

Родот во медиумите 2021:

Родовите прашања и начинот на претставување на жените и мажите во спортската програма на националните терестријални телевизии

Автор: Игор Мицевски

Институт за истражување на општествениот развој РЕСИС

Содржина

I. Вовед	1
1. Истражувачки проблем	1
II. Методологија.....	3
1. Цели на истражувањето и истражувачки прашања.	3
2. Основни концепти	4
3. Релевантна литература.....	5
4. Регулатива во РСМ и меѓународни документи поврзани со родовите прашања и медиумските содржини	9
5. Методи на прибирање и на анализа на податоците	11
Поединечни наоди.....	i
III. Анализа	14
III.1. Македонска радио телевизија - Прв програмски сервис (МРТ 1)	14
III.2. Македонска радио телевизија - Програма на албански јазик (МРТ 2)	28
III.3. Македонска радио телевизија – Спортски канал (МРТ 3)	40
III.4. ТВ Алфа.....	48
III.5. ТВ Алсат - М.....	59
III.6. ТВ Канал 5	70
III.7. ТВ Сител.....	79
III.8. ТВ Телма.....	90
Збирни наоди	ii
IV. Заклучоци и препораки	103
Јавен радиодифузен сервис.....	103
Приватни телевизии.....	107
Апнех	113
Истражувачки тим	115

I. ВОВЕД

1. Истражувачки проблем

Она што денес се подразбира под универзализиран спорт, е историски, нераскинливо поврзано со појавата, јакнењето и мноштвото трансформации на медиумот како организирана структура за конструкција и масовна дисеминација на содржини. Спортот, во смислата во која на него се гледа во оваа студија, не може едноставно да се разбере во својата основна дефиниција - како група физички активности кои имаат натпреварувачки карактер и кои го јакнат човековото тело и човековиот дух. Тој треба да биде разбран и во неговата социолошко - комуниколошка смисла, како медијатизиран интеракциски ритуал кој може да симболизира антагонизам и во таа смисла да хегемонизира констелации на моќ меѓу социјално конструирани категории, какви што се конструктите на „мажественоста“ и „женственоста“¹.

Во значителна мера, „медиумите го создадоа спортот“ (Dorer & Marschik, 2020)² и нивната испреплетена траекторија почнува со ширењето на модернизацијата и ре - концептуализацијата на „слободното време“ на граѓанството во западните општества. Од почетокот на 1900те, работничката класа, доминантно машка и бела, имаше повеќе слободно време за да му го посвети на посета на спортски настани. Истовремено, печатените медиуми почнаа поинтензивно да известуваат за настаните поради што публиката стана многу поширока од само малата група луѓе кои можеа да присуствуваат непосредно на спортските настани. Но, оваа историја е исто така историја на исклучување и маргинализација во којашто се испреплетуваат прашањата на родот [жените, маргиналните сексуалности] (види Anderson, 2017³; Cooky et. al, 2013⁴); прашањата на расата [афро - американската и азиската популација во развиените западни општества] (види Cooky et al 2010⁵; Deeb 2016⁶), национализмот и геополитиката [прашањата за националната гордост на спортистите или натпреварот меѓу

¹ За социолошките перспективи на проблемот види:

- Broch, T. B. (2020). *A Performative Feel for the Game*. How Meaningful Sports Shape Gender, Bodies, and Social Life. Springer International Publishing.

- Erikainen, S. (2019). *Gender verification and the making of the female body in sport: a history of the present*. Routledge.

- Dabscheck, B. (2017). *Changing the Playbook: How Power, Profit, and Politics Transformed College Sports*, by Howard P. Chudacoff.

² Dorer, J., & Marschik, M. (2020). Intersectionality in Sports Reporting. *The International Encyclopaedia of Gender, Media, and Communication*, 1-13.

³ Anderson, S. (2017). The forgotten legacy of Stella Walsh: The greatest female athlete of her time. London, UK: Rowman & Littlefield.

⁴ Cooky, C., Dycus, R., & Dworkin, S. L. (2013). "What makes a woman a woman?" versus

"Our first lady of sport": A comparative analysis of the United States and the South African media coverage of Caster Semenya. *Journal of Sport and Social Issues*, 37(1), 31-56. doi:10.1177/0193723512447940

⁵ Cooky, C., Wachs, F. L., Messner, M., & Dworkin, S. L. (2010). It's not about the game: Don Imus, race, class, gender and sexuality in contemporary media. *Sociology of Sport Journal*, 27(2), 139-159. doi:10.1123/ssj.27.2.139

⁶ Deeb, A., & Love, A. (2018). Media representations of multiracial athletes. *Journal of Sport & Social Issues*, 42(2), 95-114. doi:10.1177/0193723517749598

двете спротивставени страни во Студената војна] (види Birrell & McDonald, 2016⁷, Weiderkehr 2009⁸, Micevski 2013⁹).

Регулаторните тела во полето на радиодифузијата имаат законска обврска да следат дали радиодифузерите обезбедуваат еднакви можности за претставување на мажите и жените во медиумските содржини, но и дали ја одразуваат севкупната родова разновидност во општеството. Затоа радиодифузните регулаторни тела спроведуваат истражувања кои треба да востановат во која мера и како медиумите ги почитуваат принципите на родова еднаквост, недискриминација, промоција на вредности на толеранција. Сепак, некои од истражувањата правени од регулаторни тела укажуваат на тоа дека медиумите, и покрај мноштвото јавни делиберации, продолжуваат да ги фаворизираат т.н. „машки спортови“, да ги потценуваат достигнувањата на спортистките и да ги пасивизираат и објективизираат женските тела. Неодамнешна основна студија на *Медитеранската мрежа на регулаторни власти*¹⁰ која се однесува на родовиот плурализам и еднаквост, утврдува дека регулаторните тела треба да „промовираат недискриминирачко однесување во областа на спортските медиумски содржини“. За да се постигне ова во македонскиот спортски и медиумски пејсаж, потребно е да се утврди состојбата во овој домен во Република Северна Македонија¹¹.

Од 2012 година наваму, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги посветува посебно внимание на подигнувањето на свеста за родовите прашања и родовата еднаквост во аудиовизуелните програми. Во овој контекст, Агенцијата во минатиот период иницираше и објави неколку истражувања и анализи фокусирани на начинот на кој во аудиовизуелните програми се прикажуваат родовите улоги, како и на присуството на јазик и содржини кои би можеле да доведат до дискриминација врз основа на родовата диференцијација. Прашањето за обемот и содржината на спортските програми што ги нудат домашните радиодифузери, особено начинот на кој во овие програми се претставуваат родовите улоги, досега не е на сеопфатен начин истражено во Република Северна Македонија. Оваа истражување се фокусира токму на овој проблем и настојува преку анализа на содржина

⁷ Birrell, S., & McDonald, M. (2000). Reading sport, articulating power lines. In S. Birrell & M. McDonald (Eds.), *Reading sport: Critical essays on power and relations* (pp. 3–13). Boston, MA: Northeastern University Press.

⁸ Wiederkehr, S. (2009). “We shall never know the exact number of men who have competed in the Olympics posing as women”: Sport, gender verification and the Cold War. *International Journal of the History of Sport*, 26(4), 556–572.

⁹ Micevski, I. (2013) Constructing the “Ancient Macedonians” and the “Oppressed Albanians”: European Handball Championship in 2012 through the printed and online media, in Shopar, V., Reporting on interreligious and interethnic tensions: The meaning behind the headlines, SJPR, Skopje

¹⁰ Mediterranean network of regulatory authorities, *Equality between men and women in the sport programmes through audiovisual media services*, Available at: https://www.rirm.org/wp-content/uploads/2018/02/Study-Gender-Equality-in-SPORTS-PROGRAMMES_2017_ENGLISH_ANGLAIS.pdf

¹¹ Новата Национална стратегија за родова еднаквост 2021–2026, која во моментот на изработка на студијата се наоѓа во Собранието, но сè уште не е усвоена, основно ги дефинира државните приоритети поврзани со родовата еднаквост во медиумите за „[...]промовирање на родовата еднаквост во програмите и содржините, преку претставување на позитивни примери, почесто ангажирање жени како соговорнички во дебатните и другите програми со гости, како и поголема застапеност на содржини кои обработуваат теми за родова еднаквост, односно вклучување на родовиот аспект во најголемиот број теми кои се обработуваат во медиумите. За таа цел, потребна е поголема застапеност на жени на позиции на одлучување, уреднички и директорки, како и едукација и подигнување на свеста за родовите прашања кај сите медиумски работници.“ (2021; 25)

да утврди какви родови конструкти произведуваат спортските вести и емисии на Јавниот сервис и на приватните терестријални телевизии на државно ниво во РСМ.

Резултатите од ова истражување ќе ѝ овозможат на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги да креира идни регулаторни политики. Ова во согласност со Законот за еднакви можности на жените и мажите, според кој е задолжена да спроведува анализи за родот и родовите прашања во програмите на медиумите врз кои, како регулаторно тело, е надлежна да врши надзор за да го утврди начинот на прикажување и претставување на жените и на мажите во програмските концепти и содржини (член 17 став 3), и да го утврди третманот на родовите прашања во средствата за јавно информирање (член 17 став 4) како и во согласност со Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски содржини (ЗААВМУ).

Резултатите од истражувањето исто така ќе ѝ помогнат во работата на Агенцијата за млади и спорт – конкретно во „унапредување на родовата еднаквост во сите области од општественото живеење и вклучување на родова перспектива во креирањето на политиките и буџетите“¹² што е една од нејзините приоритетни стратески цели кои произлегуваат од стратеските цели на Владата на Република Северна Македонија.

Конечно, истражувањето ќе им помогне на медиумите во македонскиот медиумски простор во остварување на нивните законски обврски кои се однесуваат на воспоставувањето родова еднаквост.

II. МЕТОДОЛОГИЈА

1. Цели на истражувањето и истражувачки прашања.

Тргувајќи од дефинираниот проблем, оваа студија има цел да го истражи прашањето на родовата еднаквост и родовата репрезентација во спортските програми на македонските терестријални национални телевизии. Од оваа цел се произлезени два блока истражувачки прашања кои бараат различна истражувачка стратегија:

(1) **Квантитативна стратегија** – во контекст на родовите прашања ја утврдува фреквенцијата на појавности на родово релевантни аспекти во спортските програми (емисии и вести):

1. Со колкава фреквенција, времетраење и низ колкав жанровски диверзитет во програмите на националните радиодифузери се појавуваат спортски содржини.
2. Со колкава фреквенција, времетраење и во колку различни улоги во спортската програма на националните радиодифузери се појавуваат женски и машки учесници.

¹² Стратешки план на АМС за 2021-2023,- види стр. 11,15 и 22. Достапно на:
<http://ams.gov.mk/%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8-%D0%BE%D0%B4-%D1%98%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%BD-%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5%D1%80>

3. Кои спортови добиваат најголема фреквенција на покривање кај радиодифузерите и колку од тие спортови се во машка, а колку во женска конкуренција?

(2) **Квалитативна стратегија** - да утврди како се третирали родовите прашања и како се конструирани жените и мажите во спортските телевизиските емисии:

1. Како и низ кои стратегии се конструирани спортистите и спортистките во спортската програма?
2. Каков јазик користат медиумите кога ги претставуваат спортистите и спортистките?
3. Кои теми поврзани со родовите улоги извираат од спортската програма?

2. Основни концепти¹³

Темата со која што се занимава истражувањето бара прелиминарно маркирање на неколку клучни концепти кои ќе бидат подетално елаборирани во анализата којашто ќе произлезе од него.

а. Род и родов идентитет: Дистинкцијата меѓу концептите „пол“ и „род“ како разлика меѓу *биолошките детерминанти* и *општествената конструкција* на поделбата на општествените улоги, е фундаменталната позиција на феминистичките теории и е одговор на функционалистичките модели за општествена организација. Овие, во основа хетеронормативни теории, ги деривираат родовите улоги од биолошкиот факт на полова разлика (види Shapiro, 1981¹⁴, McGuinness & Pribam, 1979¹⁵).

б. Родова еднаквост: Според *Стратегијата за родова еднаквост во РСМ 2013-2020* „родова еднаквост, значи дека различните однесувања, аспирации, потреби на жените и мажите се почитувани, земени предвид, вреднувани и подеднакво потпомогнати. Тоа значи, дека нивните права, одговорности и можности нема да зависат од тоа дали тие се родени како маж или како жена. Таа е заснована на принципите на човековите права и социјалната правда. Јасно е дека родовата еднаквост и зајакнувањето на жените се суштински за упатување кон главната грижа на сиромаштијата и несигурноста и за достигнување на одржлив развој со човекот како центар“ (2013:7) ¹⁶.

в. Родова рамноправност: Според *Стратегијата за родова еднаквост во РСМ 2013-2020* „Родовата рамноправност значи праведност при постапувањето со мажите и со жените, во согласност со нивните лични потреби, праведност особено во врска со правата,

¹³ Основните концепти релевантни за ова истражување беа користени и во претходно истражување на авторот. Следните неколку параграфи затоа се преземени од Мицевски, И., (2020), Родот во медиумите: Анализа на родовите аспекти во програмите за деца на националните терестријални телевизии, АВМУ, Скопје

¹⁴ Shapiro, J. (1981). Anthropology and the study of gender. *Soundings*, 446-465.

¹⁵ McGuinness, D., & Pribam, K. H. (1979). The origins of sensory bias in the development of gender differences in perception and cognition. *Cognitive growth and development: Essays in memory of Herbert G. Birch*, 3-56.

¹⁶ Стратегија за родова еднаквост 2013-2020 достапно на <https://dejure.mk/zakon/strategija-za-rodova-ednakvost-2013-2020>

придобивките, обврските и можностите. Родовата рамноправност е засегната со унапредување на личната, социјалната, културната, политичката и економската рамноправност за сите“ (2013:7)¹⁷.

г. Родова стереотипизација: Според Стратегијата за родова еднаквост 2018-2023 на Советот на Европа „родовите стереотипи се предрасудни општествени и културални шеми или идеи преку кои на жените и на мажите им се даваат карактеристики и улоги детерминирани и ограничени од нивниот пол. Родовите стереотипи се истовремено резултат и извориште на длабоко вкоренети ставови, вредности, норми и предрасуди. Тие се користат за да се оправдаат и да се одржат историски вкоренетите односи на моќ на мажот врз жената и да се одржат сексистичките ставови кои го инхибираат напредокот на родовата еднаквост“ (2018: 16¹⁸).

3. Релевантна литература

Прегледот на литературата релевантна за оваа студија открива дека во истражувањата на родот во контекст на содржините во спортските медиуми има тематска и методолошка разноликост. Може да се издвојат неколку методолошки пристапи кон проблемот во рамките на кои има по неколку тематски линии на анализа во контекст на родовите хегемонии кои, не само што се засилени преку медиумското покривање на спортските настани, туку се и конструирани од и низ медиумите.

Најголемата група истражувања во доменот на родовите аспекти на спортската програма користат *Анализа на содржина* и како предимно квантитативен приод, но и како инхерентно мешана (Qual+Quan) истражувачка стратегија (види ја дискусијата во поглавје 6).

Така, серија публикации произлезени од една лонгитудинална студија спроведена меѓу 1989 - 2019 г. користат, според укажувањето на авторите - *Текстуална* и *Анализа на содржина*. Лонгитудиналната студија се однесува на фреквенцијата со која се појавуваат (квантитет) и начинот на кој се покриваат (квалитет) жените и мажите во спортската програма.

Една скорешна публикација произлезена од ова истражување на Куки et al. (Cooky et al., 2021¹⁹) прави лонгитудинална анализа на медиумско (телевизиско) покривање на спортските настани во Соединетите Американски Држави во последните 30 г., но за последната деценија во примерокот ги вклучува и онлајн медиумите и социјалните мрежи, што овозможува компаративен пристап кон проблемот. Истражувачите заклучиле дека во последните три децении на традиционалните медиуми речиси и да нема поместување во

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Council of Europe (2018) Gender Equality Strategy 2018-2023 <https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023/1680791246>

¹⁹ Cooky, C., Council, L. D., Mears, M. A., & Messner, M. A. (2021). One and Done: The Long Eclipse of Women's Televised Sports, 1989–2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347-371.

поглед на соодносот на квантитативната застапеност на мажите и жените во спортската програма во оваа земја. Така наречените „машки спортови“ сè уште добиваат исклучително висок процент од покривањето во програмата и ова особено се однесува на кошарката, бејзболот и американскиот фудбал. Студијата наведува дека и кога телевизиите известуваат за така наречените „женски спортови“ или женската конкуренција на она што важи за „машки спорт“, вообичаено добиваат едно изолирано известување проследено со серија големи блокови кои се однесуваат на спортови во машка конкуренција и спортисти - мажи. Во поглед на анализата на содржините на социјалните медиуми - истражувачките заклучуваат дека родовата асиметрија карактеристична за радиодифузните медиуми, се рефлектира и на однесувањето на новите медиуми и социјалните мрежи. Авторите откриле конзистентна појава на родово натопен сексизам карактеристичен за т.н. „женски спортови“ и спортовите во женска конкуренција. Оваа родова карактеристика ја наоѓаат низ три главни теми: (1) национализам, (2) асиметрично родово маркирање комбинирано со локален пароксијализам и (3) добротворни прилози. Другите публикации од истото лонгитудинално истражување почнато во 1989 г. (Messner et al., 1993²⁰, 1996²¹, 2003²²; Cooky et al., 2013²³, 2015²⁴; Musto et al., 2017²⁵), го сугерираат истиот конзистентен проблем.

Поголема тежина на квантитативните аспекти на *Анализата на содржина* е ставена во реплицираната студија на Адамс и Тагл (Adams & Tuggle, 2004)²⁶ кои го анализираат покривањето на спортистките и спортистите во различни натпреварувања. Во изворното истражување од 1997 г. на две спортски серии во рамките на CNN и ESPN, авторите забележуваат дека, иако во спортот воопшто [односно во спортската понуда], има видливо зголемено присуство на жени, сепак медиумското покривање не го следи истиот тренд на пораст. Востановиле дека само 5% од вкупната спортска програма им е посветена на спортистки или на спортови во женска конкуренција. Истражувањето, според целосно идентична методологија, што го спровеле во 2002 г. (деценија и пол после првото), имало цел да утврди дали медиумското покривање ја намалило квантитативната разлика меѓу мажите и жените, откако во САД биле воведени и зајакнати две професионални лиги во различни спортови во женска конкуренција. Авторите заклучуваат дека и покрај промената во структурата на организираниот спорт, медиумите не го следеле трендот и покривањето на

²⁰ Messner, M. A., Duncan, M. C., & Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls: The gendered language of televised sports. *Gender & Society*, 7(1), 121-137.

²¹ Messner, M. A., Duncan, M. C., & Wachs, F. L. (1996). The gender of audience building: Televised coverage of women's and men's NCAA basketball. *Sociological inquiry*, 66(4), 422-440.

²² Messner, M. A., Duncan, M. C., & Cooky, C. (2003). Silence, sports bras, and wrestling porn: Women in televised sports news and highlights shows. *Journal of sport and social issues*, 27(1), 38-51.

²³ Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Women play sport, but not on TV: A longitudinal study of televised news media. *Communication & Sport*, 1(3), 203-230.

²⁴ Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2015). "It's dude time!" A quarter century of excluding women's sports in televised news and highlight shows. *Communication & Sport*, 3(3), 261-287.

²⁵ Musto, M., Cooky, C., & Messner, M. A. (2017). "From Fizzle to Sizzle!" Televised sports news and the production of gender-bland sexism. *Gender & Society*, 31(5), 573-596.

²⁶ Adams, T., & Tuggle, C. A. (2004). ESPN's SportsCenter and coverage of women's athletics: It's a boys' club. *Mass Communication and Society*, 7, 237-248.

спортистките останало на старото ниско ниво. Ова укажува на тоа дека, контролните фактори во анализите, како зајакнувањето на организираниите спортски натпревари во женска конкуренција, имаат ограничено влијание врз однесувањето на медиумите. Слично, Истман и Билингс (Eastman and Billings, 2000)²⁷ во нивната студија, земајќи го предвид преструктурирањето и зголеменото присуство на спортот во женска конкуренција и контролирајќи ги варијаблите поврзани со него, утврдиле дека нема конзистентно покривање на спортистките соодветно на нивното фактичко присуството на големо натпреварување во односните спортови. На пример, медиумското покривање било видливо засилено за време на турнирот во голф US Open во женска конкуренција и за време на траењето на тенискиот турнир Вимблдон, но немало таков медиумски интерес за ред други исто толку интересни спортови и турнири во женска конкуренција како отворањето на сезоната на WNBA или French Open.

Истражување на Александер (Alexander, 1994)²⁸ откри дека постои позитивна корелација меѓу типот спортови од една страна и конкуренцијата во која тие се одржуваат и се пренесени од медиумите. Телевизиското покривање на натпреварувања во машка конкуренција фаворизира тимски спортови, а покривањето на натпреварувања во женска конкуренција фаворизира индивидуални спортови. Ова истражување поткрепува претходно истражување на Кејн (Kane, 1989)²⁹ според кое жените кои се натпреваруваат во спортови како тенис или голф, добиваат значително поголемо медиумско внимание од оние кои се натпреваруваат во други спортови и особено во тимски спортови.

Прашањето на фреквенцијата со која во јавната сфера се појавуваат спортистите и спортистките е, последниве години, истражувано и во контекст на социјалните платформи. Истражување на Ламеирас и Родригез-Кастро (Lameiras & Rodriguez-Castro, 2020³⁰) утврдува дека од примерокот на твитови кои споменуваат спорт, а кои доаѓаат од Twitter сметките на медиуми со општ формат во Шпанија (N=5260), само 1,6% се твитови кои се однесуваат на спортистки. Дополнително, студијата утврдила и дека во твитовите на специјализираните спортски медиуми има широко распространета негативна стереотипизација и сексуална објектификација, што во основа ги потценува достигнувањата на спортистките.

Некои студии за онлајн сферата ги комбинираат методите на анализата на содржина и тематска анализа. Така Дејтон-Смит и Бел (Deighton-Smith & Bell, 2017)³¹ во анализата на постовите на Instagram хаштагот #fitspiration пристапиле со комбинирана стратегија. *Прво,*

²⁷ Eastman, S. T., & Billings, A. C. (2000). Sportscasting and sports reporting: The power of gender bias. *Journal of Sport and Social Issues*, 24(2), 192-213.

²⁸ Alexander, S. (1994). Newspaper coverage of athletics as a function of gender. *Women's Studies International Forum*, 17, 655-662.

²⁹ Kane, M. J. (1989). The Post Title IX Female Athlete in the Media: Things are changing, but how much?. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 60(3), 58-62.

³⁰ Lameiras, A., & Rodríguez-Castro, Y. (2020). The presence of female athletes and non-athletes on sports media Twitter. *Feminist Media Studies*, 1-18.

³¹ Deighton-Smith, N and Bell, BT (2017) Objectifying fitness: A content and thematic analysis of #Fitspiration images on social media. *Psychology of Popular Media Culture*, 6 (1). ISSN 2160-4142

DOI: <https://doi.org/10.1037/ppm0000143>

авторите земале примерок од 944 последни визуелни претстави на тела на овој хаштаг. Направен бил иницијален втемелен (grounded) преглед на визуелните содржини за да се овозможи индуктивно класирање на различните категории. Од мноштвото категории, авторите изолирале четири опфатни класи под кои можеле да се вбројат сите попишани категории и развиле кодна стратегија. Главните истражувачи потоа ја кодирале целокупната содржина, по што истата содржина ја кодирале двајца помлади истражувачи, но без да бидат информирани за целта на студијата. Усогласеноста меѓу истражувачите и кодерите била 98,10%. *Второ*, истражувачите работеле во рамките на четирите категории за кои била развиена втора кодна стратегија што овозможила да се рафинира анализата со повеќе квалитативни нијанси со кои е контекстуализирана квантитативната анализа на содржина. Заклучиле дека и на социјалните медиуми (утврдено на случајот #fitspiration) се промовираат нереални идеали за машките и женските тела кои за огромно мнозинство луѓе се неосвојливи и дека телата на спортистите и на онлајн платформите се објектифицирани.

Проблемот на *репрезентација* на различностите во спортот е тема која се појавува често. Бајс и Ембсер-Хеберт (Buysse & Embser-Herbert, 2004³²) во својата студија за родова диференцијација во спортот, забележуваат дека во доменот на спортовите, репрезентациите на женственост и мажественост низ медиумите ја востановуваат и ја одржуваат родовата диференцијација. Студијата покажува дека е помалку веројатно спортистките да бидат претставени како активни партиципиенти во спортовите и истовремено е поверојатно тие да бидат претставени во пасивни традиционални женски улоги иако авторите забележуваат дека меѓу 1990 и 1997 г. овој тренд бил малку ублажен. Наодите укажуваат на тоа дека самите женски спортски лиги произведуваат родови стереотипи на сличен начин како и популарните медиуми и покрај тоа што интуитивно е да се очекува спротивното. Види Bernstein (2002)³³, Koivula (1999)³⁴, Billings & Angelini (2019)³⁵, Bruce (2013)³⁶, Bruce (2016)³⁷.

Веројатно најплодната аналитичка линија во истражувањето на родовите аспекти во спортот се множеството истражувања кои се фокусираат на концептот *интерсекционалност*. Во 1989 г. Кимберли Кершоу (Crenshaw, 1990)³⁸ го предложи овој термин за да го означи преклопувањето на различни идентитетски домени, како што се расата и сексуалноста за, од таа позиција, да развие стратегија за напад на хегемониите во нив. Оттогаш (веќе триесетина години) во комуниколошките, социолошките и политиколошките истражувања се правени

³² Buysse, J.A.M. & Embser-Herbert, M.S. (2004). Constructions of gender in sport: An analysis of intercollegiate media guide cover photographs. *Gender & Society*, 18(1), 66–81. doi: 10.1177/0891243203257914

³³ Bernstein, A. (2002). Is it time for a victory lap? Changes in the media coverage of women in sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 37, 415–428.

³⁴ Koivula, N. (1999). Gender stereotyping in televised media sports coverage. *Sex Roles*, 41, 589–604.

³⁵ Billings, A. C., & Angelini, J. (2019). Equity achieved? A longitudinal examination of biological sex representation in the NBC Olympic telecast (2000–2018). *Communication & Sport*, 7(5), 551–564.

³⁶ Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport*, 1(1–2), 125–137.

³⁷ Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave. *Sex Roles*, 74, 361–376.

³⁸ Crenshaw, K. (1990). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of colour. *Stan. L. Rev.*, 43, 1241.

интерсекционални анализи на прашањата на родот и расата (Cooky et al., 2010)³⁹, транс-сексуалноста, интер-сексуалноста и спортот (Anderson 2017)⁴⁰, хомосексуалноста и спортот, национализмот и спортот (Weiderkher, 2009⁴¹, Micevski 2013⁴²), родот и класата во спортските медиуми (Lenskyj, 2012)⁴³ итн.

Тематската и методолошка разноликост претставени во овој преглед на релевантната литература, ќе се одрази врз концептите развиени за ова истражување.

4. Регулатива во РСМ и меѓународни документи поврзани со родовите прашања и медиумските содржини

Ова истражување произлегува од обврските кои во македонската регулатива ги има за регулаторот – *Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги*, радиодифузерите и државните институции. Обврските за овие чинители произлегуваат од Уставот на РСМ, домашната регулатива (Законот за АВМУ, Законот за еднакви можности на мажите и жените, Законот за спречување и заштита од дискриминација итн.) како и од меѓународните документи (Обединети нации, Совет на Европа).

Уставот на Република Северна Македонија како прва темелна вредност на државата ја поставува заштитата на основните права и слободи на човекот и граѓанинот познати со меѓународното право (член 8).

Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги поставува обврска за Агенцијата да „се грижи за заштита на интересите на граѓаните во областа на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги“ (член 6). Во таа функција, Агенцијата врши надзор врз спроведувањето на обврските кои во Законот се пропишани за радиодифузерите. Законот, во член 61 определува низа начела до кои треба да се придржуваат радиодифузерите при вршењето на работата. Во контекст на ова истражување, важни се начелата за „еднаквост на слободите и правата независно од полот, расата, националното, етничкото и социјалното потекло, политичкото и верското убедување, имотната и општествената положба на човекот и граѓанинот“, „негување и развој на хуманите и моралните вредности на човекот и заштита на приватноста и достоинството на личноста“ и „објективно и непристрасно прикажување на настаните со еднаков третман на различните гледишта и мислења и овозможување на слободно

³⁹ Cooky, C., Wachs, F. L., Messner, M., & Dworkin, S. L. (2010). It's not about the game: Don Imus, race, class, gender and sexuality in contemporary media. *Sociology of Sport Journal*, 27(2), 139–159. doi:10.1123/ssj.27.2.139

⁴⁰ Anderson, S. (2017). The forgotten legacy of Stella Walsh: The greatest female athlete of her time. London, UK: Rowman & Littlefield.

⁴¹ Wiederkehr, S. (2009). "We shall never know the exact number of men who have competed in the Olympics posing as women": Sport, gender verification and the Cold War. *International Journal of the History of Sport*, 26(4), 556–572.

⁴² Micevski, I. (2013) Constructing the "Ancient Macedonians" and the "Oppressed Albanians": European Handball Championship in 2012 through the printed and online media, in Shopar, V., *Reporting on interreligious and interethnic tensions: The meaning behind the headlines, School of Journalism and Public Relations*, Skopje.

⁴³ Lenskyj, H. J. (2012). Reflections on communication and sport: On heteronormativity and gender identities. *Communication & Sport*, 1(1–2), 138–150. doi:10.1177/2167479512467327

оформување на мислењето на публиката за одделни настани и прашања“. Исто така, во член 48 пропишува дека на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги им е забрането да емитуваат програми со кои „...се поттикнува или шири дискриминација, нетрпеливост или омраза врз основа на раса, боја на кожа, потекло, национална или етничка припадност, пол, род, сексуална ориентација, родов идентитет, припадност на маргинализирана група, јазик, државјанство, социјално потекло, образование, религија или верско уверување, политичко уверување, друго уверување, попреченост, возраст, семејна или брачна состојба, имотен статус, здравствена состојба, лично својство и општествен статус, или која било друга основа“. Експлицитната забрана за дискриминација според родот, сексуалната ориентација и родовиот идентитет, за радиодифузерите создава исклучително важна обврска да усвојат суптилен и внимателен пристап. Во член 110, кој целосно се однесува на обврските на Јавниот радиодифузен сервис, се вели дека Јавниот радиодифузер треба да „развија и планира програмска шема во интерес на целокупната јавност, а програмите да бидат наменети за сите сегменти на општеството без дискриминација“; да „обезбеди постојано, вистинито, целосно, непристрасно, праведно и навремено информирање создавајќи и емитувајќи високо квалитетни програми за сите важни ... спортски настани“ во земјата, Европа и светот; потоа има обврска, низ својата програма, да придонесе за промоција и почитување на основните човекови права и слободи вклучувајќи ги и „еднаквоста меѓу половите и сузбивање на дискриминацијата“; да „промовира спорт и рекреативни активности и да пренесува спортски настани од земјата и странство на кои учествуваат македонските национални тимови или спортисти, како и помалку застапените спортови, односно спортски настани“. МРТ има обврска да информира и едуцира, но и да „создава високо квалитетни програми со забавна содржина за сите возрасти“.

Законот за еднакви можности на жените и мажите (член 17 став 4 и став 3) пропишува дека Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, во рамките на своите законски овластувања и надлежности, „го следи начинот на прикажување и претставување на жените и мажите“ и „подготвува анализа на родовите прашања во програмските концепти и содржини на средствата за јавно информирање“ еднаш годишно. Дополнително, (член 17 став 1) средствата за јавно информирање, и во оваа смисла и радиодифузерите, имаат обврска да „придонесуваат во развивањето и подигањето на свеста за еднакви можности, како и за еднакво учество на жените и мажите во креирањето на програмските концепти и содржини“. Спортската програма на националните радиодифузери, предмет на ова истражување, има значаен удел во конструирањето општествени норми за начинот на кој различнополовата популација дејствува во јавниот и приватниот домен и за очекувањата што таа ги има во процесот на индивидуална трансформација.

Законот за спречување и заштита од дискриминација во член 5 пропишува дека „се забранува секоја дискриминација врз основа на раса, боја на кожа, потекло, национална или

етничка припадност, пол, род, сексуална ориентација, родов идентитет, припадност на маргинализирана група, јазик, државјанство, социјално потекло, образование, религија или верско уверување, политичко уверување, друго уверување, попреченост, возраст, семејна или брачна состојба, имотен статус, здравствена состојба, лично својство и општествен статус или која било друга основа“.

Во Предлог - националната стратегија за родова еднаквост 2021-2026, е посочено дека меѓу главните приоритети се: потребата да се зголеми застапеноста на жени на раководни позиции, да им се овозможат на девојчињата и девојките услови да се занимаваат со спорт и, потоа, да останат во спортот и како возрасни. За таа цел, меѓу другото, потребно е „урување на стереотипот дека спортот е ‘машки’ домен... како и воспоставување мерки за борба против насилството и сексизмот во спортот“.

5. Методи на прибирање и на анализа на податоците

5.1 Истражувачки техники⁴⁴

Истражувањето употребува (1) Анализа на содржина и (2) Тематска анализа што произлегува од природата на истражувачките прашања.

(1) Врз основа на онтолошкото сфаќање на тоа што може да се нарече „содржина“ Крипендорф (2018)⁴⁵ прави дистинкција меѓу три типа дефиниции за тоа што треба да се подразбере под *Анализа на содржина*: (а) дефиниции кои почиваат на претпоставката дека содржината е *инхерентна* на текстот; (б) дефиниции кои претпоставуваат дека содржината се однесува на *состојбата или карактеристиките на изворот на текстот* и (в) дефиниции според кои содржината *извира во моментот во кој аналитичарот го анализира текстот* во однос со определен контекст. Типична дефиниција за првиот тип онтологија е дефиницијата на Берелсон според кој „Анализата на содржина е истражувачка техника за објективна, систематска и квантитативна дескрипција на манифестираната содржина на комуникацијата“ (Berelson, 1952⁴⁶). Вториот тип разбирање на природата на содржината е поврзана со дефиницијата на Холсти според кого „Анализата на содржина е секоја техника за носење заклучоци (inferences) со објективно и систематско идентификување на посочените карактеристики на пораките“ (Holsti, 1969⁴⁷). Конечно, според Крипендорф „Анализата на содржина е техника за извлекување репликабилни и валидни заклучоци (инференции) изведени од текстови (и други содржини кои произведуваат значење) и контекстите во кои

⁴⁴ Види Мицевски, И., (2020), Родот во медиумите: Анализа на родовите аспекти во програмите за деца на националните терестријални телевизии, АВМУ, Скопје.

⁴⁵ Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.

⁴⁶ Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*.

⁴⁷ Holsti, O.R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.

тие се употребени“ (Krippendorff, 2018). Со оглед на тоа што во оваа студија истражуваните појави се концептуално едноставни, она што Берелсон го подразбира под Анализа на содржина е најсоодветниот пат за собирање и анализа на податоците.

(2) *Тематската анализа* е популарна квалитативна техника чија цел е да ги идентификува темите кои извираат од анализираната содржина. И покрај оваа популарност, не постои утврден и стандардизиран начин на нејзино спроведување, ниту пак има консензус околу тоа што е тоа што конституира определена *тема* (Bryman, 2016)⁴⁸. На пример, тематска анализа е пристап кој го употребуваат и аналитичарите кои се занимаваат со дискурзивна анализа, втемелена теорија или пак наративна анализа. Но, тематската анализа може да биде и дел од она што е познато под името анализа на содржина. Темата, како единица на анализа во различните приоди се третира различно - на пример, таа може да се смета за мрежа на различни концепти кои конституираат некаква конзистентност на значењето, но може едноставно да се третира и како код во смисла на анализата на содржина. Овој пристап е усвоен во студијава.

5.2 Примерок

Во ова истражување направено е тројно примерочење:

1 фаза: Во првата фаза се селектирани медиумите од коишто е повлечена содржината за анализа. Во студијата се вклучени телевизиските програмски сервиси на национално ниво кои емитуваат преку дигитален терестријален мултиплекс. Во овој примерок влегуваат спортските вести, емисиите (магазини) и спортските преноси во програмите на Јавниот сервис МРТ 1 и МРТ 2 (програма на албански јазик), како и програмата емитувана преку каналот на МРТ 3 – воспоставен како специјализиран спортски канал. Во примерокот влегуваат и приватните радиодифузери на национално ниво ТВ Алсат-М (на албански јазик), ТВ Алфа, ТВ Канал 5, ТВ Сител и ТВ Телма.

2 фаза: Во рамките на селекцијата од првата фаза е направен двокомпонентен под-примерок на програма според критериумите *време* и *тип на опфатена програма*.

а. **Првиот** под-примерок се состои од седум изданија на централните спортски вести (самостојни или во состав на централното дневноинформативно издание), спортските емисии (магазини) и спортски преноси емитувани во текот на една седмица кога на спортскиот распоред нема спортски настани од големо значење, односно од 4 до 10 мај 2021 година на МРТ 1 и МРТ 2 (на албански јазик), ТВ Алсат – М (на албански јазик), ТВ Алфа, ТВ Канал 5, ТВ Сител и ТВ Телма, и целокупната програма емитувана на МРТ 3 во истиот период;

⁴⁸ Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford university press.

б. Во **вториот** кластер ќе влезе програма која се емитуваше за времетраењето на настан од големо спортско значење, што во овој случај се Летните олимписки игри 2020⁴⁹. Примерокот во овој кластер се состои исто така од седум изданија на централните спортски вести (самостојни или во состав на централното дневноинформативно издание) и спортските емисии и преноси емитувани во текот на една седмица за време на Олимписките игри, односно од 26 јули до 1 август 2021 година на МРТ 1 и МРТ 2 (на албански јазик), ТВ Алсат – М (на албански јазик), ТВ Алфа, ТВ Канал 5, ТВ Сител и ТВ Телма, и целокупната програма емитувана на МРТ 3 во истиот период.

Причината за конструкцијата на ваков примерок е потребата да се спореди родовата анализа од покривањето на спортот во машка и во женска конкуренција во периоди кога има и кога нема специфичен тип спортски настани.

3 фаза: Од првичните наоди на анализата на содржина ќе бидат изолирани специфични изданија на спортските вести и спортските емисии кои ќе бидат податливи за тематска и/или дискурзивна анализа. Единствено тие емисии ќе бидат анализирани на овој начин.

5.3. Опис на процесот на кодирање во анализата на содржина

Во **првата фаза на кодирањето**, која одговара на првата фаза од примерочењето, истражувањето применува елементарна *анализа на содржина*, блиска до дефиницијата што ја сугерира Берелсон. На ова ниво, во кодна матрица се кодираат сите појавности на спортската програма опишана во ова поглавје на селектираните телевизии и селектираниот временски исечок.

Во **втората фаза**, за двата под-примерока се кодираат содржини од сите типови спортска програма и тоа на три нивоа. На првото ниво се кодираат појавностите на единица емисија, односно за секоја емисија се кодираат основните параметри меѓу кои и времетраење и тип. На второто ниво се кодираат родовите параметри на ниво на единица телевизиски прилог, меѓу кои и за тоа во каква конкуренција и од каков тип е спортот кој се обработува во прилогот и на трето ниво се кодираат родовите параметри на ниво на учесник во програмата, меѓу кои и полот и начинот на репрезентација на учесниците.

Во **третата фаза**, кај оние кодови кај кои има забележана употреба на родово натопени дискурзивни конструкти, се навлегува директно во медиумската содржина.

⁴⁹ Летните олимписки игри во Токио требаше да се одржат од 24 јули до 9 август 2020 година, но беа одложени поради пандемијата од Ковид-19, и се одржаа од 23 јули до 8 август 2021. Тие, и покрај презакажувањето за 2021 година, го задржаа името „Токио 2020“, па оттаму, во текстов на нив ќе се реферира како на Летни олимписки игри 2020 или Олимписки игри 2020.

Поединечни наоди

III. АНАЛИЗА

III.1. Македонска радио телевизија - Прв програмски сервис (МРТ 1)

Вовед

Првиот програмски сервис на Македонската радио телевизија (МРТ 1) има, очекувано, најголема фреквенција и најголем диверзитет на претставени спортови и спортист(к)и во својата програма. Во двата селектирани периода на примерокот - од 4 до 10 април (примерок 1 - пред Летните олимписки игри)

и од 26 јули до 1 август (примерок 2 - за време на ЛОИ), на МРТ 1 беа емитувани вкупно 126 изданија на спортски емисии, од кои 83 или 65,87% беа преноси на спортски настани, а 43 изданија или 34,13% беа информативни спортски

Емисија/ Примерок	Вести	Магазин	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	27	0	1	28	22,22%
Примерок 2	6	10	82	98	77,78%
Вкупно	33	10	83	126	100,00%

Табела 1: Фреквенција на спортски емисии на МРТ 1 според

програми од типот вести или пак спортски магазини. Со оглед на тоа што вториот временски исечок (примерок 2) беше избран така што го покрива траењето на Летните олимписки игри 2020, истражувањето очекувано регистрираше нееднаква дистрибуција на емисии според нивниот тип: вкупно 82 изданија или 98,80% од емитуваните Преноси (Табела 1), беа емитувани во вториот примерок. Тоа претставува 98,45% од вкупното време посветено на пренос во двата примерока заедно (Табела 2). Значително поголемата фреквенција на спортски емисии во вториот примерок се должи пред сè на значително зголемениот број преноси од Летните олимписки игри.

Од податоците на двете табели, произлегува дека, иако во првиот примерок беа објавени повеќе изданија на информативна спортска програма (27) отколку во вториот (16), информативните изданија за време на ЛОИ добија повеќе од двојно поголемо времетраење. Од вкупно емитуваните 10 часа 35 минути и 48 секунди информативна програма (вести и спортски магазини), 69,43% од времето беа емитувани во вториот примерок. Ова најмногу се должи на времето што му беше посветено на теквондо - спортот кој, поради успехот на македонскиот репрезентативец Дејан Георгиевски, доби голема покриеност од 2 часа 19 минути 49 секунди во спортските магазини од вториот примерок.

Фреквенцијата и времетраењето на објавите на спортските содржини за време на ЛОИ на МРТ 1 исто така открива колку големо и значајно внимание Првиот програмски сервис му издвои на спортот од глобално значење, во однос на сите други содржини, кои не се поврзани со спортот. Така, од 168 можни часа емитувана програма во текот на една седмица⁵⁰, во вториот примерок, емитувани беа 115 часа 4 минути и 53 секунди спортска програма, што

⁵⁰ Како што беше посочено во воведот, во истражувањето анализирана е целата програма во 24 часа и репризите на спортските изданија се земени со еднаква тежина во него.

претставува 68,50% од времето посветено на целокупната програма. За останатите содржини, значи, во просек беа издвоени нешто помалку од 8 емитувани часа во 24 часа програма⁵¹.

Тип емисија/ Примерок	Пренос	% Пренос	Информативна програма	% Информативна програма	Вкупно	% Вкупно
Примерок 1	1:41:42	1,41%	3:14:23	2,70%	4:56:05	4,11%
Примерок 2	107:43:28	89,76%	7:21:25	6,13%	115:04:53	95,89%
Вкупно	109:25:10	91,17%	10:35:48	8,83%	120:00:58	100%

Табела 2: Времетраење на спортски емисии на МРТ 1 според типот

Појавноста на различните жанрови и нивната дистрибуција беше исто така детерминирана од траењето на Летните олимписки игри, иако во двата примерока имаше мала разлика според вкупниот број жанровски единици објавени на МРТ 1. На Табела 3 се гледа дека во примерокот земен за време на ЛОИ, значително беше намален бројот на класичните жанрови како веста и извештајот. Од 44 прилози од жанрот вести емитувани во двата примерока заедно – 40 или 90,91% беа од примерокот пред ЛОИ. Од 97 прилози од жанрот извештај, 70 или 72,16% беа од примерокот пред ЛОИ. Релативно стабилна фреквенција имаше освртот, како аналитичко - коментаторски жанр, кој е карактеристичен за спортското новинарство. Како што беше очекувана оваа промена на ниво на двата примерока споредбено, така беше очекувано и тоа што во вториот примерок имаше видливо зголемена фреквенција на интервјуа и веќе забележаната висока фреквенција на преноси⁵². Од 36 интервјуа вкупно во двата примерока, 26 или 72,22% беа од примерокот земен за време на ЛОИ. Овие фреквенции, се разбира, најмногу се должат на фактот што времето алоцирано за спортски преноси за време на Летните олимписки игри 2020 беше толку големо што тоа неминовно ги потисна другите жанрови од програмата. Очекувано е аналитичките жанрови да добијат поголемо времетраење за време на ЛОИ затоа што новинарите, под притисок на олимписката понуда, имаат потреба подлабоко и од повеќе агли да ги покријат кондензираните настани. И конечно олимписката програма дава повеќе поводи за разговори со спортски експерт(к)и и спортист(к)и – со што може да се објасни поголемата фреквенција на интервјуа таа седмица.

