku, uvođenje Zakona o mački i mišu, gdje su izgladnjele sufražetkinje slali kući na oporavak nakon čega bi ponovno bile vraćene u zatvor.

Nepovoljne povijesne okolnosti, odnosno Prvi svjetski rat iznjedrilo je uvjete za prisilno odobravanje i potrebu za ženskom emancipacijom. „Rat iz 1914. godine bio je 1789. godina za žene“ – piše Legrave (1993, prema Zaharijević, 2012, str. 491). Kako navodi Zaharijević (2012), siromaštvo i oskudica doveli su do toga da žene preuzmu obveze koje su tradicionalno pripadale muškarcu (poljoprivreda, proizvodnja oružja i vojne dužnosti) što je u poslijeratnim godinama dovelo do povećanog broja razvoda, kratke kose, odbacivanja korzeta, podsuknji i haljina čime je zauvijek poremećena slika tradicionalne žene. Autorica zaključuje kako je ova „možda i prisilna emancipacija, produkt okolnosti, s obzirom na to da ju većina feministkinja tog doba (žene iz više klase) nije tako zamišljala te se priklonila patriotizmu, zanemariivši načelo o ujedinjenosti žena koje vodi poboljšanju cjelokupnoga ljudskoga roda što potkrepljuje citatom Jeane Misme: „Sve dok traju patnje naše zemlje nikome nije dozvoljeno da govori o pravima. Sada imamo samo dužnosti.“

Bez obzira na to tko ili što je (više) pridonijelo emancipaciji žena (intelektualna struja i direktne akcije višega sloja ili pak sirova želja i umijeće preživljavanja žena radne klase), ciljevi su nedugo nakon rata ostvareni – žene su stekle pravo glasa.

2.3. Drugi val feminizma

Žene diljem svijeta ostvarile su pravo glasa, što je bio temeljni korak ka postizanju jednakosti. I dalje su postojali problemi vezani uz zakonske regulative, kao i tabuizirani problemi čije je prešućivanje dovelo do stanja ženske bespomoćnosti. Knjiga Simone de Beauvoir, „Drugi spol“ (1948), iskra je i idejna osnova drugog vala feminizma. Beauvoir je uzdrimala dotadašnje shvaćanje pojmova roda i spola. „Spolom su definirane fiziološke karakteristike i anatomska

razlika između muškarca i žene, dok je rodom označena društvena konstrukcija rodnih uloga“ (Mihaljević, 2016, str. 160).

Zaharijević (2012) navodi kako je Simone de Beauvoir feminističkoj teoriji u nasljeđe ostavila tri polazne točke koje će se kasnije razvijati u neslućenim pravcima:

Između muškaraca i žena postoji nepremostiva razlika. Spolna je razlika osnova svakog poređenja, vrednovanja i hijerarhijskog sistema odnosa moći.

Ženski spol, sam po sebi, nije manje vrijedan, već ga je društvo/kultura/historija takvim učinila. „Žena“ kao i „muškarac“ skup je dodijeljenih odlika, odnosno „rodni okvir“ u koji se pojedinac uklapa s više ili manje uspjeha.

Sustav vrijednosti, u kojem ženska i muška bića (spol) postaju muškarci i žene (rod) i gdje muškarci imaju moć, naziva se patrijarhatom.

Revolucionarne misli Simone de Beauvoir pokrenut će lavinu promjena koje traju i danas. Godine 1965. ove su promjene bile inspiracija Betty Friedan u pisanju knjige „Mistika ženstvenosti“ kojom službeno započinje drugi val feminizma, naročito na tlu SAD-a. „Mistika ženstvenosti“ problematizira sudbinu žene osuđene na kućanstvo. Oko ove ideje okuplja se grupa žena prepoznata kao politička sila s konkretnim zahtjevima. „Tijekom drugog vala žene su uspjele probleme vezane za odnose u braku i obitelji poput razvoda i nasilja pretvoriti u javni problem. Silovanje u braku, tjelesno zlostavljanje, psihološko zlostavljanje, vrijeđanje, ponižavanje i svi ostali oblici nasilja tek su sedamdesetih i osamdesetih godina konačno i priznati kao takvi“ (Mihaljević, 2016, str. 162). Autorica dalje navodi kako je legalizirano i pravo na razvrgavanje braka, pojavio se pojam „rodna jednakost“, a u duhu su seksualne revolucije ostvarena reproduktivna prava žene, odnosno pravo na prosudbu moralnosti pobačaja i kontracepcije. Također, kako navodi Zaharijević (2011), pojavljuju se feminističke interpretacije povijesti kao i feministička književna kritika čime feminizam postaje multidisciplinarnan.

Za vrijeme drugoga vala odvijao se i pokret za građanska prava (kao što je abolicionistički za vrijeme prvoga vala). Ipak, povijest se ponovila te su feministkinje ponovno većinski razmatrale problematiku bijele žene srednje klase. „Slavni izraz Betty Friedan, 'problem koji nema ime', često navođen da bi opisao stanje žene u ovom društvu, zapravo se odnosi na nezgodu izdvojene grupe visoko obrazovanih, udatih bijelih žena koje pripadaju srednjoj ili višoj klasi. On se, dakle, odnosi na domaćice kojima je dosadilo slobodno vrijeme, dom, djeca, kupovina raznih proizvoda, na domaćice koje žele više od života“ – piše Hooks (2001) u djelu

Black Women: Shaping Feminist Theory, Feminism & 'Race' (navodi Zaharijević, 2012, str. 493).

Izrazi *lavender menace* (ružičasta napast) i *lavender herring* (ružičasta „varalica“), kako navodi Zaharijević (2021), bili su pogrdni nazivi kojim su se etiketirale lezbijke. Nije ih kritizirala samo šira javnost, već i heteroseksualne feministkinje. Autorica navodi kako je *National Organization for Woman* strepila od publiciteta grubih žena, koji im je uistinu oteževao borbu za ciljeve, no takav je stav stvarao unutarnji razdor pa će se pokret 70-ih zaista otvoriti prema lezbijkama, no više na razini političke korektnosti.

Mnoge se žene nisu mogle u potpunosti poistovjetiti s pokretom jer su bile diskriminirane na nekoliko razina, a ne samo na onoj rodnoj: „Žene bijele rase koncentriraju se danas, unutar ženskog pokreta, na represiju koja se nad njima vrši kao nad ženama, i ne uzimaju u obzir razlike u rasi, u spolnim sklonostima, u klasnoj pripadnosti i starosnoj dobi. One stvaraju iluziju da riječ sestrinstvo podrazumijeva homogenost iskustva koje, u stvari, ne postoji.“ – piše Audrie Lord, 1984. godine (navodi Zaharijević, 2012). Sve te, kao i mnoge druge unutarnje podijeljenosti, vodit će do nastanka trećeg vala feminizma.

2.4. Treći val feminizma

Tijekom trećeg vala feminizma došlo je do promjene težnji i konteksta u kojem se isti odvijao. Mnogi su se pitali treba li uopće nastaviti započetu borbu. Kako navodi Zaharijević (2012), mozaičnost i podijeljenost srž su „novog“ feminizma. Kada se govori o ženskom pokretu treba uzeti u obzir da on nikada nije uključivao više muškaraca, ispitivao ženskost ženskog i otvarao nebrojene mogućnosti za umnažanje rodnih identiteta.

Temelji su se trećeg vala podigli na osnovi utjecaja, teorija i kritika prethodnog. Žene afroameričkog podrijetla odigrale su značajnu ulogu tijekom drugog vala iako je rasna razlika među ženama u samoj ideji bila zanemarena. Objavljena su brojna djela 80-ih godina, kao što su *All the Women Are White, All the Blacks Are Men, but Some of Us Are Brave* (Hull, Bell-Scott and Smith, 1982), *Feminist Theory: From Margin to Center* (Hooks, 1984), *This Bridge Called My Back: Radical Writings by Women of Color* (Moraga and Anzaldua, 1983) koja su oblikovala novu eru feminizma. Inačica, koju su autorice donijele, naglašavala je da pored potrebe za ukazivanjem na vanjske oblike opresije postoji potreba i za ispitivanjem formi opresije i diskriminacije (Mann i Huffman, 2005).

Kada je riječ o uzdizanju trećega vala, nužno je spomenuti feminističku supkulturnu pank grupu *Riot Grrrls*, grupu mladih žena koje su svojim energičnim djelovanjem i glazbom poticale na

razgovor o silovanju, obiteljskom nasilju, patrijarhatu, rasizmu, itd. Dizale su samopouzdanje mladim ženama odvrćajući ih od percepcije sebe kao slabih i submisivnih.

Kada je 1991. svjedočenje Anite Hill o seksualnom zlostavljanju, koje je počinio Clarence Thomas, rezultiralo njezinom diskreditacijom, a njegovim unapređenjem na mjesto vrhovnog sudca, Rebecca Walker napisala je članak kojim je službeno najavila početak trećega vala:

Neka vas odbacivanje ženskog iskustva naljuti. Neka se ljutnja transformira u političku silu. Ne glasajte za njih ako rade protiv nas. Nemojte imati seks s njima, ne dijelite kruh s njima, nemojte ih njegovati ako im prioritet nije naša sloboda u kontroli vlastitih tijela i života. Ja nisam postfeministkinja. Ja sam treći val.¹

Feminizam trećeg vala odvija se u razdoblju postmoderne, što ga znatno oblikuje, odnosno lišava oblika. „Dekonstrukcija, kao teorijsko-metodološki okvir koji se vezuje za francuskoga filozofa Jacquesa Derridu, postaje dominantna i dovodi u pitanje sve velike metanarative kojima je do tada svijet objašnjavao. To se odnosi na sve tradicionalne metafizičke pojmove poput istine, subjekta i identiteta“ (Mihaljević, 2016, str. 164). Kako dalje navodi autorica, treći je val feminizma bio pod utjecajem lingvistike i feminističke kritike, što je bilo povezano s pojmom dekonstrukcije koji je Jacques Derrida definirao baveći se spolnim razlikama u jezičnome smislu.

Jedno je od ključnih djela trećeg vala feminizma bila knjiga Judith Butler pod naslovom *Nevolje s rodom* (1990) koja, također, feminizmu pristupa lingvistički. „Kao predvodnica trećega vala Butler rod smatra fluidnom i promjenjivom varijablom neovisnom o biološkim karakteristikama osobe. Rodni se identitet, smatra Butler, utemeljuje tek performativno i kao takav nije izraz ukupnosti onoga što čini ličnost i individualnost“ – objašnjava Mihaljević (2016, str. 165). Na temelju teorije o fluidnosti identiteta, razvit će se i *Queer* teorija čija je polazna točka, kako tvrdi Zaharijević (2012), shvaćanje rodnog identiteta kao djelomično ili potpuno društveno konstruiranog što ne znači da je identitet proizvoljan, već da je neophodno promišljati o širim društvenim strukturama u kojima se formira.

Također, velik je utjecaj na čovječanstvo i doživljaj stvarnosti imao i ubrzan razvoj tehnologije. U njezinu je povezivanju s feminizmom značajnu ulogu odigrala Donna Haraway kulturnim esejom *Manifest za kiborge: znanost, tehnologija i socijalistički feminizam u 1980-im* (1984). Autorica uvodi metaforu kiborga kao čovjeka naslonjenog i protkanog tehnologijom, čiji rod

¹<https://teachrock.org/wp-content/uploads/Handout-1-Rebecca-Walker-%E2%80%9CI-Am-the-Third-Wave%E2%80%9D.pdf?x96081> (31. 1. 2021.)

nije definiran. „Kiborg je stvorenje u postrodnom svijetu (Haraway, 1999 prema Janković, 2009).

Kako navodi Munro (2013) feminizam trećeg vala kritiziran je radi većeg fokusa na individualnu emancipaciju u odnosu društvenu promijenu. Također, iz svega navedenog može se zaključiti kako je feminizam postao neodređeniji, kompleksniji i multidisciplinarniji. Umnogome se bavi pitanjem rodnog identiteta, lingvistikom, tehnologijom te brojnim drugim disciplinama što nadilazi potrebe ovoga rada.