Примерок / Жанр	Вест	Извештај	Интервју	Осврт	Пренос	Дебата	Друго	Вкупно	%
Примерок 1	40	70	10	35	1	0	0	156	47,71%
Примерок 2	4	27	26	30	82	1	1	171	52,29%
Вкупно	44	97	36	65	83	1	1	327	100%
%	13,45%	29,66%	11,01%	19,88%	25,38%	0,31%	0,31%	100%	

Табела 3: Фреквенција на прилози на МРТ 1 според жанрот

⁵¹ Утврдувањето на дистрибуцијата на емитуваната програма во одредени отсеци од денот и фокусот на интересот на публиката во однос на таа дистрибуција е надвор од опсегот на ова истражување.

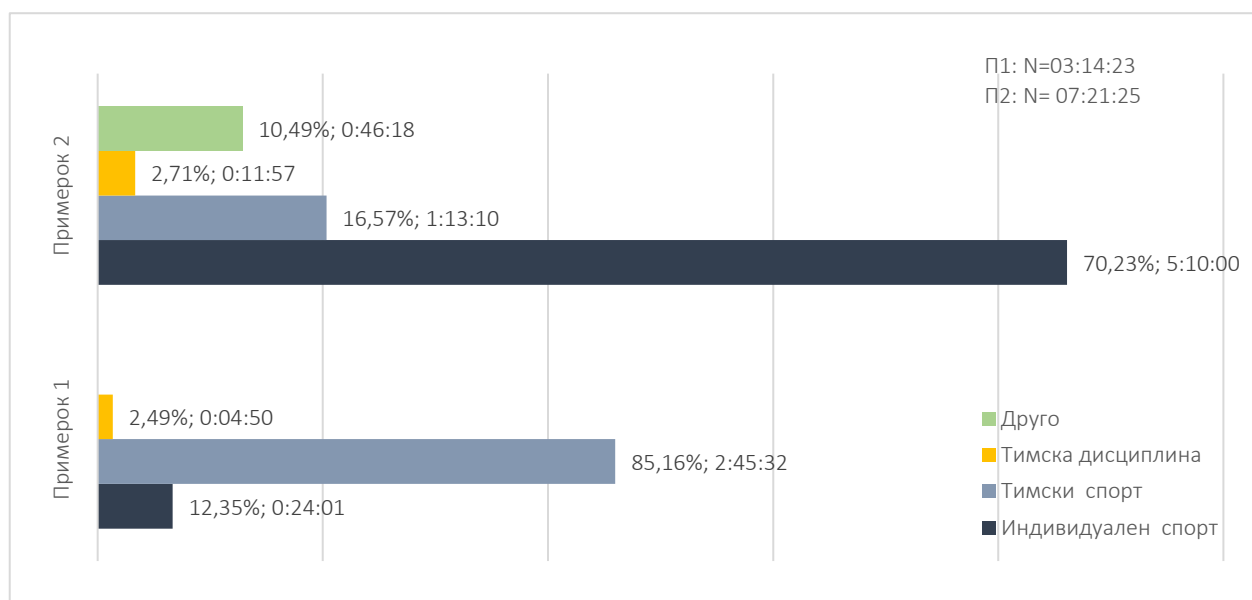
⁵² Преносот во ова истражување беше двојно кодиран и како специфичен жанр во спортското новинарство и како тип емисија на медиумот. Сепак во агрегацијата беше обработен како уникатна единица.

Целокупната спортска програма во двата примерока беше кодирана за тип спорт на кој медиумот му посвети внимание⁵³. Поради природата на спортските преноси, анализата на програмата според типови спорт беше направена посебно за преносите и посебно за информативната програма.

Во примерокот земен пред ЛОИ воочливо е дека спортската информативна програма, значително повеќе место им даде на тимските спортови – 2 часа 45 минути и 32 секунди, односно 85,16% од вкупната информативна спортска програма во примерокот пред ЛОИ (види Слика 1) беше посветена на овој тип спорт. За индивидуални спортови, во примерокот пред ЛОИ издвоени беа 24 минути и 1 секунда, или само 12,35%.

Во примерокот земен за време на ЛОИ, за споредба, статусот на двата типа спорт беше речиси целосно изменет, под очигледен притисок на олимписката програма во која доминираа индивидуални спортови. Од вкупно 7 часа 21 минута и 25 секунди спортска информативна програма, 70,23% беа издвоени за индивидуални спортови, а 16,57% за тимски. Иако, од ова не може да се заклучи дека медиумот има систематска пристрасност кон тимските спортови во вообичаената информативна спортска програма во текот на целата година - овој наод може да се смета за сугестивен за таков заклучок.

Присуството на голем број спортски преноси во вториот примерок, а речиси целосното нивно отсуство во првиот примерок, прави искривена слика за претставеноста на индивидуалните и тимските спортови во програмата.



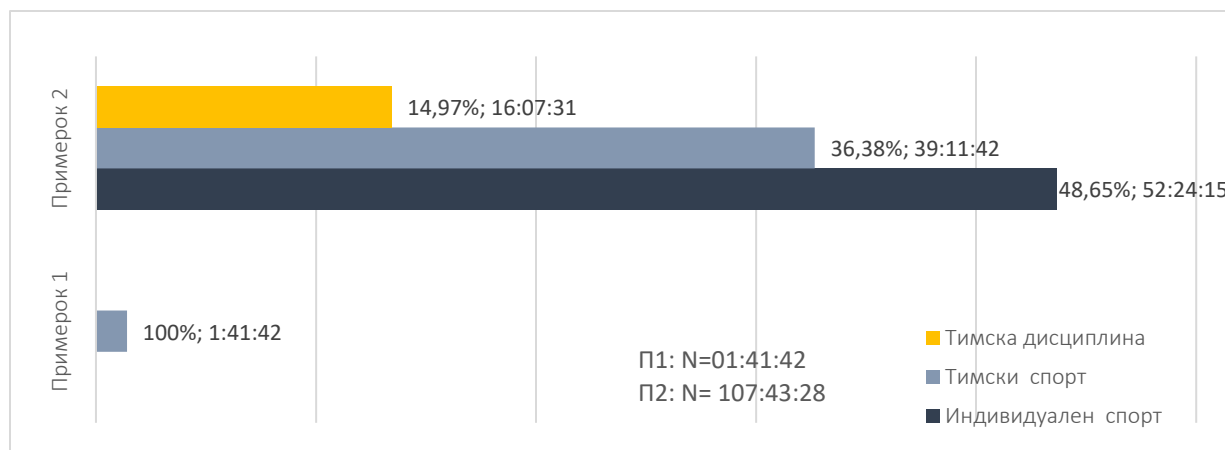
Слика 1: Учество на индивидуалните и тимските спортови во информативната спортска програма на МРТ 1

⁵³ Поделбата на тимски и индивидуални спортови е доста проблематизирана поради фактот што во некои традиционално индивидуални спортови има тимска конкуренција и според тоа тие треба да се сметаат за тимски бидејќи вклучуваат координирана акција на група натпреварувачи. Сепак, за да се обезбеди валидност на толкувањето на податоците во ова истражување беше додадена категоријата „Тимска дисциплина“ во која беа посебно кодирани спортовите кои традиционално се сметани за индивидуални, но во кои има тимски дисциплини (на пример, штафетни трки во атлетиката, синхронизирани скокови во вода и сл).

Сегрегацијата, затоа, на информативната спортска програма (Слика 1) од спортските преноси (Слика 2), беше неминовна и таа дава појасна претстава за вниманието што Спортската редакција на Првиот програмски сервис им го даде на различните типови спорт. Како што покажува Слика 2, целото времетраење издвоено за преноси во првиот примерок, иако споредбено мало, се однесуваше на тимски спортови – се работи за еден фудбалски пренос. Во вториот примерок пак, индивидуалните спортови добија поголема тежина поради олимписката понуда – 52 часа 24 минути и 15 секунди или 48,65% од вкупните преноси регистрирани за време на ЛОИ беа од индивидуални спортови, а 39 часа 11 минути и 42 секунди или 36,38% беа тимски спортови. Забележително висок процент на времето посветено на спортските преноси на МРТ 1 отпадна на тимските дисциплини во традиционално индивидуалните спортови.

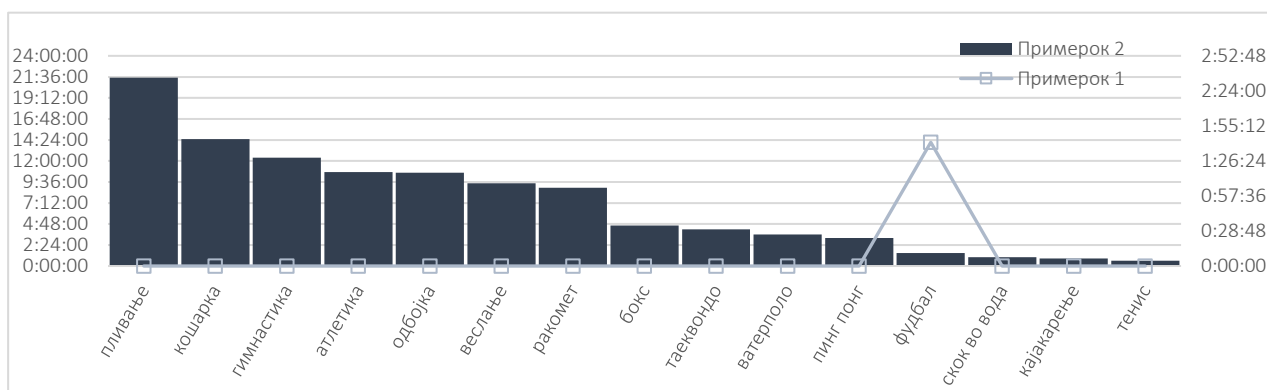
Во овој контекст, интересни наоди се добиваат ако се направи споредба на односот што медиумот го направи меѓу индивидуалните и тимските спортови во информативната програма, од една страна, и во спортските преноси од друга. Како што може да се види споредбено на Сликите 1 и 2, соодносот на времето посветено на различните типови спорт во *информативната програма* за време на ЛОИ не соодветствува со времето посветено на тие типови спорт во *преносите* во истиот период.

Во информативната програма, во 16,57% од времето во текот на ЛОИ, медиумот покриваше тимски спортови, додека во спортските преноси - 36,38% од времето им беше посветено на овие спортови. Ако во информативната програма, за време на ЛОИ, на индивидуалните спортови им беа посветени 70,23% од вкупното времетраење на оваа програма, тогаш на индивидуалните спортови во преносите беа издвоени 48,65% од времето. Тимските дисциплини во традиционално индивидуалните спортови за време на ЛОИ добија 2,71% од информативната програма, но во преносите тие беа застапени со значително поголем процент – 14,97%.



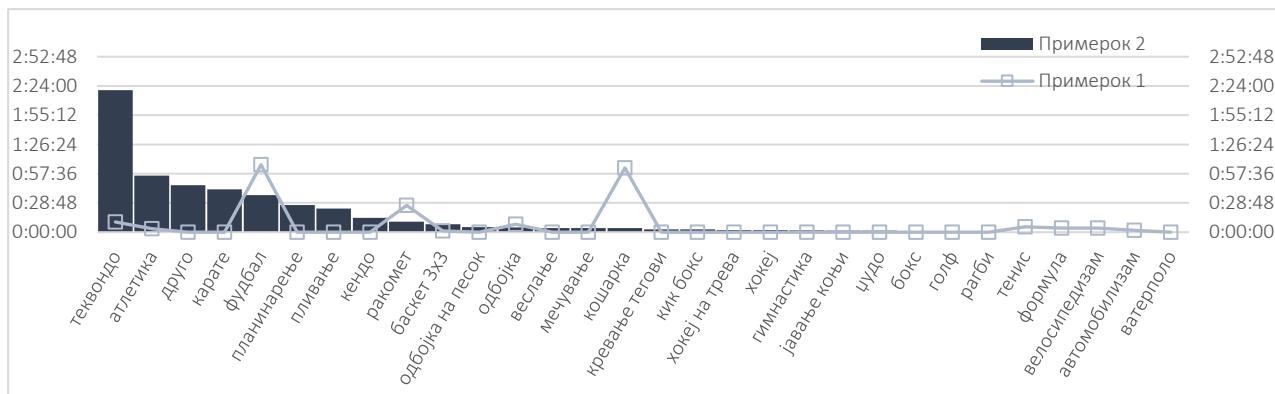
Слика 2: Учество на индивидуалните и тимските спортови во спортските преноси на МРТ 1

Оваа дискрепанција може, но не мора неминовно да значи, систематска пристрасност кон тимските спортови. Ова поради фактот што, ако на преносите и информативната програма се гледа како на заемно поврзани варијабли, можно е повисоката фреквенција на тимски спортови во преносите да е присутна во програмата *поради* ниската фреквенција на овие спортови во информативната програма. Исто така, можно е помалото времетраење на индивидуалните спортови во преносите да е регистрирано *поради* големото времетраење отстапено на овие спортови во информативната програма и обратно. Сепак забележливо е дека во првиот примерок, тимските спортови апсолутно доминираа и во информативната програма и во преносите, што упатува на системска пристрасност.



Слика 3: Учество на посебните спортови во преносите на МРТ 1

Освен ова, во вториот примерок значително подолгото време посветено на индивидуалните спортови доаѓа од покривањето на успехот на македонскиот теквондо репрезентативец што е 31,67% од траењето на севкупната информативна програма за време на вториот примерок. За споредба, теквондо спортот во кластерот преноси во вториот примерок доби покривање од 3,88%. Петте водечки спортови за кои имаше најмногу интерес за време на седмицата од ЛОИ опфатена со примерокот се: пливаче (19,96%), кошарка (13,45%), гимнастика (11,48%), атлетика (9,97%) и одбојка (9,91%). На Првиот програмски сервис имаше голем диверзитет на претставени спортови и во информативната спортска програма и во спортските преноси (Слики 3 и 4).



Слика 4: Учество на информациите за посебните спортови во информативната програма на МРТ 1

Анализа на родовите аспекти во спортската програма

Земајќи ја предвид севкупната спортска информативна програма на Првиот програмски сервис на МРТ (види Слика 5), спортовите во машка конкуренција добија доминантно времетраење во програмата - вкупно 7 часа 35 минути и 56 секунди - што е дури 71,71% од вкупното време посветено на спорт во информативната програма на овој сервис во двете анализирани седмици. Спортовите во женската конкуренција, (сметајќи ги тука и тимските и индивидуалните) добија 1 час 6 минути и 22 секунди, што претставува само 10,44% од времето посветено на информативната спортска програма. Останатото времетраење се однесува на спортовите во мешана конкуренција (5,95%) и другите вести кои се однесуваа на организацијата на спортот и спортските настани, а не беа директно поврзани со конкретни спортски натпреварувања - 11,90%.

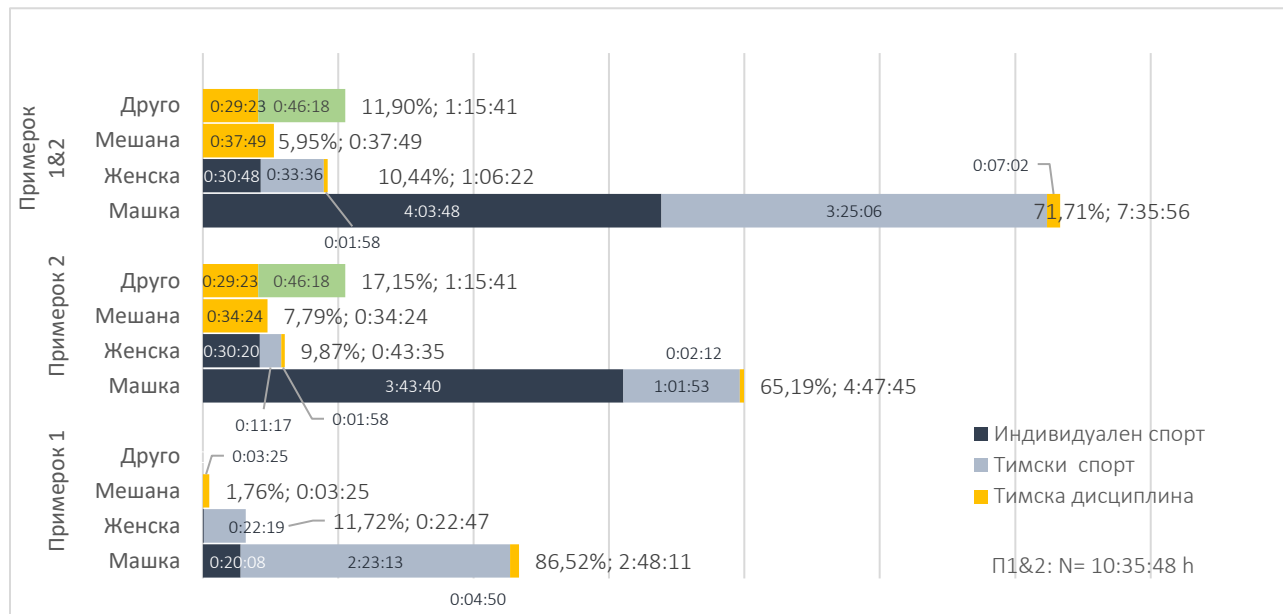
Доминацијата на спортовите во машка конкуренција е јасно изразена и кај индивидуалните и кај тимските спортови. За индивидуални спортови во машка конкуренција издвоени беа 4 часа 3 минути и 48 секунди, што претставува 88,78% од севкупното време посветено на индивидуални спортови. За женските индивидуални спортови, следува дека беа издвоени само 11,22% од времето или 30 минути и 48 секунди. За мажите во тимските спортови беа издвоени 3 часа 25 минути и 6 секунди, што е 85,92% од вкупното време издвоено за тимски спортови. За жените во тимските спортови беа издвоени 14,08% од времето или 33 минути и 36 секунди. Ова јасно укажува дека во информативната програма, Првиот програмски сервис не водеше сметка за соодветна застапеност на спортовите во машка и женска конкуренција ниту во индивидуалните ниту во тимските спортови.

Очигледно е дека, оваа квантитативна разлика ќе биде веднаш забележлива и ако се анализираат двата примерока посебно. Така, во првиот примерок на спортовите во машка конкуренција отпаднаа 2 часа 48 минути и 11 секунди, што е 86,52%, од вкупното времетраење на информативната спортска програма. Спортовите во женска конкуренција добија само 22 минути и 47 секунди или 11,72% од времето. Забележливо е и дека во женска конкуренција, во првиот примерок беа емитувани само 28 секунди⁵⁴ кои се однесува на индивидуални спортови. Ова оди наспроти хипотезата во истражувањата цитирани во воведот, дека постои позитивна корелација меѓу индивидуалните спортови и женската конкуренција на спортовите.

Во вториот примерок, намалено беше учеството на спортовите во машка конкуренција, но за сметка на тоа, не беше зголемено учеството на спортовите во женска конкуренција. Намалувањето кај машката конкуренција се должеше на природата на олимписката понуда во која имаше повеќе спортови во кои комбинирани се натпреваруваа и мажи и жени во мешана конкуренција на кои отпаднаа 7,79%. Исто така, за време на ЛОИ беше зголемена фреквенцијата на информации кои беа поврзани со организација на натпреварувањето или со

⁵⁴ Поради малото времетраење издвоено за женските спортови во индивидуална конкуренција во првиот примерок, на Слика 5 не се целосно видливи овие 28 секунди.

спортот и Ковид - кризата. Така, во примерокот земен за време на ЛОИ, за спортови во машка конкуренција издвоени беа 4 часа, 47 минути и 45 секунди што се 65,19% од вкупната информативна спортска програма во тој примерок. На спортови во женска конкуренција беа издвоени 43 минути и 35 секунди, што претставува само 9,87% од времето во информативната спортска програма. Во вториот примерок, забележливо беше значајно зголеменото учество на спортови и во женска и во машка конкуренција.



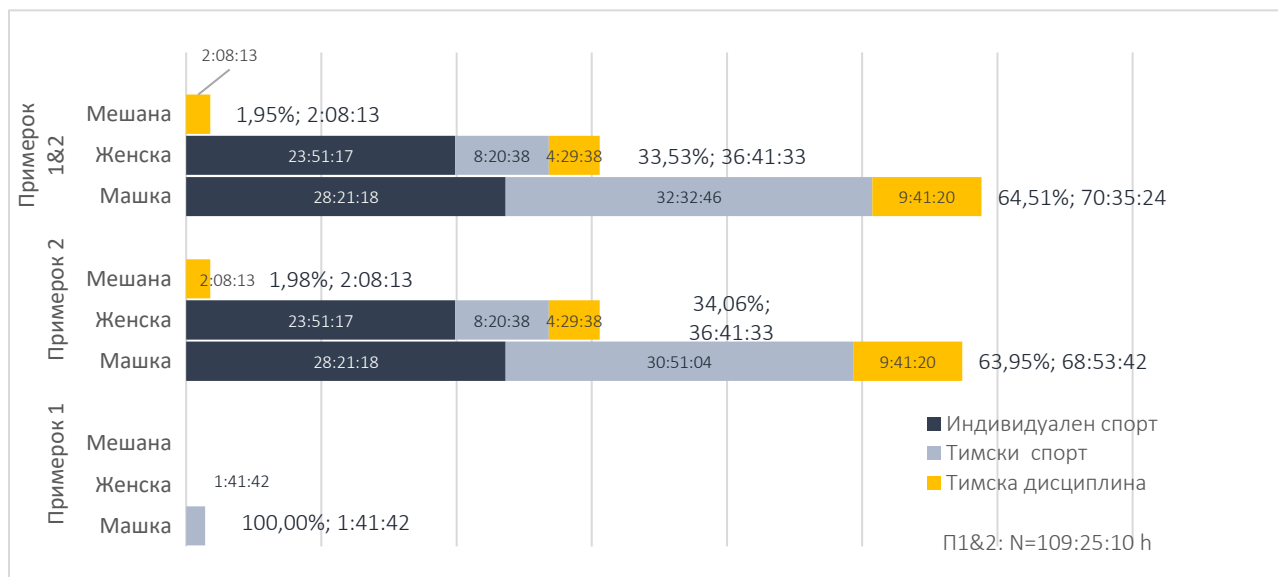
Слика 5: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на МРТ 1 сегрегирано според тип спорт

Истражувањето регистрираше поинаква слика за учеството на спортовите во машка и женска конкуренција во рамките на спортските преноси во примерокот земен за време на ЛОИ. На спортовите во женска конкуренција, како што може да се види на Слика 6, им беа издвоени 36 часа 41 минута и 33 секунди што претставува 34,06% од севкупното времетраење на спортските преноси на Првиот програмски сервис таа седмица. За спортовите во машка конкуренција издвоени беа 68 часа 53 минути и 42 секунди што претставуваат 63,95% од вкупното времетраење на преносите. Иако разликата меѓу спортовите во машка и женска конкуренција беше значајна – соодносот е речиси 2:1 - сепак таа беше намалена во однос на она што можеше да се види во информативната програма (види Слика 5).

Анализата според типовите спортови пак, во рамки на спортските преноси за време на ЛОИ, покажува дека вкупната разлика меѓу учеството на спортовите во машка и во женска конкуренција во најголема мера се должи на разликата во учеството на тимските спортови во машка и женска конкуренција. Од вкупно 39 часа 11 минути и 42 секунди, колку што беа издвоени за тимски спортови – 30 часа 51 минута и 4 секунди или 78,71% отпаднаа на тимските спортови во машка конкуренција, а останатите 21,29% на тимските спортови во женска

конкуренција. Разликата кај индивидуалните спортови е споредбено значително помала од онаа во тимските. Од 52 часа 12 минути и 35 секунди, колку што е вкупното времетраење на преносите таа седмица, на мажи во индивидуалните спортови беа издвоени 28 часа 21 минута и 18 секунди што претставува 54,31%, а на индивидуалните спортови во женска конкуренција беа издвоени 23 часа 51 минута и 17 секунди, што претставува 45,69%. Според овие наоди, во рамки на преносите поврзани со Олимписките игри, поголема веројатност имаше да се појават индивидуални спортови во женска конкуренција отколку што тоа е случај со тимските.

Со оглед на тоа што во првиот примерок имаше речиси незабележителна фреквенција на преноси, наодите за вториот примерок би биле речиси идентични со оние за двата примерока заедно.



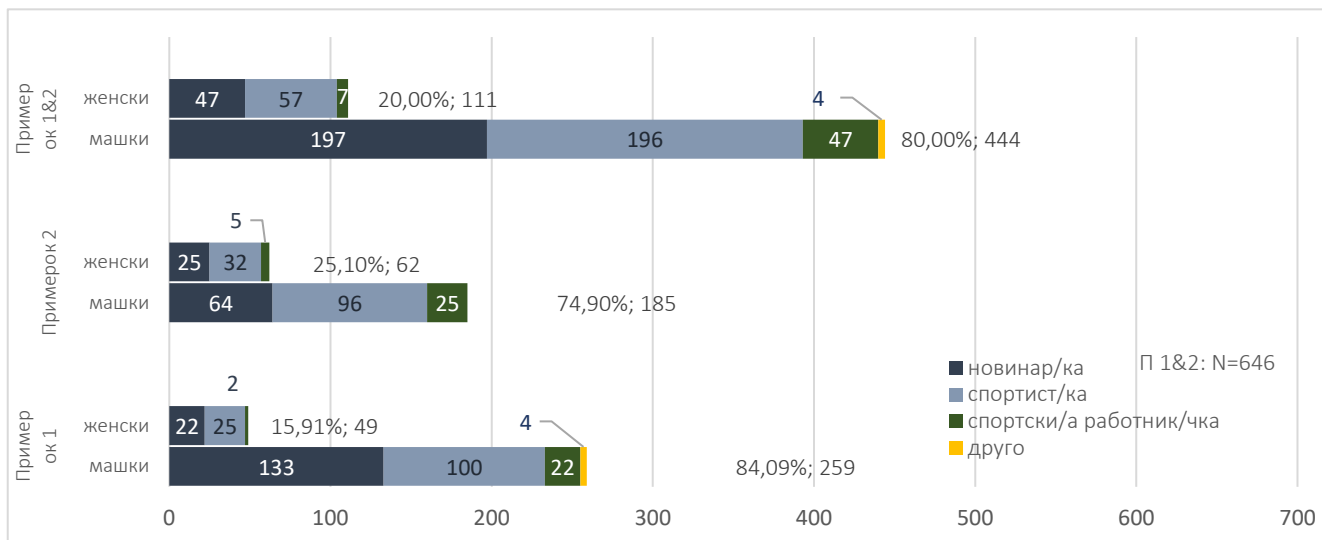
Слика 6: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во спортските преноси на МРТ 1 сегрегирано според тип спорт

Во ова истражување, покрај времетраењето на прилозите кои се однесуваа на спортовите во машка и женска конкуренција, беа кодирани и инстанциите на појавување⁵⁵ на машките и женските учесници во програмата. Но, освен коментатор(к)ите, кои ќе бидат презентирани посебно, учесниците во спортските преноси, поради обемноста и хетерогеноста на задачата, не беа кодирани.

На Слика 7 е претставена фреквенцијата на инстанции на појавување на новинар(к)ите, спортист(к)ите и спортските работници/чки, односно спортските експерт(к)и. И според овој критериум, мажите доминираа во програмата. Во двата примерока земени заедно, регистрирани беа вкупно 555 инстанции на појавување на учесници во програмата од кои 444

⁵⁵ Концептот „инстанција на појавување“ овдека е употребен за да се направи дистинкција меѓу она што е мерено во истражувањето и фактичките „учесници во програмата“ и тоа е направено од аналитички причини. „Инстанции на појавување“ се единици на визуелно или вербално претставување на учесник/чка во програмата на ниво на единица прилог. Како пример: Ако во едно издание на вести беа објавени 5 прилози и во сите нив се појавуваше еден ист новинар – тогаш тој новинар е маркиран 5 пати во кодната матрица. Се работи за еден учесник со 5 инстанции на појавување на ниво на единица прилог.

или 80% мажи (не сметајќи ги тука коментаторите на спортските преноси), а 111 или 20% беа жени.



Слика 7: Фреквенција на инстанции на појавување на машки и женски учесници во спортската програма на МРТ 1 во единица прилог и сегрегирано според тип улога

Сегрегирано според тип улога – во двата примерока земени заедно - регистрирани беа вкупно 244 инстанции на појавување на новинар(к)и во програмата – 197 од нив, што е 80,74% беа појавувања на мажи и 47 или 19,26% на жени. Како уникатни единици во спортската информативна програма на Првиот програмски сервис се појавија 18 новинарски имиња. На Табела 4 се гледа фреквенцијата на инстанции на појавност на секој/а од нив – 10 од нив беа машки, а 8 беа женски новинарски имиња. Сепак, овој баланс не се однесува на Спортската редакција на Првиот програмски сервис затоа што од овие 18 имиња што се појавија во програмата поврзана со спортски вести, осум се на новинари специјализирани за спорт, а едно е на спортска новинарка. Од вкупно 244

Име	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Тони Стојановски	41	3	44
Драган Николовски	8	34	42
Горан Стерјов	40	0	40
Ирена Андреевска Димитријевска	18	11	29
Дамјан Николовски	8	12	20
Зоран Видевски	16	0	16
Горан Милковски	15	0	15
Бранко Чупевски	0	10	10
Влатко Арсов	4	3	7
Анита Никушева Јованчев	0	5	5
Александра Спировска	0	3	3
Бојана Крстевски	0	2	2
Жарко Димитриоски	0	2	2
Љиљана Ѓорговска	0	2	2
Сања Рилковска	2	0	2
Сунчица Николоска	0	2	2
Тања Стојановска	2	0	2
Дејан Георгиевски	1	0	1
Вкупно	155	89	244

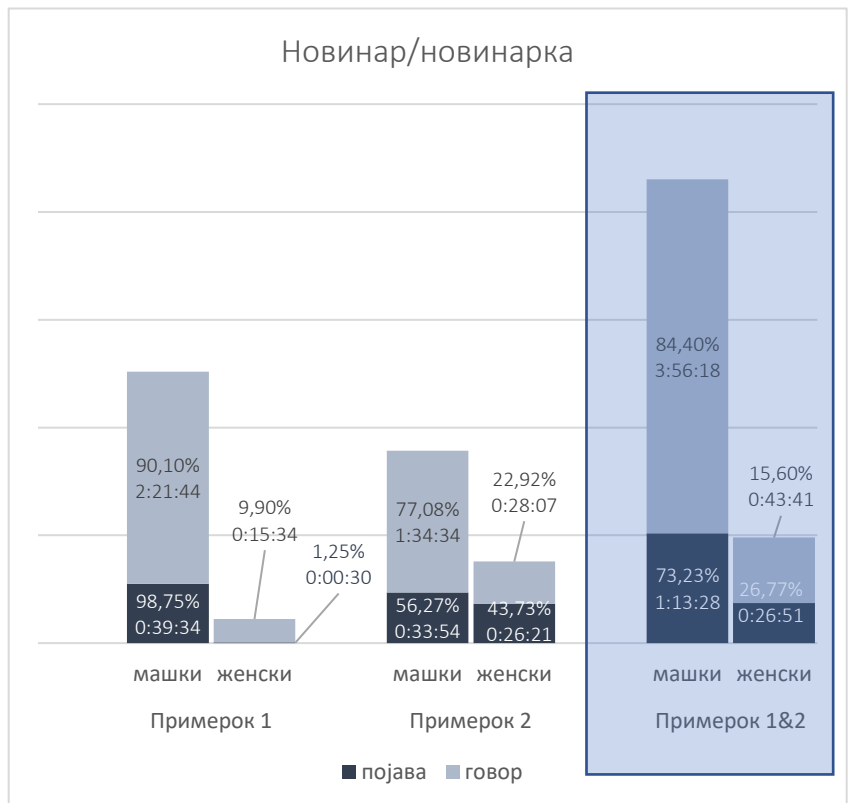
Табела 4: Фреквенција на појавувања на поединечни новинари и новинарки на МРТ 1

инстанции на појавност, 126 (51,64%) беа направени од тројца водечки спортски новинари - мажи во Спортската редакција.

Ова истражување, за секоја инстанција на појавност, го регистрираше нејзиното времетраење. Според овој мерен параметар, како што се гледа на Слика 8, од вкупно 4 часа 39 минути и 59 секунди, колку што Телевизијата издвои за говор на новинар(к)и во двата примерока заедно - 84,40% од времето се работеше за говор на новинари, а 15,60% на новинарки. Од вкупното време од 1 час 40 минути и 19 секунди во кое новинар(к)ите се појавуваа со слика во програмата – 73,23% од времето се работеше за појавување на новинари, а 26,77% на новинарки.

Овој сооднос не е дистрибуиран рамномерно низ двата примерока. Во редовната програма пред ЛОИ (Примерок 1) вербална презентација на новинар(к)ите вкупно траеше 2 часа 37 минути 18 секунди. Од нив 90,10% е времетраењето издвоено за вербална презентација на новинарите, а 9,90% за новинарките. Разликата меѓу времетраењето на визуелната презентација на новинарите и новинарките е исто така голема - од вкупно 40 минути и 4 секунди во кои новинарите и новинарките таа седмица беа прикажани со слика – на мажите отпаднаа 98,75%, а новинарките беа претставени само во 30 секунди или во 1,25% од времето.

Во вториот примерок воочлива беше намалената разлика во вербалната презентација на новинарите и новинарките и истовремено воспоставена беше рамнотежа во визуелната презентација. Така, од вкупно 2 часа 2 минути и 41 секунда, колку што вкупно траеше говорот на новинарите и новинарките во вториот примерок, новинарите заземаа 77,08% од времето, а новинарките 22,92%. Во однос на визуелната презентација – од вкупното времетраење од 1 час и 15 секунди во кои новинарите и новинарките се појавуваа со слика во програмата – 56,27% е времетраење во кое се појавуваа новинари, а 43,73% новинарки.

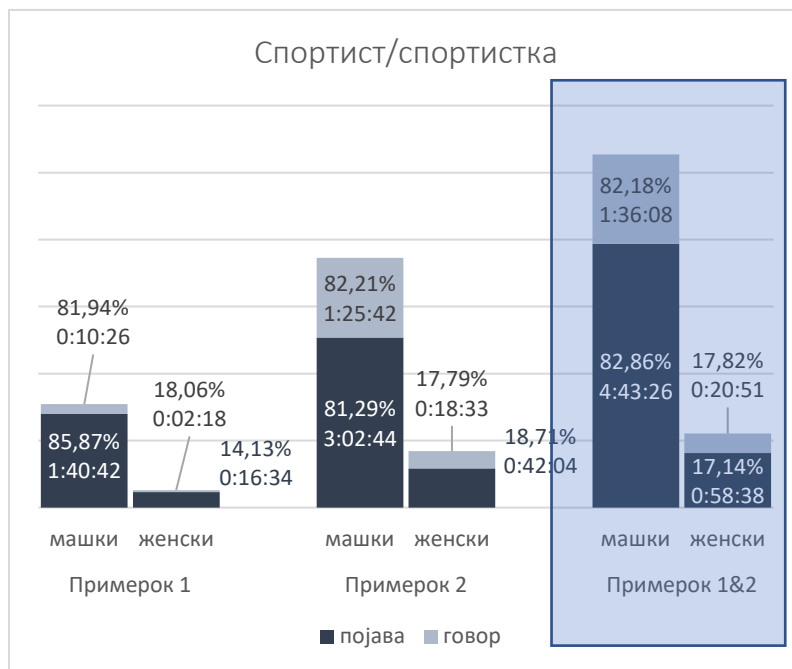


Слика 8: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на новинарите и новинарките во информативната програма на МРТ 1

Во прилозите на Првиот програмски сервис, во двата примерока земени заедно, регистрирани беа вкупно 253 инстанции на појавување на спортист(к)и во програмата. Од нив 57 или 22,53% беа спортистки, а 196 или 77,47% беа спортисти (види Слика 7), што повторно јасно упатува на доминација на машките учесници во програмата. И оваа нееднаква застапеност беше стабилна во двата примерока без оглед на тоа што првиот е земен пред, а вториот за време на Олимписките игри. Во првиот примерок, пред ЛОИ, регистрирани беа 125 инстанции на појава на спортист(к)и од кои 100 или 80% беа на спортисти и 25 или 20% беа на спортистки. Во вториот примерок, регистрирани беа 128 инстанции на појавување на спортист(к)и при што 96 од нив или 75% беа на спортисти, а 32 или 25% беа на спортистки. Олимписката понуда во Првиот програмски сервис не направи значително поместување во соодносот на спортистите и спортистките во програмата.

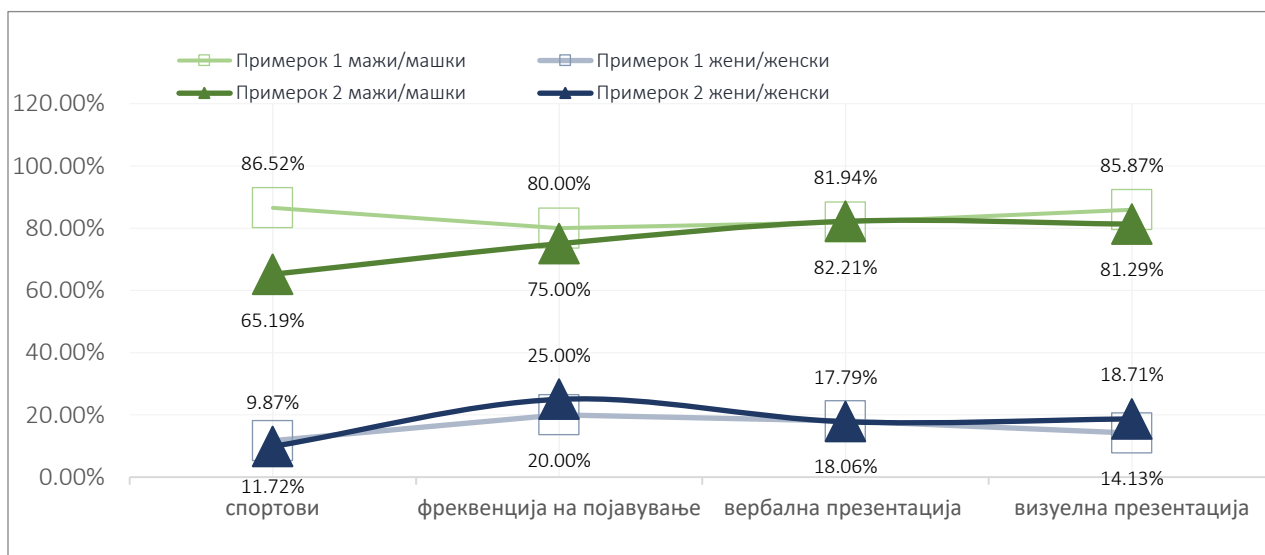
Доминантната застапеност на спортистите во програмата на Првиот програмски сервис се гледа и во другите параметри. На ниво на двата примерока заедно, како што се гледа на Слика 9, од 5 часа 42 минути и 4 секунди, колку што изнесува вкупното времетраење на визуелна презентација на спортист(к)ите, 4 часа 43 минути и 26 секунди или 82,86% од времето беше посветено на визуелна презентација на спортисти. За визуелна презентација на спортистките, издвоени беа 58 минути и 38 секунди или 17,14% од времето. Сличен е соодносот меѓу машкото и женското присуство ако се земе предвид и времетраењето на нивната вербална презентација. Слика 9 покажува дека спортистите говореа пред камера во 82,18% од времето, а спортистките во 17,82%, односно од вкупно 1 час 56 минути и 59 секунди, спортистите беа прашани за мислење или имаа можност да зборуваат за својот спорт или успех вкупно 1 час 36 минути и 8 секунди, а жените само 20 минути и 51 секунда.

Овој сооднос е стабилен во двата примерока. Слично како што беше стабилна бројката поврзана со инстанциите на појавност на спортистите и спортистките во двата примерока – тие имаа рамномерен сооднос во текот на двата примерока. Ова значи дека и според овие параметри, мажите доминираа во спортската програма на Првиот програмски сервис на МРТ независно од олимписката понуда, односно независно од фактот што за време на Летните олимписки игри имаше понуда која можеше да обезбеди поголема родова рамнотежа.



Слика 9: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на новинарите и новинарките во информативната програма на МРТ 1

Кај Првиот програмски сервис може да се види дека имаше разлики во соодносот меѓу спортистите и спортистките во програмата, на четирите мерни параметри – спортската конкуренција, фреквенцијата на појавување на спортистите и спортистките како и траењето на нивната вербална и визуелна презентација. Разликата во фреквенцијата на појавување соодветствува со разликата во појавување на машките и женските конкуренции во соодветните спортови. Разликата во времетраењето на визуелната презентација соодветствува со разликата во времетраењето на вербалната презентација.



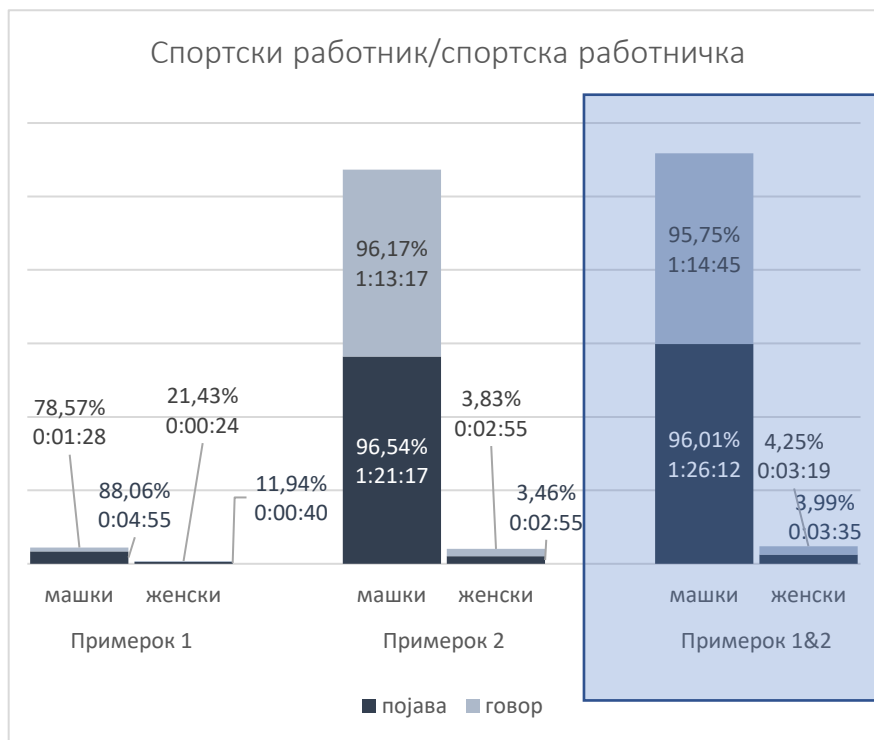
Слика 10: Сооднос меѓу спортистите и спортистките на МРТ 1, претставен на четири мерни параметри во двата примерока

Последниот елемент на анализа се однесува на спортските експерт(к)и односно спортските работници/чки кои се појавуваа во програмата. Како што може да се види на Слика 7, од вкупно 54 инстанции на појавување на спортски работници/чки во програмата во двата примерока земени заедно – 47 или 87,04% беа на мажи и 7 или 12,96% беа на жени. Пет појавувања на спортски експертки беа од примерокот земен за време на ЛОИ, а два од првиот примерок. Всушност, во првиот примерок регистриран беше еден случај, којшто потоа беше еднаш репризиран. Може да се очекува дека појавувањата на спортските работнички беше ефект на притисокот што олимписките настани го направија врз спортската програма. Инстанциите на појавување на спортските експерти беа речиси идентични во двата примерока – 22 појавувања или 46,81% од вкупниот број на појавувања на експерти доаѓаат од првиот примерок, а 25 или 53,19% од вториот.

Само од родово дистрибуираната фреквенција на појавување на спортските работници/чки или експерт(к)и може да се заклучи дека и според овој параметар имаше конзистентна доминација на мажите во спортската програма. Сепак во ова истражување и за спортските работници/чки беше маркирано времетраењето на нивната вербална и визуелна

презентација – односно колку време тие се појавуваа со слика и со говор на екранот. Како што може се види на Слика 11, мажите доминираа според двата параметра.

Од вкупно 1 час 29 минути и 47 секунди, колку што Телевизијата издвои за визуелна презентација на спортски работници/чки или експерт(к)и, 1 час 26 минути и 12 секунди или 96,01% беа издвоени за мажите. Сличен е соодносот и во поглед на времетраењето на говорот – од 1 час 18 минути и 4 секунди, колку што беа вкупно издвоени за изјави од спортски експерт(к)и, 1 час 14 минути и 45 секунди или 95,75% беа на мажи. Најголем дел од овие бројки доаѓаат од вториот примерок и многу малку од првиот, иако фреквенцијата на појавност на спортски работници во првиот примерок не беше мала (вкупно 24 се од првиот примерок наспроти 30 од вториот). И според овој критериум, доминацијата на машкото присуство во програмата е очигледна.



Слика 11: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортските работници и работнички во информативната програма на МРТ 1

Во ова истражување, од родов аспект беа кодирани спортистите и спортовите на кои се однесува известувањето во информативната програма. Еден од параметрите се однесува на дискурзивни јазли со кои медиумите ги конструираат спортистите и спортистките во рамките на феминизирачките или маскулинистички стереотипизирачки маркери. Во првиот примерок не беа регистрирани феминизирачки или маскулинизирачки стереотипизирачки маркери, но затоа пак во вториот примерок, во 10 прилози беше регистрирана маскулинистичка стратегија во која спортисти – мажи беа конструирани како херои или како над-луѓе со челични нерви итн. Интересно во контекст на дискурзивните стратегии, и во ова истражување како и во претходно правените истражувања во Северна Македонија, во спортското известување постои жанровски вткаена практика да се употребува воинствена реторика која добива нагласена етно-митолошка димензија доколку во настаните за кои се известува настапуваат македонски спортисти. Така на пример, во известувањето за македонскиот олимписки теквондист Дејан Георгиевски беа употребувани конструкции како: „македонскиот спортски херој“, „нашиот македонски херој“, „македонската гордост“, „македонскиот спортски национален херој“. Во еден прилог емитуван на 27 јули, во една

реченична конструкција беше речено дека тој е “првиот *роден Македонец* (н.з) кој се бори за злато во финале на олимписки игри”. Синтагмата „роден Македонец“ имплицира диференцијација и сопоставување на етничките Македонци од другите граѓани.

На Првиот програмски сервис, во вториот примерок, беа идентификувани феминизирачки конструкции во 11 прилози. За спортистките во овие прилози често се користеше именката „дамите“. Беа користени следиве конструкции: „дамите ќе се натпреваруваат на 400 метри слободно“, „финалето на 100 метри пеперутка кај дамите“, „најбрзите дами на денешницата“, „извонредната Шведанка останува најбрза дама“, „прва дама во водите на акватик центарот“, „екстравагантната Томпсон“. Интересно, во некои новинарски состави се користеа контрастни родови маркери – на пример во прилог емитуван на 26 јули се вели „[...] прогласувањето на 400 метри кај дамите [...] ја нарекуваат на прекар *терминатор* (н.з), нема објаснување зошто, но луѓето што носат такви прекари обично се посветени на таа работа[...]“.

Во три прилози, новинарите направија реченични конструкции во кои се истакнуваа физички карактеристики кај спортистките и имаше експлицитен родово натопен дискурс во кој имаше објективизирање на женското тело и говор кој го конструираше женското со инфериорни маркери. Така, во најава за интервју емитувано на 27 јули беше речено: „[...] еве додека траат овие загревања, нешто повеќе како излегуваат овие *симпатични девојки*, најголем дел од нив тинејџерки [...]“. Или во прилог емитуван на 30 јули се вели: „*атрактивната*, вечна Катарина Ибаргуен. *Годините не ѝ се чувствуваат којзнае колку, можеби малку на лицето, телото останува едно од најатрактивните кај оваа извонредна атлетичарка* која се обидува да се избори за финале како актуелна шампионка од Рио. Ја нема веќе брзината, ја нема веќе ни силата, но ја има сè *уште елеганцијата* и ќе ја има оваа *прекрасна атлетичарка* која повеќе од две децении *плени со својата појава*“. Или, прилогот емитуван на 26 јули: „ова е селекторот, не, *селекторката* - за да не се налутат дамите [...] има грчко потекло, нејзиниот татко е Грк кој е преселен во Канада [...] ова е поразително за еден тренер, да беше тука Живко Обрадовиќ (таткото на селекторката на Србија – н.з) ќе летаа маси и столчиња и што уште не [...] едно машко на теренот, па тој треба да го реши овој меч [...] [судијата] од Аргентина *е претставникот на посилниот пол* [...] *е тешко е кога се игра со дами, во тој момент секогаш кога се постигнува гол дамата е пред ТВ екранот, овој пат е пред камерата*“.

Истражувањево ги кодираше и реторичките состави кои се однесуваа на начинот на кој новинар(к)ите ги конструираа спортовите. Во спортското известување честа е појавата, спортовите во машка конкуренција да се нарекуваат со нивното генеричко име, натурализирајќи ја така машката конкуренција. Во првиот примерок на Првиот програмски сервис на МРТ беа регистрирани 18 инстанции во кои се користеше ородувачка одредница за да се обележи спортот во женска конкуренција и 8 инстанции во кои се користеше генеричкото име за спортот, а се работеше за спорт во женска конкуренција. Во 3 инстанции за спортовите во машка конкуренција беа дадени ородувачки одредници, а во 168 инстанции

беше користено генеричкото име. Слично, во вториот примерок, во 19 инстанции за спортовите во женска конкуренција беше користено генеричкото име, а во 36 инстанции ородувачкото. Во 95 инстанции за спортовите во машка конкуренција беше користено генеричкото име, а во 26 инстанции ородувачката форма. И според ова произлегува дека за спортовите во женска конкуренција, поголема е веројатноста да се употреби ородувачката придавка на спортот отколку што тоа е случај со спортовите во машка конкуренција.

III.2. Македонска радио телевизија - Програма на албански јазик (MPT 2)

Вовед

Македонската радио телевизија – Програма на албански јазик (MPT 2), имаше голема фреквенција и диверзитет на претставени спортови и спортисти во својата програма. Во двата селектирани периода на примерокот - од 4 до 10 април (пред Летните олимписки игри 2020) и од 26 јули до 1 август (за време на ЛОИ) на MPT 2 беа емитувани вкупно 77 изданија на спортски емисии од кои 46 изданија или 59,74% беа преноси на спортски натпреварувања, а 31 издание или 40,26% беа информативни спортски емисии од типот вести или спортски магазини.

Вториот временски исечок е избран така што го покрива траењето на Летните олимписки игри 2020, па од тие причини медиумот имаше нееднаква дистрибуција на емисии според нивниот тип во двата примерока: 44 изданија на спортски преноси што претставува 95,65% од вкупната фреквенција преноси - беа емитувани во вториот примерок (види Табела 5). Сметајќи го уделот на преносите, не според фреквенцијата на нивната појавност, туку според нивното времетраење - 98,44 % од вкупното време посветено на пренос беше емитовано во примерокот земен во текот на ЛОИ.

Емисија/ Примерок	Вести	Магазин	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	11	2	2	15	19,48%
Примерок 2	16	2	44	62	80,52%
Вкупно	27	4	46	77	100,00%

Табела 5: Фреквенција на спортски емисии на MPT 2 според типот

На информативна спортска програма, во 18-те емитовани информативни изданија, Редакцијата во вториот примерок посвети вкупно 2 часа 10 минути и 2 секунди - што претставува 56,61% од вкупното времетраење на информативни изданија во двата примерока заедно. Во првиот примерок беа емитовани 1 час 39 минути и 39 секунди што претставува 43,39% од вкупното времетраење на информативната програма во двата примерока заедно. Од вкупното времетраење, 94,86% беше покриено со спортските преноси, а 5,14% ѝ беше посветено на информативната програма.

Интересна е дискрепанцијата меѓу учеството на различните типови емисии според нивната фреквенција и истото тоа учество сметано според времетраењето во програмата во

двата примерока. Така, според бројот емитувани емисии пред почетокот на ЛОИ, спортската програмата учествуваше со 19,48% (15 емисии) во вкупната фреквенција, но според времетраењето, петнаесетте регистрирани емисии учествуваа со само 6,80% во вкупната програма (види Табела 5 и Табела 6). Ова е така поради тоа што во примерокот кој се поклопува со ЛОИ, секој од преносите имаше долго времетраење, но исто така и поради фактот што МРТ 2 Програма на албански јазик, во примерокот за време на ЛОИ имаше и голема фреквенција на дневно - информативна спортска програма.

Севкупното времетраење на спортската програма за време на ЛОИ, покажува дека големите спортски натпреварувања и спортот воопшто, имаат голема важност во уредничките одлуки во Јавниот сервис (и кај Првиот програмски сервис огромна порција од времето во една седмица беше доделена на спортските олимписки настани). МРТ 2 имаше емитовано, заедно со репризите, 69 часа 22 минути и 56 секунди програма во примерокот кој се поклопува со седум дена од ЛОИ. Ова значи дека во седмицата од која е земен примерокот, во просек во 24 часа програма, МРТ 2 емитуваше 9 часа 54 минути 42 секунди програма. Во просек, останатата програма доби околу 14 часа во едно деноноќие.

Тип програма / Примерок	Пренос	Пренос %	Информативна програма	Информативна програма %	Вкупно	Вкупно %
Примерок 1	3:23:55	4,57%	1:39:39	2,23%	5:03:34	6,80%
Примерок 2	67:12:54	90,29%	2:10:02	2,91%	69:22:56	93,20%
Вкупно	70:36:49	94,86%	3:49:41	5,14%	74:26:30	100,00%

Табела 6: Времетраење на спортски емисии на МРТ 2 според типот

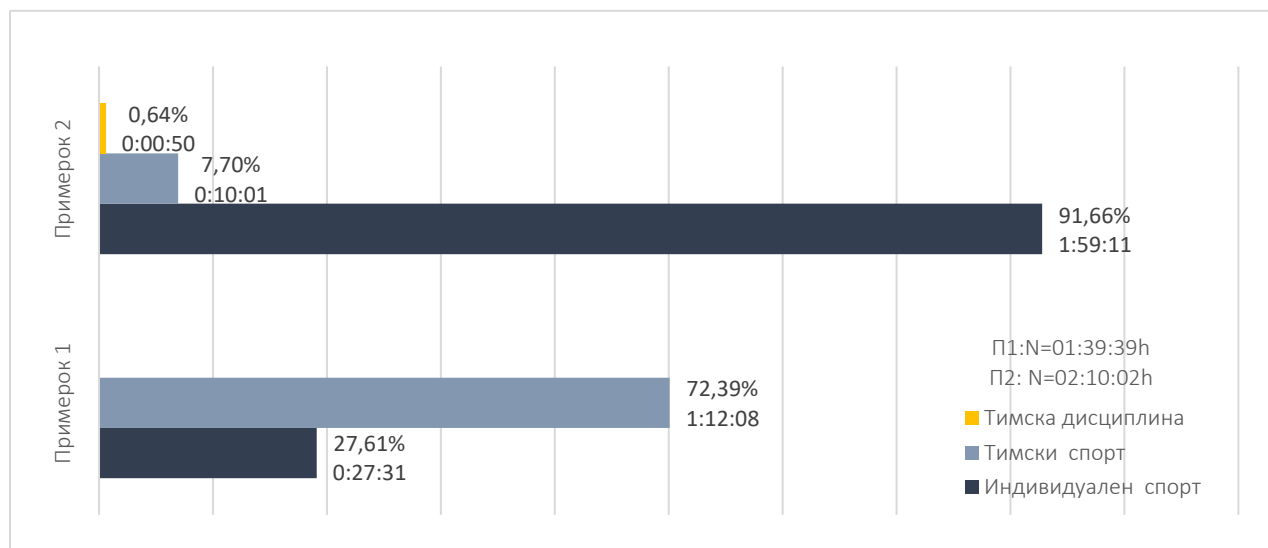
Појавноста и дистрибуцијата на различните жанрови е, повторно, детерминирана од спецификите на покривање голем спортски настан какви што се Летните олимписки игри. На Табела 7 се гледа дека во програмата за време на ЛОИ, значително беше зголемен бројот на преносите⁵⁶, но видливо е зголемена и фреквенцијата на другите жанрови како веста и извештајот. Класичната куса вест кај МРТ 2 не е жанр кој беше често употребуван, а забележливо е исто така и целосното отсуство на осврти – аналитичко коментаторски жанр којшто во други медиуми е доста застапен.

Жанр/ Примерок	Вест	Извештај	Интервју	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	15	32	2	2	51	31,88%
Примерок 2	22	41	2	44	109	68,12%
Вкупно	37	73	4	46	160	100,00%

Табела 7: Фреквенција на прилози на МРТ 2 според жанрот

⁵⁶ Преносот во ова истражување беше двојно кодиран и како специфичен жанр во спортското новинарство и како тип емисија на медиумот. Сепак во агрегацијата беше обработен како уникатна единица.

Во истражувањето, целокупната спортска програма во двата примерока беше кодирана за тип спорт на кој медиумот му посветуваше внимание - тимски или индивидуален⁵⁷. Во примерокот земен пред ЛОИ, вкупната информативна спортска програма, значително повеќе место им даде на тимските спортови. Од вкупно 1 час 39 минути и 39 секунди програма, на тимските спортови им беа посветени 1 час 12 минути и 8 секунди или 72,39%. Ситуацијата е драматично спротивна во вториот примерок. Под влијание на олимписката понуда, Редакцијата на МРТ 2 доминантно се сврти кон индивидуалните спортови во својата информативна спортска програма. Од вкупно 2 часа 10 минути и 2 секунди, дури 91,66% од програмата или 1 час 59 минути и 11 секунди им беа посветени на индивидуалните спортови (Слика 12). Ваквата дистрибуција најмногу се должи на учеството на информациите поврзани со атлетиката во спортската програма – дури 1 час 2 минути и 11 секунди или 47,82% од времетраењето на спортските информации во вториот примерок ѝ беа посветени на атлетиката. Примерокот кој се однесува на редовната спортска програма (пред ЛОИ) се однесува на една седмица и не може само според овие наоди да се извлечат констатции за тоа дали Редакцијата на МРТ 2 има пристрасност кон тимските спортови, и дали односот кон индивидуалните спортови во големите натпреварувања зависи од нивото на „притисок“ што спортската понуда го прави врз програмата. Но, тоа и не е предмет на ова истражување, туку овде се анализира за да се прикаже контекстот на известувањето за жените и мажите во спортот.



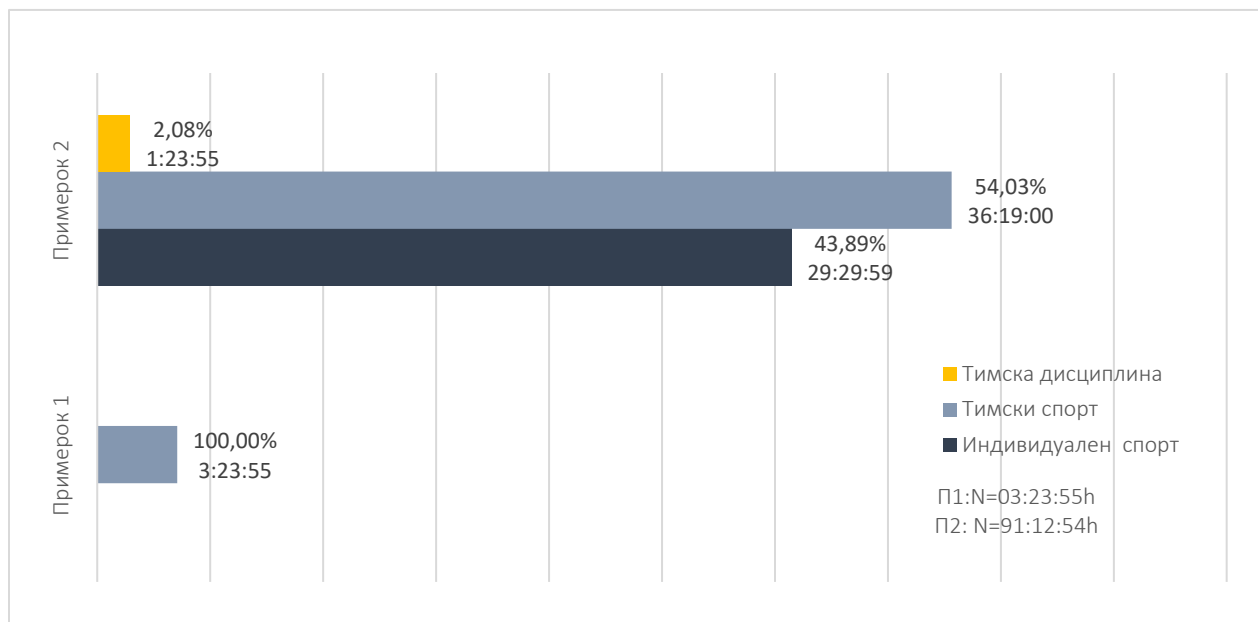
Слика 12: Учество на индивидуалните и тимските спортови во информативната спортска програма на МРТ 2 во соодветниот примерок

Затоа пак, споредбата на учеството на различните типови спорт според нивното времетраење во информативната програма со она во преносите открива доста интересни

⁵⁷ Поделбата на тимски и индивидуални спортови е доста проблематизирана поради фактот што во некои традиционално индивидуални спортови има тимска конкуренција и според тоа тие треба да се сметаат за тимски бидејќи вклучуваат координирана акција на група натпреварувачи. Сепак, за да се обезбеди валидност на толкувањето на податоците во ова истражување беше додадена категоријата „Тимска дисциплина“ во која се посебно кодирани спортовите кои традиционално се сметани за индивидуални, но во кои има тимски дисциплини (на пример, штафетни трки во атлетиката и сл.).

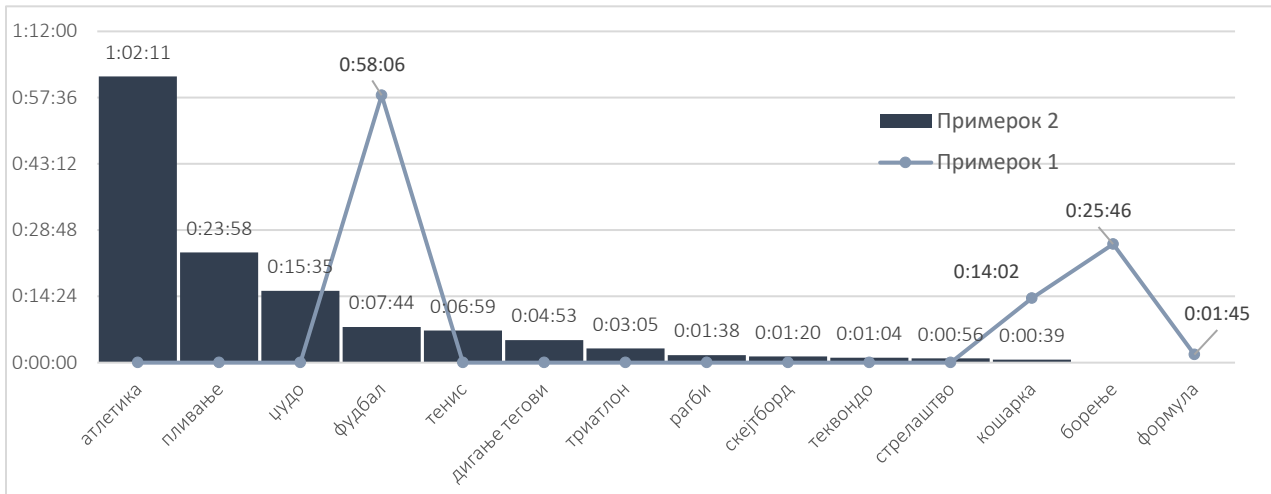
информации за ова прашање. Како што може да се види на Слика 13, учеството на различните типови спорт во преносите во двата примерока не одговара соодветно на нивното учество во информативната програма. Ако во информативната програма во примерокот пред ЛОИ индивидуалните спортови учествуваа со 27,61% во вкупната информативна програма, тогаш индивидуалните спортови беа целосно отсутни од преносите во тој примерок. На тимски спортови им беше посветено целото време од 3 часа 23 минути и 55 секунди во преносите во првиот примерок.

Примерокот земен за време на Летните олимписки игри открива интересна динамика. Тука се гледа тежината што Редакцијата ја става врз тимските спортови наспроти индивидуалните. Ако во примерокот за време на Олимписките игри, тимските спортови беа претставени со само 7,70% од времетраењето на информативната програма, тогаш тие беа претставени со 54,03% во преносите. Обратно, во информативната програма во вториот примерок, индивидуалните спортови имаа учество од 91,66% од целата информативна програма во тој примерок, но во преносите тие спортови беа претставени со 43,89%. Иако оваа споредба може на прв поглед да сугерира дека наспроти олимписката понуда, Редакцијата во преносите ги протежираше тимските спортови, сепак оваа сугестија треба да се земе доста внимателно – исто толку веројатно е повисоката фреквенција на тимски спортови во преносите да влијаеше врз пониската фреквенција на тимски спортови во информативната програма. Преносите и информативната програма се меѓусебно зависни варијабли. Прецизното утврдување на причините за оваа дистрибуција, како што е и погоре посочено, е надвор од опсегот на ова истражување.



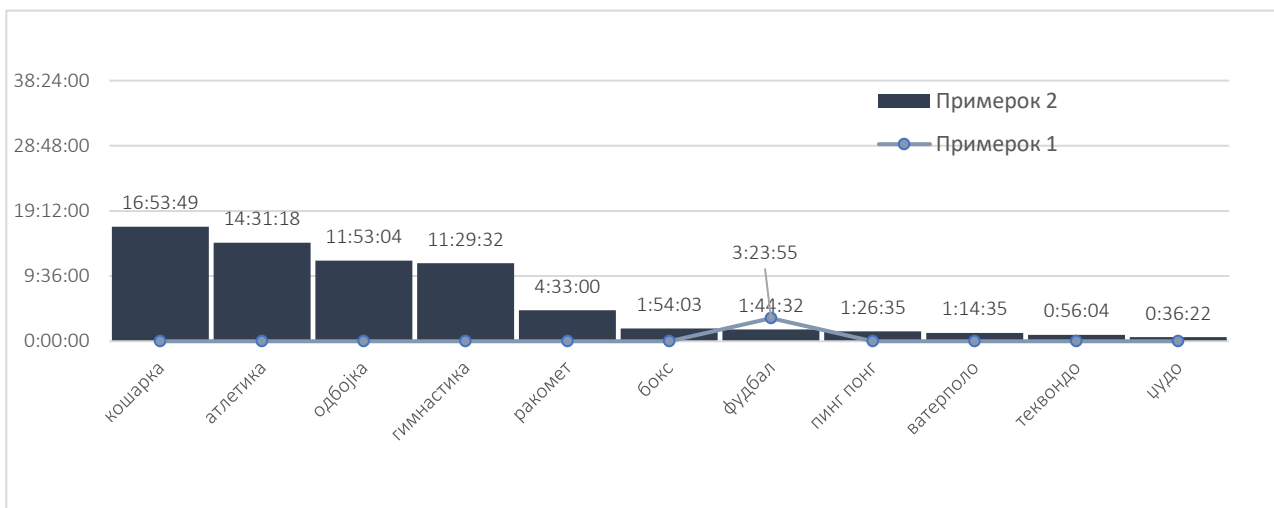
Слика 13: Учество на индивидуалните и тимските спортови во преносите на МРТ 2 во соодветниот примерок

Како што беше посочено, најголема причина за проминентното место на индивидуалните спортови во информативната програма во вториот примерок е времето посветено на атлетиката и релативно помалото присуство на спортови како фудбалот и кошарката во однос на првиот примерок. Во истиот период, кај преносите, зголеменото присуство на тимските спортови се должи пред сè на релативно посилниот фокус што овде беше даден на кошарката и одбојката, како што може да се види на Слика 14 и 15.



Слика 14: Учество на различните видови спорт во севкупната анализирана спортска програма на МРТ 2 соодветно во секој примерок

За релативно големата тежина дадена на тимските спортови сведочи присуството на кошарката и одбојката во преносите. Кошарката учествуваше со 0,50% во информативната програма во вториот примерок, но нејзиното учество во вкупните преноси во тој примерок е 25,14%. Одбојката, пак, целосно изостануваше во информативната програма, а во преносите учествуваше со 17,68% (Слика 14 и 15).



Слика 15: Учество на различните видови спорт во севкупните анализирани преноси на МРТ 2 соодветно во секој примерок

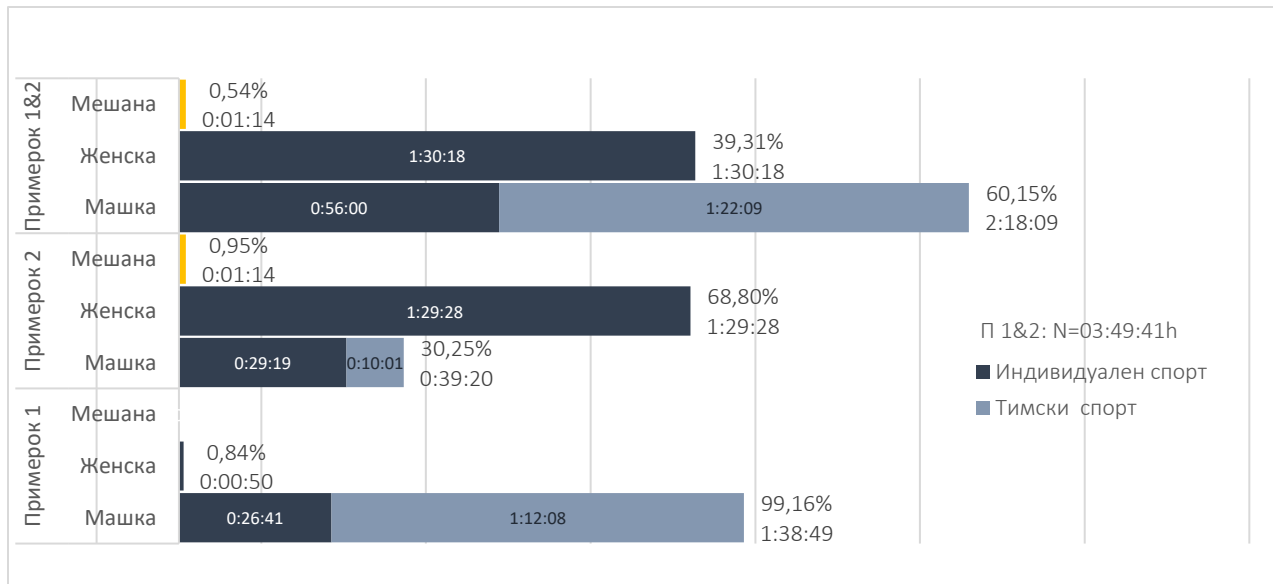
Анализа на родовите аспекти во спортската програма

Земајќи ја предвид севкупната спортска информативна програма на МРТ 2 (види Слика 16), спортовите во машка конкуренција добија најголемо времетраење во програмата. Вкупно 2 часа 18 минути и 9 секунди што е 60,15% од вкупното време посветено на спорт во информативната програма во двете анализирани седмици. Женската конкуренција на спортовите, (сметајќи ги тука и тимските и индивидуалните) доби 1 час 30 минути и 18 секунди што претставува 39,31% од програмата.

Воочливо е целосното отсуство на тимски спортови во женска конкуренција во програмата на МРТ 2 и во двата примерока. Сите вкупно 1 час 22 минути и 9 секунди – беа посветени на тимските спортови во машка конкуренција. Ова времетраење не е дистрибуирано подеднакво во двата примерока. Всушност, во вториот примерок емитувани беа само 10 минути и 1 секунда за тимски спортови во машка конкуренција – најголемиот дел од нив доаѓаат од првиот примерок. Од вкупно 1 час 22 минути и 9 секунди издвоени за мажите во тимски спортови, 1 час 12 минути и 8 секунди или 87,81% доаѓаат од првиот примерок. Машката доминација кај тимските спортови во информативната програма е така несомнена.

Но, интересни може да бидат бројките поврзани со индивидуалните спортови. Жените во индивидуалните спортови добија 1 час 30 минути и 18 секунди што е 61,72% од вкупно емитуваните информации за индивидуални спортови во информативната програма во двата примерока. Мажите во индивидуалните спортови добија 56 минути или 38,28%. Овој наод на прв поглед изгледа различен од тоа што се гледа на другите телевизии. Но, истрагата за причините за него открива дека од севкупното време за индивидуални спортови во двата примерока информативна програма, кое изнесува 2 часа 26 минути и 18 секунди, вкупно 48 минути или 32,81% отпаѓаат на само едно, еднаш репризирано, интервју со атлетичарка. Значи, ова присуство на индивидуални спортови во женска конкуренција не се должи на систематско покривање туку на случајност во примерокот. Затоа, учеството на информации за жени во индивидуални спортови е толку дисторзирано и во двата примерока. Во првиот примерок, за индивидуални спортови во машка конкуренција беа издвоени 26 минути и 41 секунда што претставува 96,97% од вкупното времетраење издвоено за индивидуални спортови во првиот примерок – на индивидуални спортови во женска конкуренција во првиот примерок беа издвоени само 50 секунди или 3,03%.

Во вториот примерок имаше далеку поголемо присуство на индивидуални спортови во женска конкуренција само поради ефектот на едно, еднаш репризирано интервју. Од вкупно 1 час 58 минути и 47 секунди, 24,68% им беа посветени на мажите, а 75,32% на жените.



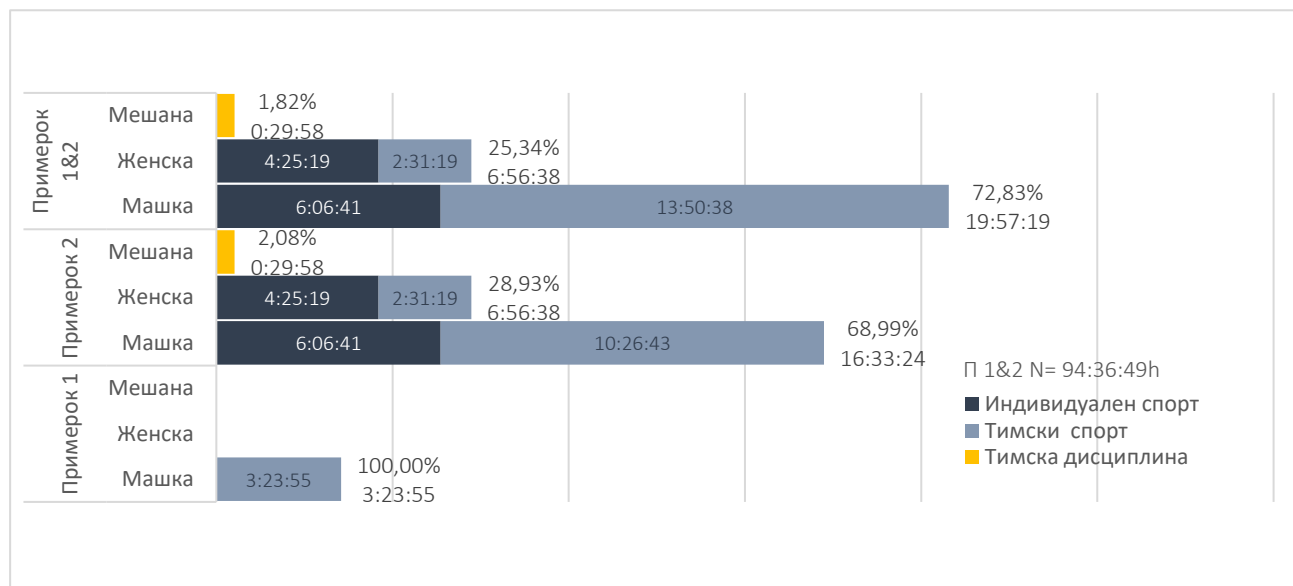
Слика 16: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на МРТ 2 сегрегирани според тип спорт

Кај преносите имаше поинаква динамика на присуство на машката и женската конкуренција. Земајќи ги предвид двата примерока заедно, на преносите на спортови во машка конкуренција издвоени им беа 19 часа 57 минути и 19 секунди или 72,83%. За спортовите во кои се натпреваруваа жени издвоени беа 6 часа 56 минути и 38 секунди или 25,34%. Но, ова учество не е рамномерно дистрибуирано ниту низ различните типови спорт во ист примерок, ниту пак низ различните примероци од програмата.

Вкупно на тимските спортови во преносите во двата примерока им беа издвоени 16 часа 21 минута и 57 секунди. Од овие, 84,59% им беа посветени на мажите, а 15,41% на жените. На ниво на двата примерока заедно, воочливо е значи доминантно машко присуство во тимските спортови. Кај индивидуалните спортови имаше поголема рамнотежа – од вкупно 10 часа и 32 минути посветени на преноси од индивидуални спортови, 58,02% се однесуваа на мажи и 41,98% на жени. Овој сооднос целосно доаѓа од вториот примерок.

Кај преносите во тимска конкуренција во редовната програма на МРТ 2 имаше единствено присуство на спортови во машка конкуренција. Во првиот примерок, вкупно 3 часа 23 минути и 55 секунди пренос на тимски спорт беа во целост посветени на мажите. Во вториот примерок, иако беа присутни тимски спортови во женска конкуренција, нивниот процент не беше висок – од вкупно 12 часа 58 минути и 2 секунди пренос на тимски спорт во вториот примерок, 80,55% беа посветени на машката конкуренција. Повторно, и тука е интересна споредбата на уделот на известување за спортистките и спортистите во информативната

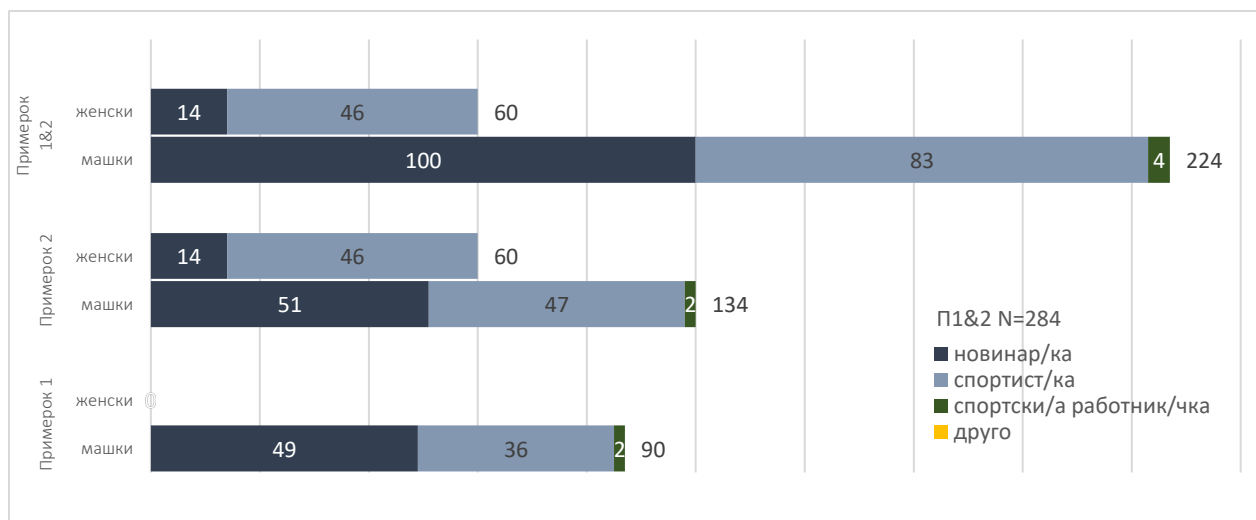
програма и во преносите во примерокот земен за време на ЛОИ. На индивидуалните спортови во женска конкуренција во информативната програма во вториот примерок посветени им беа 75,32%, а за преносите во истиот примерок беа издвоени 41,98% од времето. Оваа дискрепанција, како што беше посочено, е ефект на уделот на едно интервју (премиера и една реприза) на атлетичарка во програмата на МРТ 2. Ако се из земе тој ефект, може да се види дека во програмата на МРТ 2, особено во преносите, имаше поголема застапеност на индивидуалните спортови во машка конкуренција и доминација на машката конкуренција во тимските спортови.



Слика 17: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во преносите на МРТ 2 сегрегирани според тип спорт

Во ова истражување, покрај времетраењето на прилозите кои се однесуваа на спортовите во машка и женска конкуренција, беа кодирани и инстанции на појавување⁵⁸ на машките и женските учесници во програмата. Но, освен коментатор(к)ите кои ќе бидат презентирани посебно, учесниците/чките во спортските преноси, поради обемноста и хетерогеноста на задачата, не беа кодирани. На Слика 18 е претставена фреквенцијата на инстанции на појавување на новинар(к)ите, спортист(к)ите и спортските работници/чки односно спортските експерт(к)и. И според овој критериум машките маркери доминираа во програмата. Во двата примерока земени заедно, регистрирани беа вкупно 247 инстанции на појавување на учесници/чки во програмата од кои 187 или 75,71% беа мажи (не сметајќи ги тука коментаторите на спортските преноси), а 60 или 24,29% беа жени.

⁵⁸ Концептот „инстанција на појавување“ овде е употребен за да се направи дистинкција меѓу она што е мерено во истражувањето и фактичките „учесници во програмата“ и тоа е направено од аналитички причини. „Инстанции на појавување“ се единици на визуелно или вербално претставување на учесник во програмата на ниво на единица прилог. Како пример: Ако во едно издание на вести се објавени 5 прилози и во сите нив се појавува еден ист новинар — тогаш тој новинар е маркиран 5 пати во кодната матрица. Се работи за еден учесник со 5 инстанции на појавување на ниво на единица прилог.



Слика 18: Фреквенција на инстанции на појавување на машки и женски учесници во спортската програма на МРТ 2 во единица прилог и сегрегирано според тип улога

Сегрегирано според тип улога – во двата примерока земени заедно - регистрирани беа вкупно 114 инстанции на појавување на новинар(к)и во програмата – 100 од нив, што е 87,72%, беа појавувања на новинари и 14 или 12,28% беа на новинарки. Како уникатни единици – во програмата на МРТ 2 се појавуваа 10 новинарски имиња. На Табела 8 се гледа фреквенцијата на инстанции на појавност на секој од нив. Во двата примерока земени заедно, 49,12% од целокупната фреквенција на инстанции на појавност доаѓаа од само еден новинар од Спортската редакција на МРТ 2.

Име	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Амир Дураку	16	40	56
Денис Шабани	18	0	18
Газменд Куртиши	0	9	9
Леунора Јакупи	0	8	8
Артан Зибер	6	0	6
Мустафа Адеми	6	0	6
Белинда Кока- Адеми	0	4	4
Сами Адеми	3	0	3
Арлинда Бафтиу	0	2	2
Атли Дема	0	2	2
Вкупно	49	65	114

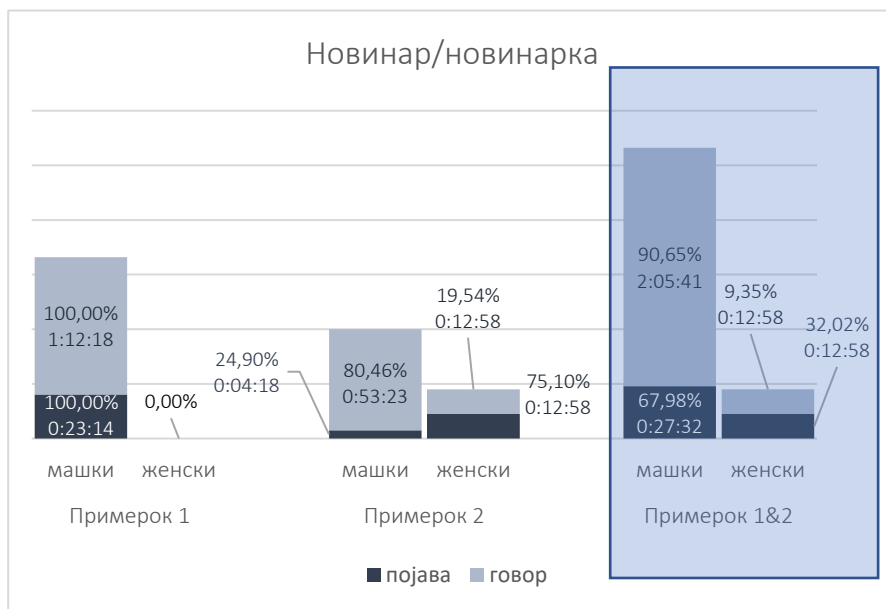
Табела 8: Фреквенција на појавувања на поединечни новинар(к)и во програмата на МРТ 2

Ова истражување, за секоја инстанција на појавност го регистрираше нејзиното времетраење. Според овој мерен параметар, како што се гледа на Слика 19, од вкупно 2 часа 18 минути и 39 секунди, колку што Телевизијата издвои за говор на новинар(к)и во двата примерока заедно, 90,65% од времето се работеше за говор на новинари, а 9,35% на новинарки. Од вкупното време од 40 минути и 30 секунди во кое новинар(к)ите се појавуваа со слика во програмата – 67,98% од времето се работеше за појавување на новинари, а 32,02% за новинарки.

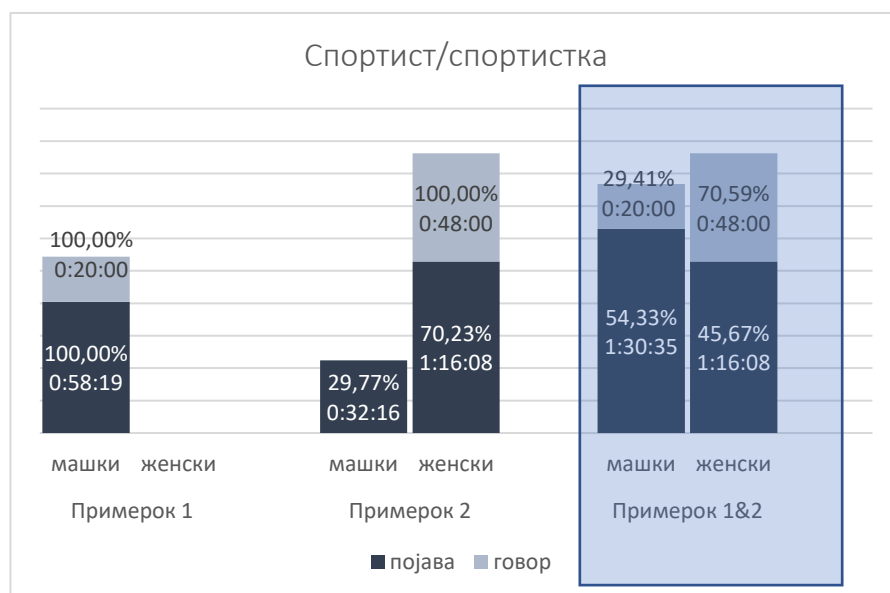
Овој сооднос не е дистрибуиран рамномерно низ двата примерока. Во редовната програма пред ЛОИ, во спортските информативни емисии не се појави ниту една новинарка, па така визуелната и вербалната презентација беше единствено на новинари. Во вториот примерок, во 14те инстанции на појавување на новинарки, за вербална презентација издвоени беа 12 минути и 58 секунди што е 19,54% од вкупното време за вербална презентација.

За говор на новинарите издвоени беа 53 минути и 23 секунди што претставува 80,46% од вкупното време за вербална презентација во вториот примерок. Интересно, новинарите добиваа помало времетраење за визуелна презентација од новинарките, иако доминираа со говорот пред камера. Овој наод е утврден и во повеќето други телевизии – новинарките имаат повеќе шанси да се појават со слика пред камерата, но помалку шанси за долга вербална презентација.

Во прилозите на МРТ 2 во двата примерока земени заедно, регистрирани беа вкупно 129 инстанции на појавување на спортист(к)и во програмата. Од нив, 46 или 35,66% беа спортистки, а 83 или 64,34% беа спортисти. Во првиот примерок пред ЛОИ регистрирани беа 36 инстанции на појава на спортисти и сите тие беа мажи. Во вториот примерок регистрирани беа 93 инстанции на појавување на спортист(к)и, од кои 46 или



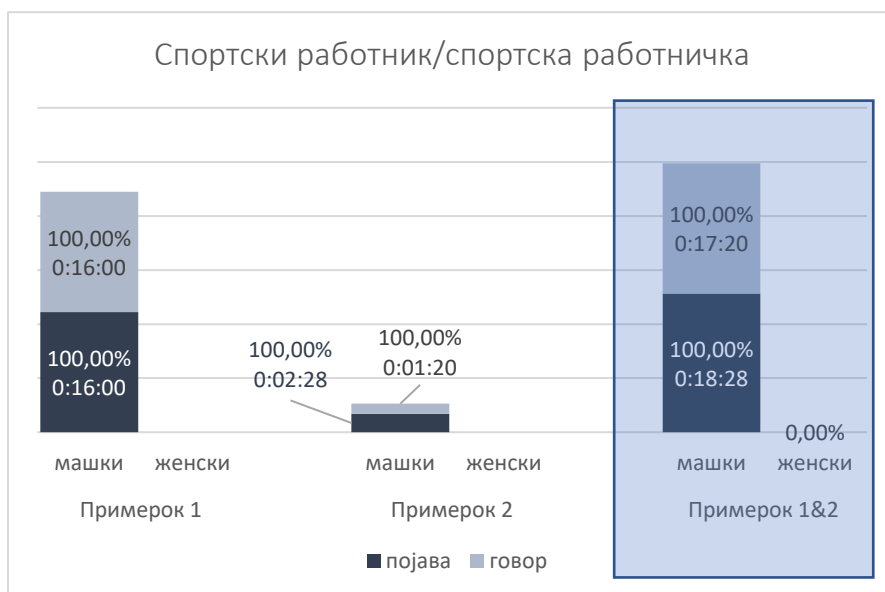
Слика 19: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на новинарите и новинарките во информативната програма на МРТ 2



Слика 20: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортистите и спортистките во информативната програма на МРТ 2

49,46% жени и 47 или 50,54% мажи. Ова целосно отсуство на спортистки во првиот примерок, и целосна рамнотежа на присуството во примерокот земен за време на ЛОИ е целосно резултат на притисокот што го направи олимписката програма. Но, во вториот примерок, индикативно е дека спортистките добија повеќе време за визуелно и вербално претставување од спортистите. Оваа појава повторно може да се објасни со емитираното (и еднаш репризирано) интервју со атлетичарка, кое зазема 48 минути од вкупното време во вториот примерок.