3. RETORIKA SUVREMENOG FEMINIZMA

Kako tvrde Baumgardner i Richards (2000) prema Dean (2009), za sve one rođene iza 1960-ih, prisutnost feminizma doživljena je zdravo za gotovo, baš kao florid - ni ne shvatamo da ga „imamo“, jednostavno je u vodi. Sowards i Renegar (2006) objašnjavaju kako su današnje generacije, muškarci i žene, feministi i nefeministi manje politički aktivni jer uživaju u povlasticama koje su svojom aktivnošću ostvarili prethodni valovi. Brojne su bitke izborile prijašnje generacije. Feminizam i simbolika „snažne žene“ provlači se i kroz popularnu kulturu, a kako navode Tennent i Jackson (2017), za neke je autore (npr. Valenti, 2014; Gill, 2016) povezivanjem feminizma s desnom političkom strujom, bogatim poduzetnicima i pop zvijezdama nagoviještena njegova pobjeda. Ipak, bez obzira na pokretanje i implementiranje promijene, nužna je i njezina komunikacija koja treba prodrijeti u sve pore društva što je dugotrajan proces.

Terminologija „valova“ često je korištena kako bi se označila generacijska razlika, no sami valovi nisu uvijek nužno razdvojeni entiteti (Sowards i Renegar, 2006). Dok je takvo grupiranje korisno za razumijevanje povijesti feminizma s ključnim događajima, ostaje nejasno u kojem se valu zapadna civilizacija nalazi danas. Guillard (2016) tvrdi kako je digitalni prostor ključan za definiranje četvrtoga vala feminističke prakse, dok Kristofferson, White i Peloza (2014) smatraju kako je upotreba interneta nedovoljna za razgraničenje četvrtoga vala (navedeno: Turley i Fisher, 2018). Rampton (2019) objašnjava četvrti val kao potrebu (uglavnom) mladih ljudi da feminizam iz akademske sfere trećeg vala ponovno prebace u javni diskurs. Munro (2013) piše kako je suvremeni feminizam okarakteriziran raznolikošću, a internet, kao njegova konstanta, služi za formiranje globalne zajednice feministkinja i feminista, javnu diskusiju i aktivizam. Dakle, suvremeni je feminizam raznolika pojava, gdje istovremeno mogu egzistirati i treći i potencijalno četvrti val. Internet je značajna odrednica, a orijentiran je na povezivanje, javni diskurs i aktivizam.

Rječnik Merriam Webster definira aktivizam kao doktrinu ili praksu s naglaskom na izravnom djelovanju u znak podrške ili protivljenja određenoj strani kontroverznog pitanja. Sowards i Renegar (2006) objašnjavaju kako tradicionalno shvaćanje aktivizma podrazumijeva protest, konfrontaciju, militantnost, konflikt i društvene pokrete, dok je suvremeni feminizam kreirao potrebu za drugim vidom aktivizma koji može i ne mora uključivati navedene metode. Pod drugim načinima aktivizma autori navode: humor, izgradnju feminističkog identiteta, osobne narative te rušenje stereotipova, a na navedenoj se podjeli temelje i potpoglavlja ovog rada.

3.1. Humor kao aktivizam

„Legenda kaže da se Adam, nedugo nakon što je stvoren, požalio: „O Bože! Lavu si dao jake zube i kandže, jelenu brzinu, kornjači oklop, ptici krila, a mene si ostavio bez obrane. Bog je rekao Adamu: „Dat ću ti nevidljivo oružje, koje ću služiti tebi i tvojoj djeci, moć koja će te čuvati čak i od sebe samoga. Dat ću ti smisao za humor“ Swaminath (2006, str. 177). Autor spominje Freudovu teoriju humora, kao sintezu triju teorija: teorije olakšanja, teorije konflikta i teorije superiornosti. Potonja je dobro oslikana u članku *Gender and Humor in Social Context* (Crawford, 2003) gdje autorica objašnjava kako je „muški“ humor (grupe češće definirane kao one koja ima moć) na račun žena, barem u javnom prostoru, bio učestaliji nego ženske šale na račun muškaraca. Međutim, kako implicira pregled 40 studija (Lampert i Ervin-Tripp, 1998) razdoblju od 1970. – 1996., postoji trend smanjenja prihvatljivosti humora na račun žena, dok raste prihvaćanje humora na račun tradicionalnih rodni uloga (Crawford, 2003). Trenutak, kada je i Eva službeno ostvarila veće pravo na humor u javnom prostoru, bio je, kako navodi autorica, za vrijeme drugog vala feminizma u kojem je kolektivni feministički identitet često bio izražen javnim formama humora kao sredstvima političkog aktivizma.

Swaminath (2006) navodi Kahnovih pet primanih funkcija humora i to: obrambeni mehanizam, preoblikovanje stvarnosti, komunikacija, izražavanje odbojnosti i konstruiranje identiteta. Svaka od pet funkcija izuzetno je prigodna za artikulaciju feminističke ideje pa je humor često korišteno sredstvo suvremenog feminizma. U duhu postmodernističkog individualizma Sowards i Renegar (2006) objašnjavaju kako feministice današnjice koriste strategijski humor za unapređenje vlastitih života, kreiranjem zabavnije sadašnjosti, češće nego političke strategije za budućnost jer „unapređenje života određene individue nije manje važno u odnosu na rad za veće dobro (str. 63).“ Humorom se, kao sredstvom preoblikovanja stvarnosti i izražavanja odbojnosti, može propitkivati patrijarhat, pa se tako humorom „izaziva opresija i diskriminacija (Sowards i Renegar, 2006, str. 63).“ Crawford (2003), referirajući se na Mulkaya (1988), objašnjava kako u komunikaciji ozbiljnijeg tona, sudionik pretpostavlja jedinstvenu, objektivnu realnost s dogovorenim društvenim principima, dok je humoristični efekt često produkt neskladnih načina promatranja aspekta stvarnosti. Humor je međuprostor gdje se patrijarhalno društvo i feminističke ideje mogu sresti i zabaviti sve sudionike. Zbog svega navedenoga, humor, „kao sredstvo diskursa i strategija socijalne interakcije“ (Crawford, 2003, str. 1413) prigodan je i za popularizaciju feminizma, tim više što su „dovitljivost, kreativnost, izražavanje pozitivnosti, dijeljenje iskustava i osnaživanje zajednice kao značajke humora univerzalno ljudske“ (Crawford, 2003, str. 1425).

3.2. Izgradnja feminističkog identiteta

Janković (2009), pozivajući se na Bagića (1997), govori kako se početkom 90-ih² godina mnoštvo žena uključilo u rad ženskih organizacija, motivirane željom da pomognu silovanim ženama i ženama izbjeglicama, a manje identifikacijom s feminističkim idejama. Brojne su feminističke vrijednosti često neosvijestjen kolateralni produkt ljudske solidarnosti, osjećaja za pravdu, potrebe za samoaktualizacijom i sl. Mnogo je žena, članica ženskih ogranaka antiratnih udruga, o kojima govori i Bagić (navedeno kod Janković, 2019), tijekom rada na projektima, edukacijama i diskusijama koje su se vodile, postepeno razvilo feminističku subjektivnost. Ipak, brojna istraživanja (npr. Buschman i Lenart, 1996, Breen i Karpinski, 2008, Meijs i Ratliff, 2018) ukazuju na to kako velik broj žena podržava feminističke stavove, ali se ne deklariraju kao feministice (Moore i Stathi, 2019).

Identificirati se i biti identificiran kao feministkinja/feminist, za razliku od brojnih pripisanih identiteta, osobni je izbor. Oprez pri odabiru grupe uvjetovan je i mogućom stereotipizacijom grupe, a time i jedinke koja bira biti njezin član. Rezultati istraživanja (npr. Twenge i Zucker, 1999, Szymanski, 2004, Breen & Karpinski, 2008) ukazuju na to kako konotativno značenje riječi feminizam često uključuje i mizandriju, militantnost, tvrdoglavost, agresiju, lezbijstvo, nemajčinstvo, ekstremizam te fizičku i seksualnu neprivlačnost (Moore i Stathi, 2019). Nadalje, određene studije (Ramsey, 2007; Roy, 2007) impliciraju kako žene generalno imaju pozitivne stereotipe o feministkinjama, no pretpostavka kako drugi imaju negativne, odbija ih od usvajanja feminističkog identiteta, kao i, kako ukazuju rezultati istraživanja (Alexander i Ryan, 1997; Anastasopoulos i Desmarais, 2015), uvjerenje da takav identitet uvjetuje i odbijanje muškaraca (navedeno kod Moore i Stathi, 2019).

„Feministički stavovi konceptualizirani su kao vjerovanja u feministički cilj rodne jednakosti unutar društvenih struktura i praksi, dok feministički identitet podrazumijeva uključenje feminističkih stavova unutar samoidentifikacije kao feminista/feministkinje (Eisele i Stake, 2008 prema Moore i Stathi, 2019, str. 2). Roy, Weibust i Miller (2007) naglašavaju razliku između grupne identifikacije i grupne svijesti, gdje visoka identifikacija s grupom ne mora podrazumijevati visoku grupnu svijest. Gurin, Miller i Gurin (1980) grupnu svijest definiraju kao set političkih uvjerenja i radnji proizašlih iz identifikacije sa svojom grupom, što uključuje prepoznavanje društvenih struktura koje stvaraju razliku među grupama nauštrb moći grupe s kojom se pojedinac poistovjećuje. Gurin, Miller i Gurin (1980) zaključuju kako

² Razdoblje 90-ih odnosi se na područje ex-yu pogođeno ratom

samoidentifikacija s grupom žena ima manji politički značaj u odnosu na samoidentifikaciju sa ženama i feministkinjama koja, kako rezultati impliciraju, podrazumijeva veću grupnu svijest o diskriminaciji grupe žena. „Za žene koje se identificiraju kao feministkinje, veća je vjerojatnost da će prepoznati seksizam, doživljavati trenutni rodni sistem nepravednim te biti uvjerenja kako žene trebaju raditi zajedno za ostvarenje društvene promjene“ (Liss i Erchull, 2010 prema Moore i Stathi, 2019, str. 4).

Ipak, ako je feminizam grupna, odnosno politička svijest te uključuje ostvarivanje društvene pojave, nameće se pitanje kakva, koja i kako će promjena biti ostvarena. Različiti su pristupi ovim pitanjima doveli do stvaranja brojnih pravaca unutar feminizma kao što su liberalni, marksistički, anarhistički, radikalni, socijalistički feminizam. Otežavanju prihvaćanja feminističkoga identiteta može doprinijeti i ideološko neslaganje s njegovim brojnim ograncima. Međutim, kako navode Sowards i Renegar (2006), mlade žene i muškarci definiraju feminizam sami za sebe te nisu primarno fokusirani na postizanje socijalne promjene, već na izgradnju osobnog feminističkog identiteta koji postoji uz brojne druge unutar vlastitog sebstva.

Sowards i Renegar (2006) navode kako mladi feministički aktivisti pokazuju snažno suosjećanje kada je u pitanju problematika povezana s identitetom. Suvremeni feminizam promatra identitet kao fluidnu kategoriju, tako da pragmatičnost samoga pojma ne ovisi samo o društvenom kontekstu, već i o promatraču.“ Identifikacija različitih tipova ljudi s feminizmom onemogućava homogenu stereotipizaciju feminizma“ (Sowards i Renegar, 2006, str. 64). Moguća depolitizacija feminizma, koja je na udaru kritika trećeg vala, ne mora koristiti tradicionalne metode protesta i ne mora težiti društvenoj promjeni putem utjecaja na društvo u cjelini, već se „koncept aktivizma proširuje na osobnu transformaciju kroz razumijevanje procesa izgradnje feminističkog identiteta“ (Sowards i Renegar, 2006, str. 64).

Naime, identitet suvremene feministkinje/feminista može se odvojiti od grupne svijesti u smislu hegemoniziranja grupe žena s nizom različitih problema (zbog čega je drugi val kritiziran). Spol, rod i feminizam jedinstveno su iskustvo svakog pojedinca. Jedinka izražava individualni feminizam, deklarira se kako feministkinja, a grupni je identitet ujedinjen na razini cilja rodne jednakosti. Bolje stanje grupe indirektno se ostvaruje boljim stanjem individue, pa retorika suvremenog feminističkog aktivizma podrazumijeva, kako navode Sowards i Renegar (2006), kreiranje prostora za osobnu autonomiju, slobodu izričaja, fleksibilnost i samopouzdanje.