Во двете селектирани седмици, пред и за време на ЛОИ, регистрирани беа вкупно 4 инстанции на појавување на спортски работници/чки или спортски експерт(к)и – сите беа мажи и беа еднакво дистрибуирани во двата примерока (по двајца). За време на ЛОИ очекувано е да има поголема фреквенција на појавување на спортски експерт(к)и кои ги коментираат олимписките настани, но тоа не беше случај со МРТ 2. Според времетраењето на визуелната и вербалната презентација на овие спортски работници, како што може да се види на Слика 21, од вкупно 18 минути и 28 секунди (колку што се издвоени за визуелна презентација), 86,64% доаѓаат од првиот примерок. Кај вербалната презентација, пак, од вкупно 17 минути и 20 секунди (колку што се издвоени за двата примерока заедно), од првиот примерок доаѓаат 92,31%.



Слика 21: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортските работници и работнички во информативната програма на МРТ 2

Во ова истражување, од родов аспект беа кодирани спортист(к)ите и спортовите на кои се однесуваше известувањето во информативната програма. Еден од параметрите се однесува на дискурзивни јазли со кои медиумите ги конструираат спортистите и спортистките во рамките на феминизирачките или маскулинистички стереотипизирачки маркери. Во вториот примерок беа регистрирани три инстанции на феминизирачки стереотипизирачки маркери. За натпреварувачките во одбојкарски натпревар беше употребувана синтагмата “понежниот пол” која е клишизиран начин да се реферира на спортистките. Во две инстанции во вториот примерок атлетичарките беа нарекувани „газели“ – исто така, референција со суптилна сексуална конотација.

Ова истражување ги кодираше и реторичките состави кои се однесуваат на начинот на кој новинар(к)ите ги конструираа спортовите. Во спортското известување честа е појавата, спортовите во машка конкуренција да се нарекуваат со нивното генеричко име, натурализирајќи ја така машката конкуренција. На МРТ 2 во првиот примерок немаше инстанции во кои се користеше ородувачка стратегија, односно експлицитно нагласување дека се работи за спортови во машка или женска конкуренција – со оглед на тоа што во тој примерок во информативната програма имаше занемарлива фреквенција на спортови во женска конкуренција - овој наод е очекуван. Во вториот примерок, меѓутоа, сликата е поинаква – за спортовите во женска конкуренција неизоставно се нагласуваше дека се спортови во женска конкуренција. За спортовите во машка конкуренција, во само две инстанции имаше таков ородувачки пристап – во големо мнозинство за спортовите во машка конкуренција се користеше генеричкото име за спортот.

Во истражувањето не беа детектирани инстанции на известување во кои се отвораа интерсекционални теми како родот и расата или нацијата. Исто така, спортистите и спортистките се поврзуваа најчесто со нивното достигнување и немаше инстанции на сексуализација на нивните тела. Конечно, за спортистките во МРТ 2 се користеа претежно феминативни форми на именката.

III.3. Македонска радио телевизија – Спортски канал (MPT 3)

Вовед

Специјализацијата на спортските канали овозможува емитување на вариететна спортска програма во која има голем диверзитет на претставени спортови низ широка понуда на информативни, документарни и аналитички емисии. Но, за Спортскиот канал на Македонската радио телевизија (MPT 3) не може да се каже дека во моментот го има постигнато тоа ниво на диверзитет иако во неговата програма има голема фреквенција спортски преноси.

Во 14-те денови од двата селектирани периода на примерокот - од 4 до 10 април (пред Летните олимписки игри) и од 26 јули до 1 август (за време на ЛОИ), на MPT 3 беа регистрирани 14 спортски магазини и 149 изданија на спортски преноси⁵⁹. Целокупниот број објавени спортски магазини беа емитувани во примерокот пред Летните олимписки игри. Во исечокот земен пред ЛОИ беа објавени 53,69% од спортските преноси, а во вториот примерок, за време на ЛОИ регистрирани беа 69 преноси, што е 46,31% од вкупната фреквенција (Табела 9).

Емисија/ Примерок	Магазин	% Магазин	Пренос	% Пренос	Вкупно	% Вкупно
Примерок 1	14	100%	80	53,69%	94	57,67%
Примерок 2	0	0%	69	46,31%	69	42,33%
Вкупно	14	100%	149	100,00%	163	100,00%

Табела 9: Фреквенција на спортски емисии на MPT 3 според типот

Според времетраењето на програмата (Табела 10), во делот на преносите дистрибуцијата изгледа малку поинаку во споредба со дистрибуцијата на бројот поединечни изданија. За спортски преноси во првиот примерок издвоени беа 138 часа 44 минути и 6 секунди, што претставува 49,48% од вкупното времетраење на преносите. Во вториот примерок, иако имаше помал број изданија на преноси, тие севкупно траеја подолго – за преноси за време на примерокот што се поклопува со ЛОИ издвоени беа речиси три часа повеќе отколку во примерокот пред ЛОИ.

Емисија/ Примерок	Магазин	% Магазин	Пренос	% Пренос	Вкупно	% Вкупно
Примерок 1	5:03:10	100%	138:44:06	49,48%	143:47:16	50,37%
Примерок 2	0:00:00	0%	141:40:33	50,52%	141:40:33	49,63%
Вкупно	5:03:10	100%	280:24:39	100%	285:27:49	100%

Табела 10: Времетраење на спортски емисии на MPT 3 според типот

⁵⁹ Во оваа фреквенција влегуваат и репризните изданија, така што не се работи за уникатна бројка на преноси. Надвор од опсегот и можностите на ова истражување беше утврдувањето на тоа, на пример, колку од 80те преноси во првиот и од 69те преноси во вториот примерок, се всушност уникатни први објави.

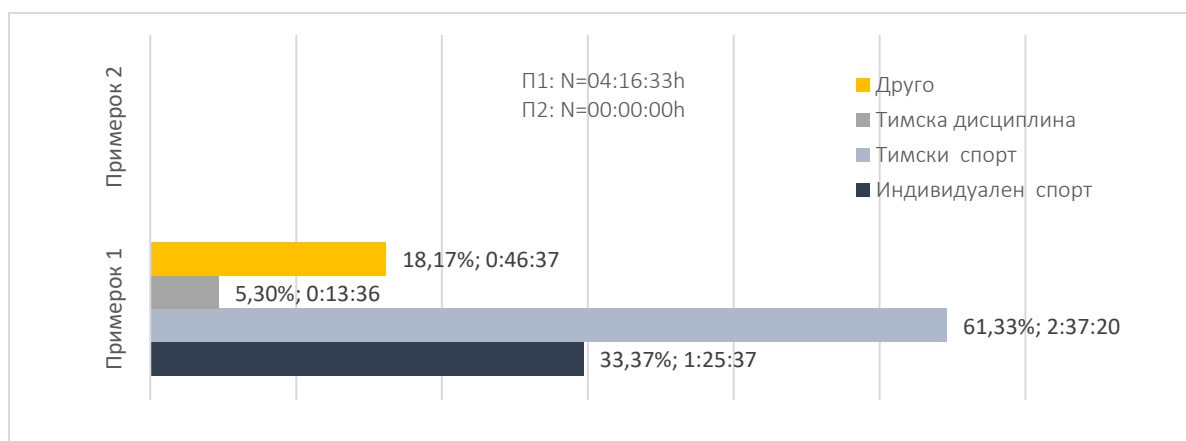
За магазини, во првиот примерок, издвоени беа 5 часа 3 минути и 10 секунди и најголем дел од оваа програма беше своевидна документаристички конципирана реминисценција на минати спортски натпреварувања. Секое од овие документаристички изданија имаше структура на осврт – аналитичко коментаторски жанр карактеристичен за спортското новинарство. Но, освен во магазините, повремени објави на класични новинарски жанрови можеше да се посведочат и во рамките на спортските преноси. За време на спортските преноси, како што може да се види на Табела 11, регистрирани беа вкупно 38 интервјуа со

времетраење од 2 часа и 20 минути, како и 6 осврти со времетраење од 50 минути и 18 секунди.

Примерок/жанр	Интервју	Интервју траење	Осврт	Осврт траење	Вкупно	Вкупно траење
Примерок 1	19	01:18:24	6	00:50:18	25	2:08:42
Примерок 2	19	01:01:36	0	00:00:00	19	1:01:36
Вкупно	38	2:20:00	6	0:50:18	44	3:10:18

Табела 11: Фреквенција на прилози на МРТ 3 според жанрот

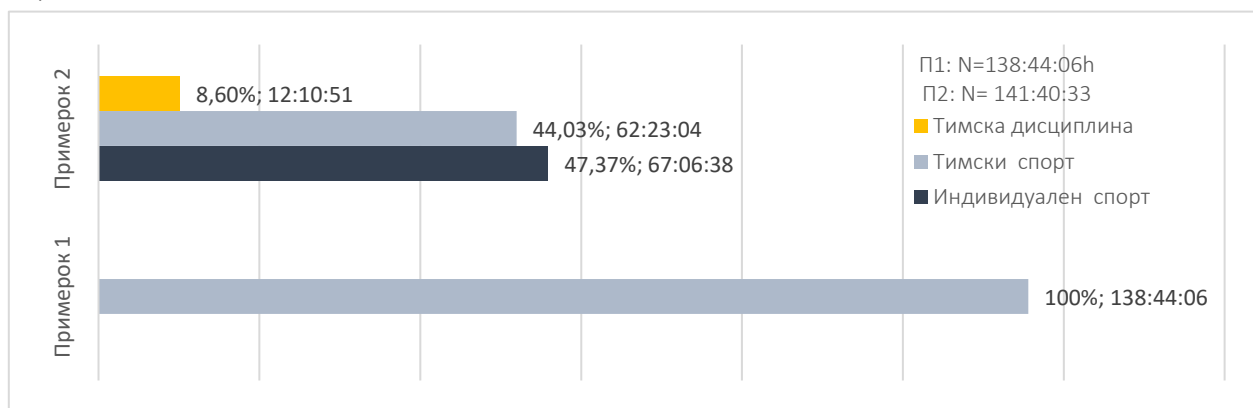
Целокупната програма на Спортскиот канал на МРТ, во двата примерока, беше кодирана за тип спорт на кој медиумот му посветува внимание⁶⁰. И за овој канал, кодирањето беше направено посебно за информативната програма (спортските магазини во овој случај), а посебно за преносите. На Слика 22 се гледа како се дистрибуирани различните типови спорт во спортските магазини. Во случајов, дистрибуцијата се однесува само на примерокот земен пред Летните олимписки игри бидејќи за време на ЛОИ, Спортскиот канал емитуваше единствено преноси во чии рамки, како што беше посочено, беа објавувани и прилози во жанровите интервју и осврт. Во спортските магазини во првиот примерок, 28,24% беа содржини кои се однесуваа на индивидуалните спортови, а 51,89% на тимските.



Слика 22: Учество на индивидуалните и тимските спортови во информативната програма на МРТ 3

⁶⁰ Поделбата на тимски и индивидуални спортови е доста проблематизирана поради фактот што во некои традиционално индивидуални спортови има тимска конкуренција и според тоа тие треба да се сметаат за тимски бидејќи вклучуваат координирана акција на група натпреварувачи. Сепак, за да се обезбеди валидност на толкувањето на податоците во ова истражување беше додадена категоријата „Тимска дисциплина“ во која се посебно кодираат спортовите кои традиционално се сметани за индивидуални, но во кои има и тимски дисциплини (на пример, штафетни трки во атлетиката).

Дистрибуцијата на типовите спортови кај преносите, во примерокот пред ЛОИ, не ја следеше дистрибуцијата во спортските магазини. Свкупното времетраење на преносите, од нешто повеќе од 138 часа во првата седмица, им беше посветено на тимските спортови, како што може да се види на Слика 23. Во примерокот земен за време на ЛОИ имаше речиси целосна рамнотежа меѓу времетраењето издвоено за индивидуалните и тимските спортови, односно разликата е само 4 часа 43 минути и 34 секунди во корист на индивидуалните спортови.



Слика 23: Учество на индивидуалните и тимските спортови во спортските преноси на МРТ 3

Кога станува збор за видот спортови кои се застапени во преносите на Спортскиот канал, веднаш е воочливо дека за разлика од програмата на МРТ 1 и МРТ 2 овде имаше исклучително мал диверзитет на застапени спортови. За време на ЛОИ, кога треба да се очекува поголема фреквенција преноси и секако поголема фреквенција информативна и аналитичка спортска програма – нив на Спортскиот канал или ги немаше или пак беа емитувани со намалена зачестеност.

Од целокупната олимписка понуда за време на ЛОИ, во вториот примерок, место им беше одвоено на тенисот и одбојката, како и ограничено времетраење на гимнастиката (Табела 12). Овој, наод, сепак, секако треба да се гледа во контекст на високата фреквенција на спортска програма на Првиот програмски сервис на Македонската радио телевизија – поголемиот и во таа насока разновиден дел на спортската програма во двата примерока беше фокусиран на МРТ 1, што пак има последица врз програмата на Спортскиот канал. Но, овој наод истовремено го открива отсуството

Вид спорт/примерок	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Тенис	0:00:00	77:01:23	77:01:23
Кошарка	68:35:44	0:00:00	68:35:44
Одбојка	0:00:00	62:23:04	62:23:04
Ракомет	43:06:24	0:00:00	43:06:24
Фудбал	15:31:21	0:00:00	15:31:21
Баскет 3x3	11:30:37	0:00:00	11:30:37
Гимнастика	0:00:00	2:16:06	2:16:06
Вкупно	138:44:06	141:40:33	280:24:39

Табела 12: Учество на различните видови спорт во свкупната анализирана спортска програма на МРТ 3

на концептуално дефинирање на програмата на Спортскиот канал наспроти спортската програма на другите канали на Јавниот сервис.

Анализа на родовите аспекти во спортската програма

На Спортскиот канал на МРТ беше емитувана информативна програма единствено за време на примерокот кој беше земен пред Летните олимписки игри и единствено од типот спортски магазини. За време на ЛОИ, истражувањето регистрираше само преноси од спортските натпреварувања без да бидат емитувани класични спортски вести или спортски магазини.

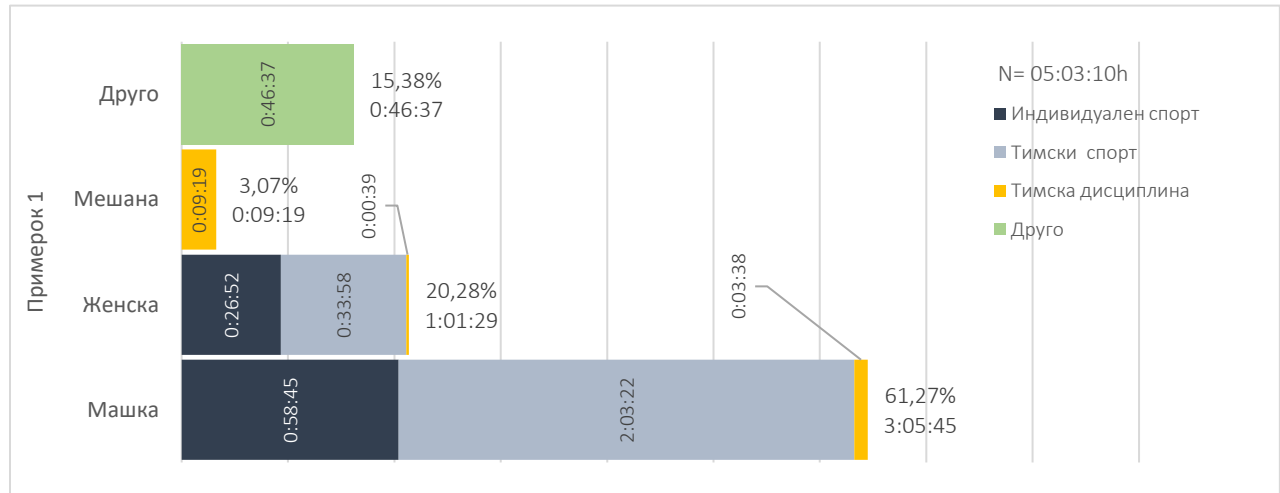
Имајќи ја предвид севкупната спортска информативна програма (примерок 1), спортовите во машка конкуренција добија најголемо времетраење. Како што може да се види на Слика 24, за спортовите во машка конкуренција беа издвоени вкупно 3 часа 5 минути и 45 секунди што претставува 61,27% од времето посветено на информации за спорт во спортските магазин емисии. Во рамките на времетраењето издвоено за спортовите во машка конкуренција, 58 минути и 45 секунди траеја информациите за индивидуалните спортови, што е 31,63% од времето посветено на спортовите во машка конкуренција. За тимските спортови во машка конкуренција беа издвоени 2 часа 3 минути и 22 секунди, што претставува 66,42% од севкупното време издвоено во информативната програма за спортовите кога во нив се натпреваруваа мажи.

За спортовите во женска конкуренција беше издвоено три пати помало време – 1 час 1 минути и 29 секунди, што е 20,28% од севкупното времетраење на спортската информативна програма. Од нив, 26 минути и 52 секунди беа посветени на индивидуални спортови во женска конкуренција, што претставува 43,70% од вкупно емитуваните информации за спортови кога во нив се натпреваруваа жени. За тимските спортови во женска конкуренција беа издвоени 33 минути и 58 секунди, што претставува 55,25% од вкупно емитуваните содржини за спортови во кои се натпреваруваа жени.

Голем дел од времето, 15,38% од вкупното времетраење на спортската информативна програма, Спортскиот канал на МРТ во примерокот земен пред ЛОИ издвои за информации од спортот кои немаа директна врска со спортски натпреварувања во конкретни спортови, туку се однесуваа на прашања за организација на спортовите и спортските настани – на пример Ковид - кризата или подготовката за претстојните олимписки игри и сл.

Споредбено, од вкупно 1 час 25 минути и 37 секунди, колку што Телевизијата издвои за емитување информации за индивидуални спортови – 68,62% беа издвоени за мажите, а 31,38% за жените. Кај тимските спортови соодносот беше уште повеќе на страната на мажите – од вкупно 2 часа 37 минути и 20 секунди, колку што беа издвоени за тимски спортови - 78,41% беа посветени на информации за тимски спортови во машка конкуренција, а 21,59% во женска.

Така може да се заклучи дека во информативната програма на Спортскиот канал на МРТ спортовите во машка конкуренција доминираа, а тимските спортови во кои се натпреваруваа мажи добија најголемо внимание во програмата.



Слика 24 Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на МРТ 3 сегрегирано според тип спорт

Преносите на спортските натпреварувања кои на Спортскиот канал се главниот стожер на севкупната програма, уште повеќе демонстрираат пристрасност на медиумот кон спортовите во машка конкуренција. Како што може да се види на Слика 25, во двата примерока земени заедно, емитувани и анализирани беа вкупно 280 часа 24 минути и 39 секунди спортски преноси (во кои влегуваат и репризните изданија). Од нив, 138 часа 44 минути и 6 секунди или 49,48% доаѓаат од првиот примерок и 141 час 40 минути и 33 секунди или 50,52% доаѓаат од вториот примерок. Од вкупното времетраење – 232 часа 7 минути и 53 секунди, што е 82,78% од програмата, отпаѓаат на спортови во машка конкуренција и 48 часа 16 минути и 46 секунди, што претставува 17,22% од времето, им се посветени на спортовите во женска конкуренција.

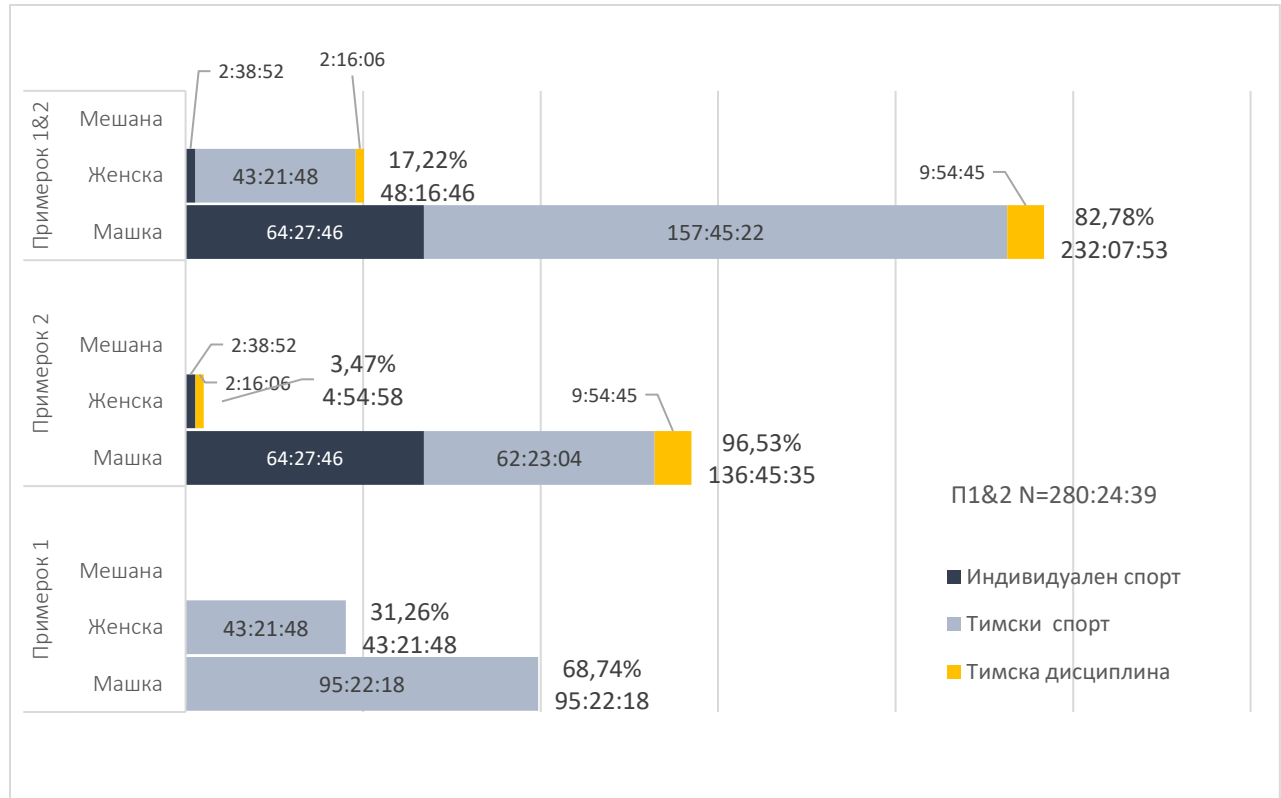
Оваа очигледна пристрасност кон спортовите во машка конкуренција се гледа и ако податоците ги диференцираме според тип спорт. Во двата примерока заедно, за индивидуални спортови беа издвоени 67 часа 6 минути и 38 секунди. Во рамките на ова време, за индивидуални спортови во машка конкуренција издвоени беа 64 часа 27 минути и 46 секунди, што претставува 96,05% од вкупното време посветено на индивидуални спортови. За индивидуални спортови во женска конкуренција, издвоени беа 2 часа 38 минути и 52 секунди, што претставува само 3,95% од времетраењето на преносите од индивидуални спортови.

За тимски спортови, во двата примерока земени заедно издвоени беа 201 час 7 минути и 10 секунди. Од нив, 157 часа 45 минути и 22 часа беа издвоени за тимски спортови во машка конкуренција, што претставуваат 78,44% од вкупното времетраење на преносите во тимските спортови. За тимските спортови во женска конкуренција беа издвоени 43 часа 21 минута 48

секунди или 21,56% од вкупното времетраење на преносите во тимски спортови. За тимските дисциплини во традиционално индивидуалните спортови беа издвоени 12 часа 10 минути и 51 секунда. Од нив, на преносите од натпреварувања меѓу мажи им беа издвоени 9 часа 54 минути и 45 секунди, што претставува 81,38% од времетраењето на преносите за индивидуалните спортови во тимските дисциплини. За натпреварувања во кои учествуваа жени беа издвоени 2 часа 16 минути и 6 секунди, што претставува 18,62% од вкупното времетраење посветено на тимските дисциплини во традиционално индивидуалните спортови. Овие податоци укажуваат на несомнена доминантност на мажите во преносите на МРТ 3. Кога на ова ќе се додаде и фактот дека сите коментатори во спортските преноси беа мажи, може да се каже дека сликата е целосно утврдена.

Со неколку варијации, истиот заклучок може да се донесе и на ниво на двата примерока посебно, така што не може да се смета дека Летните олимписки игри направија некаков притисок или промена на вообичаената рутина и поставеност во МРТ 3. Така во првиот примерок, во истражувањето воопшто не беа регистрирани преноси на спортови во индивидуална конкуренција, или пак во тимска дисциплина на некој традиционално индивидуален спорт. Беа регистрирани преноси на тимски спортови со вкупно времетраење од 138 часа 44 минути 6 секунди од кои, 95 часа 22 минути и 18 секунди, или 68,74%, беа издвоени за преноси на тимски спортови во машка конкуренција и 43 часа 21 минута 48 секунди, што претставува 31,26%, беа издвоени за преноси на тимски спортови во женска конкуренција.

Податоците за вториот примерок поврзани со индивидуалните спортови и тимските дисциплини на индивидуалните спортови се целосно идентични со податоците изнесени за двата примерока земени заедно поради целосното отсуство на овие типови од првиот примерок. Во поглед на преносите во тимските спортови – во вториот примерок емитувани беа 62 часа 23 минути и 4 секунди и сите тие се однесуваа на преноси на спортови во машка тимска конкуренција.



Слика 25: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во спортските преноси на МРТ 3 сегрегирани според тип спорт

Поради карактерот на програмата на Спортскиот канал, во која доминираа спортски преноси – прибраните квалитативни податоци во овој случај беа поограничени во споредба со другите анализирани канали на МРТ и приватни телевизии. Но, има индикации кои сугерираат дека Спортскиот канал во овој поглед се однесуваше слично како и Првиот програмски сервис. Во првиот примерок не беа забележани драматични родово натопени конструкции, но беа регистрирани неколку објективизирачки конструкции како „симпатичната, минијатурна Лин Лиу“, „првата дама на светскиот тенис Моника Селеш“ итн. Во вториот примерок имаше неколку примери кои го поткрепуваат заклучокот дека во овој поглед спортскиот канал е споредлив со Првиот програмски сервис. Пред сè поради тоа што повеќе преноси кои беа емитувани на првиот канал беа емитувани и на Спортскиот. Така на пример и овде можеше на 27 јули да се слушне следнава конструкција од спортски пренос: [...] еве додека траат овие загревања, нешто повеќе како излегуваат овие симпатични девојки, најголем дел од нив тинејџерки [...].

Интересно е како во некои искази се конструираше симболичка еквиваленција меѓу исходот на спортскиот терен и сплотувањето (јакнењето) на нацијата - како на пример оваа конструкција објавена на 27 јули и репризирана на 28 јули и 1 август: „да се бориме за успеси

зашто спортот ја спојува нацијата највеќе од сè/од каде ти е силата во раката, од каде тој софтвер што се става во десницата навечер за другиот ден да одигра сè како што треба?“. Следнава конструкција, пак, објавена на 27 јули и репризирана на 28 и 30 јули - покрај митологизираниот епски наратив за неуништливоста на македонскиот народ – очигледна поедноставена инвокација на романот на Петре М. Андреевски – носи и експлицитна отворена политичка порака во која, според импликација, монолитно конструираните политичари се контрастирани со националните херои од спортскиот домен: „македонските одбојкари најдоа сила да се надминат по оние слаби партии, да најдат сила да победат, таму каде што не можат да дадат хартија и да речат потпишете овде, таму тој македонски пиреј вирее, луѓе мои, политичари учете од овие момци што се борат за Македонија со целото свое срце“. Конечно, и во ова истражување, како и во претходни истражувања во Северна Македонија споменати во прегледот на литература, извира воинствена реторика од говорот на спортските новинари, нешто многу карактеристично за спортското новинарство и глобално – во „големата слика“. Така, антагонизмот станува инхерентен на спортот кој е конструиран како војна со други средства. На пример: „Можеби немаме толку разновиден напад да можеме да ги разбиеме Босанците“ или „Зоран Карановиќ: Турците се исплашени, не толку од самите себе, туку од нашата репрезентација“.

III.4. ТВ Алфа

Вовед

ТВ Алфа е една од двете приватни телевизии кои имаат голема фреквенција на информативна спортска програма. Во двата селектирани периода на примерокот - од 4 до 10 април (пред Летните олимписки игри) и од 26 јули до 1 август (за време на Летните олимписки игри) - емитувани беа вкупно 75 изданија на спортски емисии од кои 66 беа спортски вести, а регистрирани беа и 9 изданија на спортски магазини.

Од Табела 13 се гледа дека Телевизијата емитуваше речиси еднаков број спортски емисии и во двата примерока. За време на ЛОИ, истражувањето регистрираше малку зголемен број спортски магазини, што може да се каже дека е очекувано со оглед на интензивната спортска понуда која произлегува од олимписките настани. На ТВ Алфа не беа регистрирани спортски преноси ниту во седмицата земена за примерок пред ЛОИ, ниту пак за време на игрите.

Емисија/ Примерок	Вести	Магазин	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	34	3	0	37	49,33%
Примерок 2	32	6	0	38	50,67%
Вкупно	66	9	0	75	100%

Табела 13: Фреквенција на спортски емисии на ТВ Алфа според типот

Но, од анализата на времетраењето на спортската програма во двата примерока се гледа ефектот што олимписката програма го направи врз медиумската шема – иако бројот на емитувани емисии е речиси идентичен во двата примерока, сепак во вториот примерок Телевизијата издвои видливо повеќе време за спорт. Во првиот примерок, како што се гледа на Табела 14, за спортската програма издвоени беа 2 часа 28 минути и 9 секунди (или 36,46% од вкупното времетраење на спортската програма), а во вториот примерок – 4 часа 18 минути и 13 секунди (што е 63,54% од вкупното времетраење на спортската програма). Во просек, дневно, во првиот примерок беа емитувани 21 минута и 10 секунди спортска информативна програма, а за исто толку долгиот период во седмицата за време на Игрите, во просек дневно беа емитувани 35 минути и 28 секунди.

Примерок/ Тип програма	Пренос	Информативна програма	Вкупно	%
Примерок 1	0:00:00	2:28:09	2:28:09	36,46%
Примерок 2	0:00:00	4:18:13	4:18:13	63,54%
Вкупно	0:00:00	6:46:22	6:46:22	100%

Табела 14: Времетраење на ТВ Алфа спортски емисии според типот

Може да се каже дека спортската информативна програма на ТВ Алфа е жанровски разнолика и во неа доминираат класичните новинарски форми - веста и извештајот. Веста како жанр беше најфреквентна – вкупно 226 прилози во програмата или 56,36% се всушност вести, а 112 или 27,93% од прилозите, се извештаи. Во програмата на ТВ Алфа забележливо место заземаа и освртите – информативно - аналитички жанр со елементи на спортски коментар кој е доста карактеристичен за спортското новинарство – 53 прилога или 13,22% беа прилози од овој жанр. Бројот на осврти во двата примерока беше речиси идентичен иако, со оглед на

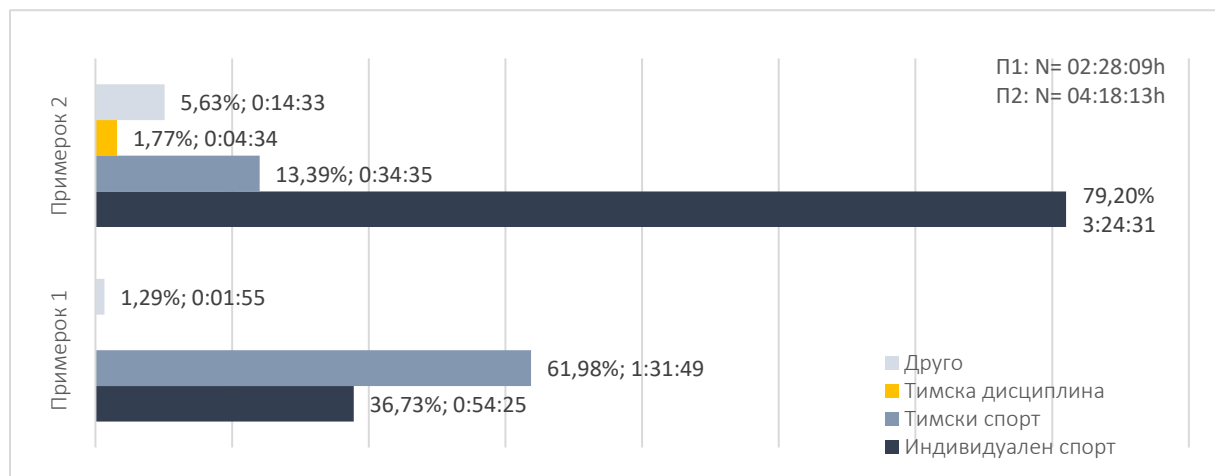
разноликоста и фреквенцијата на информации за спортот што произлегуваа од олимписката програма, можеше да се очекува повидливо место на овој жанр во вториот отколку во првиот примерок. Забележливо е дека за време на Летните олимписки игри, повеќе од тројно беше зголемена фреквенцијата на прилози од жанрот вест, што беше очекувана промена. Отсуството на преноси во вториот примерок се должи на тоа што правата за пренос на ЛОИ ги имаше Јавниот сервис.

Летните олимписки игри исто така направија видлив притисок врз спортската

Жанр/ Примерок	Вест	Извештај	Интервју	Осврт	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	54	59	4	26	0	143	35,66%
Примерок 2	172	53	6	27	0	258	64,34%
Вкупно	226	112	10	53	0	401	100%

Табела 15: Фреквенција на прилози на ТВ Алфа според специфичните жанрови

содржина на ТВ Алфа и во поглед на изборот на претставени спортови според нивниот тип. Како што може да се види на Слика 26, во примерокот земен пред почетокот на Летните олимписки игри, тимските спортови беа најзастапени во програмата со 61,98%. Во седмицата



Слика 26: Учество на индивидуалните и тимските спортови во информативната програма на ТВ Алфа во соодветниот примерок

за време на ЛОИ, пак, доминираа индивидуалните спортови соодветно на олимписката програма. Телевизијата, на тимските спортови за време на ЛОИ, им посвети една третина од времето коешто вообичаено им го издвојува ним, надвор од големото натпреварување.

Флуктуацијата во релативното времетраење на двата типови спорт, во двата примерока, може да се објасни со податоците содржани во Табела 16. Двата спорта со најголемо учество во спортската програма на Алфа за време на вториот примерок беа теквондо, спорт кој стана засилено интересен за медиумите поради успехот на македонскиот репрезентативец, и пливање. Двата се индивидуални спортови и вкупно во вториот примерок добија 2 часа 44 минути и 9 секунди што е 63,57% од вкупната спортска информативна програма на оваа телевизија за време на седмицата од ЛОИ. Сите други спортови беа далеку помалку застапени во уредничкиот избор.

ТВ Алфа, исто така видливо на Табела 16, во својата спортска програма претстави разновиден спектар на спортови што е карактеристика која ја нема кај повеќето приватни телевизији чија програма беше анализирана во ова истражување. На пример, теквондо и пливање беа присутни со солидна застапеност (веднаш зад фудбалот) и во првиот примерок.

Вид спорт/примерок	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Теквондо	0:22:08	1:27:04	1:49:12
Пливање	0:23:05	1:17:05	1:40:10
Фудбал	0:51:14	0:13:42	1:04:56
Кошарка	0:21:54	0:05:26	0:27:20
Ракомет	0:17:33	0:09:34	0:27:07
Атлетика	0:00:00	0:22:10	0:22:10
ЛОИ	0:01:55	0:14:33	0:16:28
Тенис	0:04:04	0:04:59	0:09:03
Формула	0:03:43	0:02:21	0:06:04
Одбојка	0:01:08	0:03:26	0:04:34
Џудо	0:00:00	0:02:50	0:02:50
Ватерполо	0:00:00	0:01:49	0:01:49
Веслање	0:00:00	0:01:36	0:01:36
Кревање тегови	0:00:00	0:01:34	0:01:34
Борење	0:01:25	0:00:00	0:01:25
Стрелаштво	0:00:00	0:01:22	0:01:22
Гимнастика	0:00:00	0:01:19	0:01:19
Скок во вода	0:00:00	0:01:18	0:01:18
Триатлон	0:00:00	0:01:03	0:01:03
Велосипедизам	0:00:00	0:00:49	0:00:49
Скејтбординг	0:00:00	0:00:46	0:00:46
Кајакарење	0:00:00	0:00:36	0:00:36
Сурфање	0:00:00	0:00:33	0:00:33
Стрелање (пушка)	0:00:00	0:00:32	0:00:32
Баскет 3x3	0:00:00	0:00:24	0:00:24
Автомобилизам	0:00:00	0:00:20	0:00:20
Коњички спорт	0:00:00	0:00:20	0:00:20
Мечување	0:00:00	0:00:15	0:00:15
Рагби	0:00:00	0:00:14	0:00:14
Бмх	0:00:00	0:00:13	0:00:13
Вкупно	2:28:09	4:18:13	6:46:22

Табела 16: Учество на различните видови спорт во севкупната анализирана спортска програма на ТВ Алфа

Анализа на родовите аспекти во спортската програма

Од Слика 27 произлегува дека, кога се гледа севкупната спортска информативна програма на ТВ Алфа, спортовите во машка конкуренција добија најголемо времетраење во програмата. Вкупно 4 часа 23 минути и 58 секунди програма добија спортови во кои се натпреваруваа мажи, што е 64,96% од вкупното време посветено на спорт во двете анализирани седмици. Спортовите во женска конкуренција, (сметајќи ги тука и тимските и индивидуалните) добија нешто повеќе од 2 часа или 29,58% од програмата.

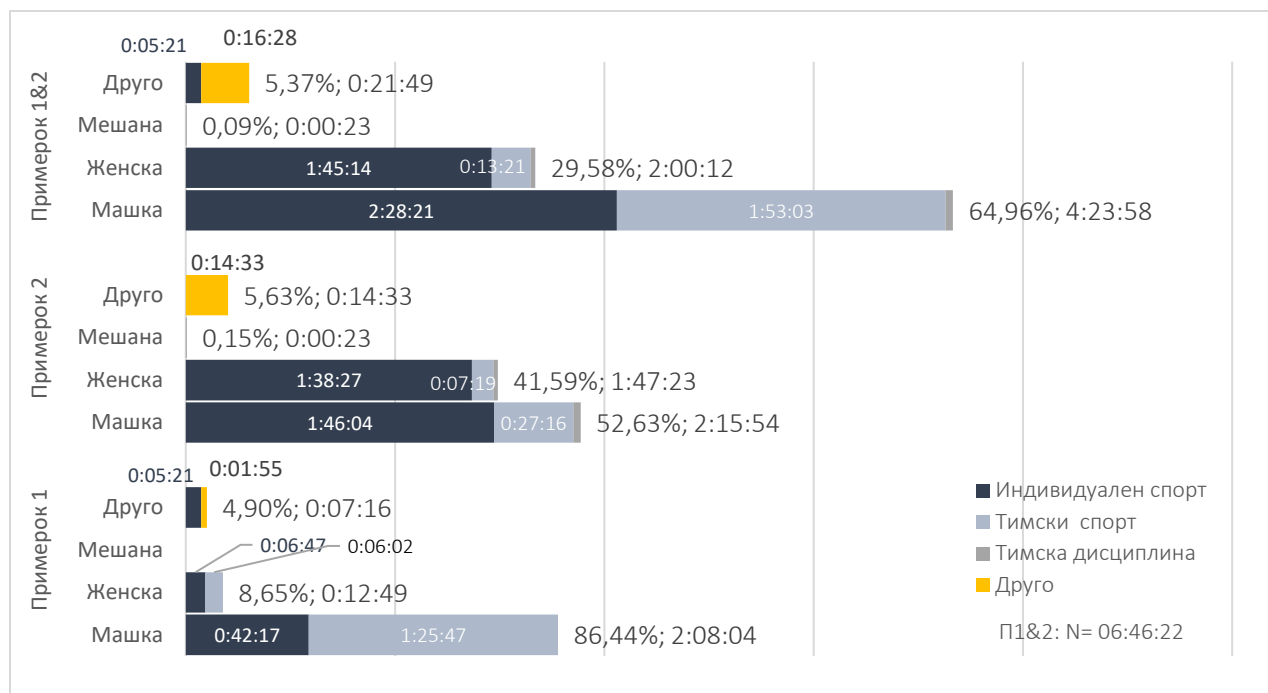
Но, дистрибуцијата на спортови во машка и женска конкуренција низ различните типови спорт и низ двата анализирани периода со соодветните примероци, открива интересна

динамика. Во примерокот земен пред Летните олимписки игри, спортовите во кои се натпреваруваа жени добија речиси занемарливо времетраење од 12 минути и 49 секунди во споредба со оние во кои се натпреваруваа мажи и на кои им беа одвоени 2 часа 8 минути и 4 секунди, што е дури 86,44% од целокупната информативна спортска програма надвор од ЛОИ.

Иако примерокот од една случајно избрана седмица пред ЛОИ е ограничен и не дозволува од него да се носат обопштувачки заклучоци, сепак овој наод може да сугерира дека вообичаената спортска програма на ТВ Алфа е доминирана од мажи, пред сè во тимски спортови. За информациите за тимските спортови во машка конкуренција издвоени беа 57,90% од вкупното времетраење посветено на спорт во примерокот пред ЛОИ, а на мажите во индивидуални спортови – 28,54%.

Кај ТВ Алфа во примерокот пред ЛОИ и индивидуалните и тимските спортови во женска конкуренција добија подеднакво мало внимание – времето посветено на информациите за жените во индивидуалните спортови беше 6 минути и 47 секунди, што претставува 4,58% од вкупното време посветено на спорт во првиот примерок. На тимските спортови во женска конкуренција им беа посветени околу 6 минути, што е 4,07% од севкупното време посветено на спорт во анализираната седмица од примерокот земен пред ЛОИ.

За време на ЛОИ, не само што се зголеми учеството на индивидуалните спортови соодветно на олимписката програма, туку и значително се зголеми учеството на индивидуалните спортови во женска конкуренција. Како што се гледа на Слика 27, мажите и жените во индивидуалните спортови беа речиси подеднакво застапени – женската конкуренција во индивидуални спортови имаше 38,13% (1 час 38 минути и 27 секунди) учество во севкупната спортска програма во примерокот земен за време на ЛОИ, а машката доби 41,08% од времето (1 час 46 минути и 4 секунди). Кај тимските спортови, сепак, повторно мажите останаа видливо поинтересни за медиумот од жените. Но, од дистрибуцијата претставена на Слика 27, може сепак да се заклучи дека Спортската редакција на ТВ Алфа овозможи понудата на олимписката програма значително да влијае на половата рамнотежа во поглед на застапеноста на спортови во женска и машка конкуренција во спортската програма.



Слика 27: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на ТВ Алфа сегрегирано според тип спорт

Претставувањето на различните спортови и нивната корелација со машките и женските спортисти значи и дека спортската програма очекувано и повеќе и почесто претставуваше машки од женски спортисти, но тоа сè уште не значи и дека вкупната бројка на машки учесници беше поголема од онаа на женските. Затоа, на Слика 28, е претставена фреквенцијата на појавување на машките и женските учесници во прилозите на ТВ Алфа соодветно на нивните улоги во програмата. Вкупно, во целокупната анализирана содржина на информативна спортска програма (во 401 утврден прилог), регистрирани беа 1074 учесници во програмата⁶¹, од кои 791 или 73,65% беа мажи и 283 или 26,35% беа жени. Во првиот примерок, разликата меѓу мажите и жените учесници во програмата беше поизразена од онаа во вториот примерок. Фреквенцијата на појавност, како што се гледа на Слика 28, не е еднакво дистрибуирана низ улогите – така, иако имаше слична разлика во односот меѓу новинарите и новинарките, и меѓу спортистите и спортистките, разликата во односот меѓу мажите и жените спортски работници покажа апсолутна доминација на мажите.

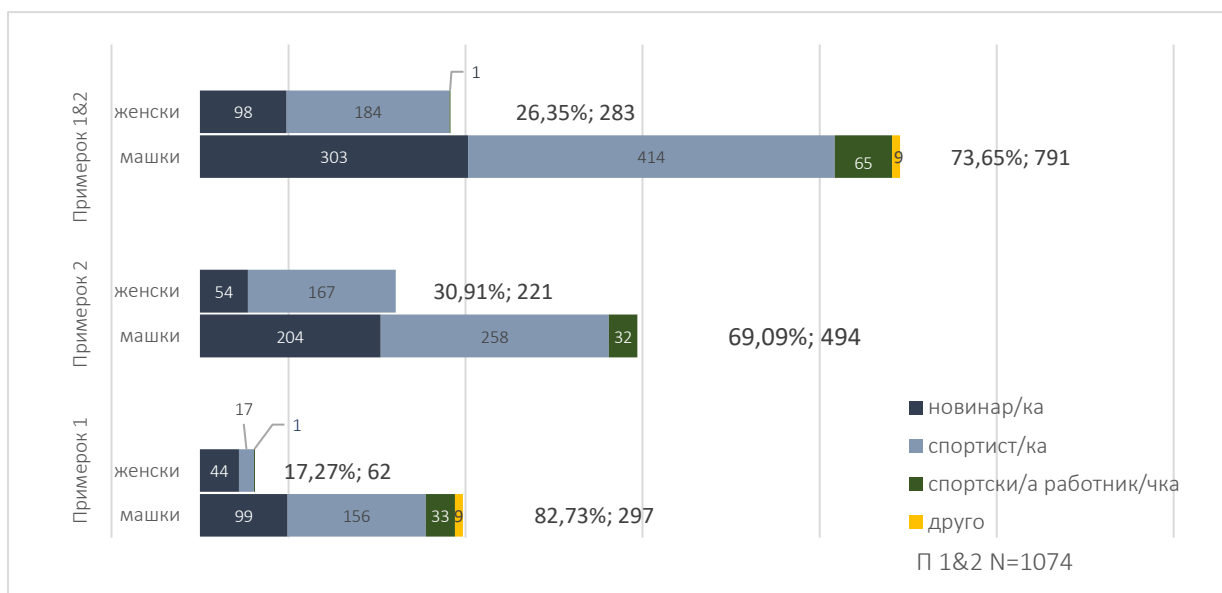
Анализата на фреквенцијата со која се појавуваа различнополови спортисти во програмата (Слика 28), покажува дека присуството на мажите и жените не кореспондираше целосно со дистрибуцијата на времетраењето на спортовите во машка и женска конкуренција. Од вкупно претставени 598 спортисти (или спортски тимови)⁶² во двата примерока, 414 или

⁶¹ Се работи поточно за инстанции на појавување на учесници во програмата во основната единица на анализа - а тоа е единица прилог – не се работи за број на уникатни учесници, односно ист учесник во програмата е сметан повеќе пати ако се појавува во повеќе прилози во истото издание на информативната програма.

⁶² Во оваа бројка не влегуваат поединците кои се дел од тимските спортови – на пример таму каде што се прикажани фудбалски тимови, кодирано е еднаш како тим мажи.

69,23% беа мажи и 184 или 30,77% беа жени. Ова е индикатор дека и во севкупната програма на ТВ Алфа, според фреквенцијата на појавност, доминираат машките спортисти.

Секако, дистрибуцијата на спортистките и спортистите во двата примерока не беше рамномерна. Така, на Слика 28, се гледа дека во примерокот земен пред ЛОИ во прилозите имаше апсолутна доминација на мажи меѓу спортистите – од вкупно 173 спортист(к)и кои беа претставени во програмата на Телевизијата, 156 или 90,17% беа мажи, а 17 или 9,83% беа жени. Во вториот примерок пак, од вкупно претставените 425 спортист(к)и во програмата - 258 или 60,71% беа мажи и 167 или 39,29% беа жени. Летните олимписки игри, односно природата на спортовите кои се најчесто на олимписката програма, значи, ја ублажија видливо, но не ја елиминираа целосно, разликата во соодносот.



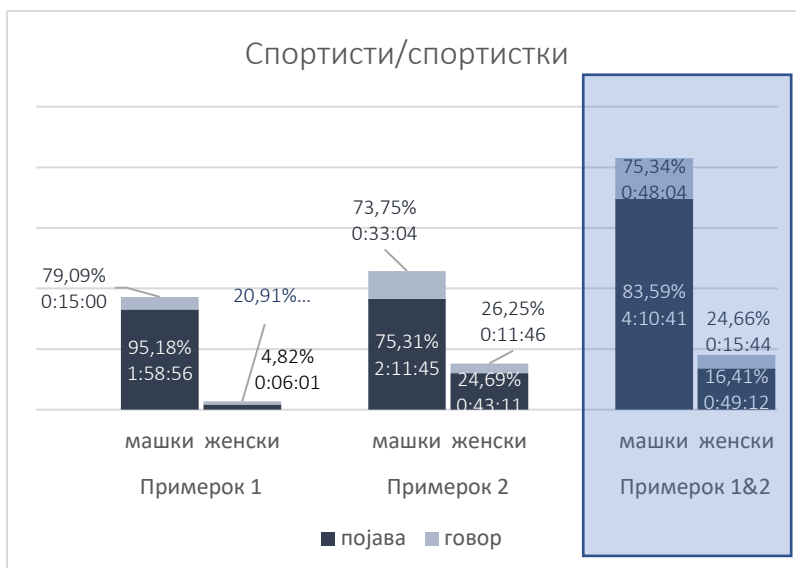
Слика 28: Фреквенција на појавување на машки и женски учесници во спортската програма на ТВ Алфа во единица прилог и сегрегирано според тип улога

Фреквенцијата на појавност, сепак, не значи веднаш дека на мажите спортисти им беше дадена поактивна или доминирачка улога во прилозите. Затоа, ова истражување собра податоци и за тоа колку од вкупното време во кое беа претставени различнополови спортисти во програмата им беше издвоено на мажите, а колку на жените - во смисла на нивната визуелна и во смисла на нивната вербална презентација (поедноставно - во колкава порција од вкупното време, различнополовите спортисти се појавуваа со слика во емитираните прилози, а во колкав дел во прилозите им беше овозможено да зборуваат).

На Слика 29 се гледа дека на ниво на двата примерока заедно, во прилозите, спортистките визуелно беа претставени во 16,41% од времето, а спортистите во 83,59%. Мажите исто така доминираа и според времетраењето што им беше отстапено за нивната вербална презентација - времето во кое спортист(к)ите зборуваа е дистрибуирано вака: 75,34% од вкупното време во кое спортист(к)ите употребуваа говор за пред медиумот да се

претстават себеси или да претстават некој аспект од нивната работа, им беше посветено на мажите, а 24,66% на жените.

Повторно, податоците и во овој параметар не се подеднакво дистрибуирани низ двата примерока. Во првиот примерок, спортистите се појавуваа во 95,18% од времето во кое имаше визуелна презентација на спортист(к)и, а говореа во 79,09% од вкупниот говор. Во вториот примерок, разликата сè уште беше голема, но таа беше ублажена поради типот на спортската понуда - во овој примерок во 75,31% од времето во кое имаше визуелна презентација на спортист(к)и, се работеше за мажи, и во 73,75% од времето во кое спортист(к)ите говореа - се работеше за мажи кои говорат пред камерите.



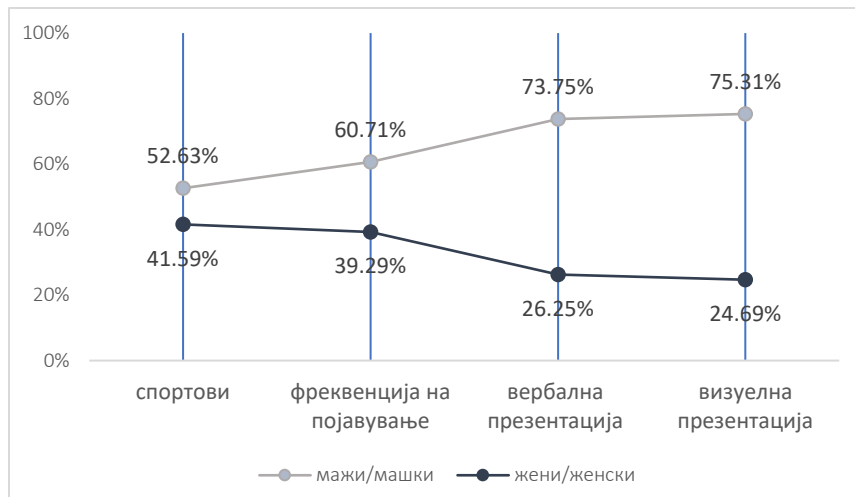
Слика 29: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортистите и спортистките во информативната програма на ТВ Алфа

За првиот примерок одговорот на прашањето за машка доминација е јасен – рамномерно се дистрибуирани сите параметри на машка доминација - доминираа тимски спортови во машка конкуренција, во иста мера, спортистите беа апсолутно доминантни и според фреквенцијата на појавност и според времето во кое визуелно се појавуваа пред камерите и според времето кое им беше отстапено како говорници пред микрофоните. Но, поради „ублажувачкиот“ ефект кој олимписката понуда го остави врз претставувањето на различнополовите спортисти, податоците за вториот примерок се посложени и во таа насока поинтересни за анализа и има потреба тие визуелно да се претстават.

Имено, додека во вториот примерок (за време на Летните олимписки игри), како што видовме, иако присутна – сепак беше значително ублажена разликата во времетраењето на претставување на спортовите во машка (52,63%) наспроти спортовите во женска конкуренција (41,59%)⁶³, истото движење на соодносот, не беше следено и кај другите параметри поврзани со спортистите и спортистките – (1) фреквенцијата на појавување, (2) вербалната презентација

⁶³ Агрегацијата на вредностите тука не е 100 поради тоа што во кодната рамка се кодирани и други спортски прилози во кои нема присуство на спортови во машка и женска дисциплина, па се обележани со „друго“. Такви се на пример прилозите во кои се зборува за Ковид – 19 и ЛОИ или во кои се зборува генерално за организација на ЛОИ и сл. Исто така, незначителен 0,15% од спортовите се категоризирани во мешана конкуренција така што тие не можат значително да влијаат врз заклучокот на овој наод.

и (3) визуелната презентација. Како што може да се види на Слика 30, за време на ЛОИ, и покрај зголеменото присуство на спортови во женска конкуренција во однос на оние во машка, спортистите - мажи беа тие кои имаа растечка фреквенција на присуство во спортските прилози и тие беа оние кои имаа видливо и значително поголема шанса да се појават во емитуваните прилози визуелно и со говор.



Слика 30: Сооднос меѓу спортистите и спортистките претставен на четири мерни параметри во вториот примерок земен за време на ЛОИ на ТВ Алфа

Од Слика 28 произлезе дека на ТВ Алфа, на ниво на двата примерока заедно, новинарките имаа 98 појавувања во различни прилози на спортската информативна програма⁶⁴, што претставува 24,44% од вкупниот број појавувања на новинар(к)и во различни прилози во спортската програма. Новинарите, наспроти ова, имаа 303 појавувања, што е 75,56%. Зад овие појавувања стојат неколку уникатни идентитети на новинарите и новинарките на ТВ Алфа, како што може да се види на Табела 17. Најголема фреквенција, очекувано имаше од тројцата новинари кои во ТВ Алфа се дел од Спортската редакција, во која има различнополови новинари, што не е чест случај кај телевизиските куќи во РСМ.

Име	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Перо Момировски	50	130	180
Слаѓан Ивковиќ	48	73	121
Наташа Станчиќ	42	48	90
Ивана Крстевска Јаневска	2	4	6
Цеце Николова	1	1	2
Бојана Крстевска	0	1	1
Коле Чашуле	0	1	1
Вкупно	143	258	401

Табела 17: Фреквенција на појавувања на поединечни новинари на ТВ Алфа

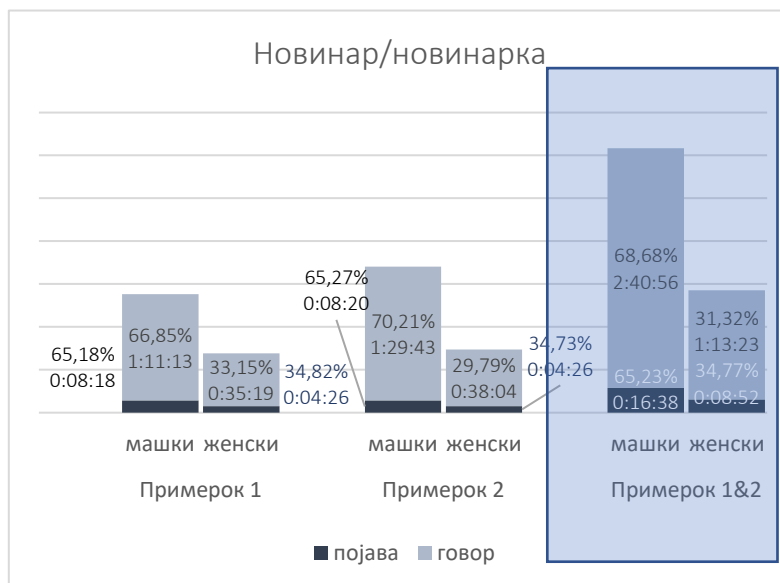
Малку помалата фреквенција на појавувања која ја имаше новинарката во соодветен однос со секој од двајцата други спортски новинари може да се должи на случаен ефект на примерокот. Но, во првиот примерок дистрибуцијата беше очекувана во согласност со соодносот на мажи и жени новинари.

Овие карактеристики изгледа дека се следени од бројките произлезени од другите мерни параметри на полова застапеност во програмата. Како што може да се види на Слика

⁶⁴ Се работи поточно за инстанции на појавување на учесници во програмата во основната единица на анализа, а тоа е единица прилог – не се работи за број на уникатни учесници, односно кога еден учесник се појавува повеќе пати – секое појавување се кодира поединечно.

31, односот меѓу новинарите и новинарките во пренесувањето на спортските вести вербално и со визуелната презентација, грубо земено, одговара на нивното присуство во Редакцијата. Соодносот е стабилен и во двата примерока посебно, како и во двата примерока заедно.

За говор на новинарките, во двата примерока заедно, издвоени беа 31,32% од програмата, а за новинарите 68,68%. Во визуелна презентација, новинарите се појавија во 65,23% од времето, а новинарките во 34,77% од програмата. Податоците за новинар(к)ите покажуваат дека жените беа константно присутни во сооднос од 1/3 од мажите каков што е и соодносот на вработени во Спортската редакција.



Слика 31: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на новинарите и новинарките во информативната програма на ТВ Алфа

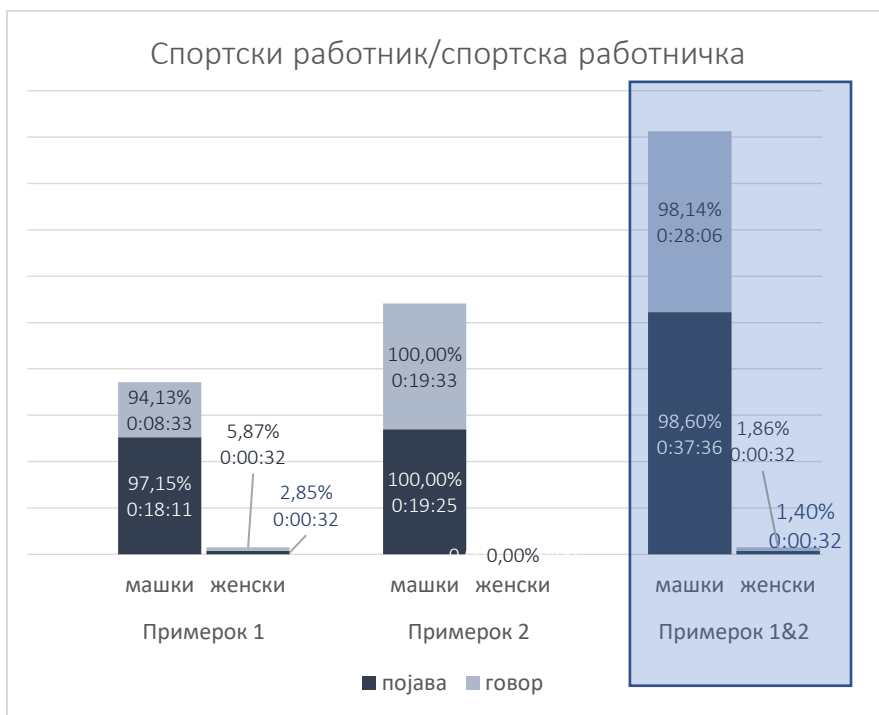
Во поглед на присуството на различнополови спортски работници видлива е апсолутна доминација на мажите. Како што беше видливо на Слика 28, од 34-ца спортски работници/чки кои се појавуваа во програмата во првиот примерок - 33 беа мажи и само една жена. Сите 32-ца кои се појавуваа во вториот примерок беа исто така мажи.

Овој наод е поинтересен за анализа кај вториот примерок, во кој спортовите во женска конкуренција заземаа сепак попроминентно место во однос на првиот примерок. Така, може да се каже, дека за време на Летните олимписки игри 2020, доминантно мажи експерти, зборуваа за спортовите и во машка и во женска конкуренција и во име на спортистите и во име на спортистките.

И покрај оваа апсолутна доминација на спортски експерти и спортски работници, сепак е потребна анализа на визуелната и на вербална презентација за да се види - како на Слика 32 - колку време им беше посветено на мажите за да се добие целосна слика за половата застапеност и репрезентација (Слика 32).

На ТВ Алфа, во 65-те појавувања на спортски експерти или спортски работници во вкупното време на двата примерока, тие со слика се појавија во времетраење од 37 минути и

36 секунди. Наспроти ова, говорот на едната жена во категоријата спортски експерт(к)и или спортски работници/чки траеше само 32 секунди. За говор, како што може да се види на Слика 32, на спортските работници им беа издвоени 28 минути и 6 секунди. Во двата примерока заедно, мажите сочинуваат над 98% и од визуелното и вербалното појавување на двата пола како спортски експерт(к)и: 69,57% % од вкупниот говор на спортските работници доаѓа од вториот примерок и 51,64% од визуелната презентација доаѓа оттаму.



Слика 32: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортските работници и работнички во информативната програма на ТВ Алфа

Медиумското покривање на спортистите и спортистките во кодната рамка беше евалуирано во смисла на тоа кој аспект од нивото појавување во соодветниот спорт, беше нагласен од страна на новинарот. И во двата примерока не беше идентификувана ниту една инстанција во која, во спортската информативна програма на ТВ Алфа, кај спортист(к)ите се акцентираше нивната сексуалност, а во огромно мноштво објави се акцентираше нивното спортско достигнување.

Дополнително, кога се појавуваа спортистки, со исклучок на три случаи во вториот примерок, нивната улога беше претставена со користење на именки во женски граматички род.

Во согласност со стилот на Спортската редакција на овој медиум, кој е повеќе информативен од аналитички, во програмата не се отвораа интерсекциски теми кои би излегле надвор од рамките на пренесувањето на резултатите и атмосферата од спортските натпреварувања. Прашањата на родот или расата во оваа насока не се отвораа во информативната спортска програма.

И овде, во првиот примерок не беше утврдена позитивна корелација меѓу конкуренцијата на која се однесува спортот и употребата на неутрализирачки односно ородувачки именки за односниот спорт – имињата на спортовите и во машка и во женска конкуренција беа употребувани пред сè во својата генеричка форма и тука не може да се изнесе некој валиден заклучок со родова импликација. Но, тоа не е целосно случај со вториот примерок во кој спортовите во машка конкуренција беа употребени во нивната генеричка

форма, а женската конкуренција беше употребена во својата ородувачка форма – женски ракомет или женска одбојка, наспроти само одбојка и само ракомет, како што најчесто беше во машката конкуренција.

Во сите објави меѓутоа, кои се однесуваа на македонските спортист(к)и на ЛОИ, без исклучок се користеше придавките „нашиот“/„нашите“. Но, не може да се каже дека е посведочен дискурс во кој прашањето на родот е поврзано со прашањето на нацијата на некаков триумфалистички начин – известувањето така е во рамките на она што е вообичаено за пренесувањето информации за спортски настани во кои учествуваат македонски спортист(к)и.

III.5. ТВ Алсат - М

Вовед

Во двата селектирани периода на примерокот – пред Летните олимписки игри (од 4 до 10 април) и за време на игрите (од 26 јули до 1 август), на Алсат - М беа емитувани вкупно 36 изданија на спортски емисии од кои 35 или 97,22% беа изданија на спортски вести, а регистрирано е едно издание на спортски магазин. Во вториот временски исечок кој го покрива траењето на Летните олимписки игри 2020, имаше повеќе спортски настани на понудата, а немаше спортски преноси. Телевизијата во овој период емитуваше нешто повеќе изданија информативна програма, отколку во примерокот пред почетокот на ЛОИ (види Табела 18 и Табела 19). Од вкупно 36 изданија на информативна програма (спортски вести и магазини), 55,56% беа емитувани во примерокот кој се поклопува со ЛОИ.

Емисија/ Примерок	Вести	Магазин	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	15	1	0	16	44,44%
Примерок 2	20	0	0	20	55,56%
Вкупно	35	1	0	36	100,00%

Табела 18: Фреквенција на спортски емисии на ТВ Алсат - М според типот

Но, анализата на времетраењето на оваа програма дава поинаква слика за дистрибуцијата на спортските содржини. Иако во примерокот кој се поклопува со ЛОИ, ТВ Алсат - М објави 5 изданија на вестите повеќе од оние во првиот примерок - тие во просек траеја пократко. Така, само 43,44% од времето посветено на спортска програма, беше време од вториот примерок. Сепак, не може да се каже дека постои значајна разлика меѓу начинот на кој Спортската редакција на Алсат - М ги покрива настаните за време на траењето на големи спортски настани од една страна, и во време кога нема такви настани, од друга страна.

Тип програма/ Примерок	Пренос	Информативна програма	Вкупно	%
Примерок 1	0:00:00	1:43:36	1:43:36	56,56%
Примерок 2	0:00:00	1:19:34	1:19:34	43,44%
Вкупно	0:00:00	3:03:10	3:03:10	100%

Табела 19: Времетраење на спортски емисии на ТВ Алсат - М според типот

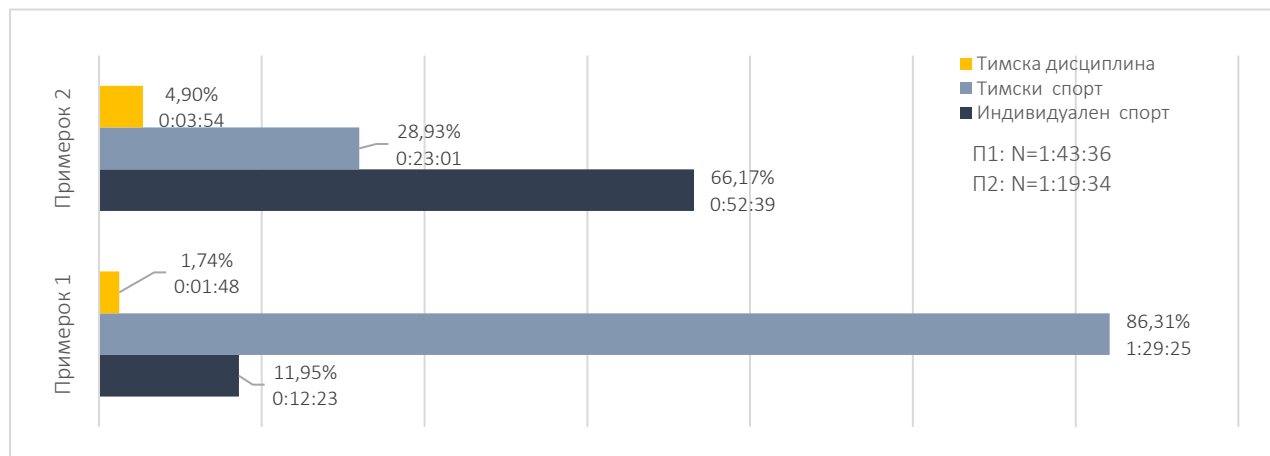
Во спортските емисии на Алсат - М доминираа класичните новинарски жанрови како веста и извештајот (Табела 20). Вкупно 118 прилози беа од жанрот вест, што е 75,16% од вкупната фреквенција прилози. Дваесет и осум од прилозите беа од жанрот извештај, што претставува 17,83% од вкупната фреквенција прилози. Истражувањето регистрираше и помала фреквенција на поаналитички жанрови – на пример, 6 прилози беа осврти и сите дојдоа од примерокот за време на ЛОИ. И во првиот примерок беа регистрирани едно интервју и 4 групни интервјуа или дебати. Видлива е значајно поголемата фреквенција на содржина од жанрот вест во првиот отколку во вториот примерок: 74 прилози, или 62,71% од

вкупната фреквенција на прилози од жанрот вести, беа објавени во првиот примерок, а 45 што е 37,29% беа од вториот примерок - неочекувано со оглед на значително поголемата понуда на спортски настани за време на ЛОИ. Бројот на извештаи, притоа, беше незначително зголемен, но затоа се појавија осврти – жарови во кои спортските новинари за време на значајни настани прават аналитички преглед на денот.

Жанр/ Примерок	Вест	Извештај	Интервју	Осврт	Дебата	Вкупно	%
Примерок 1	74	12	1	0	4	91	57,96%
Примерок 2	44	16	0	6	0	66	42,04%
Вкупно	118	28	1	6	4	157	100%

Табела 15: Фреквенција на прилози на ТВ Алсат - М според специфичните жанрови

Како што може да се забележи на Слика 33, тимските спортови на оваа телевизија добија поголемо значење во вообичаеното известување за спортски настани. Во примерокот земен пред почетокот на ЛОИ, вкупно 1 час 29 минути и 25 секунди, што е 86,31% од севкупната спортска програма таа седмица, им беа посветени на тимските спортови. Телевизијата, сугерира овој наод, од целокупната фактичка понуда спортски настани во време кога нема големи натпреварувања, е поверојатно да биде пристрасна кон тимските спортови. Обратно, Летните олимписки игри 2020 беа настан на кој имаше поголема понуда на индивидуални отколку на тимски спортови. Но, разликата меѓу тимските и индивидуалните спортови во вториот примерок го нема истиот сооднос како во првиот примерок. Ако во првиот примерок на тимските спортови им беа издвоени 86,31% од времето, во вториот примерок на индивидуалните им беа издвоени 66,17%. Сепак, податоците покажуваат дека фокусот на типот спорт на Телевизијата беше детерминиран од понудата на ЛОИ.



Слика 33: Учество на индивидуалните и тимските спортови во информативната програма на ТВ Алсат - М во соодветниот примерок

На фудбалот, во двата примерока му беше посветено најголемо внимание, иако во вториот примерок доби речиси изедначено време со пливањето. Овој спорт имаше апсолутна доминација во првиот примерок, но не и за време на Летните олимписки игри, кога фудбалот вообичаено се натпреварува за медиумско покривање со други спортови, како атлетика или пливање кои традиционално имаат значајно место во програмата на ЛОИ. Во првиот примерок, само на фудбал беа посветени 1 час 13 минути и 40 секунди што е дури 71,11% од севкупната спортска програма во примерокот земен пред ЛОИ. За време на ЛОИ, фудбалот доби 17 минути и 42 секунди што е 22,25% од вкупното времетраење на спортската информативна програма во вториот примерок. На ниво на целата анализирана програма во двата примерока кумулативно, фудбалот доби 1 час 31 минута и 22 секунди што е 49,88% од програмата.

Вид спорт/примерок	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Фудбал	1:13:40	0:17:42	1:31:22
Пливање	0:00:00	0:17:29	0:17:29
Кошарка	0:10:34	0:02:51	0:13:25
Теквондо	0:02:04	0:08:20	0:10:24
Атлетика	0:03:07	0:06:33	0:09:40
Тенис	0:04:18	0:04:48	0:09:06
Моторции	0:00:00	0:06:00	0:06:00
Ракомет	0:04:00	0:01:34	0:05:34
Џудо	0:00:00	0:04:50	0:04:50
Формула	0:03:14	0:00:00	0:03:14
Дигање тегови	0:00:00	0:03:00	0:03:00
Бокс	0:01:28	0:01:02	0:02:30
Борење	0:00:00	0:02:21	0:02:21
Триатлон	0:00:00	0:01:24	0:01:24
Америк фудбал	0:01:11	0:00:00	0:01:11
Карате	0:00:00	0:00:58	0:00:58
Скејтборд	0:00:00	0:00:42	0:00:42
Вкупно	1:43:36	1:19:34	3:03:10

Табела 21: Учество на различните видови спорт во севкупната анализирана спортска програма на ТВ Алсат - М

И во програмата на Алсат - М значајно место му беше посветено на спортот теквондо поради успехот на македонскиот натпреварувач, а нешто помало време му беше посветено на џудото, во кое косовска натпреварувачка го освои златниот медал. Сепак, од индивидуалните спортови најголем интерес Телевизијата имаше за пливањето.

Анализа на родовите прашања во спортската програма

Анализата на родовите аспекти на севкупната спортска информативна програма на ТВ Алсат - М, укажува на тоа дека таа е доминирана од тимски спортови во машка конкуренција (пред сè фудбал). Како што се гледа на Слика 34, во двата примерока заедно, на спортовите во машка конкуренција им беа посветени 2 часа 33 минути и 5 секунди, што претставува 83,58% од севкупното времетраење на спортската информативна програма. На спортовите во женска конкуренција вкупно им беа посветени 24 минути и 23 секунди или 13,31% од вкупната информативната програма, односно има очигледна доминација на натпреварите во кои учествуваат мажи.

Од вкупното време посветено на машката конкуренција – на тимските спортови им беа посветени вкупно 1 час 48 минути и 41 секунда, или 71% од вкупното време издвоено за спортови во кои се натпреваруваа мажи (тоа е 59,34% од севкупното времетраење на спортската информативна програма во двата примерока заедно). На индивидуалните спортови во машка конкуренција им беа издвоени 44 минути и 24 секунди вкупно, што претставува 29% од севкупната програма посветена на спортови во машка конкуренција (односно 24,24% од вкупното времетраење на спортската информативна програма во двата примерока заедно).

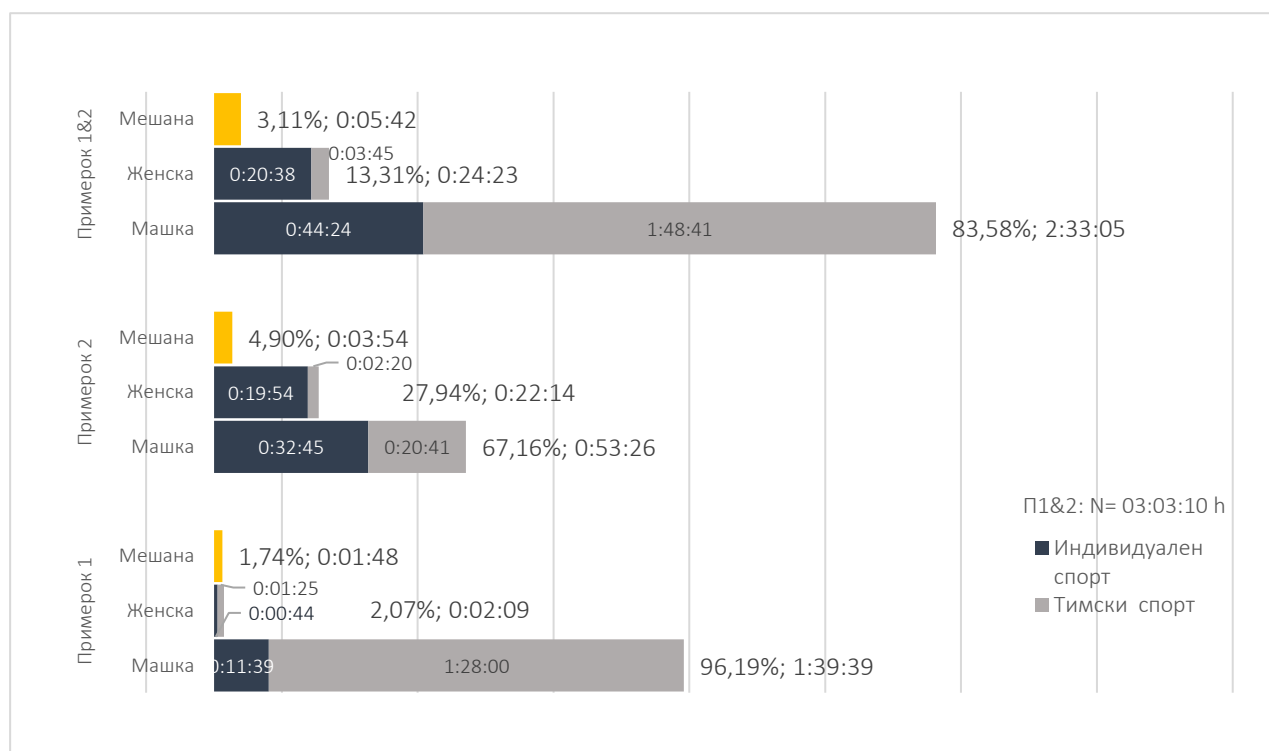
Од севкупното време издвоено за спортови во женска конкуренција, покривањето на индивидуалните спортови беше доминантно. Ним им беа посветени 20 минути и 38 секунди, што претставува 84,62% од севкупното време посветено на спортови во кои се натпреваруваа жени (тоа е сепак, само 11,26% од севкупното времетраење на спортската информативна програма).

Очекувано, овие податоци не се еднакво дистрибуирани низ двата примерока – Летните олимписки игри, сепак правеа видлив притисок врз спортската програма на ТВ Алсат - М. Поради нив, споредбено меѓу примероците од програмата земени пред и за време на Летните олимписки игри 2020, зголемено беше присуството на спортови во индивидуална конкуренција. Тие, пред Олимпијадата, во женска конкуренција добија само 44 секунди од телевизиското време, а во примерокот земен за време на ЛОИ добија 19 минути и 54 секунди. Значи, 96,45% од севкупното време посветено на индивидуални спортови во женска конкуренција - дојдоа од вториот примерок. Тимските спортови во женска конкуренција добија мало внимание и за време и пред Олимписките игри, иако за една минута беше зголемено времетраењето на информациите поврзани со женски тимски спортови.

Тимските спортови во машка конкуренција во редовната програма (во примерокот земен пред ЛОИ) доминираа во вниманието што им го посвети Телевизијата. Ним им беа посветени 1 час и 28 минути што претставува 88,31% од времето издвоено за спортовите во машка конкуренција воопшто во првиот примерок. Од вкупното време посветено на тимски спортови во првиот примерок (1 час 29 минути и 25 секунди), на тимските спортови во машка конкуренција им беа посветени 98,42%. Ним им беа дадени и 84,94% од вкупното време за информации за спортови во двете конкуренции заедно во првиот примерок. Конечно, 80,97% од вкупното времетраење на емитуваните содржини поврзани со тимски спортови во машка конкуренција, пренесени во двата примерока, дојдоа од примерокот земен пред ЛОИ. Видливо беше опаднат фокусот на тимски спортови во машка конкуренција во примерокот земен за време на ЛОИ.

И покрај тоа што за време на Летните олимписки игри, присуството на индивидуални спортови во женска конкуренција беше значително зголемено во споредба со примерокот земен пред ЛОИ, сепак ним им беше издвоено значајно помалку време од она што беше издвоено за индивидуални спортови во машка конкуренција во вториот примерок. Од времето посветено на индивидуални спортови во вториот примерок, 62,20% отпадна на машката конкуренција, а 37,80% на женската.

Може да се забележи дека анализата на редовната спортска информативна програма на Алсат - М укажува на тоа дека спортовите во машка конкуренција воопшто, а особено тимските спортови (и тоа особено фудбалот) доминираат во програмата. Потоа, може да се забележи дека природата на Летните олимписки игри, во кои има спектар од индивидуални спортови, го измени фокусот на Телевизијата кон индивидуалните спортови соодветно на понудата, и ја намали вкупната разлика во времето посветено на мажите и на жените. Сепак, разликата меѓу мажите и жените остана значајна и за време на Олимписките игри, кога на програмата имаше значително повеќе можности да се пренесуваат индивидуални и тимски спортови во женска конкуренција.



Слика 34: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на ТВ Алсат – М, сегрегирано според тип спорт

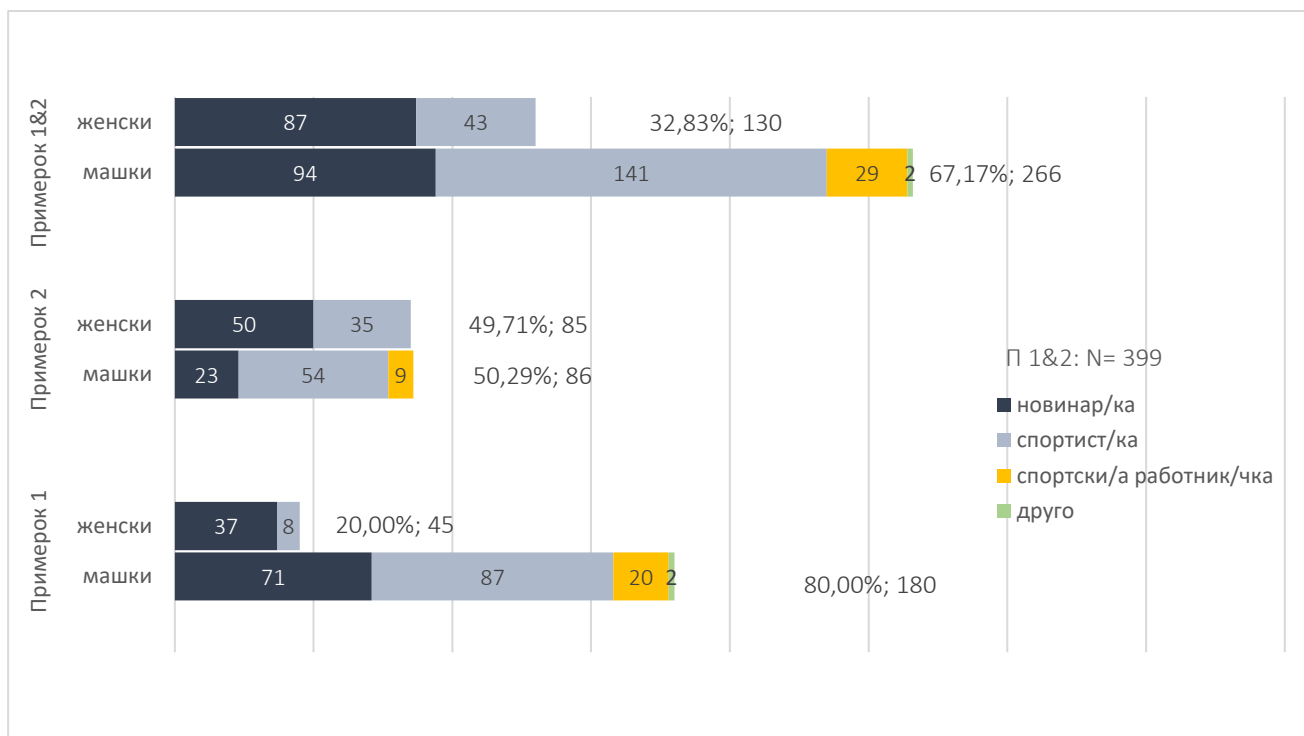
Претставувањето на различните типови спорт и нивната корелација со машката и женската конкуренција значи и дека можеше да се очекува дека спортската програма, и повеќе и почесто, ќе претставува спортисти отколку спортистки. На Слика 35 е претставена фреквенцијата на појавување на машките и женските учесници во прилозите на ТВ Алсат - М, соодветно на нивните улоги во програмата – не сметајќи ги тука уредниците/чките на кои во истражувањето не можеше конзистентно да им се одреди идентитетот, и во таа насока половата дистинкција.

Вкупно, во целокупната анализирана содржина на информативна спортска програма (во 36-те емисии и низ 157-те утврдени прилози), регистрирани беа 396 учесници во програмата⁶⁵, од кои 266 или 67,17% беа мажи и 130 или 32,83% жени.

Во смисла на фреквенција на појавувања на машките и женските учесници во програмата, ТВ Алсат - М се издвојува од другите приватни телевизии. Кај неа е видливо намалена разликата во инстанции на присуство на мажите и жените под влијание на ЛОИ. Како што може да се види на Слика 36, во вториот примерок речиси беше изедначено присуството на учесници мажи и жени во програмата. Но, подлабок поглед во графиконот ја открива структурата на тоа присуство, од што веднаш може да се заклучи дека инстанциите на појавност на новинарите се елементот кој ја намалува разликата – останатите параметри се слични како и кај другите приватни телевизии.

Од вкупно 181 инстанција на појавност на новинари во спортската информативна програма во двата примерока заедно, 94 или 51,93% беа мажи и 87 или 48,07% беа жени. Овие фреквенции не се подеднакво дистрибуирани низ различните примероци. Во првиот примерок, земен пред ЛОИ, имаше вкупно 108 појавувања на новинар(к)и од кои 71 или 65,74% беа мажи, а 37 или 34,26% беа жени. Обратно, во вториот примерок (за време на ЛОИ) имаше засилено присуство на новинарките – од 73 новинарски појавувања, 50 или 68,49% беа на новинарки, а 23 појавувања беа на новинари, што претставува 31,51% од сите појавувања на новинар(к)и во вториот примерок. Овој наод е уникатен за оваа телевизија и треба да се гледа во контекст на стилот на презентација на нејзината информативна програма. Високата фреквенција на новинарки во програмата не е поради тоа што во Телевизијата има силно женско присуство во Спортската редакција, туку поради тоа што спортските вести се интегрален дел од општите информативни програми, па истите презентер(к)и, на крајот од дневноинформативните изданија, ги претставуваат и спортските вести.

⁶⁵ Се работи поточно за инстанции на појавување на учесници во програмата во основната единица на анализа, а тоа е единица прилог – не се работи за број на уникатни учесници, односно ако иста личност се појавила во повеќе прилози таа е секој пат посебно кодирана.



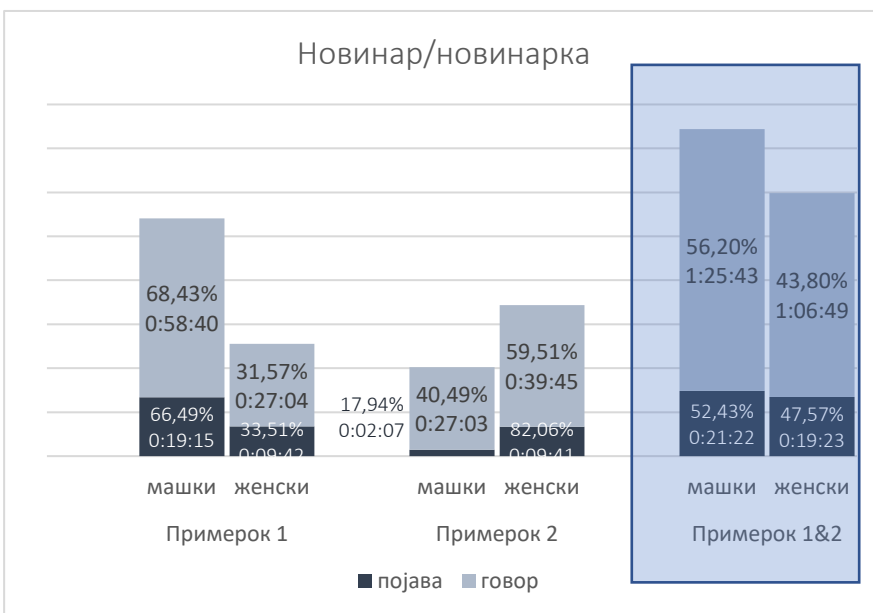
Слика 35: Фреквенција на појавување на машки и женски учесници во спортската програма на ТВ Алсат – М, во единица прилог и сегрегирано според тип улога

Како што се гледа на Табела 22, релативно големата фреквенција на појавувања на новинарките, во споредба со појавувањата на новинарите, доаѓа од две новинарки на Телевизијата кои ги презентираат дневноинформативните емисии што завршуваат со спортски вести. Од друга страна, новинарот кој имаше најголема фреквенција на појавувања воопшто, во вториот примерок доби мало времетраење - 85,25% од инстанциите на негово појавување беа од првиот примерок.