3.3. Osobni narativi

Priče su produkt kognicije i izvorno ljudska struktura poimanja svijeta (Lewis, 2011). Bruner (1990, prema Stephens 2011) napominje kako priče, koje ljudi pričaju, pružaju uvid u kulturalna pravila reagiranja i interakcije te služe prihvaćanju ili odbijanju socijalnoga identiteta. Autorica (Stephens, 2011) objašnjava kako se u konstruiranju osobnih narativa koriste kulturalno dostupne forme jer identitet, koji narator retorički kreira, jedino ima smisla ukoliko je unutar društveno dostupnog diskursa. Dakle, osobni narativi koje karakterizira otpor dostupnom, mogu jedino biti shvaćeni normalizacijom takvog diskursa. Drugim riječima, djelovanjem feminizma kojim se mijenjaju i nadopunjuju kulturalno dostupne forme, širi se dijapazon sredstava za konstrukciju osobnih narativa u društvenom kontekstu. Ujedno, promijeni kulturalno dostupne forme, normaliziranju feminističkog diskursa koriste se osobni narativi, time više što kao izvorna ljudska struktura, organski razumljiva, imaju persuazivno dejstvo. „Dijeljenje priča o potlačenosti i validiranje tuđeg iskustva sredstvo je propitkivanja široko rasprostranjenih narativa o spolu, klasi, rasi i seksualnosti“ (Wångren, 2016, str. 2).

Kreiranje narativa već dugo igra ulogu u društvenim promjenama i društvenim pokretima (Wångren, 2016). Feministički je aktivizam, utemeljen na svjedočanstvima, bio zastupljen i u 19. stoljeću (Brah i Phoenix, 2004 prema Phipps, 2016). Hanish (1969) navodi kako je revolucionarna fraza drugoga vala „osobno je političko“ bila odgovor na tvrdnju kako dizanje svijesti veliča individualno iskustvo bez koherentnog programa za društvenu promjenu. Ideja iza priče, kako navodi Kelly (2017), bila je ta da je u slučaju partnerova zlostavljanja žene potrebno promotriti mehanizme društvene opresije nad ženama. Dijeljenje osobnih iskustava 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća odvijalo se unutar grupa za dizanje svijesti (Campbell, 1973 prema Sowards i Renegar, 2006). U suvremenom su feminizmu osobni narativi često čin individualne katarze i izričaja. Baer (2016, prema Linabary, Corple i Cooky, 2019) objašnjava kako zamršene veze između individualizma, digitalnog prostora i neoliberalizma povećavaju zabrinutost oko depolitizacije feminističkog aktivizma, posebice zato što se sve odvija *online*, putem osobnih narativa, što u pitanje dovodi strukturalne i kulturalne promjene. S druge strane, Sowards i Renegar (2006) zastupaju stajalište kako efekt priče s „fokusom na sebi“, uz jačanje indentiteta naratora, može učiniti da se čitatelj pronade u priči, čime je takva retorika i društveno orijentirana.

Dok postoje oprečna stajališta o tome koliko egocentrična priroda osobnih narativa može doprinijeti strukturalnim promjenama, normalizacijom feminističkog diskursa u javnom prostoru koji utječe na društvenu interpretaciju osobnih priča, a „tko ima pravo pričati i

određivati što riječi i dijela znače, uvijek je pitanje moći i autoriteta“ (Wånggren, 2016, str. 2). Izražavanje osobnog narativa može povoljno utjecati na pojedinca koji je centar feminističkog aktivizma, a samim tim i njegov dio. Rezultati intervjua sa žrtvama nasilja impliciraju kako se dijeljenjem osobne priče narator osnažuje, mijenja svijest i dobiva osjećaj uvažnosti (Dimond, 2013 prema Wånggren, 2016).

3.4. Rušenje stereotipa

„Stereotip je generalizacija o grupi ljudi, kojom se istovjetne osobine pripisuju gotovo svim članovima te grupe, neovisno o stvarnim varijacijama između članova (Aronson, Wilson i Akert, 2005, str.234).“ Autori objašnjavaju kako stereotipiziranje nije nužno zlonamjerno ili neistinito objašnjavajući to općim shvaćanjem žena kao brižnijih u odnosu na muškarce, za što, iz darvinističke perspektive, postoje snažni biološki razlozi. Ipak, neprihvatanjem razlika između jedinke i grupe, ničeemo individualnost jedinke. Suvremeni se feminizam odriče hegemonizacije, odnosno generalizacije grupnog iskustva, naglašavajući individualno, što je oprečno definiciji stereotipa. „Jedan od važnih načina na koji feminizam potiče svakodnevni aktivizam jeste odupirući se rodnim stereotipima ili neusvajanjem rodne normativnosti“ (Sowards i Renegar, 2006, str. 68).

Pored toga što stereotipi o feminizmu mogu obeshrabriti jedinku u prihvaćanju feminističkog identiteta, stereotipi o feminizmu i ženama imaju utjecaj na jedinku, ali i društvo u cjelini. Duda (2018) napominje kako publika ili sugovornik, koji tuđe iskustvo promatra kroz prizmu stereotipa, takvo iskustvo neće uvidjeti kao ključno za rješavanje društvene nepravde. Oslanjajući se na dosad poznato, pojedinac nastavlja stvarati distorziranu sliku društva te gubi mogućnost utjecaja na institucije i prakse. Naprimjer, ako je osoba razvila stereotip o ženama kao ranjivim, sklonim dramtiziranju ili hysteriji, može umanjiti vjerodostojnost svjedočanstva žene o pretrpljenom nasilju, što direktno utječe na odnos institucija prema istome. Osnova diskreditacije svjedočanstva Anita Hill o seksualnom uznemiravanju koje je počinio Clarence Thomas³ može biti promatrana i kroz retorički kredibilitet govornika „koji ne priprada argumentacijskim strukturama, nego društvenom i kulturalnom identitetu govornika“ (Duda, 2018, str. 37). Autorica objašnjava kako stereotipi, koji se pojavljuju u procjeni svjedočanstva, utječu na odluku slušatelja o kompetenciji govornika, vjerodostojnosti, pa naposljetku i istinitosti tvrdnje, što čini pojedince stereotipizirane grupe retorički hendikepiranim.

³ Slučaj na koji su reakcije označile početak trećeg vala feminizma

Osim začarnog kruga, u kom se marginalizirana grupa nalazi, „oni čije se svjedočanstvo obezvrjeđuje dodatno produbljuju svoju društvenu nemoć, što zatim utječe na njih kao pojedince, na njihovo samopouzdanje ili na vrijednost njihovog iskustva“ (Duda, 2018, str. 39). Rezultati istraživanja, koje navode Aronson, Wilson i Akert (2005), pokazuju kako su djevojčice sklonije podcjenjivanju vlastitih sposobnosti u odnosu na dječake, odnosno umanjivanju vlastitih zasluga za uspješnu izvedbu. Također, u većoj mjeri preuzimju krivnju za svoj neuspjeh, dok je kod dječaka situacija obrnuta – neuspjeh češće pripisuju lošoj sreći, a uspjeh svojim sposobnostima. Stipek i Gralinski (1991) prema (Aronson, Wilson i Akert, 2005) dokazale su da je takav obrazac ponašanja najizraženiji u tradicionalno muškim područjima kao što je matematika. Iz navedenih podataka, može se zaključiti kako su promatrane djevojčice podlegle stereotipnoj slici grupe kojoj same pripadaju. Nadalje, takva uvjerenja mogu ih demotivirati od „zadiranja“ u tradicionalno muška područja, čime ona ostaju tradicionalno muška.

Feminizam je metoda kojom se analizira dominantna kultura i odbacuje ono što je univerzalno prihvaćeno kao istina (Sowards i Renegar, 2006 prema Suskin 2003), što podrazumijeva i odbacivanje stereotipova.

4. FEMINISTIČKI AKTIVIZAM NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

4.1. Moguće prednosti i nedostaci

Društvene su mreže postale forma participacije novom građanstvu (Bennett, 2008 prema Velasquez i LaRose, 2014). Sukladno tome, razvio se i aktivizam na društvenim mrežama. Van Laer i Van Aelst (2010, prema Cammaerts 2015) rade distinkciju između aktivističkih praksi temeljenih na internetu, odnosno onih koje postoje zbog interneta te praksi potpomognutih internetom, koje se koriste tradicionalnim alatima, ali im internet omogućava organizaciju i koordinaciju. Ono što je nastalo na internetu često odjekne i u stvarnosti. Recentan je i globalno poznat primjer *#MeToo* pokret koji je, pored uhićenja prijestupnika, rezultirao i prosvjedima te dobrotvornom organizacijom *Time's Up* osnovanom za pružanje financijske pomoći žrtvama seksualnog nasilja.

Bitna je značajka društvenih mreža ta da poruka može biti puštena i dosegnuti javnost, bez posredstva *mainstream* medija. Cammaerts (2015) objašnjava kako je „samomedijacija“ uvijek bila obilježje aktivizma, no društveni mediji uveliko povećavaju sposobnost prenošenja tekstualnog i vizualnog diskursa. Nadalje, autor napominje kako društvene mreže potencijalno stvaraju (nove) prilike za građanstvo i podređene skupine da zaobiđu državne i tržišne kontrole, *mainstream* medije te izgrade alternativne kolektivne identitete. S druge strane, Guha (2014) napominje kako za širu društvenu promjenu feministički aktivizam treba potporu tradicionalnih medija, naglašavajući problem informacijskog *bubblea* o kojem govori Pariser (2011). „Kao što Matthew Hindman ističe, kruženje brojnih informacija internetom ne dovodi do jačanja demokracije, s obzirom na to da većina ljudi posjećuje samo nekoliko *web* stranica (Guha, 2014, str. 156).“ Ipak, kao što je ranije navedeno, cilj suvremenog feminističkog aktivizma nije isključivo društvena transformacija, već ona individualna.

Aktivizmu na društvenim mrežama često se pristupa sa skepticizmom. Munro (2013) govori kako se ta vrsta aktivizma doživljava kao odvojena od stvarnog svijeta, a samim time i kao nedovoljna za transformaciju političke zbilje. Autorica takvo stajalište objašnjava pojmom *slacktivism* (engl. *slacker* – ljenčina, zabašant) koji podrazumijeva *feel-good* kampanje s velikim publicitetom, koje nužno ne adresiraju relevantna društvena pitanja. „Termin se odnosi na ljude koji sretno kliknu *like* u znak podrške, no rijetko su emotivno involvirani te takva podrška teško može izazvati promjenu percepcije javnosti“ (McCafferty, 2011, str.17-18). Naprimjer, pokret *#BlackLivesMatter* u *online*, ali i *offline* sferi, podržan je i diljem regije, bez

obzira na to što rasizam prema crncima nije relevantno društveno pitanje, naročito u usporedbi s rasizmom prema Romima ili imigrantima. Kulturološki uvjetovano, naše se društvo teže može poistovjetiti s težinom emocije i snagom pokreta u SAD-u te postoji mogućnost kako je riječ o *slacktivizmu*. Ipak, Glen (2015) objašnjava da iako termin ima negativnu konotaciju, doživljava se i kao pozitivan jer sama aktivnost omogućava brzo širenje poruke diljem svijeta.