Име	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Махир Тачи	52	9	61
Зејдџане Османи	28	28	56
Еви Шкопи	5	20	25
Драги Павлевски	1	14	15
Валбон Беџети	12	0	12
N/A жени	4	2	6
N/A мажи	4	0	4
Васко Попетрески	1	0	1
Александар Димитриевски	1	0	1
Вкупно	108	73	181

Табела 22: Фреквенција на појавувања на поединечни новинар(к)и на ТВ Алсат - М

Мерењето на времетраењето на вербалната и визуелна презентација на новинар(к)ите, не открива дополнителен аспект од она што е изнесено во последните неколку параграфи – дистрибуцијата на времетраењето што им беше одвоено на новинарите и новинарките изгледа, грубо земено, конзистентна со релативната рамнотежа во фреквенцијата на појавувањата. На ниво на вербална (но, не и на визуелна) презентација, новинарите добија малку поголемо време од очекуваното, односно од она што го сугерира процентот на нивни инстанции на појавност. Ако учеството на појавувања на новинари беше 51,93%, тогаш учеството на нивната вербална презентација беше нешто повисоко и изнесува 56,20%. Обратно, новинарките добија нешто помалку говор од очекуваното според фреквенцијата на појавност.



Слика 36: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на новинарите и новинарките во информативната програма на ТВ Алсат - М

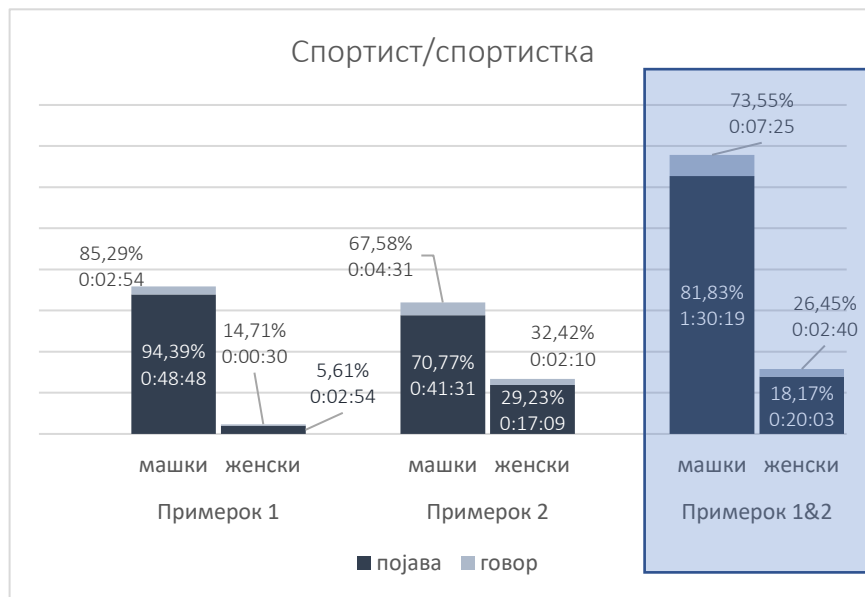
Од вкупно 184 појавувања на спортист(к)и во програмата, 141 или 76,63% беа мажи и 43 или 23,37% беа жени (Слика 35). За разлика од фреквенциите поврзани со новинарското присуство, кај спортист(к)ите имаше јасна доминација на мажите. Интуитивно, би требало да се очекува дека поголемата фреквенција на инстанции на појавност на новинарките и високиот процент на времетраење на вербална презентација кое им беше отстапено ним, може да доведе и до поголемо присуство на спортови во женска конкуренција и спортистки во програмата. Но, овој наод го сугерира спротивното.

Фреквенциите на појавност на спортист(к)ите не се подеднакво дистрибуирани низ различните примероци. Во првиот примерок, земен пред ЛОИ, машката доминација беше поизразена – од 95 инстанции на појавувања на спортист(к)и, 87 или 91,58% беа појавувања на спортисти, а само 8 или 8,42% на спортистки. Во вториот примерок, под притисок на ЛОИ, имаше нешто поголема рамнотежа: од 89 инстанции на појавувања на спортист(к)и, 54 или 60,67% беа мажи и 35 или 39,33% беа жени. Иако и во вториот примерок беше забележлива значителна разлика меѓу присуството на спортистите и спортистките, сепак ефектот на ЛОИ е јасен.

Но, фреквенцијата на инстанции на појавност е еден од неколкуте мерни параметри во ова истражување. Дополнително, беа собрани податоци за времетраењето на визуелната

(колку време спортист(к)ите се појавуваа со снимка во информативната програма) и на вербалната презентација (односно колку време беше издвоено за нивниот говор – како на пример изјава).

На Слика 37 е претставена дистрибуцијата на времетраење на вербалната и визуелна презентација на спортист(к)ите. На ниво на двата примерока кумулативно, за визуелна презентација на мажите, Редакцијата на ТВ Алсат - М издвои 1 час 30 минути и 19 секунди, што е 81,83% од севкупното појавување на спортист(к)ите. За спортистките издвоени беа 20 минути и 3 секунди, што претставува 18,17%. Ова значи дека разликата во визуелното претставување е нешто повисока од разликата во инстанциите на појавност меѓу мажите и жените. Дополнително, за вербална презентација на спортистите издвоени беа 7 минути и 25 секунди, што претставува 73,55% од севкупната вербална презентација во двата примерока заедно. За спортистките, регистрирани беа 2 минути и 40 секунди говор или 26,45%. Разликата на овој параметар е нешто помала од она што го сугерираат претходните параметри.

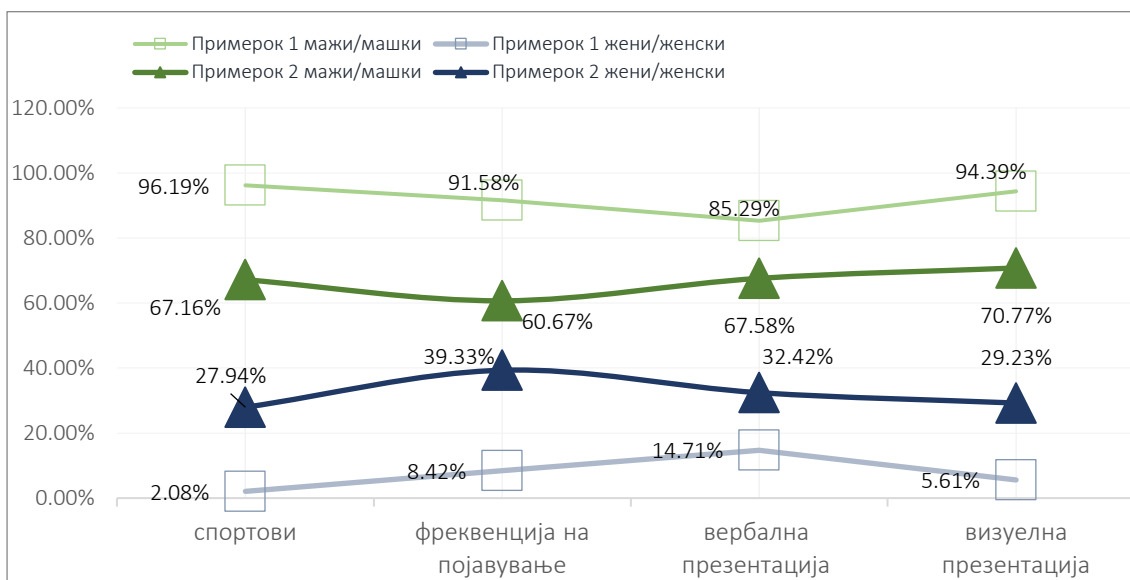


Слика 37: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортистите и спортистките во информативната програма на ТВ Алсат - М

Ова поместување на различните типови претставување е прикажано на Слика 38. Сликата покажува, на ниво на четири мерни параметри во двата примерока, споредбено каков притисок направи присуството на спортови во женска конкуренција за време на ЛОИ⁶⁶. За време на првиот примерок, имаше извесно намалување на разликата меѓу спортистите и спортистките во однос на времетраењето на вербалната презентација. Кај вториот примерок имаше нешто поголема фреквенција на инстанции на појавување на спортистките, во однос на другите параметри за мерење на нивното присуство. Но, и оваа слика не ја менува битно проценката дека и на ТВ Алсат – М, особено во редовната програма, може да се очекува

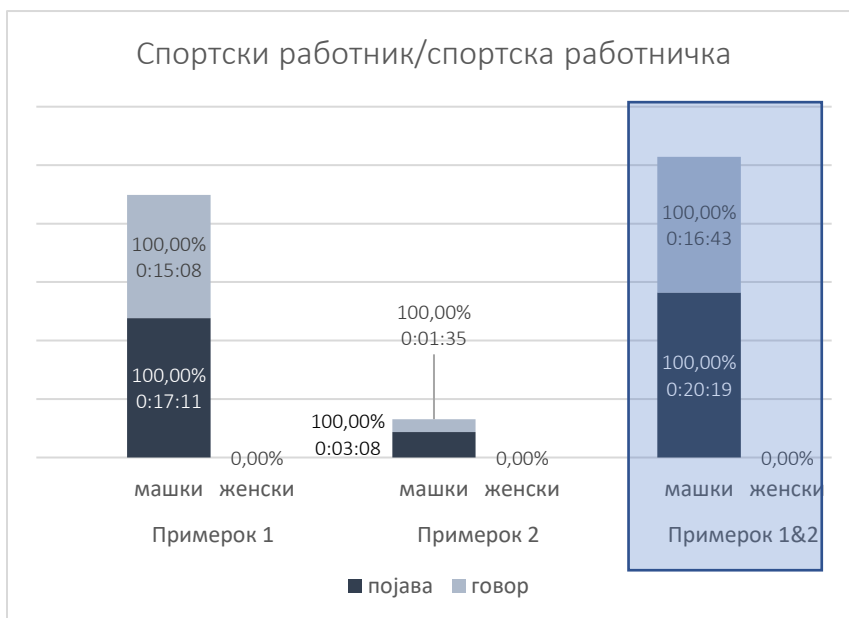
⁶⁶ Збирот на процентуално изразеното учество на спортовите не е еднаков на 100%, поради тоа што на сликата не е прикажано учеството на спортови во мешана конкуренција кои заземаат дел од претставувањето.

голема доминација на спортови во машка конкуренција и спортисти кои се значајно визуелно и вербално поприсутни, во однос на спортистките.



Слика 38: Сооднос меѓу спортистите и спортистките во спортската програма на ТВ Алсат – М, претставен на четири мерни параметри компаративно во двата примерока

Конечно од 29 инстанции на појавување на спортски експерт(к)и или спортски работници/чки, меѓу нив не се појави ниту една жена. Девет од овие појавувања, што е 31,03%, доаѓаат од вториот примерок, а 20 или 68,97% од првиот. Во оваа смисла, производот на Редакцијата на ТВ Алсат - М, и покрај тоа што беше рамномерно презентирани и од новинари и од новинарки, ги има истите карактеристики како и сите други анализирани телевизии. Присуството на спортските експерти остава впечаток на програма во која мажи зборуваат за спортовите и во машка и во женска конкуренција, и зборуваат во име на и ги анализираат и машките и женските спортисти. Овој наод сугерира дека постои и визуелна и вербална доминација на мажи меѓу спортските експерти и



Слика 39: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на мажите и жените спортски работници/експерти во информативната програма

спортските работници, иако поради ограничениот примерок, тоа не може да се искаже во форма на генерализација за вкупната спортска програма на оваа телевизија.

Во ова истражување, од родов аспект беа кодирани спортист(к)ите и спортовите на кои се однесува известувањето во информативната програма. Еден од параметрите се однесува на дискурзивните јазли преку кои медиумите ги конструираат спортистите и спортистките во рамките на феминизирачките или маскулинистичките стереотипизирачки маркери. Во програмата на Алсат - М не беше детектирана ниту една инстанција во која за машката и женската конкуренција беа употребени зборови, синтагми или реченици кои родово стереотипно ги маркираат – како кога на пример за спортистките се употребува изразот „кај дамите“, или пак за спортистите се употребуваат конструкти како „моќните Викинзи“.

Исто така, не беа детектирани инстанции на известување во кои се отвораат интерсекционални теми како родот и расата или нацијата. Спортистите и спортистките се поврзуваа, најчесто, со нивното достигнување и немаше инстанции на сексуализација на нивните тела. Исто така, за спортистките на ТВ Алсат - М се користеа претежно феминативни форми на именката.

III.6. ТВ Канал 5

Вовед

ТВ Канал 5 имаше исклучително мала фреквенција на спортска програма. Во двата селектирани периода од примерокот - од 4 до 10 април (пред Летните олимписки игри) и од 26 јули до 1 август (за време на Летните олимписки игри) - на Телевизијата беа емитувани вкупно 17 изданија на спортски емисии од кои 13 беа вести, 2 беа спортски магазини, а регистрирани беа и 2 преноси (Табела 23). Пет

Емисија/ Примерок	Вести	Магазин	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	3	0	2	5	29,41%
Примерок 2	10	2	0	12	70,59%
Вкупно	13	2	2	17	100,00%

Табела 23: Фреквенција на спортски емисии на ТВ Канал 5 според типот

изданија, или 29,41% од вкупната анализирана спортска програма, беа објавени во седмицата избрана за анализа, пред Олимписките игри. Дванаесет изданија или 70,59%, беа објавени во примерокот за време на ЛОИ. И на Канал 5, поради веќе резервираните права за емитирање, не беа емитувани преноси од ЛОИ. Десет од 13-те регистрирани спортски вести (или 76,92%) на Канал 5 беа емитувани за време на ЛОИ. Дополнително, двете изданија на спортски магазини беа емитувани за времетраењето на ЛОИ. Всушност, според фреквенцијата на објавување содржини во првиот примерок, Канал 5 немаше структурирана спортска програма надвор од известувањето за големите спортските настани.

Соодветно на малата фреквенција, мал е и жанровскиот диверзитет (Табела 24). Во 17-те изданија на спортски емисии, емитувани беа 39 посебни жанровски единици од кои 33 или 84,62% беа класични вести. Во севкупната програма во две седмици регистриран беше само еден извештај и два спортски преноса⁶⁷. Не беше регистриран ниту еден осврт во спортската програма, жанр којшто не е редок во спортското новинарство. Во

Жанр/ Примерок	Вест	Извештај	Пренос	Друго	Вкупно	%
Примерок 1	14	0	2	0	16	41,03%
Примерок 2	19	1	0	3	23	58,97%
Вкупно	33	1	2	3	39	100,00%

Табела 24: Фреквенција на прилози на ТВ Канал 5 според специфичните

жанровската дистрибуција влегоа и три објави коишто се обележани како „друго“. Тоа е затоа што се работи за контактна емисија во која се вклучуваат гледачи. Во вклучувањето се зборуваше за спортски настани - во овој случај пред сè за теквондо.

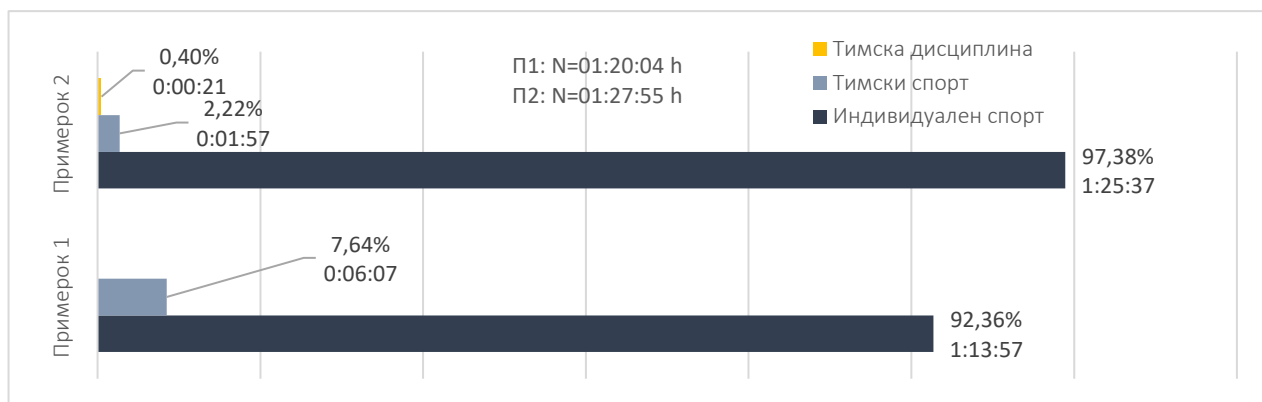
⁶⁷ Преносот во ова истражување беше двојно кодиран и како специфичен жанр во спортското новинарство и како тип емисија на медиумот. Сепак, во агрегацијата беше обработен како уникатна единица.

Табела 25, која открива колкаво времетраење му беше посветено на спортот во 17-те регистрирани спортски емисии, покажува дека во информативните изданија пред почетокот на ЛОИ, Телевизијата имаше занемарлива продукција од овој тип. Во една седмица регистрирани беа само 6 минути и 55 секунди програма, што значи дека едно издание траеше, во просек, нешто над 2 минути. Кусото времетраење се должи на тоа што Редакцијата, спортските информации ги емитуваше како серија флеш вести, еднаш во денот.

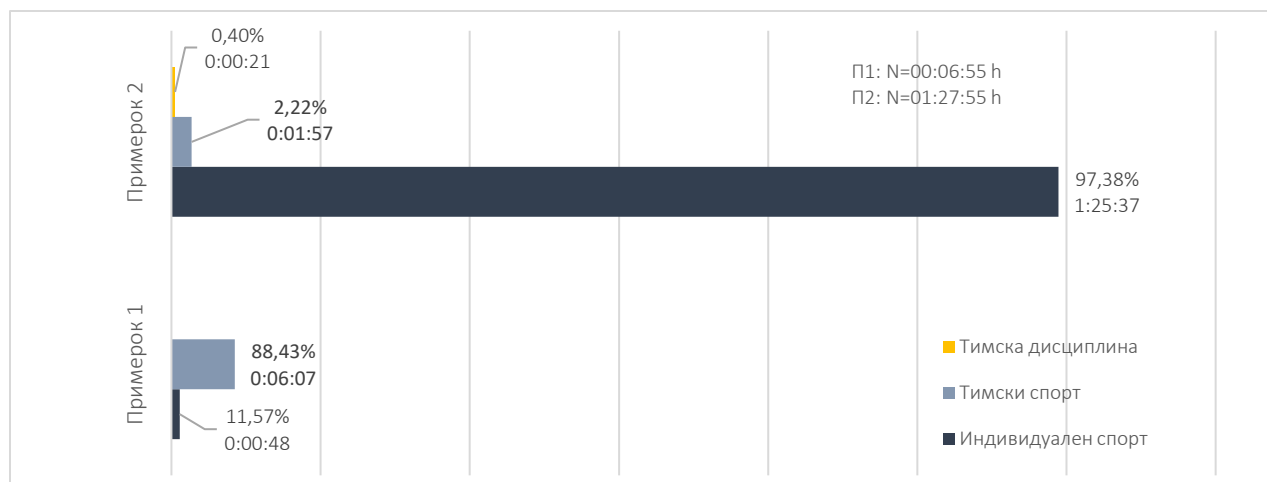
Примерок/тип програма	Пренос	Информативна програма	Вкупно	%
Примерок 1	1:13:09	0:06:55	1:20:04	47,66%
Примерок 2	0:00:00	1:27:55	1:27:55	52,34%
Вкупно	1:13:09	1:34:50	2:47:59	100%
%	43,55%	56,45%		

Табела 25: Времетраење на спортски емисии на ТВ Канал 5 според типот

На прв поглед, податоците од Слика 40 укажуваат дека индивидуалните спортови добија исто значење и пред и за време на ЛОИ. Но, оваа рамнотежа целосно се должи на два преноса во автомобилскиот спорт коишто беа емитувани на програмата на оваа телевизија, а на кои отпаднаа 91,36% од вкупното времетраење посветено на индивидуалните спортови во првиот примерок. Ако ја земеме предвид единствено информативната програма (Слика 41), станува јасно дека пред ЛОИ, Канал 5 повеќе внимание посвети на тимските спортови. Во примерокот за време на ЛОИ, пак, единствениот спорт кој зазеде проминентно место беше теквондо, кој беше опфатен со 87,68% од севкупната спортска програма на оваа телевизија за време на ЛОИ. Ова значи дека, и за време на ЛОИ, динамиката на малата фреквенција спортски објави беше непроменета, а причина за малку зголеменото времетраење на спортските прилози беше учеството и успехот на македонски репрезентативец на Олимписките игри, каков што е македонскиот теквондист.



Слика 40: Учество на индивидуалните и тимските спортови во вкупната спортска програма на ТВ Канал 5 во соодветниот примерок



Слика 41: Учество на индивидуалните и тимските спортови во информативната спортска програма во соодветниот примерок на ТВ Канал 5

Како што укажуваат податоците од Слика 41 и Табела 26 – дури 90,03% од вкупното времетраење на прилозите посветени на индивидуални спортови за време на ЛОИ беше всушност време посветено на теквондо спортот. На сите други спортови, за време на ЛОИ, посветени им беа само 10 минути и 50 секунди.

Вид спорт/ примерок	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Теквондо	0:00:00	1:17:05	1:17:05
Автомобилизам	1:13:09	0:00:00	1:13:09
Фудбал	0:04:29	0:01:27	0:05:56
Дигање тегови	0:00:00	0:02:00	0:02:00
Гимнастика	0:00:00	0:01:54	0:01:54
Атлетика	0:00:00	0:01:48	0:01:48
Ракомет	0:01:38	0:00:00	0:01:38
Пливање	0:00:00	0:01:06	0:01:06
Тенис	0:00:00	0:00:53	0:00:53
Формула	0:00:48	0:00:00	0:00:48
Коњички спорт	0:00:00	0:00:38	0:00:38
Бокс	0:00:00	0:00:34	0:00:34
Кошарка	0:00:00	0:00:30	0:00:30
Вкупно	1:20:04	1:27:55	2:47:59

Табела 26: Учество на различните видови спорт во севкупната анализирана спортска програма на ТВ Канал

Анализа на родовите аспекти во спортската програма

Од Слика 42 произлегува дека малата фреквенција и времетраењето на спортската информативна програма на Канал 5, беше најмногу посветена на спортовите во индивидуална машка конкуренција. Дури 93,06% од вкупното времетраење на информативната спортска програма (кое заедно за двата примерка изнесува 1 час 34 минути и 50 секунди) им беа посветени на спортовите во машка конкуренција, во чии рамки најдолго времетраење имаа индивидуалните спортови, при што 1 час 20 минути и 11 секунди или 90,86% од вкупното време во кое се известуваше за спортовите во машка конкуренција беа информации за

индивидуалните спортови. Спортите во женска конкуренција заземаа 6,57% од вкупната информативна програма во двата примерока заедно и сите информации поврзани со нив се однесуваа на индивидуален спорт. Овој наод е сугестивен (иако за него не може да се генерализира со оглед на малиот примерок) за тоа дека и целокупната спортска програма на Канал 5 беше всушност најчесто „машка“.

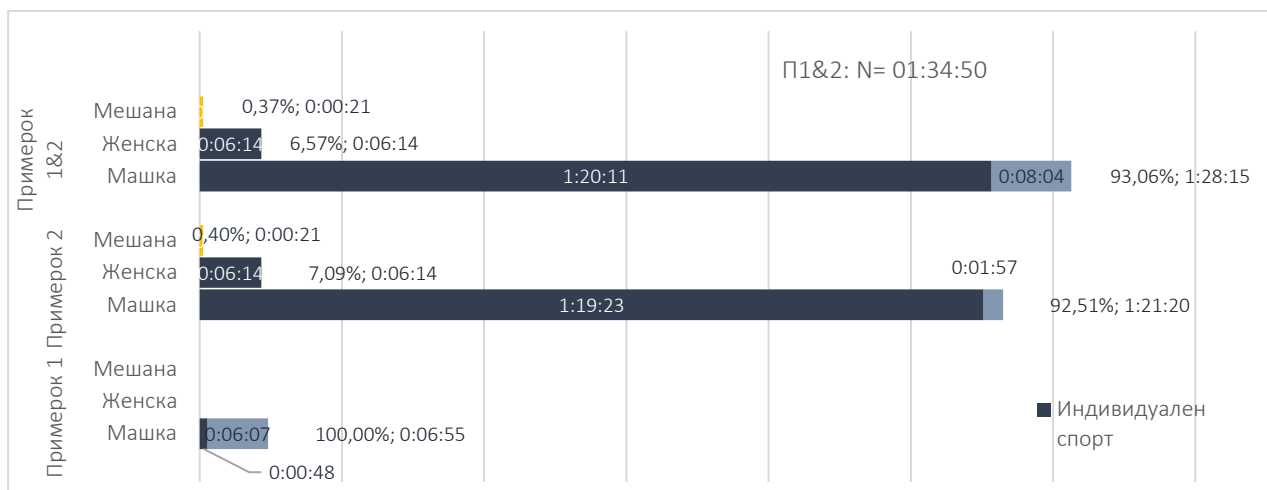
Анализата на податоците собрани во двата примерока сепак не значи дека наодите беа дистрибуирани подеднакво. Така, во примерокот земен во седмицата пред почетокот на ЛОИ, Канал 5 воопшто не емитуваше информативна содржина која се однесуваше на спортови во женска конкуренција, а емитуваше 6 минути и 55 секунди програма која се однесуваше, пред сè, на тимски спортови во машка конкуренција. Од нив, 6 минути и 7 секунди или 88,43% од времетраењето на содржината посветена на спортови во кои се натпреваруваа мажи се однесуваа на тимски спорт. Овој податок ја опфаќа единствено информативната програма - директните преноси, како што беше кажано во претходното поглавје, траеја вкупно 1 час, 13 минути и 9 секунди и се однесуваа на индивидуален спорт во кој учествуваа само мажи (автомобилизам).

И покрај тоа што во олимписката програма за ЛОИ, женската конкуренција беше застапена во многу спортови, тоа не влијаеше на зголеменото претставување на жените во спортот на овој медиум. Ова јасно произлегува од Слика 42, каде што се гледа дека 1 час, 21 минута и 20 секунди или 92,51% од времетраењето на вкупната спортска информативна програма во вториот примерок, беа информации за спортови во машка конкуренција. Иако времетраењето на селектираната програма е прекусо за од неа да се извлекуваат заклучоци кои би имале обопштувачка смисла, сепак, наодот може да се земе како индикација за медиумска пристрасност⁶⁸ која независно од тоа како изгледа реалната понуда на спортови, емитува содржина според своја определена преференција, која во овој случај може да има родови импликации.

Олимписката програма на ЛОИ не влијаеше премногу врз фреквенцијата на половата репрезентација, но затоа на Слика 42 се гледа дека таа веројатно изврши значаен притисок врз изборот на тип спорт во програмата⁶⁹. Така, во вториот примерок во информативната програма и кај машката конкуренција доминираше индивидуалниот спорт, што целосно беше детерминирано од олимписката понуда.

⁶⁸ Медиумска пристрасност или Media Bias, е систематската пристрасност на редакцијата или новинарот кон определена селекција на содржината.

⁶⁹ Поделбата на тимски и индивидуални спортови е доста проблематизирана поради фактот што во некои традиционално индивидуални спортови има тимска конкуренција и според тоа тие треба да се сметаат за тимски бидејќи вклучуваат координирана акција на група натпреварувачи. Сепак, за да се обезбеди валидност на толкувањето на податоците во ова истражување беше додадена категоријата „Тимска дисциплина“ во која се посебно кодирани спортовите кои традиционално се сметани за индивидуални, но во кои има тимски дисциплини (на пример, штафетни трки во атлетиката).

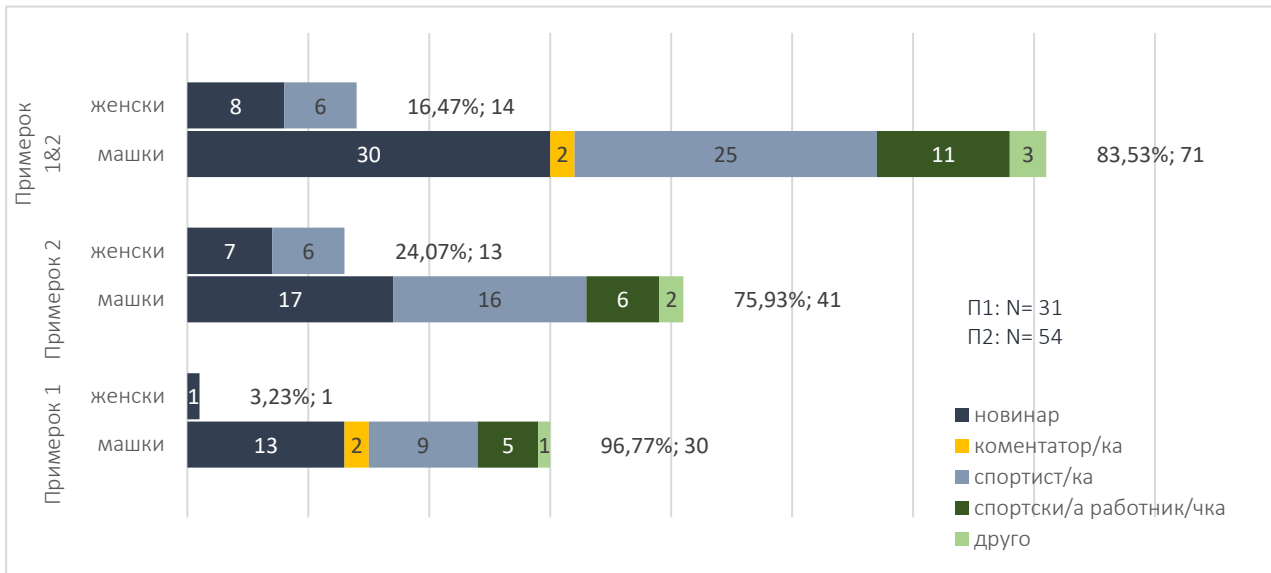


Слика 42: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на ТВ Канал 5 сегрегирано според тип спорт

Претставувањето на различните спортови и нивната корелација со спортистите и спортистките значи и дека спортската програма на Канал 5 очекувано и повеќе и почесто претставуваше мажи отколку жени, но тоа сè уште не значи и дека вкупната бројка на машки учесници беше поголема од онаа на женските. Затоа, на Слика 43 е претставена фреквенцијата на појавување на машките и женските учесници во прилозите на Канал 5, соодветно на нивните улоги во програмата. Вкупно, во целокупната анализирана содржина на информативната спортска програма (во 40-те утврдени прилози⁷⁰), регистрирани беа 85 појавувања на учесници во програмата⁷¹, од кои 71 или 83,53% беа мажи и 14 или 16,47% жени. Во првиот примерок не беше направен баланс меѓу машкото и женското присуство. Од 31 учесник во програмата, вкупно 30 или 96,77% беа мажи. Затоа, отисокот што го остава оваа програма за публиката на Канал 5, во малиот број регистрирани прилози во овој примерок, е дека мажи новинари зборуваа за спортови во машка конкуренција.

⁷⁰ Треба да се забележи дека во оваа бројка од 40 прилози влегуваат и двата преноса на автомобилски спорт на Канал 5 во првиот примерок. Но, за преносите во кодната матрица беа кодирани само коментаторите, а не и спортистите. Со оглед на тоа што во овие преноси се работеше за спортови со десетици учесници - мажи, тоа значително ќе го зголемеше учеството на машки спортисти во програмата.

⁷¹ Како и кај сите други анализирани телевизии, и овде се работи за инстанции на појавување на учесници во програмата во основната единица на анализа – прилог. Значи, не се работи за број на поединечни учесници, туку за број на појавувања на одреден број лица во сите кодирани прилози.

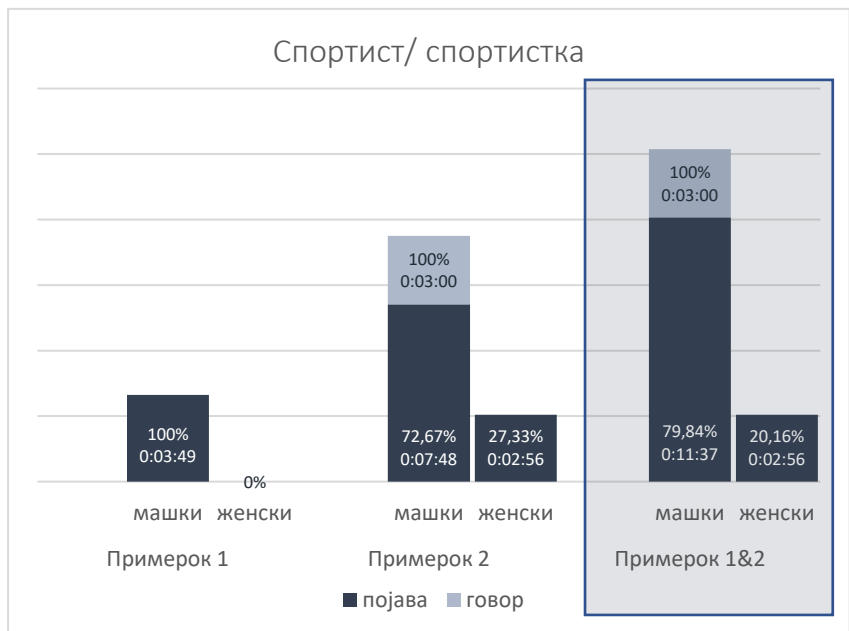


Слика 43: Фреквенција на појавување на машки и женски учесници во спортската програма на ТВ Канал 5 во единица прилог и сегрегирано според тип улога

Во вториот примерок, под извесен притисок на олимписката програма, беше зголемен бројот и релативната важност на женските учесници. Затоа, тука се јавија шест спортистки, што е 27,27% од вкупната фреквенција на спортисти и спортистки за време на исечокот од ЛОИ кој го сочинува вториот примерокот. За споредба, во првиот примерок беа регистрирани 9 спортисти и ниту една спортистка.

Бидејќи фреквенцијата на појавност не значи неминовно и подолго време резервирано за спортистите и спортистките - во оваа анализа беше агрегирано времетраењето во кое тие се појавуваа во програмата визуелно (кога се појавуваа инсерти од нив) и со говор (на пример, кога даваа изјави или интервјуа).

Следува дека во двата примерока, од вкупното време во кое, во информативната програма (без преносите), визуелно се појавуваа спортисти, мажите беа присутни во 79,84 %



Слика 44: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортистите и спортистките во информативната програма на ТВ Канал 5

од времето, а жените во 20,16%. Кај примерокот земен за време на ЛОИ, очигледно беше зголемено визуелното присуство на жените во однос на првиот примерок кога нив воопшто ги немаше ниту визуелно ниту вербално. Така, во вториот примерок, на спортистките им беа посветени 27,33% од времето, а 72,67% на мажите. Сепак, и покрај зголеменото визуелно присуство на жените во вториот примерок, за обележување е фактот дека разликата меѓу нив е голема.

И ова мало визуелно присуство на жените во вториот примерок е очигледно ефект на олимписката програма за време на ЛОИ. Но, ова објаснување отвора уште еден проблем - спортистките вербално беа целосно отсутни од информативната програма и во двата примерока.

Во вториот примерок, меѓу новинарите доминираа мажите, но зголемен беше и бројот на појавувања на новинарки кои пренесуваа спортски вести. Иако, конструираниот примерок од спортската програма не беше композитен - што би овозможило највисоко ниво на репрезентативност за целокупната спортска програма на Канал 5 - сепак податоците се индикативни. Вкупно 7 или 29,17% од вкупната фреквенција на новинар(к)и кои пренесуваа различни прилози беа жени (Слика 43).

Оваа бројка треба да се анализира во светло на стилот на информативна спортска програма на Канал 5.

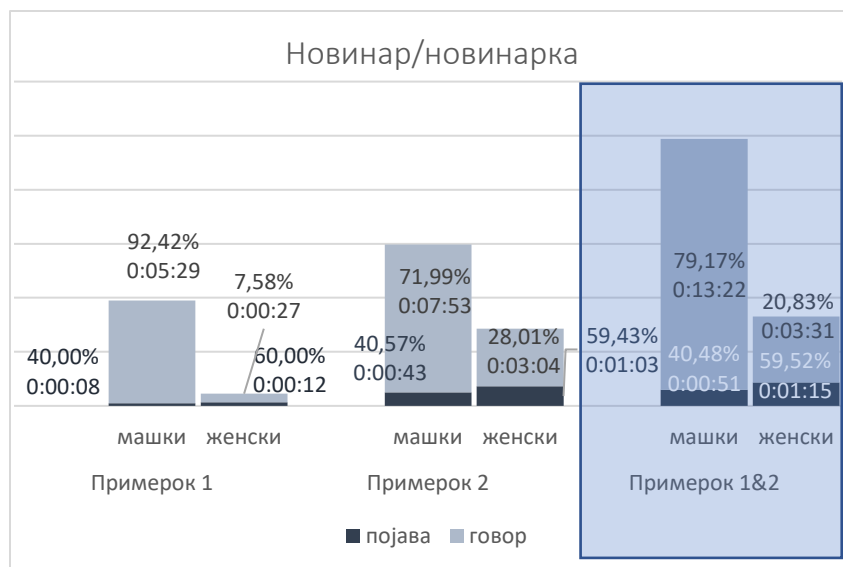
Имено, поголемата фреквенција на појавување на новинарките во однос на првиот примерок се должи на фактот што спортските вести беа кусо емитувани на крајот од севкупната информативна програма – така што во овој случај не се работеше за специјализирани спортски новинарки кои презентираа или известуваа за различни спортски настани. Како што може да се види на Табела 27, се работи за новинарки/презентерки кои ги претставуваа и дневните општи вести – така, зголемувањето е случајно. На Табела 27 исто така може да се види дека, во 24 инстанции на појавување на спортски новинар (од вкупно 38 во информативната програма), се работи за една иста личност.

Име	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Зоран Цветановски	11	13	24
Татјана Стојановска	1	3	4
Љубица Јаневска	0	4	4
Роберт Јанков	0	3	3
Борислав Тноковски	1	1	2
Михајло Видимски	0	1	1
Вкупно	13	25	38

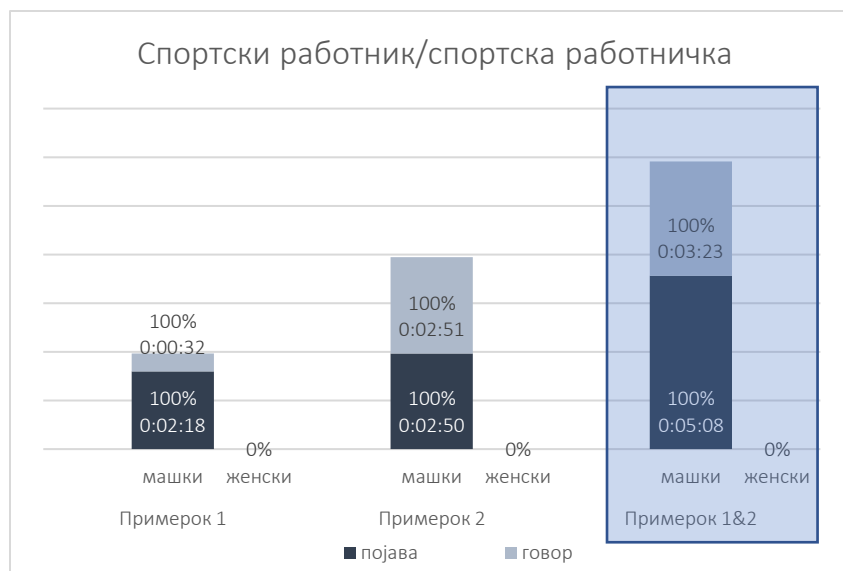
Табела 27: Фреквенција на појавувања на поединечни новинар(к)и на ТВ Канал 5

Анализата на визуелното и вербално присуство на новинар(к)ите во спортската програма покажува дека во двата примерока, во 8-те инстанции на појавување на новинарки, тие беа вербално претставени во 3 минути и 31 секунда, што е 20,83% од севкупниот говор на новинар(к)и во информативната програма. Вербално, 30-те инстанции на појавување на новинарите претставуваа 13 минути и 22 секунди, што е 79,17% од говорот во информативната програма (не сметајќи ги, се разбира, тука ниту преносите ниту контактната програма регистрирана во овој примерок). Во однос на визуелната презентација, новинарите и новинарките речиси подеднакво се појавуваа во програмата, што е интересен наод затоа што се работи за вкупно 8 инстанции на појавување на новинарки и 30 инстанции на појавување на новинари. Според стилот на програмата на Канал 5 – ова сугерира дека кога новинарките/ презентерките презентираат вести, поголема е веројатноста камерата да биде свртена кон нив отколку кон инсертите. Обратно, кога вестите ги презентираат новинарите/презентерите поверојатно е нивниот говор да биде илустриран со инсерти поради што тие релативно помалку се појавуваат визуелно.

Во поглед на присуството на спортските работници/чки во програмата, наодите се интересни од родов аспект. Сите 11 појавувања на експерти за спорт или спортски работници во програмата на Канал 5 беа појавувања на мажи (види Слика 43 и 46). Произлегува дека на Канал 5 во двата примерока, дури ниту за време на ЛОИ, кога можеше да се очекува во програмата да се појават експертки за спорт/спортски работнички - тоа не беше



Слика 45 Времетраење на визуелното и вербалното претставување на новинарите и новинарките во информативната програма на ТВ Канал 5



Слика 46: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортските работници и работнички во информативната програма на ТВ

сторено. Спортските работници (мажи), во двата примерока, визуелно се појавија во програмата во текот на 5 минути и 8 секунди, а вербално во 3 минути и 23 секунди (Слика 46). Ова е уште еден индикатор - кој треба да се земе со внимание поради малата фреквенција на спортска програма на овој медиум - за машката доминација во повеќето сегменти во спортската програма на Канал 5.

Од квалитативен аспект на анализата, во двата примерока од програма на Канал 5, во сите инстанции на појава на спортистки се употребуваше феминитивна форма на именката која се однесува на нив. Дополнително, не беа детектирани прилози кои спортистите или спортистките ги конструираа во рамките на соодветните маскулинистички или феминизирачки стереотипизирачки маркери. Одреден исклучок е едно издание на емисијата „Здраво Македонијо“, која влезе во примерокот поради специјалното присуство на спортска содржина. Гледачи во емисијата го обележуваа успехот на македонскиот теквондо репрезентативец како јуначки подвиг, што до некаде одговара на описот на национален херој како што би бил анализиран во интерсекционални анализи меѓу спорт и нација.

Истражувањето во фазата на собирање податоци го кодираше начинот на кој новинар(к)ите ги маркираа различните спортови. Беше анализирано дали се користат генерички или ородувачки стратегии за означување на поединечниот спорт. Генеричкиот код беше употребен за секој прилог во кој името на спортот се употребуваше без родово маркирање (на пример кога се употребуваше само фудбал или само тенис, наспроти машки фудбал или тенис во женска конкуренција). Спротивно, ородувачкиот код беше употребен во оние прилози во кои спортот *експлицитно* се ословуваше како машки или женски (на пример кога се употребуваше експлицитно машка кошарка, фудбал или скок во височина во машка конкуренција). Од 38-те детектирани прилози за спортовите во машка конкуренција на Канал 5, во 35 спотовите беа ословувани во нивната генеричка форма. Во оваа смисла, секоја употреба на име за тимски спортови во машка конкуренција беше во нивната генеричка форма (само фудбал, наспроти машки фудбал, само одбојка наспроти машка одбојка) – и ова важи и за натпреварувањата кои се појавуваа за време на ЛОИ. Единствено во три случаи на индивидуални спортови – пливање, атлетика и тенис, се нагласуваше дека се работи за спортови во машка конкуренција.

Во спортската програма на Канал 5, темата род не беше детектирана ниту во еден прилог и не постоеја интерсекционални поврзувања меѓу темите како родот и расата, нацијата или дискриминацијата. Не беа детектирани ниту случаи во кои кај спортист(к)ите се истакнуваше друга карактеристика освен нивното достигнување. Овие заклучоци се должат на стилот на презентација на оваа телевизија, во кој спортската програма беше претставена преку куси вести, во отсуство на аналитички жанрови и во услови во кои должината на програмата беше исклучително мала.

III.7. ТВ Сител

Вовед

Во двата селектирани периода на примерокот пред Летните олимписки игри (од 4 до 10 април) и за време на Олимписките игри (од 26 јули до 1 август) на ТВ Сител беа емитувани вкупно 27 изданија на спортски емисии од кои 23 или 85,19% беа изданија на спортски вести и регистрирани беа четири изданија на спортски магазини. Со оглед на тоа што во вториот временски исечок имаше повеќе спортски настани на понудата, а при тоа на Сител немаше спортски преноси - Телевизијата емитуваше значително повеќе изданија информативна програма отколку во примерокот пред почетокот на ЛОИ 2020 (види Табела 28 и Табела 29).

Емисија/ Примерок	Вести	Магазин	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	7	2	0	9	33,33%
Примерок 2	16	2	0	18	66,67%
Вкупно	23	4	0	27	100,00%

Табела 28: Фреквенција на спортски емисии на ТВ Сител според типот

Од вкупно 27 изданија на информативна програма (спортски вести и магазини), 66,67% беа емитувани во една седмица за време на ЛОИ. За време на примерокот земен пред игрите беа објавени вкупно 9 изданија што е 33,33% од вкупниот број изданија во двата опсервирани периоди.

И според времетраењето на информативната спортска програма – Редакцијата посвети значително повеќе време на спортски информации за време на ЛОИ. Разликата во времетраењето меѓу двата примерока сепак е помала, од она што го сугерира разликата во фреквенцијата на емисии од Табела 28. Во првиот примерок, на 9-те емитувани изданија посветени им беа 1 час 2 минути и 57 секунди (што е 40,18% од вкупното времетраење во двете седмици од соодветните примероци). На 18-те емисии од вториот примерок им беа издвоени 1 час 33 минути и 44 секунди (што е 59,82% од вкупното времетраење на информативната спортска програма).

Жанровски, големо мнозинство од спортските содржини беа објавени како вести или извештаи – нема жанровски диверзитет во оваа смисла. Воочливо е дека во двата селектирани периода емитувани беа две интервјуа и во истражувањето не беа детектирани аналитичко – коментаторски жанрови каков што е освртот. Исто така, воочливо е дека не беше емитуван ниту еден спортски

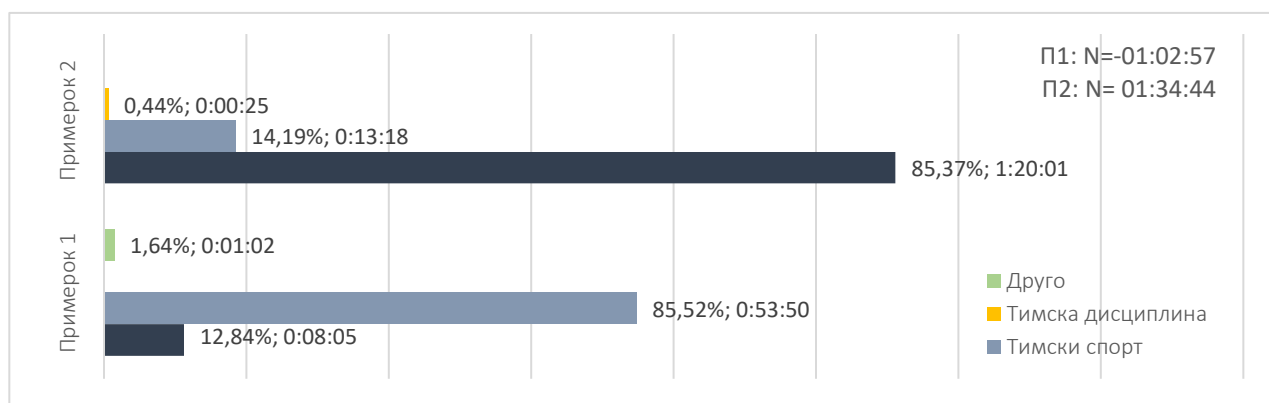
пренос во двата периода. За примерокот земен за време на ЛОИ, последниов податок е разбирлив – правата

Примерок/ Жанр	Вест	Извештај	Интервју	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	28	8	0	0	36	46,15%
Примерок 2	18	22	2	0	42	53,85%
Вкупно	46	30	2	0	78	100,00%

Табела 29: Фреквенција на прилози на ТВ Сител според специфичните жанрови

за емитување преноси од ЛОИ беа откупени од друга куќа, па затоа недостасуваа преноси од олимписките настани. Во вториот примерок забележливо е и дека беше намален бројот на прилози од жанрот вести, а зголемен беше бројот прилози од жанрот извештаи. Ова може да се објасни со големината на олимписката понуда која Редакцијата ја покриваше, очекувано, со објавување подолги новинарски форми од веста.

На Слика 47, која прави споредба на дистрибуцијата на различните типови спортови во секој од двата селектирани периоди, е видливо колкаво влијание врз спортската програма на ТВ Сител имаа Летните олимписки игри 2020. Во примерокот земен пред ЛОИ доминираа тимските спортови на кои им беа издвоени 53 минути и 50 секунди што е 85,52% од вкупното времетраење на спортската информативна програма. Спротивно, на индивидуалните спортови им беа посветени само 8 минути и 5 секунди или 12,84% од информативната спортска програма. Но, во олимписката понуда за време на ЛОИ проминентно место добиваат изобилство индивидуални спортови и тоа е навидум, целосно рефлектирано во содржината на програмата која во вториот примерок на тимските спортови им издвои 13 минути и 18 секунди, што е 14,19% од вкупното времетраење на информативната спортска програма во тој примерок. За сметка на тоа, сега индивидуалните спортови доминираа со 1 час 20 минути и 1 секунда или 85,37% од вкупното времетраење на информативната програма во вториот примерок. Овој наод, со вака изразена обратно пропорционалност меѓу двата примерока, е карактеристичен за спортската програма на ТВ Сител, за разлика од другите приватни телевизии, кај кои, и кога индивидуалните спортови добиваа поголемо значење во примерокот земен за време на ЛОИ, контрастот меѓу нив и тимските спортови не беше толку голем. Кај ТВ Сител тимските дисциплини во традиционално индивидуалните спортови не заземаа некое видно место.



Слика 47: Учество на индивидуалните и тимските спортови во вкупната спортска програма на ТВ Сител во соодветниот примерок

Сепак, прегледот на дистрибуцијата на видовите спорт во двата примерока, ги расветлува во значителна мера причините за изразената обратно пропорционална дистрибуција на типовите спорт во двата примерока. На Табела 30, се гледа дека на листата спортови во вториот примерок високо место зазедо теквондо спортот со несразмерно учество во севкупната програма во вториот примерок. Само на теквондо и само во вториот примерок, издвоени беа 1 час 9 минути и 30 секунди, што претставува 74,15% од информативната програма во примерокот земен за време на ЛОИ, или 44,36% од севкупната селектирана информативна програма во двата примерока заедно. Единствено на фудбалот во примерокот пред ЛОИ му беше посветено толку значително времетраење од програмата.

Вид спорт/примерок	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Теквондо	0:03:02	1:09:30	1:12:32
Фудбал	0:44:17	0:06:38	0:50:55
Кошарка	0:06:29	0:02:45	0:09:14
Тенис	0:03:08	0:03:25	0:06:33
Ракомет	0:01:57	0:01:59	0:03:56
Пливање	0:00:00	0:03:38	0:03:38
Атлетика	0:00:00	0:03:04	0:03:04
Одбојка	0:01:07	0:00:53	0:02:00
Формула	0:01:41	0:00:00	0:01:41
Ватерполо	0:00:00	0:01:03	0:01:03
Друго	0:01:02	0:00:00	0:01:02
Борење	0:00:07	0:00:30	0:00:37
Џудо	0:00:00	0:00:19	0:00:19
Карате	0:00:07	0:00:00	0:00:07
Вкупно	1:02:57	1:33:44	2:36:41

Табела 30: Учество на различните видови спорт во севкупната анализирана спортска програма на ТВ Сител

Ова значи дека високото учество на индивидуалните спортови во вториот примерок е повеќе ефект на контингентниот факт што македонски репрезентативец во индивидуалниот спорт теквондо имаше голем олимписки успех, отколку што е тоа ефект на олимписката понуда сама по себе. Така, значителното времетраење издвоено за индивидуалните спортови, е случајно.

Анализа на родовите аспекти во спортската програма

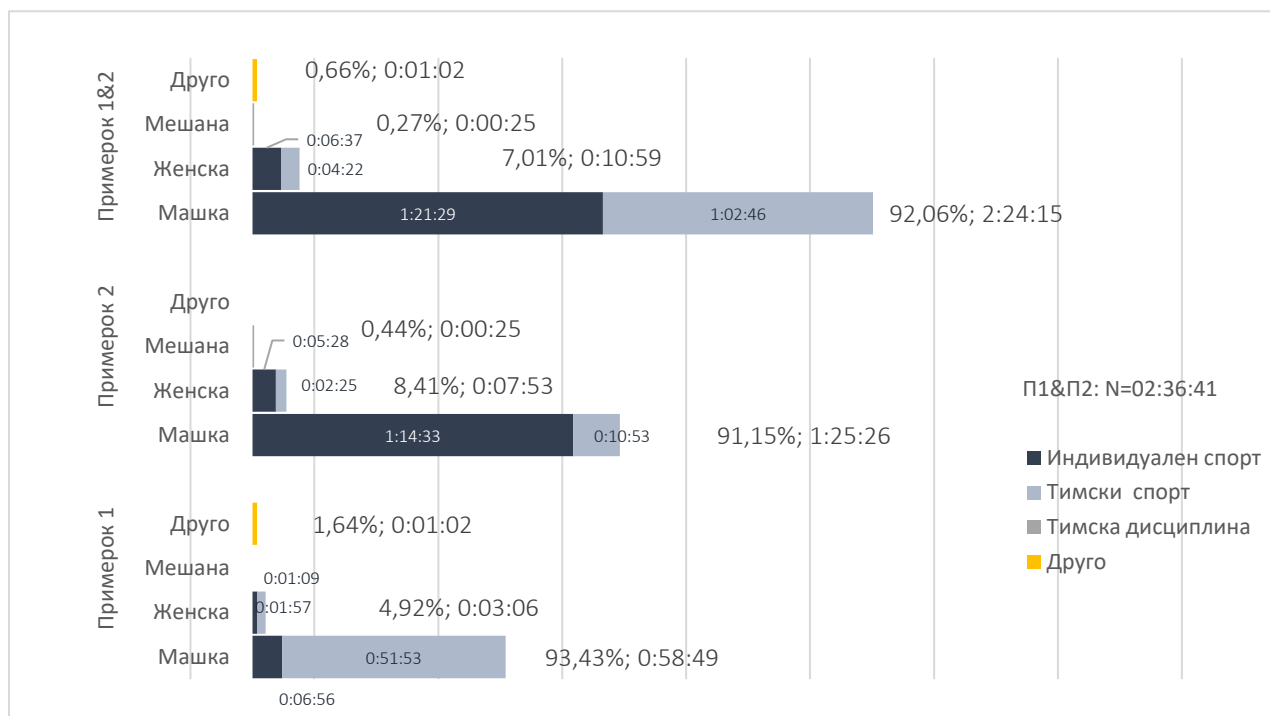
Според анализата на дистрибуцијата на времетраењето на спортската информативна програма низ двата селектирани примероци и сегрегирана според тип спорт и конкуренција – во информативната програма на Сител е воочлива апсолутна машка доминација.

Во двата примерока кумулативно, како што може да се види на Слика 48, од 2 часа 36 минути и 41 секунда спортски информации, Редакцијата на Сител издвои вкупно 2 часа 24 минути и 15 секунди или 92,06% за спортови во машка конкуренција. На ниво на двата примерока, индивидуалните спортови добија позначајно место - 1 час 21 минута и 29 секунди беа издвоени за машката конкуренција, што претставува 56,49% од времето посветено на спортовите во машка конкуренција или 52,01% од севкупната спортска програма воопшто. На

тимските спортови кога во нив се натпреваруваа мажи, им беа посветени 1 час 2 минути и 46 секунди, што е 43,51% од времето посветено на спортовите во машка конкуренција или 40,06% од спортската програма воопшто. Свкупно, за информации за спортови во женска конкуренција, издвоени беа само 10 минути и 59 секунди, што претставува 7,01% од вкупната спортска програма.

Речиси апсолутната нумеричка доминација е очигледна и во двата примерока посебно. Но, односот на спортовите во машка и женска конкуренција според нивниот тип открива дополнителни детали. Во примерокот земен пред ЛОИ, исклучително големо времетраење зазедоа тимските спортови во машка конкуренција. Ним им беа отстапени 51 минута и 53 секунди, што претставува 88,21% од вкупното време посветено на спортски натпревари меѓу мажи пред ЛОИ или 82,42% од свкупното време за спорт во информативната програма. Најголемата порција од времето за тимски спортови во машка конкуренција доаѓа од емитувањето содржини поврзани со фудбалот - 44 минути и 17 секунди им беа издвоени на информации за овој спорт кој беше пренесуван исклучиво во машка конкуренција. Ова претставува 85,35% од вкупното времетраење посветено на тимски спортови во кои се натпреваруваа мажи, 82,26% од вкупното времетраење на тимски спортови или 70,35% од вкупното времетраење за спорт воопшто во првиот примерок. Овој податок сам по себе не значи дека Редакцијата има систематска пристрасност кон тимските спортови во машка конкуренција, поради тоа што примерокот од кој е произлезен не дозволува генерализација. Но, може да се смета дека тој укажува на тоа дека е веројатно, редовната спортска програма на Сител да е претежно посветена на мажи со проминентно место на тимските спортови во неа, од кои доминантно место зазема фудбалот.

Ако во првиот примерок времето посветено на фудбал беше причината за проминентност на тимски спортови во машка конкуренција, тогаш во вториот примерок типовите спорт си ги заменија местата – индивидуален спорт во машка конкуренција доби најголемо значење и тоа поради ефектот што го остава успехот на македонскиот теквондо натпреварувач на Олимпијадата. Овој пат, на индивидуалните спортови им беа посветени 1 час 14 минути и 33 секунди, што е 87,26% од спортовите во кои се натпреваруваа мажи за време на примерокот од ЛОИ, 93,17% од вкупното време посветено на индивидуални спортови во тој примерок или пак 79,53% од вкупното време посветено на спортски информации во вториот примерок. Овој наод во целост се должи на пренесувањето на успехот на македонскиот спортист, како што е забележано претходно.



Слика 48: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на ТВ Сител сегрегирани според тип спорт

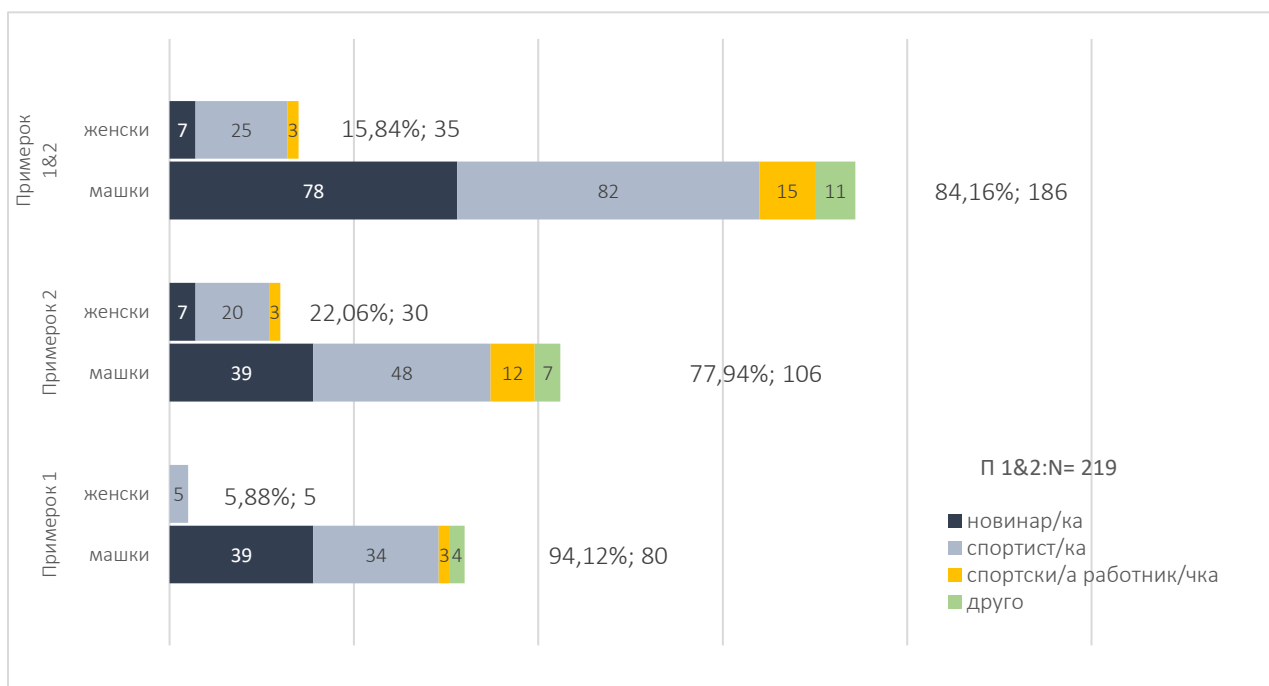
Претставувањето на различните типови спорт и нивната корелација со машката и женската конкуренција значи и дека може да се очекува оти спортската програма и повеќе и почесто претставува спортисти отколку спортистки. На Слика 49 е претставена фреквенцијата на појавување на машките и женските учесници во прилозите на Сител, соодветно на нивните улоги во програмата – не сметајќи ги тука уредниците на кои во истражувањето не можеше конзистентно да им се одреди идентитетот и во таа насока половата дистинкција. Вкупно, во целокупната анализирана содржина на информативна спортска програма (во 27-те емисии и 78-те утврдени прилози), регистрирани беа 221 учесници во програмата⁷², од кои 186 или 84,16% беа мажи и 35 или 15,84% жени.

Од вкупно 85 инстанции на појавувања на новинар(к)и во различните прилози, во 78 се работеше за појавувања на новинари - што претставува 91,76%. Од вкупно 107 инстанции на појавување на спортист(к)и (или спортски тимови) во различни прилози во двата примерока кумулативно, 82 или 76,64% беа појавувања на мажи, а 25 или 23,36% на жени. Конечно, во целокупната анализирана спортска програма, регистрирани беа вкупно 18 спортски работници/чки или спортски експерт(к)и, од кои 15 или 83,33% беа мажи и 3, или 16,67% беа жени. Доминацијата на машки учесници е значи видлива во сите мерни параметри кои се однесуваат на фреквенцијата на учесници.

⁷² Се работи поточно за инстанции на појавување на учесници во програмата во прилогот земен како основна единица на анализа, а не за број на уникатни учесници, односно појавувањето на една личност во различни прилози секогаш посебно се кодираше.

Но, оваа разлика е многу поизразена во првиот примерок каде од 85 учесници/чки во програмата, вкупно 78 или 94,12% беа мажи, а само 5 или 5,88% беа жени. Од 39 новинарски појавувања во спортската програма во овој примерок, сите беа машки. Од 39 спортист(к)и – 34 или 87,18% беа мажи. Отисокот што го остава оваа програма за публиката на Сител, во малиот број регистрирани прилози во овој примерок, е дека мажи новинари зборуваат за спортови во машка конкуренција.

Во вториот примерок значително поголемата бројност е ублажена во однос на првиот примерок, но таа сепак останува значајна. Од 136 регистрирани учесници/чки, 106 или 77,94% беа мажи и 30 или 22,06% беа жени. Природата на олимписката програма донекаде направи притисок врз спортската програма на ТВ Сител за поголемо присуство на спортистки во програмата. Од вкупно 68 регистрирани спортист(к)и кои се појавуваа во програмата во овој примерок, 48 или 70,59% беа мажи и 20 или 29,41% беа жени. Разликата меѓу инстанциите на појавувањата на новинарките и новинарите исто така се намали, но таа сепак беше значајна – од 46 инстанции на појавувања на новинар(к)и вкупно, 39 беа на мажи што претставува 84,78%. Исто така, изразена беше и разликата во појавување на спортски експерт(к)и во програмата – во двата примерока заедно имаше вкупно три експертки – сите од вториот примерок, додека пак од вкупно 15 експерти, 12 беа од вториот примерок.



Слика 49: Фреквенција на појавување на машки и женски учесници во спортската програма на ТВ Сител во единица прилог и сегрегирано според тип улога

Бидејќи фреквенцијата на појавност не значи неминовно и подолго време резервирано за учесниците во програмата - во оваа анализа беше агрегирано времетраењето во кое тие се појавуваа во програмата визуелно (кога од нив се појавуваа инсерти) и со говор (на пример,

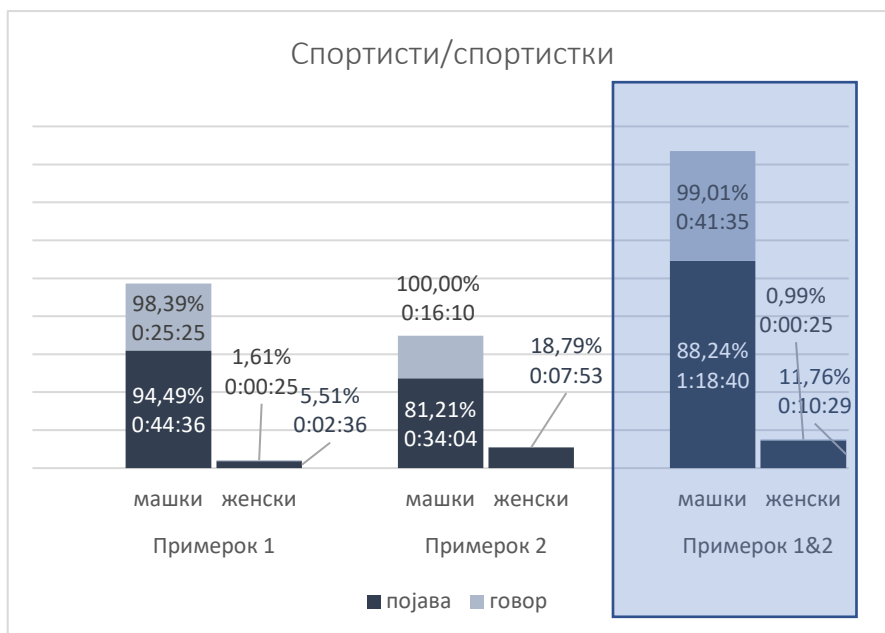
со изјави или интервјуа). Беше мерено времето на говор и појава на спортист(к)ите, новинар(к)ите и спортските работници/чки и експерт(к)и во програмата.

Анализата на податоците од мерењето на спортист(к)ите и по овој параметар укажува на очигледна тенденција кај Редакцијата на Сител да има поголем интерес за спортисти отколку за спортистки во програмата и тоа важи не само за првиот примерок, кој опфаќа редовна спортска програма, туку и во вториот примерок, во кој под влијание на структурата и фреквенцијата на олимписката понуда можеше да се очекува и пофреквентно појавување и подолга визуелна презентација (појава) и подолга вербална презентација (говор) на спортистките во споредба со спортистите.

Како што се гледа на Слика 50, во двата примерока заедно, спортистите имаа визуелна презентација во програмата на Сител од 1 час 18 минути и 40 секунди, што е 88,24% од времетраењето на вкупното визуелно претставување на спортист(к)и во програмата. На спортистките им беа издвоени 10 минути и 29 секунди или 11,76% од времето. Со вербалната презентација на ниво на двата примерока, спортистите доминираа уште повеќе затоа што вкупно 41 минута и 35 секунди или 99,01% од времето во кое зборуваа спортист(к)и им беше посветено на мажите.

Значително поголемото времетраење на визуелната и вербалната презентација на спортистите во програмата е евидентно и за време на двата примерока посебно. Во првиот примерок, спортистките имаа 2 минути и 36 секунди или 5,51% од вкупното време во кое спортист(к)и се појавуваа со слика на екранот. Спортистите, спротивно на ова, имаа 44 минути и 36 секунди што е 94,49% од времето. Во истиот примерок спортистите добија 25 минути и 25 секунди говор (што претставува 98,39% од севкупното времетраење на говор на спортист(к)и), а спортистките само 25 секунди - 1,61%. Така, може да се каже дека во првиот примерок, времето издвоено за визуелна и вербална презентација на спортистките беше занемарливо во однос на спортистите.

Иако во вториот примерок имаше нешто повеќе визуелно присуство на спортистките - 7 минути и 53 секунди или 18,79%, сепак целосното отсуство на нивна вербална презентација е уште еден индикатор за машка доминација во покривањето на спортските настани, па и тие во кои фигурираат спортистки.

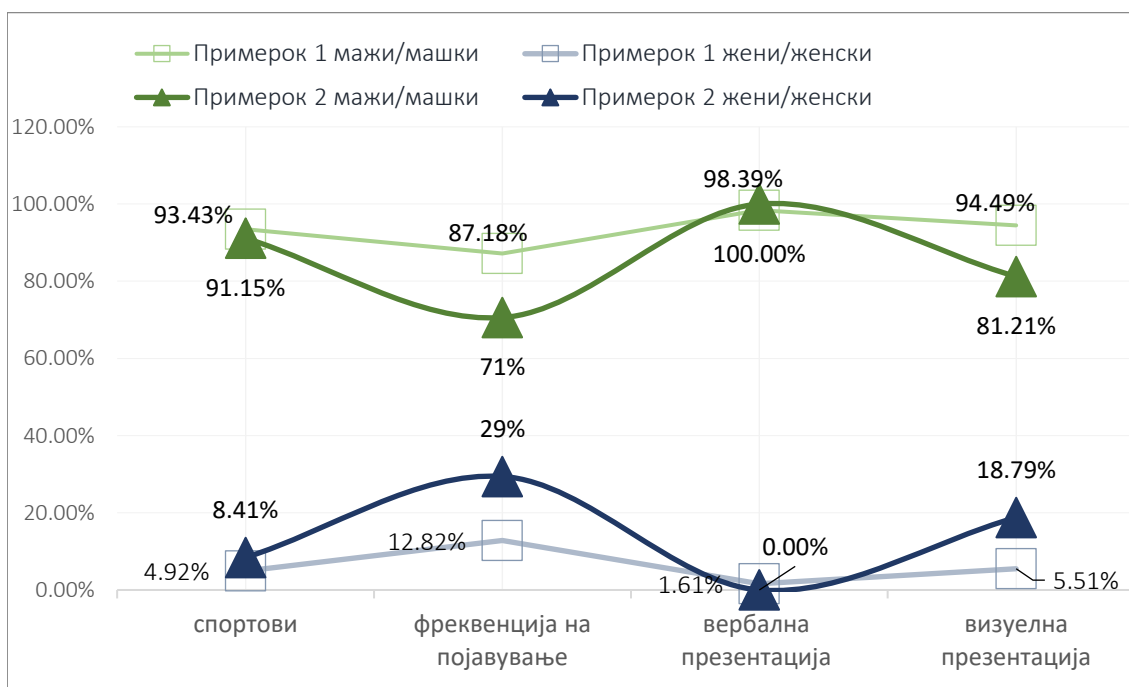


Слика 50: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортистите и спортистките во информативната програма на ТВ Сител

Интересен е приказот на дистрибуцијата на машки и женски маркери во сите мерни параметри презентирани до сега: (1) спортови во машка или женска конкуренција (2) фреквенцијата на појавување на спортистите и спортистките во програмата, (3) времетраењето на нивната вербална и (4) визуелна презентација. На Слика 51 се гледа како овие маркери се дистрибуирано компаративно во двата примерока од анализата.

Кривите според податоците од првиот примерок за четирите параметри се постабилни отколку оние од податоците во вториот примерок во кој има благо зголемување на учеството на жените според фреквенција на појавување и времетраење на визуелната презентација – иако овие бројки се мали, сепак изгледа интересно за забележување дека женското учество се зголемува во визуелните параметри, но не и во оние кои се однесуваат на говор или, пак, на фреквенција на типовите спортови.

Од Слика 51, како што беше споменато, произлезе дека на ТВ Сител на ниво на двата примерока заедно, новинарите имаа 78 инстанции на појавување од вкупно 85 - што претставува 91,76%. Новинарките имаа вкупно 7 појавувања што е 8,24% од вкупната фреквенција на инстанции на појавување на новинар(к)и во спортската информативна програма. И во овој случај, во вториот примерок има нешто поголема фреквенција на појавувања, но сепак бројката на новинарки е занемарлива во спортската програма на ТВ Сител.



Слика 51: Сооднос меѓу мажите и жените во спортот на ТВ Сител претставен на четири мерни параметри компаративно во двата примерока

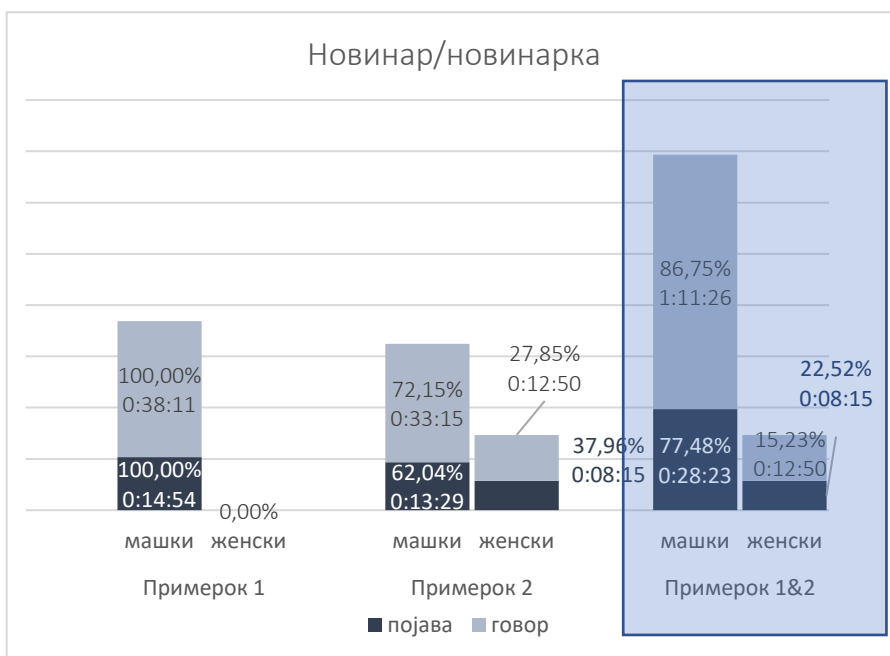
Според прегледот на уникатни идентитети на новинарите и новинарките во програмата, што може да се види на Табела 31 - 76,47% доаѓа од двајца спортски новинари. Другите појавувања се на новинари од други редакции кои беа случајно опфатени во двата примерока. Од 9 новинари кои се појавуваа во примерокот од спортската програма за време и пред Олимписките игри, 3 беа жени, а останатите 6 - мажи. Притоа, трите новинарки се појавија само во вториот примерок.

Име	примерок 1	примерок 2	вкупно
Зоран Николовски	10	23	33
Игор Трпевски	27	5	32
Мирјана Давидовска	0	3	3
Бранислав Јаневски	0	5	5
Марјан Николов	2	1	3
Деспина Тодоровска	0	3	3
Иван Кузмановски	0	3	3
Кирил Стојанов	0	2	2
Александра Костовска	0	1	1
Вкупно	39	46	85

Табела 31: Фреквенција на појавувања на поединечни новинар(к)и на ТВ Сител

Мерењето на времетраењето на вербалната и визуелна презентација на новинар(к)ите, не открива дополнителен аспект од она што е изнесено во последниве неколку параграфи - јасна е нумеричката доминација на мажите и во однос на новинарскиот кадар во спортската програма на ТВ Сител. Единствено вредно за издвојување, е малку забележителното помало учество на новинарите во времетраењето на визуелната презентација во однос на нивното учество во фреквенцијата на појавност. Останатите параметри се самообјаснувачки. Според фреквенцијата на појавување, новинарите во вкупната спортска програма се појавија во 91,76% од случаите.

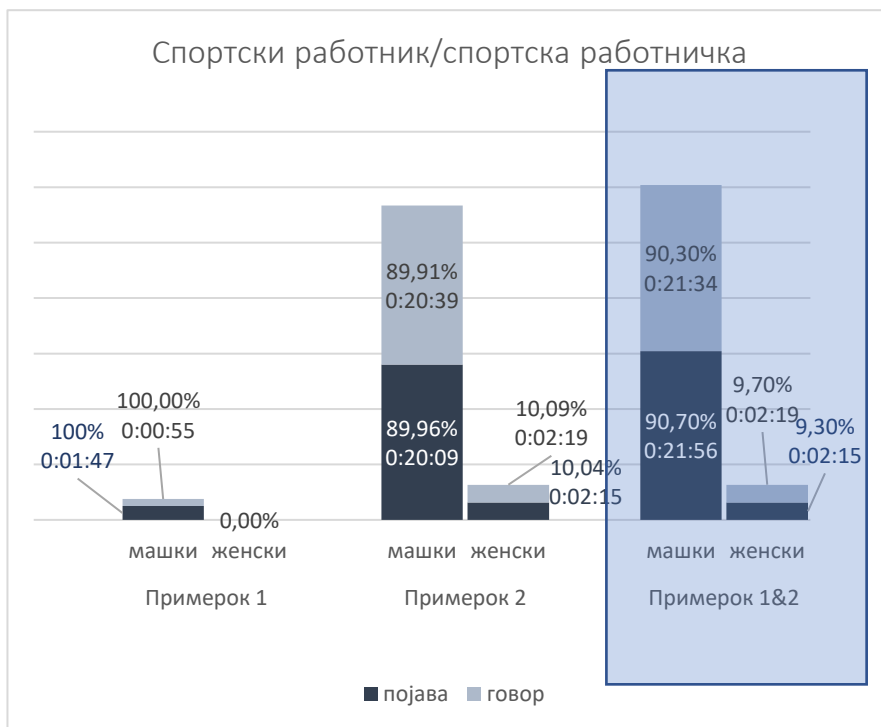
Но, со времетраењето на нивната визуелна презентација, новинарите беа застапени со 77,48%. Обратно - новинарките, според фреквенцијата на појавување, ги имаше во 8,24%, а нивното учество според времетраењето на визуелната презентација беше 22,52%. Ова не е генерализирачки наод, но индикативно е што новинарките се појавуваа поретко, а кога ќе се појавеа, камерата беше подолго свртена кон нив, и обратно - новинарите се појавуваат пофреквентно, но нивната визуелна појава траеше покус.



Слика 52: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на новинарите и новинарките во информативната програма на ТВ Сител

Во поглед на присуството на спортските работници/чки во програмата, кај ТВ Сител, каков што е случајот и со повеќето други телевизии, исклучително ретко се појавуваа спортски експертки или спортски работнички.

На ниво на двата примерока, како што беше презентирано, од вкупно 18 појавувања – 3 или 16,67% беа жени. Но, овој процент на учеството не беше рефлектиран во времетраењето на визуелната и вербалната презентација на експертките во програмата. Времетраењето кое им беше отстапено на трите спортски експертки за вербална презентација беше 9,70% од вкупното време во кое пред камерата зборуваа спортски експерт(к)и. Слично, на нивната визуелна презентација отпаднаа 9,30% од вкупната визуелна презентација на спортски работници/чки во двата примерока заедно.



Слика 53: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортски работници/чки и експерт(к)и во информативната програма на ТВ Сител

Во ова истражување, од родов аспект беа кодирани спортисти(к)те и спортовите на кои се однесуваше известувањето во информативната програма. Еден од параметрите се однесува на дискурзивни јазли со кои спортистите и спортистките беа конструирани во рамките на феминизирачките или маскулинистичките стереотипизирачки маркери. Во овој дел од истражувањето, во програмата на ТВ Сител беа детектирани три инстанции во кои за женската конкуренција во три спорта (тенис, ракомет и одбојка) беше употребен изразот „кај дамите“, кој инаку неретко се користи како феминизирачки маркер меѓу спортските новинар(к)и. За спортистите во машка конкуренција не беа детектирани маскулинизирачки маркери.

Ова истражување ги кодираше и реторичките состави кои се однесуваат на начинот на кој новинар(к)ите ги конструираат спортовите. Во спортското известување честа е појавата спортовите во машка конкуренција да се нарекуваат со нивното генеричко име, натурализирајќи ја така машката конкуренција. Но, кога истите спортови се појавуваат во женска конкуренција, често ги маркираат родово како „женски“. Така за фудбалот во машка конкуренција се зборува само како за „фудбал“, а за фудбалот во женска конкуренција се нагласува дека се работи за „фудбал во женска конкуренција“. Оваа појава, колку што има

корен и во систематската натурализација на машките маркери, толку има корен и во развојот на спортската понуда во некои од спортовите – во услови кога некој спорт е доминиран од определен пол – како фудбалот од мажите - има тенденција за него да се употребува генеричкото име за машката конкуренција. Но, спортовите како одбојка, кошарка, ракомет и многутото индивидуални спортови кои се доста развиени и во машка и во женска конкуренција често се диференцираат и во машка и во женска конкуренција. На Сител, во првиот примерок, во 5 инстанции беше детектиран ородувачки дискурс кој овие спортови во женска конкуренција ги маркираше како женски, но истовремено имаше речиси исто толку инстанции во кои беа ородувачки конструирани машките индивидуални и тимски спортови. Во најголем број случаи (36) сепак, машките спортови се употребуваа во генеричката форма. Во вториот примерок, како што се гледа на Табелата 32, во 59 инстанции спортовите, кога во нив се натпреваруваа мажи, беа насловени во генеричка форма, а во 3 во ородувачка форма. Она што е воочливо е дека немаше инстанција на информација за спорт во женска конкуренција во која не се истакна дека се работи за спорт во женска конкуренција. Така, за женските спортови е поверојатно дека новинарот ќе нагласи дека се работи за спорт во женска конкуренција. Спротивно, за спортовите во машка конкуренција е поверојатно тие да бидат употребени во нивната генеричка форма.

Пол/конструкт	Примерок 1		Примерок 2	
	генерички	ородувачки	генерички	ородувачки
машки	36	5	59	3
женски	0	6	0	19

Табела 32: Фреквенција на типови конструкти за машките и женските спортови на ТВ Сител

Во ова истражување не беа детектирани инстанции на известување во кои се отвораа интерсекционални теми како родот и расата или нацијата. Исто така, спортистите и спортистките се поврзуваа најчесто со нивното достигнување и немаше инстанции на сексуализација на нивните тела. Конечно, за спортистките на ТВ Сител се користеа претежно феминативни форми на именката.

III.8. ТВ Телма

Вовед

ТВ Телма е една од двете приватни телевизии кои имаат содржински богата и голема фреквенција на информативна спортска програма. Во двата селектирани периода на примерокот - од 4 до 10 април (пред Летните олимписки игри) и од 26 јули до 1 август (за време на Летните олимписки игри) - емитувани беа вкупно 62 изданија на спортски емисии од кои 60 беа спортски вести, а регистрирани беа и 2 изданија на спортски магазини⁷³.

Од Табела 33 се гледа дека Телевизијата емитуваше речиси ист број спортски емисии во двата примерока, но со оглед на тоа што во вториот примерок недостигаат податоци за еден од деновите на емитување, може да се очекува дека во вториот примерок имаше нешто поголема фреквенција на спортски емисии. Спортски магазини беа регистрирани само во првиот примерок. На ТВ Телма не беа регистрирани спортски преноси⁷⁴ ниту во седмицата земена за примерок пред ЛОИ, ниту пак за време на Игрите.

Емисија/ Примерок	Вести	Магазин	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	28	2	0	30	48,39%
Примерок 2	32	0	0	32	51,61%
Вкупно	60	2	0	62	100%

Табела 33: Фреквенција на спортски емисии на ТВ Телма според типот

Од анализата на времетраењето на спортската програма во двата примерока произлегува, повторно, дека Телевизијата посвети подеднакво времетраење на спортска програма во двата примерока. Сепак, може да се очекува дека во вториот примерок имаше повеќе издвоено време за покривањето на Летните олимписки игри коишто сепак имаа ефект врз медиумската шема.

Во првиот примерок, како што е видливо на Табела 34, на спортските информации им беа отстапени 3 часа 54 минути и 22 секунди. Во просек значи, во еден ден беше емитувана спортска програма од 33 минути и 29 секунди. Во вториот примерок, во просек дневно беа емитувани 39 минути и 4 секунди. Оваа разлика може да е индикатор за тоа колкава е фактичката разлика

Тип емисија / Примерок	Пренос	Информативна програма	Вкупно	%
Примерок 1	0:00:00	3:54:22	3:54:22	50,00%
Примерок 2	0:00:00	3:54:23	3:54:23	50,00%
Вкупно	0:00:00	7:48:45	7:48:45	100%

Табела 16: Времетраење на спортски емисии на ТВ Телма според тип

⁷³ Кај оваа телевизија, поради оштетување на снимката, не беше кодиран цел ден од примерокот земен за време на Летните олимписките игри. Така вториот примерок на Телма е покус од оној на другите телевизии.

⁷⁴ Преносот во ова истражување беше двојно кодиран и како специфичен жанр во спортското новинарство и како тип емисија на медиумот. Сепак во агрегацијата беше обработен како уникатна единица.

во времетраење меѓу двата примерока.

Може да се каже дека спортската информативна програма на ТВ Телма е жанровски разнолика и во неа доминираат класичните новинарски форми - веста и извештајот. Веста како жанр е најфреквентна – вкупно 222 прилози или 45,03% од програмата беа всушност вести (од кои огромно мнозинство доаѓаат од вториот примерок), а дури 217 или 44,02% од прилозите беа извештаи. Во програмата на Телма значајно место зазедоа освртите – 45 прилози или 9,13% од вкупниот број евидентирани прилози беа во овој аналитичко - коментаторски жанр карактеристичен за спортското новинарство. Бројот на емитувани интервјуа беше поголем, споредбено со други приватни телевизии. И во програмата на Телма не беа регистрирани спортски преноси, што за примерокот земен за време на ЛОИ е разбирливо со оглед на авторските права.

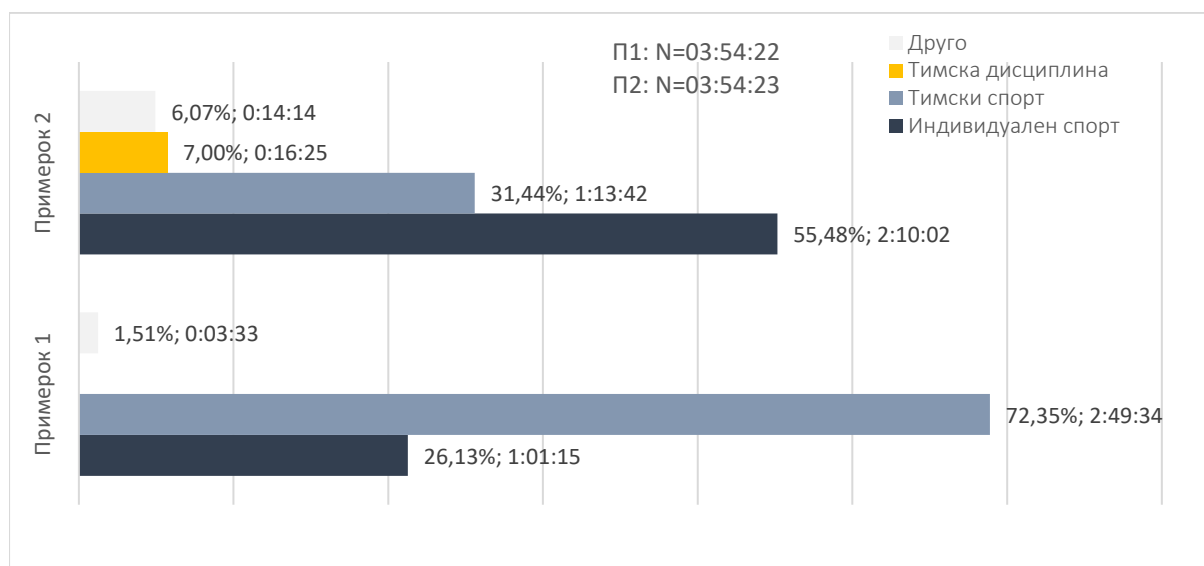
Жанр/ Примерок	Вест	Извештај	Интервју	Осврт	Пренос	Вкупно	%
Примерок 1	27	113	7	29	0	176	35,70%
Примерок 2	195	104	2	16	0	317	64,30%
Вкупно	222	217	9	45	0	493	100%

Табела 35: Фреквенција на прилози на ТВ Телма според специфичните жанрови

Притисокот што го направија ЛОИ врз програмата на Телма е очигледен, судејќи според дистрибуцијата на различните типови спорт низ двата примерока. Како што може да се види на Слика 54, во примерокот земен од редовната спортска програма на Телма, пред ЛОИ, доминираа тимските спортови. Од вкупно 3 часа 54 минути и 22 секунди посветени на спорт во првиот примерок, за тимските спортови Редакцијата на Телма издвои 2 часа 49 минути и 34 секунди или 72,35%. За индивидуални спортови беа издвоени 1 час 1 минута и 15 секунди, што претставува 26,13% од севкупната спортска програма во тој примерок.

Оваа доминација на тимските спортови во редовната програма, во примерокот земен за време на ЛОИ се претвори во значително поголемо присуство на индивидуалните спортови. Оваа трансформација е разбирлива, со оглед на тоа што на олимписката понуда за време на Летните олимписки игри, значително големо место заземаат индивидуалните спортови и дистрибуцијата која се гледа на Слика 54 е одраз на таа понуда. Од вкупно 3 часа 54 минути и 23 секунди посветени на спорт во вториот примерок, на индивидуалните спортови, Редакцијата на ТВ Телма издвои 2 часа 10 минути и 2 секунди или 55,48%. За тимски спортови беа издвоени 1 час 13 минути и 42 секунди, што претставува 31,44% од севкупната спортска програма во тој примерок.