4.2. Hashtag i meme feminizam

„*Hashtagovi* su popularizirani za vrijeme požara u San Diegu, 2007. godine, kada je Nate Ritter iskoristio *hashtag* #sandiegofire kako bi svoja ažuriranja na Twitteru povezo s temom (Zak, 2013 prema Guha, 2014, str. 155).“ Nadalje, Guha (2014) objašnjava kako se u *hashtag* feminizmu upotrebom *hashtaga* identificiraju feministički problemi (primarno na platformi Twitter) dijeljenjem osobnih iskustava nejednakosti. Konstruira se kontradiskurs te se kritiziraju osobe i institucija. Drugim riječima, osobni narativi, jedna od ključnih retoričkih taktika suvremenog feminizma, prezentirani su na društvenim mrežama često uz upotrebu *hashtaga* koji, kao alat pretraživanja, na globalnoj razini pomaže u „osiguravanju prostora za razmjenu priča, politiziranje iskustava i organizaciju kolektiva (Linabary, Corple, Cooky, 2019, str.2).“. Potonje konstatiraju kako je *hashtag* postao, kako alat tako i prostor za digitalni feminizam, te njegovu uporabu uspoređuju s tradicionalnim aktivističkim taktikama pisama i peticija, pa čak i s grupama za dizanje svijesti u drugom valu.

Intervjui, koje su proveli Mendes, Ringrose i Keller (2018) nad korisnicama *hashtaga* #BeenRapedNeverReported, ukazuju kako *hashtagom* popraćeni *tweetovi* nisu impulzivni ili lakomisleni, već su produkt detaljnog promišljanja i neprospavanih noći. Nadalje, autorice objašnjavaju kako je tehnologija pojedincima zaista omogućila lakše sudjelovanje u feminističkom aktivizmu, no emotivne i mentalne barijere i dalje postoje. Ipak, rezultati intervjua s djevojkama, koje su upotrijebile *hashtag* #BeenRapedNeverReported (Mendes, Ringrose i Keller, 2018), ukazuju na neke prednosti *hashtag* feminizma, a to su shvaćanje žrtava da problem nije isključivo osoban, već i strukturalan, solidarnost i potpora stranaca i veća vjerojatnost prijave nasilja.

Rezultati longitudinalnog istraživanja, koje je objavio *Harvard Business Review* (Johnsom, Keplinger, Kirk i Barnes, 2019), a koje je provedeno nad 250 zaposlenih žena, ukazuju na rast samopouzdanja te smanjenje sumnji u sebe u 2018. godini (nakon *MeToo* pokreta) u odnosu na 2016. godinu. Autorice rezultate tumače kroz prizmu socijalno-psiholoških teorija koje sugeriraju da stigmatizacija seksualnog uznemiravanja nepovoljno utječe na samopoštovanje

žrtve jer uzrokuje osjećaj krivice i osamljenosti u iskustvu. S druge strane, kako navode autorice, svijest o sveprisutnosti seksualnog nasilja može pomoći rušenju stigme, a time i povećanju samopoštovanja žrtve. Ipak, Mendes i sur. (2018, prema Linabary, Corple i Cooky, 2019) tvrde kako postoje dokazi o ograničenosti *hashtag* aktivizma zbog čega brojne škole i dalje smatraju kako nema dovoljno znanja o vezi između *hashtag* aktivizma i stvarnih društvenih promjena.

Značajna su obilježja društvenih mreža popularnost i trend. Ovo su ujedno i obilježja *hashtag* feminizma. *#MeToo* pokret, primjerice, započeo je 2006. s aktivisticom Taranom Burke, no svi osobni narativi podijeljeni uz *hashtag* prošli su „ispod radara“ ili barem *mainstream* radara, sve dok Alyssa Milano, poznata osoba s velikim brojem pratitelja, nije iskoristila isti. „Pristupačnost digitalnog prostora prijeti potencijalu *hashtag* feminizma. Kako popularnost određenog *hashtaga* raste, raste i rizik zlouporabe, kao i mogućnost slabljenja i mijenjanja poruke, slučajno ili namjerno“ (Stache, 2015 prema Linabary, Corple i Cooky, 2019, str. 3). Nadalje, razina je sigurnosti na novim medijima niska te je lako otvoriti profil pod bilo kojim imenom. Poznat je slučaj, kako piše Ganzer (2014) prema Linabary, Corple i Cooky (2019), gdje je Twitter trol, pod krinkom tamnoputih feministica, propagirao *hashtagove* poput *#EndFathersDay* i *#WhitesCantBeRaped* kako bi diskreditirao feministički aktivizam. I sami pojedinci žele postati popularni iznoseći neistinite optužbe. Društvene su mreže postale presudne za stvaranje ili rušenje reputacije pa tako neprovjerene optužbe mogu zaključiti nečiju karijeru i prije konačne sudske presude.

Merriam-Webster rječnik objašnjava meme kao ideju, ponašanje ili stil koji se širi od osobe do osobe unutar određene kulture, dok je internet meme definiran kao zabavna slika ili video s naslovom ili kratkim tekstom koja se širi internetom, naročito društvenim mrežama. Internet meme popularna je forma izražavanja te njezina opća prihvaćenost uvelike je korištena za komuniciranje i aktivističkih ciljeva na društvenim mrežama.

4.3. *Hashtag #Cancelled* – Kultura otkazivanja

Munro (2013), u svome članku dvoji o tome je li korištenje interneta dovoljno za definiranje novog vala feminizma, zaključuje sljedeće: „Ono što je sigurno jeste da je uz internet stvorena *call-out* kultura u kojoj se ukazuje na seksizam i mizoginiju (...) u svakodnevnoj retorici, oglasima, filmu, televiziji i literaturi, medijima, itd.“ (str. 23). Kultura otkazivanja (eng. *cancel culture*), kao posljedica kulture prozivanja (eng. *call-out culture*) „ima značajne implikacije na definiranje diskursa aktivizma na društvenim mrežama“, kako tvrdi Clark (2020, str.1).

Autorica samu pojavu definira kao izbor da se pažnja skloni sa nekoga ili nečega čije su vrijednosti, djelovanje, govor ili izbori uvredljivi. Kultura otkazivanja odvija se na internetu, u obliku sramoćenja koje vrši grupa⁴, no posljedice ima i u *offline* stvarnosti⁵. Sam ostracizam najčešće je usmjeren prema slavnima, brendovima i ostalim figurama van dosega (Clark, 2020), zbog „seksizma, heteroseksizma, homofobije, rasizma, nasilja i s njima povezane problematike“ (Ng, 2020, str. 623). Urban Dictionary⁶ navodi kako je „moderna internet fenomen gdje je osoba lišena utjecaja ili slave radi upitnih radnji. Kultura otkazivanja izazvana je kritičnom masom ljudi koji brzo sude, a sporo preispituju. Često je bazirana na neprovjerenim optužbama. Direktan je rezultat neukosti ljudi uzrokovane bržim razvojem komunikacijskih tehnologija u odnosu na znanje osobe.“ Kultura otkazivanja na meti je brojnih kritika. Pejorativno je nazivana i novim fašizmom te ekstremizmom koji ograničava slobodu govora i ne prepoznaje nijanse u karakterizaciji⁷ djelovanja koje etiketira kao nepoželjna.

„Analogni pretci „otkazivanja“, bojkotiranje i stavljanje na crne liste, također su posredni postupci, ograničeni po opsegu učinkovitosti zbog strukturalne moći, vremena i pristupa resursima (Clark, 2020, str. 2)“. Ta su ograničenja posredstvom interneta ukinuta pa su, samim time, posljedice brže i intenzivnije. Otkazivanje osobe, mjesta ili stvari putem socijalno posredovanog procesa na internetu, nastalo je u crnim *Queer* zajednicama ujedinjenim na „metamreži“ *Black Twitter* (Clark, 2015 prema Clark, 2020). Autorica tvrdi kako je 2013. godine *Black Twitter* na odgovornost pozivao brojne ličnosti zbog rasizma, npr. televizijsku kuharicu Paulu Deen kasnije i optuženu zbog mobinga nad crnim zaposlenicima. Kada je 2016. godine producent serije Jason Rothenberg u 24 sata izgubio 14 000 pratitelja na Twitteru jer je „ubio“ lik lezbijke nakon što je prvi put vodila ljubav sa ženom u seriji *The 100*, dogodilo se ono što je kasnije nazvano *cancel* kultura (Ng, 2020). Nadalje, kako tvrdi autorica, za vrijeme *#MeToo* pokreta termin se ustoličio i sama je kultura rapidno uzela maha te su brojni slavni „otkazani“ kao, primjerice, James Franco, Louis C. K., Aziz Ansari itd.

Jordan Peterson kulturu otkazivanja smatra⁸ formom zlostavljanja, koje esencijalno cilja reputaciju, što označava kao žensku formu zlostavljanja s obzirom na to da se ženska forma

⁴ <https://www.dictionary.com/e/pop-culture/cancel-culture/> (14. 6. 2021)

⁵ npr. Kevin Hart, koji je izgubio mjesto voditelja manifestacije Oscar radi homofobnog *tweeta* ili Morgan Wallen s kojim je izdavačka kuća prekinula ugovor zbog rasističkih izjava, posredstvom Tweeter javnosti i *hashtaga* *#cancelled*.

⁶ <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Cancel%20Culture> (17. 6. 2021.)

⁷ Npr. David Brooks (2019) prema Ng (2020) komentira nepostojanje razumne skale u stupnjevanju prijestupa, s obzirom na to da isti tretman ima osoba koja je objavila problematičan post i osoba s etabliranim obrascem seksualnih prijestupa, kao što je R. Kelly.

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=KrXDzFlyzx0&t=91s> (16.06.2021.)

agresije manifestira uništavanjem reputacije. „Harper's Magazine“ 2020. godine objavio je *A Letter on Justice and Open Debate* koje su potpisala 153 intelektualca, mahom akademici s prestižnih ustanova (Yale, Princeton, Harvard...), renomirani kritičari i pisci (Noam Chomsky i J. K. Rowling), poznate feministice drugoga vala, poput Glorie Steinem, šahisti, političari, psiholozi itd. U pismu stoji: „(...) Slobodna razmjena informacija i ideja, životna snaga liberalnog društva, iz dana u dan biva sve više ograničavana. To je očekivano od radikalne desnice, no cenzura se proširuje našom kulturom: intolerancija na suprotna gledišta, trend javnog sramoćenja i ostracizma, tendencija razvodnjavanja složenih političkih pitanja u zasljepljujuću moralnu sigurnost. (...) Lošim se idejama suprotstavlja njihovim razotkrivanjem, argumentacijom i persuazijom, a ne ušutkavanjem.“ Kao odgovor, na portalu The Objective, objavljeno je *A More Specific Letter on Justice and Open Debate* koje je potpisalo 150 osoba, uglavnom akademika, novinara i scenarista. U odgovoru je navedeno kako su neki od spomenutih problema stvarni i zabrinjavajući, no primarno je kritiziran elitistički pristup problemu koji je zanemario odnos moći u društvu. „Harper's Magazine“ odlučio je dodijeliti svoju platformu ne marginaliziranim ljudima, već onima s velikim brojem pratitelja i prilika kako bi ih se čulo. Ironično, ti su utjecajni ljudi iskoristili tu platformu kako bi se žalili da su utišani.“

5. OPIS ANALIZIRANIH STRANICA

5.1. Seksizam naš svagdašnji

„Seksizam naš svagdašnji“ Facebook je stranica označena kao zajednica koja na dan 22. 6. 2021. broji 8125 oznaka *Like*. Stranicu su 2017. godine osnovale Libeline volonterke. Među volonterkama je i Nataša Vajagić, programska koordinatorica za ženska i LGBT ljudska prava u Centru za građanske inicijative Poreč. Riječ je o udruzi koja je i preuzela vođenje same stranice, kako tvrdi Pivelić (2018).

Kako je navedeno u rubrici informacije⁹, na samoj Facebook stranici, adresirani su svakodnevni problemi poput seksizma, mizoginije, govora mržnje, homo/bi/transfobije, diskriminacije žene i ostalih marginaliziranih skupina u medijima, reproduciranje negativnih stereotipova o ženama i rodnim ulogama. Autorice traže odgovorno ponašanje po pitanju istaknutih problema u medijskom izvještavanju najčitanijih portala u Hrvatskoj, reklamnoj industriji te istupima javnih osoba na pozicijama moći.

5.2. Sve su to vještice

Facebook stranica (označena kao domaća poslovna djelatnost) „Sve su to vještice“ 22. 6. 2021. ima 56 627 oznaka *Like*. Stranicu je godine 2015. osnovala Hana Ćurak iz Sarajeva koja je i danas jedna od aktivnih administratorica.

Kako je za portal *slobodnaevropa.org* rekla Hana Ćurak, ideja je platforme da mapira patrijarhat i doprinese kulturnoj demilitarizaciji društva. Prema članku objavljenom na *Voxfeminae.net*¹⁰, fokus stranice je ukazivanje na svakodnevnicu u kojoj se patrijarhat reproducira, primarno u jeziku, odnosno identificiranje i subvertiranje mikrosocioloških pojava u postjugoslavenskom društvu, utjecanje na dominantne narative u muško-ženskim odnosima, obrazovanje publike o relevantnosti feminizma i feministkinja te mobiliziranje demokratskog promišljanja.

5.3. Muškarac, otac, kralj

Facebook stranica „Muškarac, otac, kralj“ na dan 25. 6. 2021. broji 11 561 oznaka „like“. Vode ju tri autorice koje su odlučile ostati anonimne jer smatraju „da se mizoginija i netrpeljivost prema ženama napretkom tehnologije preselila na internetske platforme i time omogućila

⁹ <https://www.facebook.com/seksizamhrvatska/about> (22.06.2021.)

¹⁰ <https://voxfeminae.net/organizacije/sve-su-to-vjestice/> (22.06.2021.)

anonimnost muškaraca koji je prakticiraju zaštićeni lažnim profilima. Svojom anonimnošću žele naglasiti taj problem, kao piše u članku autorice Dianežević Bašić (2020). Osnivačice i administratorice stranice objašnjavaju kako im je kao inspiracija poslužila stranica *Men who has it all*, koju su prilagodile našem području (Svraka, 2020).

Kako navodi Dianežević Bašić (2020), primarni je cilj stranice promijeniti način na koji žene vide sebe u patrijarhalnom društvu. Satirična stranica ukazuje na apsurdnost, manjkavost i nasilje patrijarhata korištenjem izjava koje se najčešće upućuju ženama, na način da ženski glas iste upućuje muškarcima pa se na taj način dobiva humoristični efekt, tvrde autorice stranice za portal *Danas.rs*. Stranica ističe svakodnevni seksizam, rodne stereotipe, rodno zasnovano nasilje obrtanjem paradigme i ismijavanjem patrijarhalnog normativa (Rožanković, 2020), s tendencijom povezivanja žena u regiji, osvješćivanja i edukacije.

6. ISTRAŽIVANJE

6.1. Metodologija

Cilj je ovoga istraživanja utvrditi trendove feminističkih stranica na Facebooku u regiji, analizom retorike i komunikacijskih strategija odabranih stranica. Također je analiziran i *engagement* pratitelja stranice u vidu oznaka *like*, komentara i dijeljenja pojedinih objava. Kao istraživačka metoda izabrana je analiza sadržaja, a prema Barelsonovu klasičnom određenju, analiza sadržaja „istraživačka je tehnika za objektivni, sistematski i kvantitativni opis manifestnog sadržaja komunikacije“ (Mišetić, 2001 prema Poljičak, 2014, str 8). Ova je metoda izabrana zbog prikupljanja kvantitativnih i kvalitativnih podataka, s time da su kvalitativni podatci kvantificirani autoričinom procjenom. Ovom je metodom moguće utvrditi trendove, što je i bio cilj istraživanja.

Podatci su prikupljeni na odabranom uzorku uz pomoć upitnika te se kodiranjem odgovora došlo do, poslije interpretiranih, statističkih podataka.

6.2. Istraživačka pitanja

IP1: Koje su glavne teme kojima se bave regionalne feminističke Facebook stranice?

IP2: Kojim se retoričkim taktikama regionalne feminističke stranice na Facebooku služe?

IP3: Vode li se regionalne feminističke stranice na Facebooku modernim trendovima feminizma na društvenim mrežama?

6.3. Uzorak

Uzorak su činile tri regionalne feminističke stranice, i to: „Sve su to vještice“, „Muž, otac, kralj“ te „Seksizam naš svagdašnji“. Stranice su odabrane zbog svoje popularnosti (više od 5000 pratitelja) iz čega se može zaključiti da imaju određen utjecaj na javno mnijenje. Također, stranice (isključivo) ne promoviraju vlastite ili tuđe sadržaje s drugih platformi, već predstavljaju feminizam na društvenim mrežama.

U svibnju 2021. na trima stranicama sveukupno su bile 73 objave od čega je 77 % objavljeno na stranici „Sve su to vještice“, a samo 5 % na stranici „Muškarac, otac, kralj“. Zbog velike diskrepancije u dinamici objavljivanja, odabrano je posljednjih 20 objava do 15. 6. 2021. sa svake odabrane stranice.

6.4. Plan analize

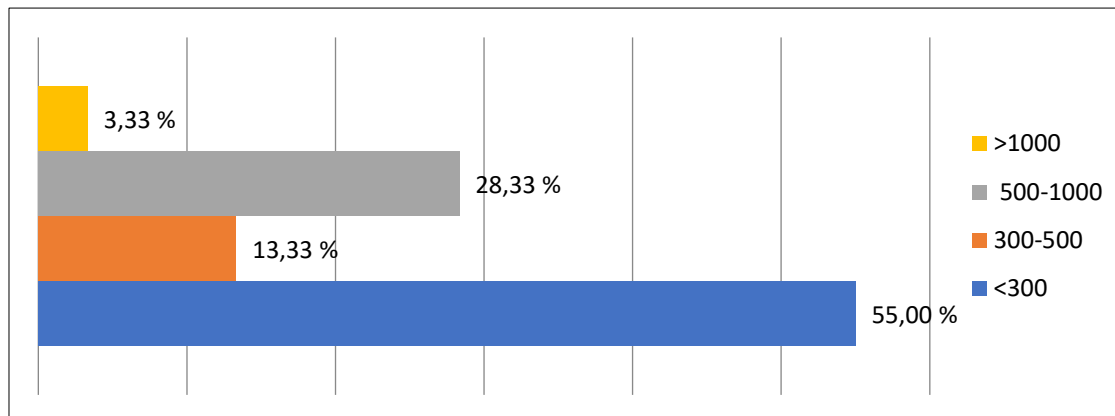
Analiza sadržaja podijeljena je u četiri kategorije, a u svakoj se pojedinačno analizira:

1. format i popularnost (*engagement – like*, komentar, *share*) objave
2. glavne teme, sadržaj, fokus i ciljna problematika objava
3. retorički alati i taktike koji se koriste u objavi
4. prisutnost modernih trendova feminističkog aktivizma na društvenim mrežama.

7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

7.1. Format i popularnost objava

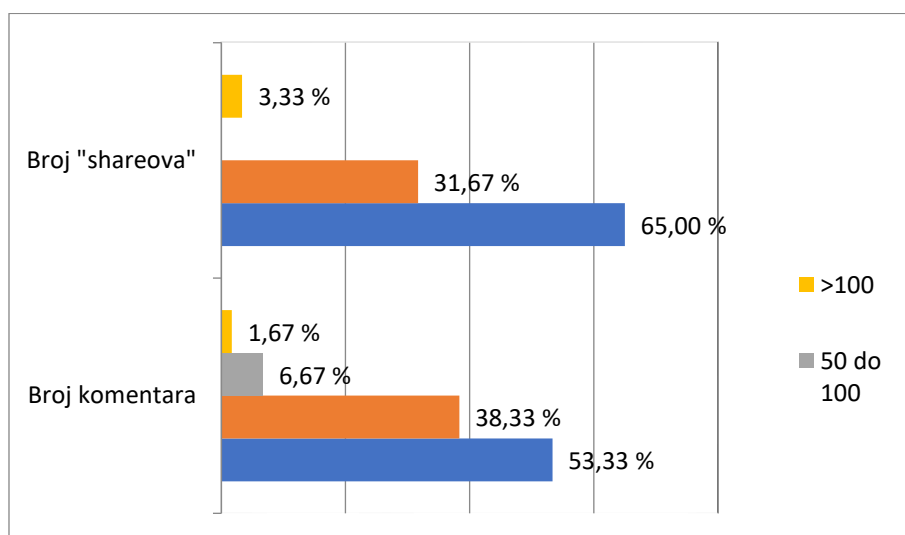
Slika 7.1 Broj oznaka "svida mi se" na objavama



Izvor: Autoričin rad

Najveći broj objava ima manje od 300 oznaka „like“, njih 55 %, od čega sve objave stranice „Seksizam naš svagdašnji“, 14 objava stranice „Sve su to vještice“ te jedna stranice „Muškarac, otac, kralj“. Nadalje, gotovo trećina objava ima od 500 do 1000 oznaka „like“. Stranica „Muškarac, otac, kralj“ ima dvije objave gdje broj oznaka „like“ prelazi 1000, a koje su ujedno i jedine u toj kategoriji, kao i u ukupnom uzorku.

Slika 7.2 Broj dijeljenja i komentara na objavama

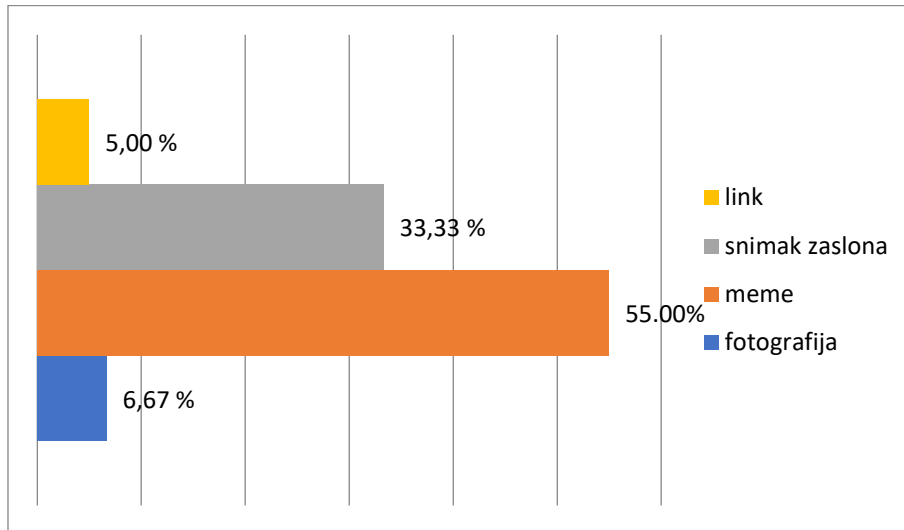


Izvor: Autoričin rad

Većina objava, njih 53 %, ima manje od 10 komentara, a 65 % objava podijeljeno je manje od 10 puta. Postotak se smanjuje kako kategorija raste, tako da od 10 do 50 *shareova* ima 31,67 %

objava, a isti broj komentara ima 38,33 %. Od 50 do 100 komentara ima 6,67 % objava, što nije slučaj sa *shareovima*. Samo 3,33 % objava ima više od 100 *shareova*, dok 1,67 % objava ima više od 100 komentara. Najviše *engagementa*, na osnovi sva tri mjerena parametra, ima stranica „Muškarac, otac, kralj“, dok „Seksizam naš svagdašnji“ ima najmanje.

Slika 7.3 Format objava

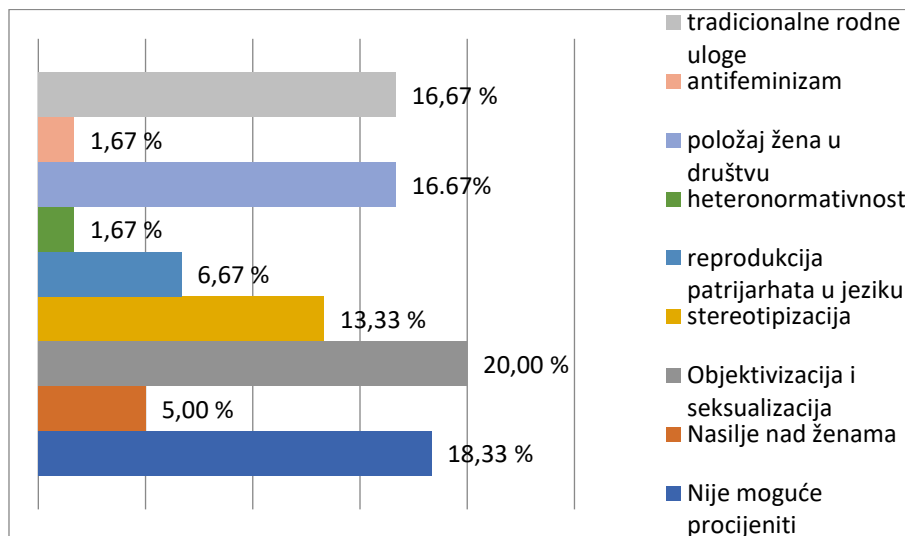


Izvor: Autoričin rad

Više od pola objava, točnije njih 55%, u formatu je *memea*, od čega su objave na stranici „Muškarac, otac, kralj“ isključivo *memeovi*. Na stranici „Seksizam naš svagdašnji“ 20 od 20 objava snimke su zaslona, dok se taj format ne pojavljuje na ostalima, što znači da je trećina ukupno analiziranih, odnosno 33,33 %, u tom formatu. Snimke zaslona doručene su unificiranim fontom i natpisom „SEKSIZAM“. Jedino se na stranici „Sve su to vještice“ pojavljuje više formata (*link*, *meme*, fotografija). Ukupnom broju *linkova* doprinose s 5 %, a ukupnom broju fotografija sa 6,67 %. *Caption* ima 36,67 % objava, dakle gotovo dvije trećine nemaju nikakav opis. S obzirom na to da postotci za vizualne formate prevladavaju, kao i u slučaju izostavljenih natpisa, može se zaključiti kako se stranice oslanjaju na vizualnu komunikaciju. Stranica „Muškarac, otac, kralj“ u potpunosti se oslanja na vizualnu komunikaciju, dok stranica „Seksizam naš svagdašnji“ konzistentno vizualnu formu prati opisom.

7.2. Sadržaj objava

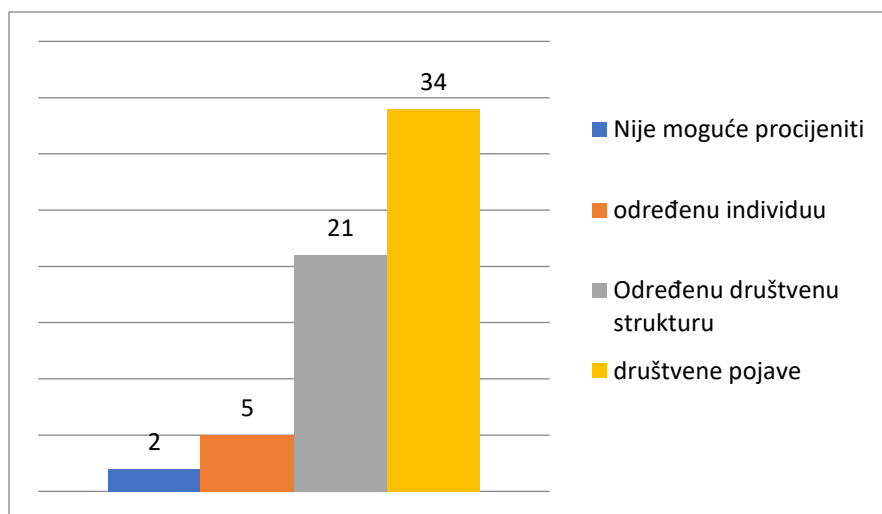
Slika 7.4 Tematika objava



Izvor: Autoričin rad

Objektivizacija i seksualizacija žena najčešće je tematizirana u objavama, odnosno čak 20 % svih objava posvećeno je toj problematici. Stranica „Seksizam naš svagdašnji“ u tome sudjeluje s najvećim udjelom. Neki su od naslova objava na ovoj stranici, a povezano s prethodno spomenutom temom, sljedeći: „Net.hr ne zna piše li o ženama ili rasplodnim kravama.“ dio je naslova iznad prikaza novinskog naslova „Najdublji dekolte dosad: Albina pokazala što zapravo skriva ispod majice“. Cilj se nije mogao odrediti kod gotovo petine objava, a naročito su apstraktne objave na stranici „Sve su to vještice“. Tradicionalne rodne uloge i položaj žene u društvu, međuzavisne i bliske teme, prepoznaju se u 16,67 % objava. Stereotipizacija se problematizira u 13,33 % objava, reprodukcija patrijarhata u jeziku u 6,67 %, a nasilje nad ženama u 5 % objava. Antifeminizam i heteronormativnost teme su dviju objava na stranici „Sve su to vještice“. Većina objava regionalnog je karaktera (95 %).

Slika 7.5 Objekt/i kojima se objava obraća

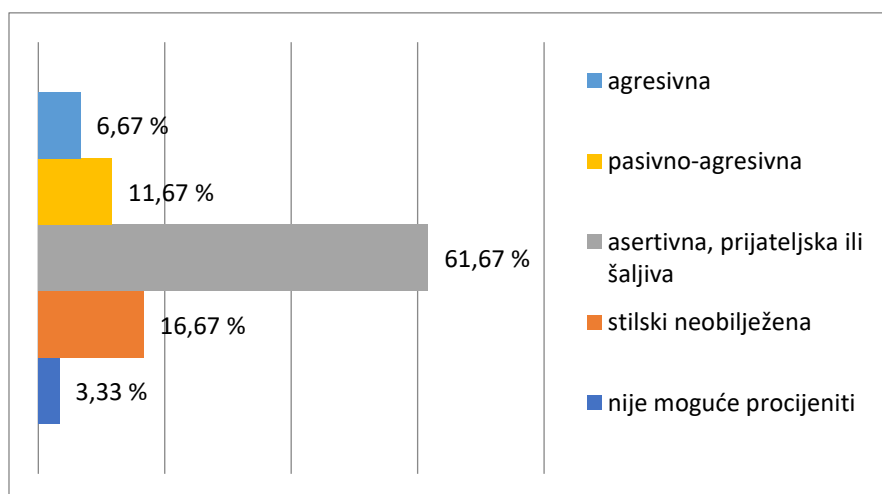


Izvor: Autoričin rad

Od 60 analiziranih objava na tri stranice, njih 34 komentira generalne društvene pojave kao što su mentalitet, društvena svijest, ustaljeni stereotipovi ili fraze itd. Stranica „Muškarac, otac, kralj“ bavi se isključivo posljednjim (20 od 20 objava). Nešto manje, odnosno 21 objava odnosi se na jasno naglašenu društvenu strukturu, kao što su mediji (u negativnom smislu) ili kolektivi/udruge (u pozitivnom smislu), gdje se većina odnosi upravo na medije, kojima se bavi stranica „Seksizam naš svagdašnji“. Određeni je pojedinac spomenut u pet objava, od čega jednom negativno, i to na stranici „Seksizam naš svagdašnji“ gdje je prozvan novinar, dok su ostale četiri osobe spomenute u promotivnom smislu na stranici „Sve su to vještice“.

7.1. Korištena retorika

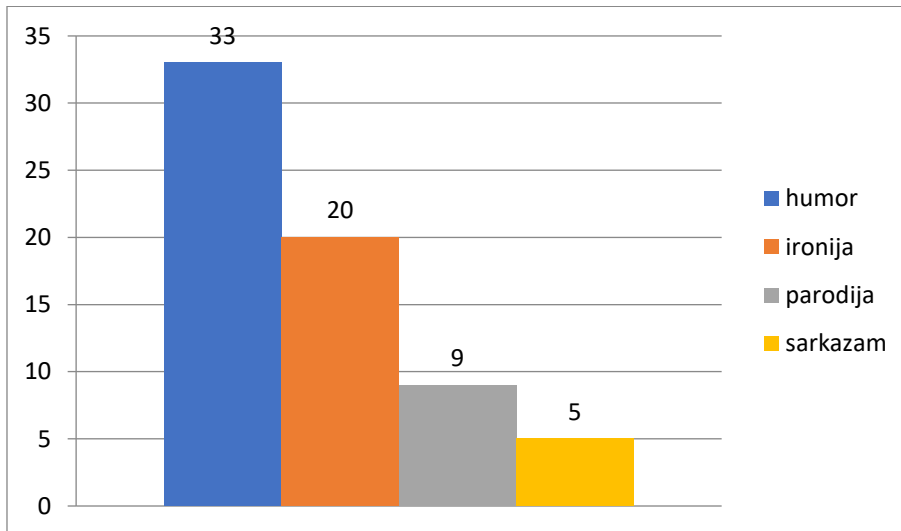
Slika 7. 6 Komunikacijski stil objave



Izvor: Autoričin rad

Većina objava, gotovo njih 62 %, šaljivog je tona što ne iznenađuje s obzirom na to da je riječ o *meme* formatu koji inače karakterizira humor. Humor je retorička strategija stranice „Muškarac, otac, kralj“. Stranica „Sve su to vještice“ također koristi *meme* obilježen humorom, a prijateljski i asertivan ton koriste i u drugom formatu objava, npr. kao *caption* iznad fotografije. Jedino objave stranice „Seksizam naš svagdašnji“ posjeduju agresivni i pasivno-agresivni stil komunikacije, što sveukupno čini petinu svih analiziranih objava.

Slika 7. 7 Ton objava

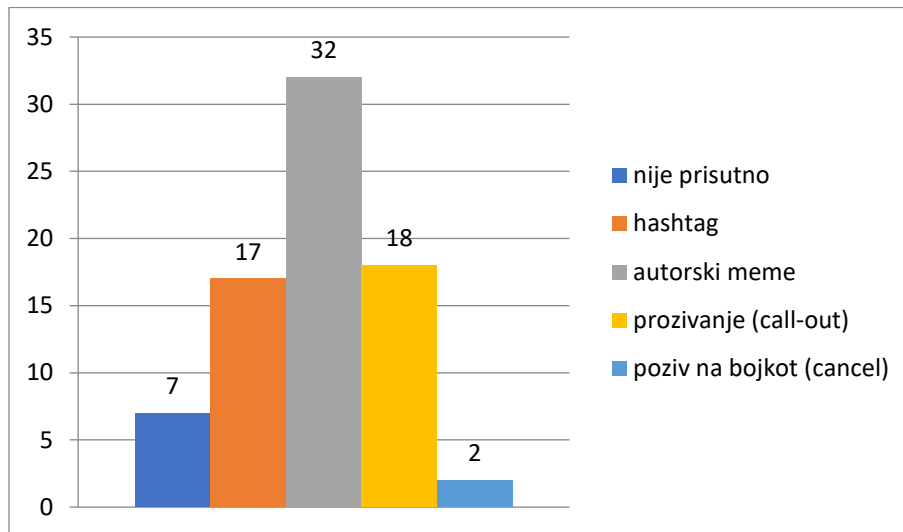


Izvor: Autoričin rad

Više od pola objava ciljano se koristi humorom, što je i očekivan ishod analize s obzirom na to da je forma *memea* najkorištenija, kao i prijateljska, asertivna te šaljiva komunikacija. Više od pola ukupnih objava (33) nastoji proizvesti komični efekt korištenjem ironije (20 puta) te parodije (9 puta). Ironiju koristi isključivo stranica „Muškarac, otac, kralj“ (vidljivo i iz samog naziva). To je vidljivo iz sljedećih primjera: „Ne znaš kuhati, a ti bi se ženio?“, „Šta će ti žena jesti kada dođe s posla?“ i sl. Parodija se u objavama stranice „Sve su to vještice“ postiže kombinacijom fotografija slavnih ličnosti, npr. Virginije Wolf, s regionalnim pučkim frazama. Sarkazam obilježava pet objava na stranici „Seksizam naš svagdašnji“. To je vidljivo u sljedećem primjeru: „Nije pazila, pa je sama kriva što su je uhvatili opuštenu“ gdje se ciljano govori suprotno od onoga na što se misli. Sarkazam je vidljiv i u naslovu članka „Paparazzi uhvatili Serenu Williams (na) plaži: Pogledajte kako izgleda kad se opusti i uživa.“

7.2. Moderni trendovi

Slika 7. 8 Prisutnost modernih trendova na objavama



Izvor: Autoričin rad

Memeovi, dominantan format objava u uzorku, autorski su, iz čega proizlazi zaključak da se takav format ciljano koristi za plasiranje poruke u javni prostor. Iz Slike 7.8 se može zaključiti kako je trend *memea* najzastupljeniji vid regionalnog feminističkog aktivizma na društvenim mrežama. *Call-out* kultura također je značajan segment potonjeg. Čak se 18 puta prozivaju konkretni sudionici javnog diskursa (konkretno mediji na stranici „Seksizam naš svagdašnji“). *Hashtagovi* se koriste u 17 objava, u pet varijanti na dvjema stranica, i to *#seksizamnassvagdasnji*, *#sexism* i *#seksizam* („Seksizam naš svagdašnji“) te *#tb* i *#vjestice* („Sve su to vještice“). Može se zaključiti kako je riječ o potenciranju efekta domina, odnosno angažiranju publike. *Hashtag* u ovom slučaju izgleda više kao alat pretraživanja nego kao sredstvo *hashtag* feminističkog aktivizma, koji je svakako zastupljeniji na Twitteru i Instagramu. Bojkotiranje, odnosno poziv na bojkot, kao inačica *cancel* kulture zastupljen je u dva posta i to na stranici „Seksizam naš svagdašnji“ u primjerima „Mizoginija potiče i opravdava mizoginiju“ te „Bojkotirajmo @net.hr!“. Samo sedam objava ne sadrži nijedan od odabranih trendova feminističkog aktivizma na društvenim mrežama.

7.3. Ograničenja istraživanja

Manjkavost istraživanja bi mogla biti njegova ograničenost na svega tri regionalne feminističke stranice čime se iz vida gube sve ostale koje imaju određen utjecaj, kao što su: „Vala Lepasava“, „Neuračunljive“, „Nisam tražila“, itd.

Također, uzorak je premalen da bi rezultati bili pouzdani, naročito jer jedna od analiziranih stranica, „Sve su to vještice“, često objavljuje seriju objava, odnosno velik broj objava u nizu. Na taj se način u velikom broju objava varira ista tema pa isti, posljedično, ne može biti reprezentativan za čitav spektar.

8. RASPRAVA REZULTATA

Analizom *engagementa* korisnika, u vidu oznaka „sviđa mi se“, dijeljenja i komentara, nameće se zaključak o šablonskim karakteristikama popularnih objava. Međutim, u obzir treba uzeti broj pratitelja svake stranice koji može biti uvjetovan i drugim čimbenicima, a ne samo poželjnošću sadržaja. Stranica „Muškarac, otac, kralj“ ima gotovo 12 000 pratitelja, a broj oznaka *like* manji je od 300 u samo jednom slučaju, dok stranica „Sve su to vještice“ broji gotovo 57 000 članova, ali najviše objava u analiziranom periodu ima manje od 300 oznaka „like“. „Seksizam naš svagdašnji“ broji malo više od 8000 oznaka „like“ na stranici, ali nema nijednu objavu s više od 300 oznaka „like“, što je ujedno i najniži definirani prag. Broj dijeljenja objave ne prelazi 10. S druge strane, objave imaju više komentara nego objave na stranici „Sve su to vještice“. Stranica „Muškarac, otac, kralj“ ima najveći *engagement* po svim parametrima. Forma *memea*, isključivo vizualna komunikacija, izostavljanje opisa, ujednačen ton i stil karakteristike su njezine komunikacije što potencijalno može utjecati na samu objavu. *Meme*, u pravilu gotovo uvijek humorističnog sadržaja, jedan je od najpopularnijih internetskih komunikacijskih trendova. Ipak, razlike u *engagementu* nisu toliko drastične. Kada bi se stranice promatrale kao utjecajne osobe sve bi tri pripadale kategoriji mikroinflucera. Na osnovi *engagementa* može se zaključiti kako feministički aktivizam na društvenim mrežama u regiji nema velik domet.

Najčešće (u jednom od pet slučajeva) se tematizira problematika objektivizacije žena. Najčešće je to objektivizacija koju potiču sami mediji, a upravo je medijska objektivizacija žena najčešće u fokusu stranice „Seksizam naš svagdašnji“. U nešto manje od petine objava nije pronađena glavna poruka, odnosno fokus objave ostao je nejasan, a riječ je o gotovo svim objavama sa stranice „Sve su to vještice“. S obzirom na brojne reference i dugu tradiciju stranice, postoji mogućnost da se pri analizi sadržaja, uslijed pogrešne procjene uvjetovane nedostatkom adekvatnog predznanja autorice, propustila poanta objave. Tradicionalne ženske uloge, kao i položaj žene u društvu, učestala su tematika postova (17 % u ukupnome udjelu). Tradicionalne se ženske uloge tematiziraju podjednako na svim trima stranicama. To govori o sve većoj popularnosti humora povezanog s tradicionalnim rodnim ulogama. Samo se jedna od analiziranih objava dotiče heteronormativnosti. Također, suvremeni je feminizam kritiziran zbog depolitizacije, odnosno prevelikog fokusa na individualna pitanja nauštrb strukturalnih. Rezultati analiziranog uzorka ukazuju na suprotan trend, čak 34 objave adresiraju društvene pojave, 21 određene društvene strukture, dok ih se samo pet bavi pojedincima.

Humor je u stručnoj literaturi prepoznat kao retorička tehnika suvremenog feminizma, na što ukazuju i rezultati istraživanja s više od pola humorističnih objava. Također, humor služi i kao metoda rušenja stereotipa, čije je preispitivanje, također, dio suvremene feminističke retorike, a na što impliciraju i rezultati analize odabranog uzorka. Takav se diskurs najviše očituje putem autorskih *memeova* koji su već poznata i raširena forma feminističkog aktivizma na društvenim mrežama. *Hashtag* feminizam, naročito nakon *#MeToo* pokreta, iznimno se popularizirao kao forma, no uporaba *hashtaga* u analiziranim objavama vrlo je štura. Jedan od razloga takvom rezultatu može biti i odabir Facebooka kao platforme za ispitivanje, s obzirom na to da je *hashtag* alat karakterističniji za Twitter i Instagram. Osobni narativi izostaju iz rezultata, što je i očekivano s obzirom na to da je takav vid retorike često par *hashtagu* kao alatu. *Call-out* kultura, u kojoj se mizoginija i ostali oblici feminizmu neprihvatljivog ponašanja prozivaju na socijalnim mrežama, neosporno je zastupljena i na analiziranim regionalnim feminističkim stranicama i to na stranici „Seksizam naš svagdašnji“. Stranica je, prema rezultatima, školski primjer *call-out* kulture, s naznakama rigidnije *cancel* kulture, gdje se otvoreno poziva na bojkot određenih institucija i ljudi zbog promoviranja antifeminističkih stavova. Jedino se potonja stranica dotakla teme nasilja nad ženama u analiziranim objavama.

9. ZAKLJUČAK I PREPORUKE

Opresija nad ženama, kao i bilo kojom ekonomski ili fizički slabijom grupom, često se događala u povijesti, ali i danas pa je svaka struja, koja se bori protiv toga vrijedna promatranja, razumijevanja i korigiranja u svrhu boljeg učinka. Feminizam i danas nailazi na stereotipizaciju i nerazumijevanje te i sam može postati isključujuć. Nužna su daljnja znanstvena istraživanja ovog područja.

Cilj ovoga rada bio je utvrditi trendove regionalnog feminističkog *online* aktivizma na primjeru Facebook stranica, i to: „Sve su to vještice“, „Seksizam naš svagdašnji“ i „Muškarac, otac, kralj“. Kao metoda je izabrana analiza sadržaja radi svoje prikladnosti. Takvom metodom bilo je moguće kvantificirati kvalitativne podatke te zaključiti kakvi su trendovi analizirane materije. S obzirom na to da se analiziraju tri stranice, odabran je jednak broj objava (po 20) sa svake pojedinačno, odnosno 60 objava do datuma 15.06.2021.

Plan analize podrazumijevao je četiri kategorije (format i popularnost objava, sadržaj objava, retoričke alate i prisutnost modernih trendova) pa su i rezultati podijeljeni po kategorijama. Kada je u pitanju format, *meme* forma pokazala se najzastupljenijom. Prisutni su i drugi vizualni formati pa se može zaključiti kako regionalne feminističke stranice koriste dominantno vizualnu komunikaciju. Analizirane objave u samo 3,33 % slučajeva imaju više od 1000 oznaka „like“, dok ih više od pola ima manje od 300. Stoga se može donijeti zaključak o malo popularnosti ove forme aktivizma u regiji.

Teme, kojima se objave najčešće bave, obuhvaćaju rodne uloge, stereotipove i objektivizaciju žena, što je ujedno i problematika suvremenog feminizma u zapadnom društvu. Tema nasilja spominje se samo u 5 % slučajeva, a ako se uzme u obzir to da je *meme* forma najzastupljenija, lakše je shvatiti zašto. Naime, *meme* forma obično služi zabavi pa je ovu temu teško prikazati na takav način. Također, dok je suvremeni feminizam u svijetu kritiziran zbog depolitiziranja problematike, rezultati regionalnih feminističkih stranica to negiraju. Naime, gotovo se sve objave bave društvenim pojavama i društvenim strukturama. Takvo što moguće je promatrati i na osnovi razlika u mentalitetu, s obzirom na to da zapad teži individualizmu, dok je za regionalno područje karakterističnija grupna svijest.

Što se tiče retoričkih obilježja, komunikacija je dominantno asertivna i prijateljska, s elementima humora. Humor je bitna stavka suvremene feminističke retorike, a kako impliciraju rezultati, takav je slučaj i u regiji. Trendovi kao *call-out* kultura također su nezanemariva pojava u analiziranim objavama dok je *cancel* kultura dosta rijetka.

Ovo istraživanje može dati ograničen doprinos ispitivanju ove pojave, s obzirom na to da je uzorak nereprezentativan i izuzetno malen pa je teško donijeti čvrste znanstvene zaključke. Ipak, ustanovljeni su određeni trendovi pa postoji prostor za daljnja istraživanja. Tako se, primjerice, mogu istražiti razlozi manje zastupljenosti *cancel* kulture u regiji u odnosu na njezinu zastupljenost u SAD-u. Također, humoristični su sadržaji najpopularniji, ali, također, nisu pogodni za ozbiljne teme (već spomenuto nasilje, primjerice). Agresivna je komunikacija najmanje popularna, ali je jedina pogodna za obradu ozbiljnih tema. Zanimljiv bi bio eksperiment kojim bi se istražio eventualni hibrid između ovih dviju vrsta komunikacije.

LITERATURA

KNJIGE:

1. Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M. (2005). *Socijalna psihologija*. Zagreb: Mate d.o.o.

POGLAVLJE U KNJIZI:

1. Zaharijević, A., Obrenić, D., (...) Mladenović, M. (2012). *Kratka istorija sporova: Šta je feminizam?* U: Zaharijević, A., (ur.) *Neko je rekao feminizam? Kako je feminizam uticao na žene XXI veka*. (482-513). Sarajevo Open Centre.

ZNANSTVENI ČLANCI:

1. Cammaerts, B. (2015). Social Media and Activism. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 1–8.
2. Clark, M. (2020). Drag them: A brief etymology of so-called “cancel culture”. *Communication and the Public*, 5(3-4), 88-92.
3. Crawford, M. (2003). Gender and humor in social context. *Journal of Pragmatics*, 35(9), 1413–1430.
4. Dean, J. (2009). Who's Afraid of Third Wave Feminism? *International Feminist Journal of Politics*, 11(3), 334-352.
5. Guha, P. (2014). Hash Tagging But Not Trending: The Success and Failure of The News Media to Engage with Online Feminist Activism in India. *Feminist Media Studies*, 15(1), 155–157.
6. Gurin, P., Miller, A., Gurin, G. (1980). Stratum Identification and Consciousness. *Social Psychology Quarterly*, 43(1), 30-47.
7. Janković, V. (2009). Cyberfeminizam između teorije i pokreta. Osvrt na Hrvatsku. *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline*, 18(1), 5-27.
8. Lewis, P. J. (2011). Storytelling as Research/Research as Storytelling. *Qualitative Inquiry*. 17(6), 505-510.
9. Li, M., Turki, N., Izaguirre, C. R., DeMahy, C., Thibodeaux, B. L., Gage, T. (2020). Twitter as a tool for social movement: An analysis of feminist activism on social media communities. *Journal of Community Psychology*, 15(2) 1-15.

10. Linabary, J. R., Corple, D. J., Cooky, C. (2019). Feminist activism in digital space: Postfeminist contradictions in #WhyIStayed. *New Media & Society*, 22(10), 1827-1848.
11. Mann, S. A., & Huffman, D. J. (2005). The Decentering of Second Wave Feminism and the Rise of the Third Wave. *Science & Society*, 69(1), 56–91.
12. McCafferty, D. (2011). Activism vs. slacktivism. *Communications of the ACM*, 54(12), 17.
13. Mendes, K., Ringrose, J., Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236–246.
14. Mihaljević, D. (2016). Feminizam – što je ostvario?. *Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti*, 20(1-2), 149-169.
15. Moore, A., Stathi, S. (2019). The impact of feminist stereotypes and sexual identity on feminist self-identification and collective action. *The Journal of Social Psychology*, 160(3), 267-281.
16. Munro, E. (2013). Feminism: A Fourth Wave? *Political Insight*, 4(2), 22–25.
17. Murphy, M. (2019). Introduction to “#MeToo Movement”. *Journal of Feminist Family Therapy*, 31(2-3), 63-65.
18. Ng, E. (2020). No Grand Pronouncements Here...:Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation. *Television & New Media*. 21(6), 621-627.
19. Phipps, A. (2016). Whose personal is more political? Experience in contemporary feminist politics. *Feminist Theory*, 17(3), 303–321.
20. Poljičak, I. (2014). Analiza sadržaja novinskih članaka o povijesnoj jezgri Šibenika u „Šibenskom tjedniku“. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, (1-2), 7-18.
21. Roy, R. E., Weibust, K. S., Miller, C. T. (2007). Effects of Stereotypes About Feminists on Feminist Self-Identification. *Psychology of Women Quarterly*, 31(2), 146–156.
22. Sowards, S. K., & Renegar, V. R. (2006). Reconceptualizing Rhetorical Activism in Contemporary Feminist Contexts. *Howard Journal of Communications*, 17(1), 57–74.
23. Swaminath, G. (2006). Joke's A Part': In defence of humour. *Indian J Psychiatry*. 48(3):177-80.
24. Stephens, C. (2011). Narrative analysis in health psychology research: personal, dialogical and social stories of health. *Health Psychology Review*, 5(1), 62–78.
25. Turley, E., Fisher, J. (2018). Tweeting back while shouting back: Social media and feminist activism. *Feminism & Psychology*, 28(1), 128–132.

26. Velasquez, A., LaRose, R. (2014). Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy. *New Media & Society*, 17(6), 899–918.
27. Velasquez, A., LaRose, R. (2015). Social Media for Social Change: Social Media Political Efficacy and Activism in Student Activist Groups. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(3), 456–474.
28. Vidaković, D. (2011). Sufražetkinje i pokret za ženska prava. *Essehist: časopis studenata povijesti i drugih društveno-humanističkih znanosti*, 3(3), 68-72.
29. Wånggren, L. (2016). Our stories matter: storytelling and social justice in the Hollaback! Movement. *Gender and Education*, 28(3), 401-415.

DIPLOMSKI RADOVI:

1. Brdar, V. (2016). *Feministička (r)evolucija u punk glazbi* (diplomski rad). Sveučilište u Rijeci.
2. Duda, L. (2018). *Argumentacija feminističkog pokreta kroz povijest* (diplomski rad). Sveučilište u Zagrebu.
3. Jarčević, I. (2018). *Cyberfeminizam u Hrvatskoj: analiza društvenih mreža portala Vox Feminae i Libela* (diplomski rad). Sveučilište u Zagrebu.

INTERNETSKI IZVORI:

1. Johnson, T. B., "Waves of Feminism and the Media" (2017). Lewis Honors College Capstone Collection. Preuzeto s:
<https://uknowledge.uky.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1031&context=honprog>
2. Johnson, S., Keplinger, K., Kirk, J., Barnes, L. (2019). Has Sexual Harassment at Work Decreased Since #MeToo?. Harvard Business Review. Preuzeto s:
<https://hbr.org/2019/07/has-sexual-harassment-at-work-decreased-since-metoo#>
(11.4.2021.)
3. Rampton, M. (2019). Four Waves of Feminism. Pacific University. Preuzeto s:
http://gdelaunier.pbworks.com/w/file/attach/134554611/Four%20Waves%20of%20Feminism%20_%20Pacific%20University.pdf
4. Trueman, C. N. (17.03.2015). Suffragettes. History Learning Site. Preuzeto s:
<http://www.historylearningsite.co.uk/suffragettes.htm> (27.4.2011.)

ČLANCI U MEDIJIMA:

1. Ackerman, E., Ambar, S. (...) Zakaria, F. (07.07.2020). A Letter on Justice and Open Debate. *Harper's Magazine*. Preuzeto s: <https://harpers.org/a-letter-on-justice-and-open-debate/> (16. 6. 2021.)
2. BBC News na srpskom. (11.01.2020). Muškarac, otac, kralj za BBC: Šta muškarci koji prave pitu govore o Balkanu i rodnim stereotipima. *Danas.rs* Preuzeto s: <https://www.danas.rs/bbc-news-serbian/muskarac-otac-kralj-za-bbc-sta-muskarci-koji-prave-pitu-govore-o-balkanu-i-rodnim-stereotipima/> (25.06.2021.)
3. Binkowski, B., Dresner, J. (...) Green, K. (10.07.2020). A More Specific Letter on Justice and Open Debate. *The Objective*. Preuzeto s: <https://www.objectivejournalism.org/p/a-more-specific-letter-on-justice> (17.06.2021.)
4. Dianežević Bašić, M. (03.11.2020). Muškarac, otac, kralj: 'Da bi se diskriminacije primijetile, moraju se obrnuti'. *Globalnovine.eu* Preuzeto s: <https://www.globalnovine.eu/lifestyle/muskarac-otac-kralj-da-bi-se-diskriminacije-primijetile-moraju-se-obrnuti/> (25.06.2021.)
5. Johnson, S., Keplinger, K., Kirk, J., Barnes, L. (18.07.2019). Has Sexual Harassment at Work Decreased Since #MeToo?. *Harvard Business Review*. Preuzeto s: <https://hbr.org/2019/07/has-sexual-harassment-at-work-decreased-since-metoo#> (11.4.2021.)
6. Plivelić, P. (30.01.2018). Otkrivamo tko se krije iza sve popularnije Facebook stranice koja osvještava i upozorava na neravnopravnost među spolovima. *Jutarnji.hr* Preuzeto s: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/seksizam-nas-svagdasnji-otkrivamo-tko-se-krije-iza-sve-popularnije-facebook-stranice-koja-osvjestava-i-upozorava-na-neravnopravnost-medu-spolovima-6979053> (22.06.2021.)
7. Rožanković, H. (10.01.2020). Stranica Muškarac, otac, kralj na duhovit način prikazuje seksizam na Balkanu. *Womeninadria.hr* Preuzeto s: <https://www.womeninadria.com/muskarac-otac-kralj/> (25.06.2021.)
8. Svraka, B. Muškarac, otac, kralj - stranica koja ruši stereotipe i ismijava patrijarhalni normativ. *Fbl.ba* Preuzeto s: <https://fbl.ba/muskarac-otac-kralj-stranica-koja-rusi-stereotipe-i-ismijava-patrijarhalni-normativ/> (25. 6. 2021.)
9. Trueman, C. N. (17.03.2015). Suffragettes. *History Learning Site* Preuzeto s: <http://www.historylearningsite.co.uk/suffragettes.htm> (27.4.2011.)

ENCIKLOPEDIJE:

1. Hrvatska enciklopedija. *Feminizam*. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto s: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=19203> (03.04.2021.)
2. Kelly, C. (2017). "*The personal is political*". Encyclopedia Britannica. Preuzeto s: <https://www.britannica.com/topic/the-personal-is-political>. (08.04.2021.)
3. Merriam-Webster. *Meme*. Dictionary Merriam-Webster. Preuzeto s: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/meme> (11.04.2021.)
4. Merriam-Webster. *Activism*. Dictionary Merriam-Webster. Preuzeto s: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/activism> (13.0.2021.)

POPIS SLIKA

7.1 Broj oznaka like na objavama	25
7.2 Broj shereova i komentara na objavama	25
7.3 Format objava	26
7.4 Tematika objava	27
7.5 Objekt/i kojima se objava obraća	28
7.6 Komunikacijski stil objava	28
7.7 Ton objava	29
7.8 Prisutnost modernih trendova na objavama	30

PRILOZI

UPITNIK ZA ANALIZU SADRŽAJA

1. Koliko oznaka „like“ je na objavi?

1. Manje od 300
2. 300 – 500
3. 500– 1000
4. Više od 1000

2. Koliko je puta objava podjeljena?

1. Manje od 10
2. 10-50
3. 50-100
4. Više od 100

3. Koliko je komentara na objavi?

1. Manje od 10
2. 10-50
3. 50-100
4. Više od 100

4. Objava je u formatu:

1. fotografije
2. tekst u fotografiji
3. snimke zaslona (eng. screen shot)
4. teksta
5. boomeranga/gifa

6. videa

7. linka

5. Sadrži li objava caption?

1.DA

2.NE

6. S obzirom na izvor, sadržaj je:

1. u potpunosti autorski

2. djelimično autorski

3. preuzet s interneta

4. preuzet s drugih stranica

5. preuzet od korisnika

7. Je li se objavom promovira ili pominje feministički rad u offline sferi?

1. DA

2. NE

8. Koja feministička problematika je u glavnom fokusu?

0. Nije moguće procijeniti

1. Nasilje nad ženama

2. Objektivizacija žena

3. Homo/bi/transfobija

4. Stereotipi o ženama

5. Reproduciranje patrijarhata u jeziku

6. Heteronormativnost

7. Položaj žene u društvu

9. Koji je glavni cilj objave?

- 0. Nije moguće procijeniti
- 1. Osvijestiti o društvenoj situaciji
- 2. Kritizirati pojavu u društvu
- 3. Pohvaliti pojavu u društvu
- 4. Osnažiti ženu
- 5. Naglasiti uspjeh žene/žena
- 5. Motivirati na dijalog
- 6. Informirati i educirati
- 7. Pozvati na akciju uživo
- 9. Poticanje žena na dijeljenje iskustava

10. Objava se fokusira na:

- 0. Nije moguće procijeniti
- 1. Individuu
- 2. Društvenu strukturu
- 3. Društvo u cijelini

11. Komunikacija na objavi je:

- 0. Nije moguće procijeniti
- 1. Formalna
- 2. Neformalna

12. Stil komunikacije je:

- 0. Nije moguće procijeniti
- 1. Stilski neobilježena
- 2. Agresivni

3. Asertivna, topla, prijateljska, šaljiva

4. Pasivno-agresivna

5. Submisivna

13. U objavi se koristi humor

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

14. Osobni narativ dio je objave

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

15. Objava se dotiče državne ili svjetske politike

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

16. Objava sadrži parodijske izraze

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

17. Objava sadrži elemente ironije

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

18. Objava je sarkastična

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

19. Koristi li se u objavi hashtag?

1. DA

2. NE

20. Motivira li se na korištenje hashtaga?

4. Nije moguće procijeniti

5. DA

6. NE

21. Sadrži li objava autorski meme?

1. DA

2. NE

Je li se u objavi direktno proziva određen primjer seksizma?

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

Je li se u objavi proziva određena osoba (imenom i prezimenom ili titulom)

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

Je li se objavom proziva institucija i organizacija imenom za određeni slučaj?

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

Poziva li se objavom otvoreno na bojkot ili „otkazivanje“ osobe ili institucije?

0. Nije moguće procijeniti

1. DA

2. NE

IZJAVA

kojom izjavljujem da sam završni rad pod naslovom

izradio/la samostalno. Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, internetske stranice, propisi i sl. u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

Zagreb, _____20__.

(ime, prezime)

(potpis)