Дополнително, појавата на тимската конкуренција во рамките на традиционално индивидуалните спортови, во вториот примерок, е уште една манифестација на влијанието на ЛОИ врз спортската програма⁷⁵. Телевизијата посвети 7% од времетраењето на спортската програма за овој тип спортови. Во редовната програма на Телма, отсликана во првиот примерок, беше отсутно покривањето на тимска дисциплина во традиционално индивидуалните спортови.



Слика 54: Учество на индивидуалните и тимските спортови во информативната програма на ТВ Телма во двата примерока

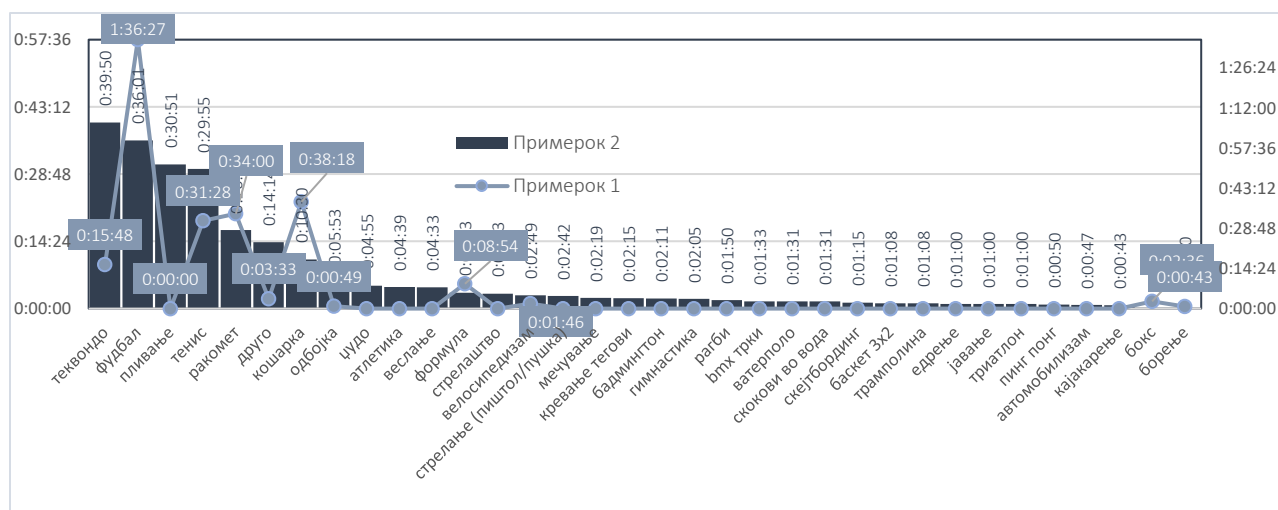
Примерокот во ова истражување не дозволува генерализации за тоа дали редовната спортска програма на Телма има систематска пристрасност кон тимски спортови. Сепак овој наод е индикативен дека убедливо најголемо времетраење од тимските спортови доаѓа од покривањето на фудбалот. Како што се гледа на Слика 55, на која е претставено апсолутното и релативното времетраење посветено на секој од спортовите во двата примерока - фудбалот во двете седмици, за време и пред ЛОИ доби 2 часа 12 минути и 28 секунди што е 28,26% од целокупната спортска програма во двата примерока.

⁷⁵ Како што е посочено и претходно, станува збор за спортски дисциплини од типот на штафетно трчање во атлетиката и сл.



Слика 55: Учество на различните видови спорт во севкупната анализирана спортска програма на ТВ Телма, во двата примерока

Флуктуацијата во релативното времетраење на двата типа спорт, во двата примерока, може да се објасни со податоците содржани на Слика 56, каде што се гледа промената во интересот на Телевизијата според вид спорт, пред и за време на ЛОИ. За време на ЛОИ, значително беше зголемено времетраењето на спортови како теквондо (поради успехот на македонскиот репрезентативец), пливаче (поради традиционално силниот интерес за овој спорт за време на Игрите) и тенис. Од друга страна, значително беше намалено времетраењето на фреквентно емитуваните содржини поврзани со фудбалот, кошарката, одбојката итн. Времетраењето посветено на фудбалот беше намалено за нешто повеќе од 1 час – ако во првиот примерок 41,15% од програмата беше всушност фудбал, тогаш во вториот примерок на фудбал отпаднаа 15,37% од вкупната програма.



Слика 56: Учество на различните видови спорт во севкупната анализирана спортска програма на ТВ Телма, соодветно во секој примерок

Анализа на родовите аспекти во спортската програма

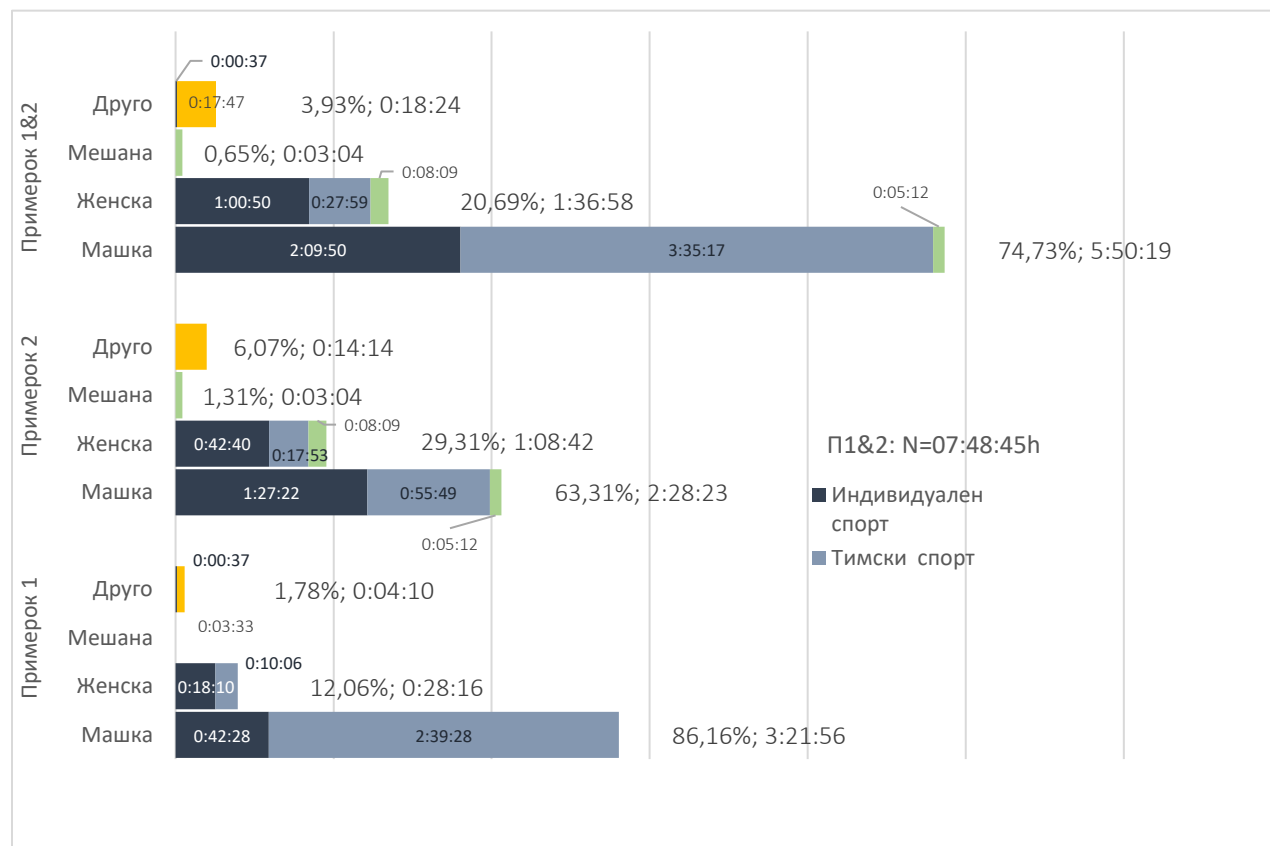
Земајќи ја предвид, севкупната спортска информативна програма на ТВ Телма (види Слика 57), спортовите во машка конкуренција добија најголемо времетраење во програмата: вкупно 5 часа 50 минути и 19 секунди, што е 74,73% од вкупното време посветено на спорт во двете анализирани седмици. Спортовите во женска конкуренција (сметајќи ги тука и тимските и индивидуалните), добија 1 час 36 минути и 58 секунди, што претставува 20,69% од програмата. Помалку од 1% од програмата и беше издвоена за мешаната конкуренција на спортовите, а во 3,93% од времетраењето на спортската програма, Редакцијата на ТВ Телма известуваше за содржини поврзани со спортот, но не за конкретен спорт или дисциплина – туку за содржини кои се однесуваа на Ковид 19 - кризата и ЛОИ, или информации за организацијата и подготовката на Олимпијадата. Овој сооднос на спортовите во машка и женска конкуренција воопшто, е индикативен за посилен акцент кој и ТВ Телма им го дава на спортовите во машка конкуренција воопшто и во редовната програма, но и за време на важни спортски настани во кои има висока фреквенција на спортови во женска конкуренција на понудата, а која не се рефлектира во програмата.

Дистрибуцијата на спортови во машка и женска конкуренција низ различните типови и низ двата анализирани периода во соодветните примероци, укажува на слични заклучоци како и за оние извлечени за вкупната програма во двата примерока. Разлики сепак постојат затоа што во примерокот земен од спортските информации во редовната програма, разликата меѓу мажите и жените претставени во програмата е видливо поголема. Во примерокот земен пред Летните олимписки игри, спортовите во кои се натпреваруваа жени добија занемарливо времетраење од 28 минути и 16 секунди, во споредба со мажите на кои им беа одвоени 3 часа 21 минута и 56 секунди, што е дури 86,16% од емитуваната информативна спортска програма пред ЛОИ. Иако примерокот од една случајно избрана седмица пред ЛОИ е ограничен и не дозволува од него да се носат обопштувачки заклучоци, сепак овој наод може да сугерира дека вообичаената спортска програма на ТВ Телма е доминирана од спортови во машка конкуренција, пред сè тимски и, судејќи според Слика 55 – доминирана од фудбал.

Претставената дистрибуција во рамките на првиот примерок според типовите спорт покажува дека, кај индивидуалните спортови – мажите добија значително поголемо времетраење, а кај тимските спортови – тие имаа доминантно место. Од вкупно 1 час 1 минута и 15 секунди издвоени за индивидуални спортови во редовната програма, на индивидуални спортови во женска конкуренција им беа посветени 18 минути и 10 секунди што претставува 29,96%, а на оние во машка им беа посветени 42 минути и 28 секунди или 69,33%. Разликата кај тимските спортови е далеку поголема – од вкупно 2 часа 49 минути и 34 секунди програма посветена на тимски спортови – жените добија само 5,96%, а мажите 94,04%. Тимските спортови во машка конкуренција зазедоа 68,04% од севкупната програма во првиот примерок. Со оглед на тоа што 41,15% од програмата во првиот примерок беше фудбал во машка конкуренција, овој податок не е контраинтуитивен.

Во вториот примерок евидентно е дека понудата на ЛОИ ги ублажи видливо разликите меѓу претставувањето на спортовите во машка и женска конкуренција. Од вкупно 3 часа 54 минути и 23 секунди посветени на спортска информативна програма во вториот примерок, 2 часа 28 минути и 23 секунди или 63,31% се однесуваа на натпревари меѓу мажи, а 1 час 8 минути и 42 секунди или 29,31% - меѓу жени. Оваа значително намалена разлика е одразена и кај тимските спортови – од вкупно 1 час 13 минути и 42 секунди за тимски спортови, 55 минути и 49 секунди или 75,73% беа издвоени за мажите, а 17 минути и 53 секунди или 24,27% за жените. Оваа разлика е значајна, но и значајно помала од онаа во првиот примерок во контекст на половата дистрибуција на тимските спортови. Кај индивидуалните спортови, од вкупно 2 часа 10 минути и 2 секунди - 67,19% е времетраење посветено на машката конкуренција, а 32,81% на женската.

Соодносот меѓу времетраењето на известувањето за спортовите во женска и во машка конкуренција во вториот примерок е, така, ублажен пред сè поради зголемувањето на уделот на тимски спортови во женска конкуренција за време на ЛОИ.

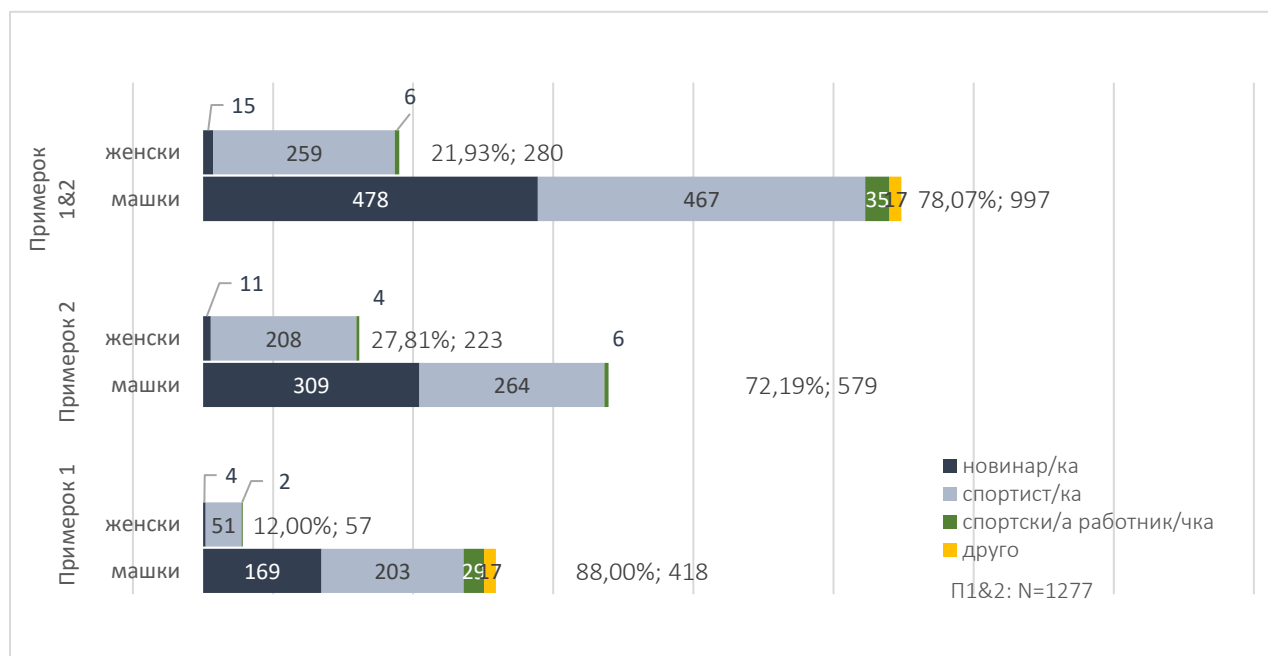


Слика 57: Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на ТВ Телма, сегрегирано според тип спорт

Според времетраењето кое им се издвои на спортовите во машка и женска конкуренција, треба да се очекува и дека спортската програма и повеќе и почесто претставуваше спортисти отколку спортистки, но тоа сè уште не значи и дека вкупната бројка на мажите во програмата беше значително поголема од онаа на жените. Затоа, на Слика 58, е претставена фреквенцијата на инстанции на појавување⁷⁶ на машките и женските учесници во прилозите на ТВ Телма.

Во двата примерока заедно, вкупно се анализирани 1277 инстанции на појавување на учесниците во програмата, од кои 997 или 78,07% беа мажи, и 280 или 21,93% беа жени. Оваа нумеричка доминација на мажите не е дистрибуирана рамномерно според типовите учесници. Највоочлива разлика има во инстанциите на појавување на новинар(к)ите.

Од вкупно 493 инстанции на појавување на новинар(к)и во двата примерока заедно, 478 или 96,96% беа појавувања на новинари. Само 15 појавувања, што е 3,04% од вкупната фреквенција, беа појавувања на новинарки. Овој сооднос е истоветен и во рамките на двата примерока посебно. Во рамките на примерокот земен пред ЛОИ, од 173 појавувања, 169 беа на мажи - што претставува 97,69% од инстанциите на појавувања на новинари во тој примерок. Во седмицата предмет на анализа за време на ЛОИ, од 320 инстанции на појавувања, 309 или 96,56% беа на мажи.



Слика 58: Фреквенција на инстанции на појавување на машки и женски учесници во спортската програма на ТВ Телма, во единица прилог и сегрегирано според тип улога

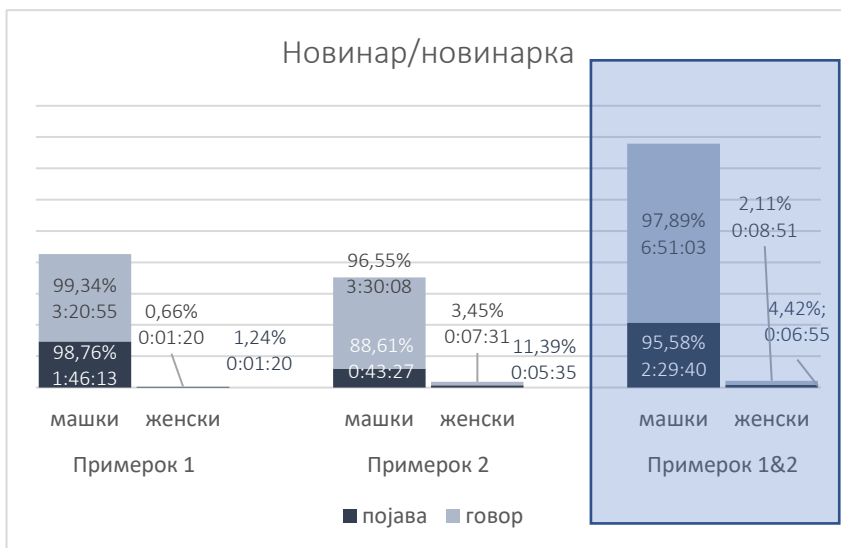
⁷⁶ Концептот „инстанција на појавување“ овде е употребен за да се направи дистинкција меѓу она што е мерено во истражувањето и фактичките „учесници во програмата“ и тоа е направено од аналитички причини. „Инстанции на појавување“ се единици на визуелно или вербално претставување на учесник во програмата на ниво на единица прилог. Како пример: ако во едно издание вести се објавени 5 прилози, и во сите нив се појавува еден ист новинар – тогаш тој новинар е маркиран 5 пати во кодната матрица - се работи за еден учесник со 5 инстанции на појавување на ниво на единица прилог.

ТВ Телма, во моментот на изработка на оваа студија има една спортска новинарка, што не беше случај во времето кога беше земен примерокот. Затоа, инстанциите на појавување на новинарките, како што може да се види на Табела 36, се поврзани со идентитетите на новинарките кои не се занимаваат вообичаено со известување за спорт. Двајцата новинари коишто се појавуваа во програмата доаѓаат од Спортската редакција и од нив произлегува целокупната фреквенција на инстанции на појавување.

Име	Примерок 1	Примерок 2	Вкупно
Игор Паневски	88	230	318
Бранко Казаковски	81	79	160
Наташа Стојановска	0	10	10
Николина Славковска	2	0	2
Ева Јакимовска	2	0	2
Нина Стефанова	0	1	1
Вкупно	173	320	493

Табела 36: Фреквенција на појавувања на поединечни новинар(к)и на ТВ Телма

И само од наодот кој произлегува од фреквенциите на инстанции на појавност на новинарките и новинарите е јасно дека времетраењето кое им беше посветено соодветно на различнополовите новинари укажува на доминација на мажите. Како што се гледа на Слика 59, времетраењето на вербалната и визуелната презентација на новинарите и новинарките ја отсликува и фреквенцијата на нивни појавувања.



Слика 59: Времетраење на визуелното и вербалното претставување новинар(к)ите во информативната програма на ТВ Телма

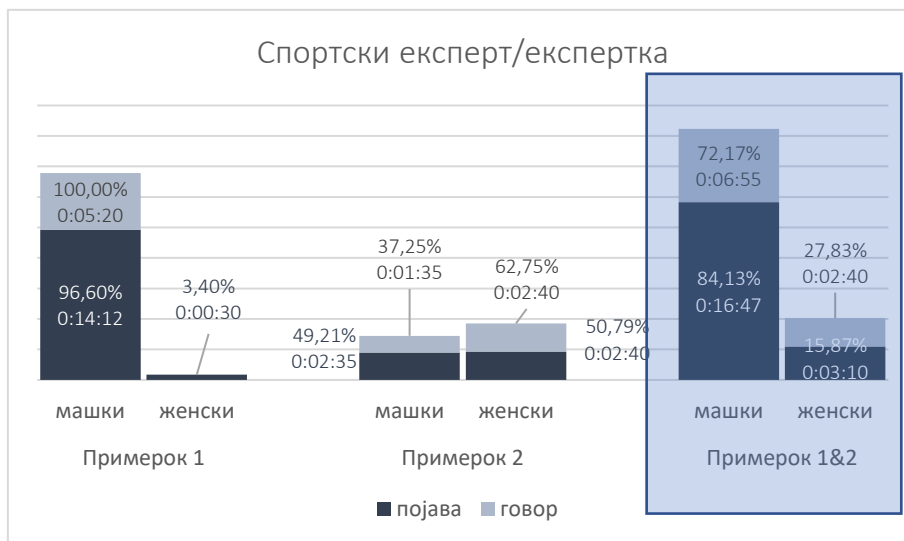
Во поглед на присуството на различнополови спортски работници видлива е доминација на мажите. Како што се гледа на Слика 58 – од вкупно 41 инстанција на појавување на спортски експерт(к)и во прилозите на Телма, 35 или 85,37% беа мажи, а 6 или 14,63% беа жени. Дистрибуцијата на појавувања не е рамномерна низ двата примерока. Во вториот примерок од 10 инстанции, 4 беа на жени и 6 на мажи, но во првиот примерок е видлива машка доминација – од 31 инстанција на појавување, 29 беа на спортски експерти, а 2 на спортски експертки.

Овој сооднос е рефлектиран во визуелното појавување на експерт(к)ите, но не и во однос на нивната вербална презентација – (говорот пред камерите). На ниво на двата примерока заедно, од вкупно 19 минути и 57 секунди во кои спортски експерт(к)и се појавија

со слика на екранот, 84,13% е времетраење во кое се појавуваа мажи, а 15,87% жени. Но, дистрибуцијата на говорот не го следи соодносот на инстанциите на појавност – шесте инстанции на појавување на спортските експертки заземаа 27,83% според времетраењето на вербалното претставување на спортските работници/чки, а во 72,17% вербално беа претставени спортските експерти.

Видливо е на Слика 60, меѓутоа, дека во вториот примерок во четирите инстанции на појавување, на спортските експертки им беше алоцирано кумулативно повеќе време за вербална презентација.

Времетраењето на нивната визуелна појава е речиси исто со она на мажите. Значи, иако жените имаа две инстанции на појавување помалку од мажите, тие вкупно зборуваа подолго, а на екранот со слика беа прикажани исто толку долго колку и мажите. Се разбира, ограничениот примерок и бројките со кои оперира овој заклучок не дозволуваат генерализации за вкупната програма.



Слика 60: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортските експерт(к)и во информативната програма на ТВ Телма

Анализата на фреквенцијата со која се појавуваа различнополовите спортисти во програмата (Слика 58), покажува дека присуството на мажите и жените не кореспондира целосно со дистрибуцијата на времетраењето на спортовите во машка и женска конкуренција, а двете пак, како што ќе стане јасно, не кореспондираат со времетраењето на вербалната и визуелната презентација (види Слика 61).

Од вкупно претставени 726 спортист(к)и (или спортски тимови)⁷⁷ во двата примерока, 467 или 64,33% беа мажи и 259 или 35,67% беа жени. Во овој наод се вкalkулирани и податоци од настан од глобално значење во кој има големо присуство на женски спортови, така што, иако наодов не може да се смета за генерализирачки, сепак тој е доволно индикативен за заклучокот дека и во севкупната програма на ТВ Телма (надвор од селектираните примероци) според фреквенцијата и времетраењето на појавност, доминираат спортистите.

Секако, дистрибуцијата на спортистите и спортистките во двата примерока соодветно, а очекувано од претходно прикажаните податоци, не е рамномерна. Така, на Слика 58 се гледа

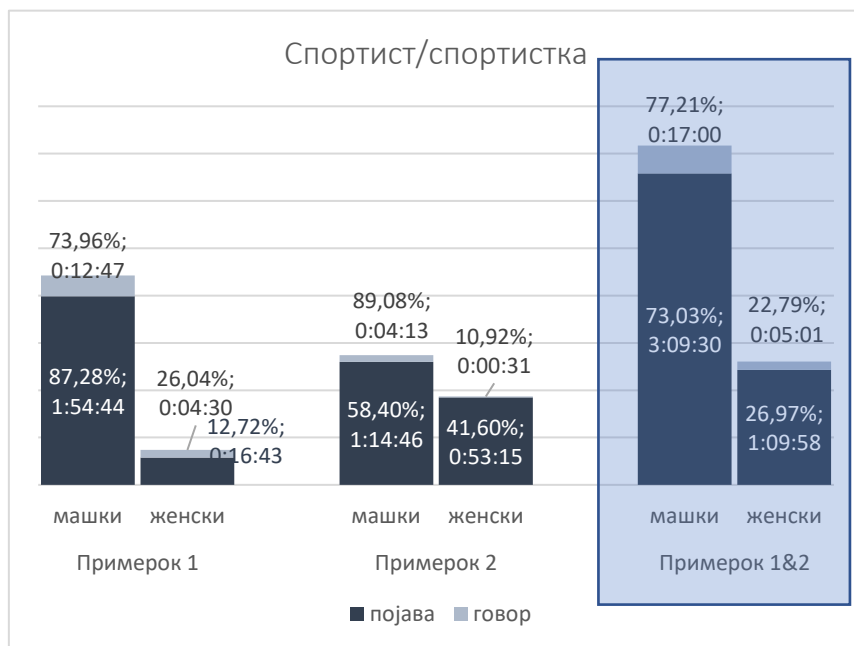
⁷⁷ Во оваа бројка не влегуваат поединците кои се дел од тимските спортови – на пример таму каде што се прикажани фудбалски тимови, кодирано е еднаш како тим мажи.

дека во примерокот земен пред ЛОИ, во прилозите на Спортската реакција имаше апсолутна доминација на спортисти – од вкупно 254 инстанции на појава на спортист(к)и претставени на програмата на Телевизијата, 203 или 79,92% беа мажи, а 51 или 20,08% беа жени. Во вториот примерок пак, воочлива е далеку поголема рамнотежа - од вкупно претставените 472-ца спортисти и спортистки во програмата - 264 или 55,93% беа мажи и 208 или 44,07% беа жени. Летните олимписки игри, односно природата на спортовите кои се најчесто на олимписката програма, значи, ја ублажија видливо и значајно разликата во соодносот – иако не ја елиминираа целосно.

Фреквенцијата на појавност, сепак, не значи веднаш, дека на спортистите им беше дадена поактивна или доминирачка улога во прилозите. Затоа, ова истражување собра податоци и за тоа колку од вкупното време во кое беа претставени различнополови спортисти во програмата им беше издвоено на мажите, а колкаво на жените, во смисла на нивната визуелна и вербална презентација (поедноставно - во колкава порција од вкупното време, различнополовите спортисти се појавуваа со слика во емитираните прилози, а во колкав дел во прилозите им беше овозможено да зборуваат).

На Слика 61 се гледа дека, на ниво на двата примерока заедно, во спортските прилози од вкупното време од 4 часа 19 минути и 28 секунди - во кое спортист(к)и се појавуваа со слика на екранот – за визуелно претставување на спортистките беа издвоени 1 час 9 минути и 58 секунди што е 26,97% од времето. Спортистите добија 3 часа 9 минути и 30 секунди што претставува 73,03% од времето. Мажите исто така доминираа и според времетраењето што им беше отстапено за нивната вербална презентација - времето во кое тие зборуваа. Од вкупно 22 минути и 1 секунда издвоени за говор преку кој спортист(к)и во програмата можеа да се претстават себеси или да претстават некој аспект од нивната работа - 77,21% беа издвоени за мажите, а 22,79% за жените. И овој мерен параметар, врз кој истражувањето го евалуира учеството на спортистите и спортистките во спортската програма, укажува на машка доминација во спортовите во програмата на ТВ Телма.

Секако, очекувано, оваа разлика во визуелната и вербалната презентација меѓу различнополовите спортисти е далеку поизразена во

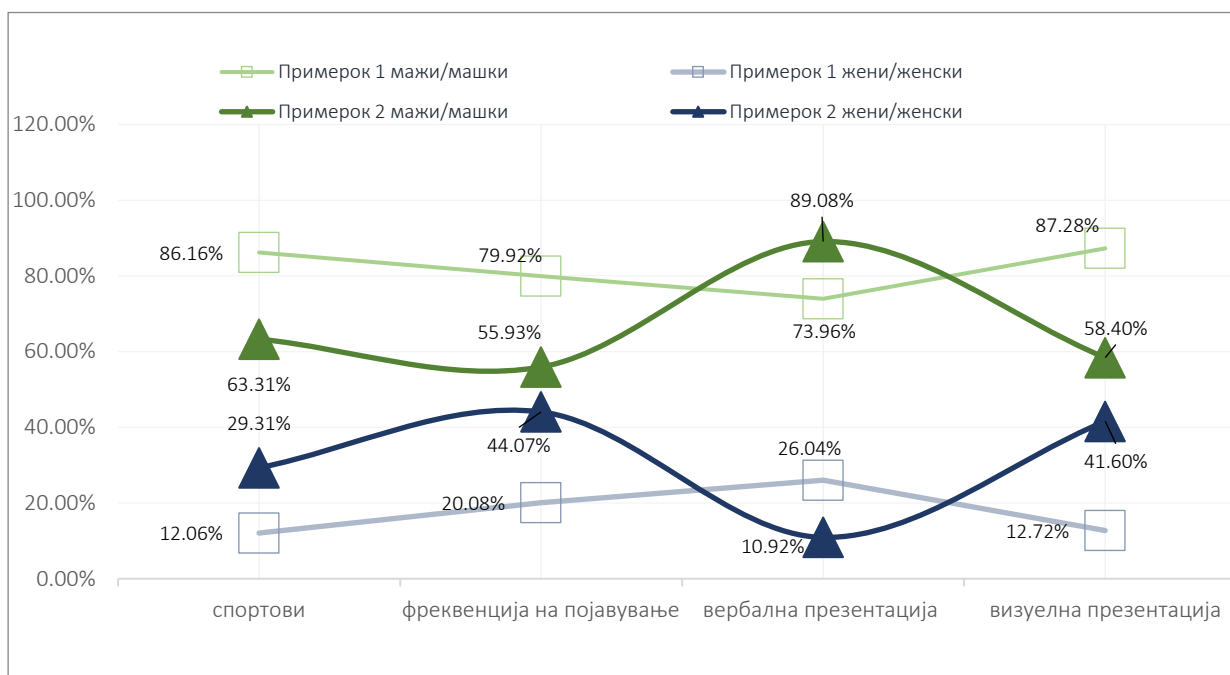


Слика 61: Времетраење на визуелното и вербалното претставување на спортистките и спортистите во информативната програма на ТВ Телма

првиот отколку во вториот примерок – ефект на понудата на ЛОИ. Во примерокот земен пред ЛОИ, од вкупното време од 2 часа 11 минути и 27 секунди, издвоено за визуелно претставување на спортистите – 1 час 54 минути и 44 секунди или 87,28% им беа дадени на спортистите, а 12,72% на спортистките. Во првиот примерок, визуелно, мажите доминираа на екранот. Во вербалната презентација имаше значајна разлика. Од 17 минути и 17 секунди говор на спортист(к)и, 73,96% беше говор на спортисти, а 26,04% беше говор на спортистки. Во вториот примерок имаше помала, но сепак вредна за споменување разлика меѓу времетраењето на визуелната и вербалната презентација на различнополовите спортисти. За визуелна презентација на спортистите беа издвоени 1 час 14 минути и 46 секунди или 58,40% од времето, а за спортистките беа издвоени 53 минути и 15 секунди или 41,60% од времето. За говор на спортистите беа издвоени 4 минути и 13 секунди што е 89,08% од времето, а за говорот на спортистките само 31 секунда или 10,92% од времето. Ова се премали бројки за да се извлекуваат генерализирачки заклучоци, но тие се доволен ориентациски индикатор за родовата (не)рамнотежа во спортската програма.

Во анализата до сега, беа изнесени податоци за четири мерни параметри за претставувањето на спортистите и спортистките во информативната програма. Слика 62 покажува колку флукутира нивниот удел во вкупните вредности врз кои се одредени двете. На тој начин може да се спореди дали уделот на инстанциите на појавност на спортист(к)и и времетраењето на нивната визуелна и вербална презентација е соодветен со уделот на времетраењето на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната програма на ТВ Телма. И секако, може да се спореди како флукутираа овие вредности во двата примерока споредбено.

Така, во рамките на првиот примерок се гледа дека соодносот на уделот на спортовите во машка и женска конкуренција грубо одговара на соодносот меѓу уделот на визуелната презентација на спортистите и спортистките во информативната програма. Но, видливо е дека соодносот меѓу нив, во смисла на вербална презентација, е намален затоа што учеството на спортистите и спортистките не го следи уделот на времетраењето посветено на машката и женската конкуренција на спортовите. Обратно, во вториот примерок, видлива е малата разлика меѓу уделот на спортовите во кои се натпреваруваа жени и фреквенцијата на инстанции на појавувања меѓу мажите и жените како и мала разлика во визуелната презентација, но затоа пак разликата во времето одвоено за говор на спортистите и спортистките е несовмесна со овие параметри.



Слика 62: Сооднос меѓу мажите и жените во спортот претставен на четири мерни параметри компаративно во двата примерока на ТВ Телма

Во ова истражување, од родов аспект беа кодирани спортист(к)ите и спортовите на кои се однесуваше известувањето во информативната програма. Еден од параметрите се однесува на дискурзивните јазли со кои медиумот ги конструираше спортистите и спортистките во рамките на феминизирачките или маскулинистички стереотипизирачки маркери. Во ова истражување, во програмата на ТВ Телма беа детектирани 17 инстанции во кои се користеа маскулинизирачки известувачки стилови, од кои 7 во првиот примерок и 10 во вториот. Во информативната програма во првиот примерок, неколку од овие интенции беа поврзани со натпревари на ракометниот клуб Вардар, во кој новинарот праша: „Дали има јунак што ќе ја спаси македонската гордост од целосен колапс?“. Искизи како овој се интересни за интерсекционална анализа, затоа што дискурзивно го конструираат спортскиот натпревар во поле за антагонизам во кое, како во националните митологии, месијански моќта за „спас“ се лоцира кај митот – јунакот кој треба да дојде и да ја спаси нацијата. Во овој случај, како што сугерира исказот, изразот „македонска гордост“ не само што вербално отповикува национални конструирани мемории на митското време кога „гордоста била за прв пат воспоставена“, туку од спортскиот настан прави повторна симболичка ритуализација на тоа митско време. Експлицитна е овде, како и во секој антагонизирачки дискурс, заканата – „целосен колапс“.

Во вториот примерок, интересни од истиот ранг се неколку инстанции на известување поврзани со успехот на македонскиот теквондо репрезентативец, за кој се велеше дека е „нашиот олимписки херој“, „македонското златно момче“ кое имало „херојски дочек во

Скопје“. Овој тип дискурси се вкоренети во известувачките стилови на спортските новинари и глобално, и имаат родови последици затоа што од спортистите неретко се конструираат национални херои. За спортистките не беа детектирани очигледни феминизирачки маркери.

Ова истражување ги кодираше и реторичките состави кои се однесуваат на начинот на кој новинар(к)ите ги конструираат спортовите. Во известувањето за спортот, честопати спортовите во машка конкуренција се нарекуваат со нивното генеричко име, со што се натурализира машката конкуренција. Кога тие спортови се во женска конкуренција, често се родово маркирани како „женски“. Така, фудбалот во машка конкуренција се ословува само со „фудбал“, додека за фудбалот во женска конкуренција се посочува дека се работи за „фудбал во женска конкуренција“. Оваа појава, како што е кажано и погоре, има корен и во систематската натурализација на машките маркери, и во развојот на спортската понуда во некои од спортовите – бидејќи кога во некој доминира определен пол – како што е случајот со фудбалот и мажите - има тенденција за него да се употребува генеричкото име за машката конкуренција. Од друга страна, спортови како одбојка, кошарка, ракомет и низа индивидуални спортови кои се доста развиени и во машка и во женска конкуренција, често се диференцираат. На ТВ Телма, може да се види дека во првиот примерок почеста беше употребата на ородувачкото маркирање на спортовите во женска конкуренција отколку генеричкото, а во вториот примерок тоа беше нешто позначајно.

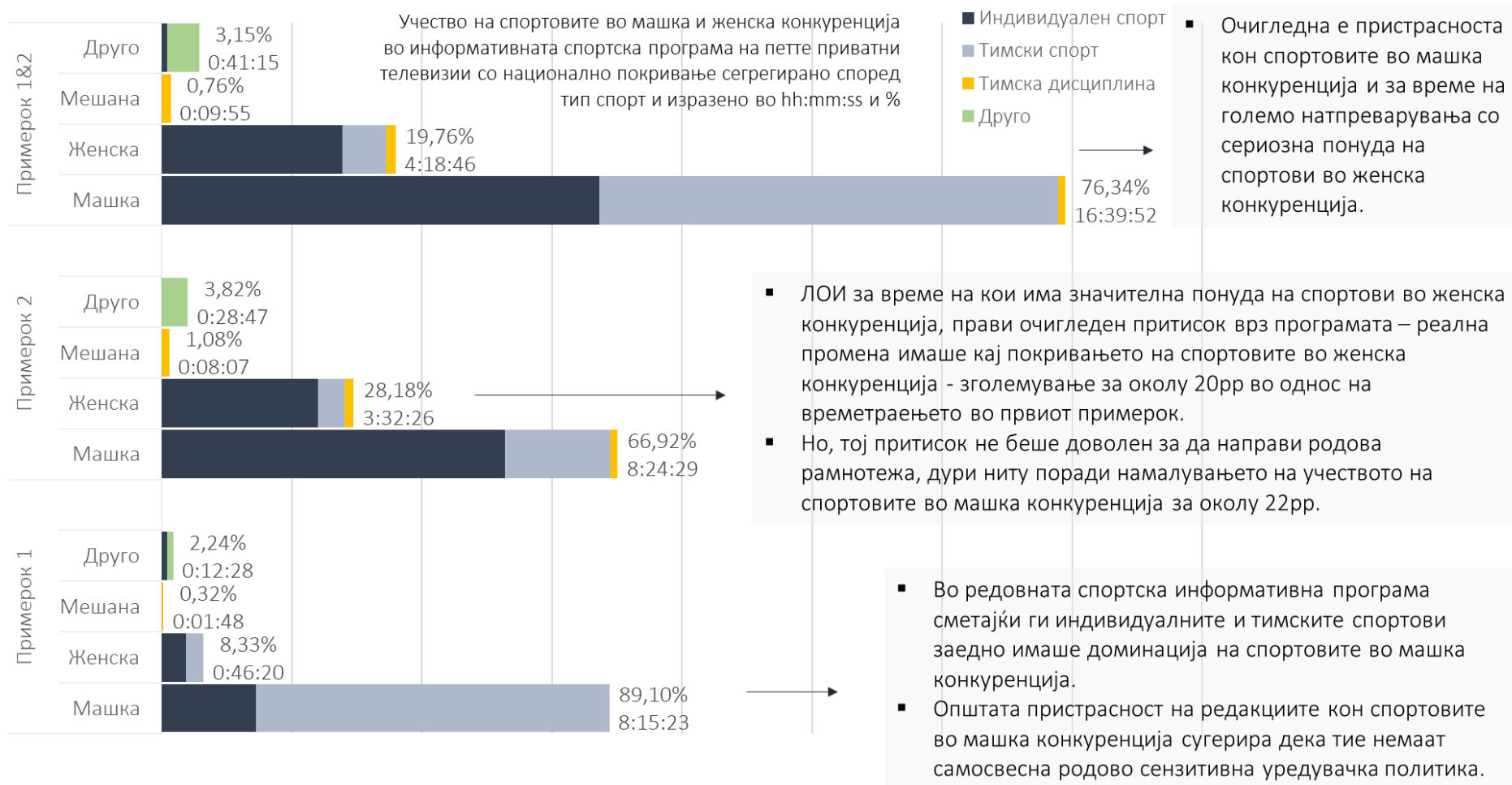
Пол/конструкт	Примерок 1		Примерок 2	
	генерички	ородувачки	генерички	ородувачки
машки	266	10	255	41
женски	18	25	119	67

Табела 37: Фреквенција на типови конструкти за спортовите во машка и женска конкуренција на ТВ Телма

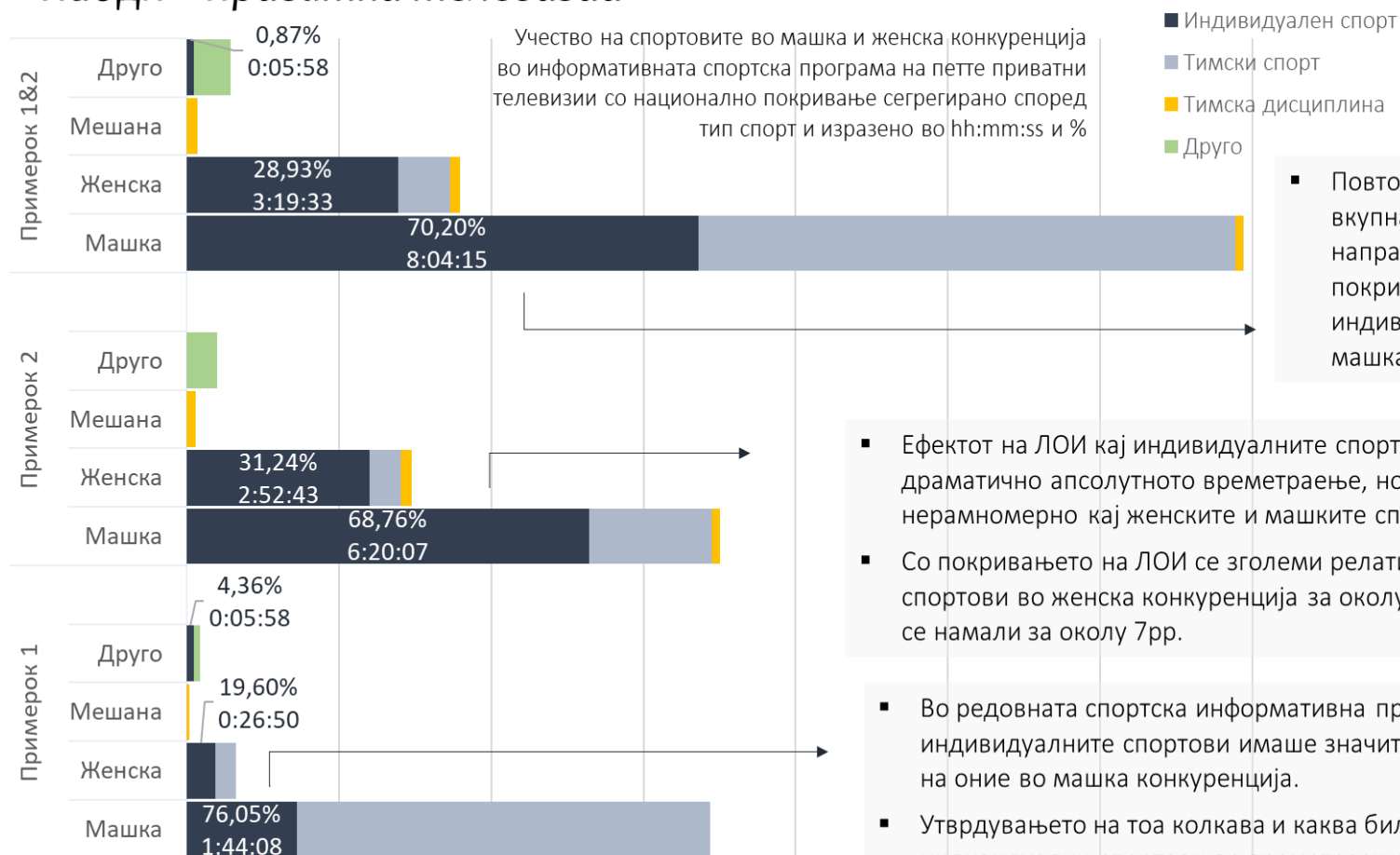
Во ова истражување, на ТВ Телма не беа детектирани инстанции на известување во кои се отвораа интерсекционални теми како родот и расата или нацијата. Исто така, спортистите и спортистките најчесто беа поврзувани со нивното достигнување и немаше инстанции на сексуализација на нивните тела, а за спортистките во ТВ Телма се користеа претежно феминативни форми на именката.

ЗБИРНИ НАОДИ

Наоди – Приватни телевизии



Наоди – Приватни телевизии

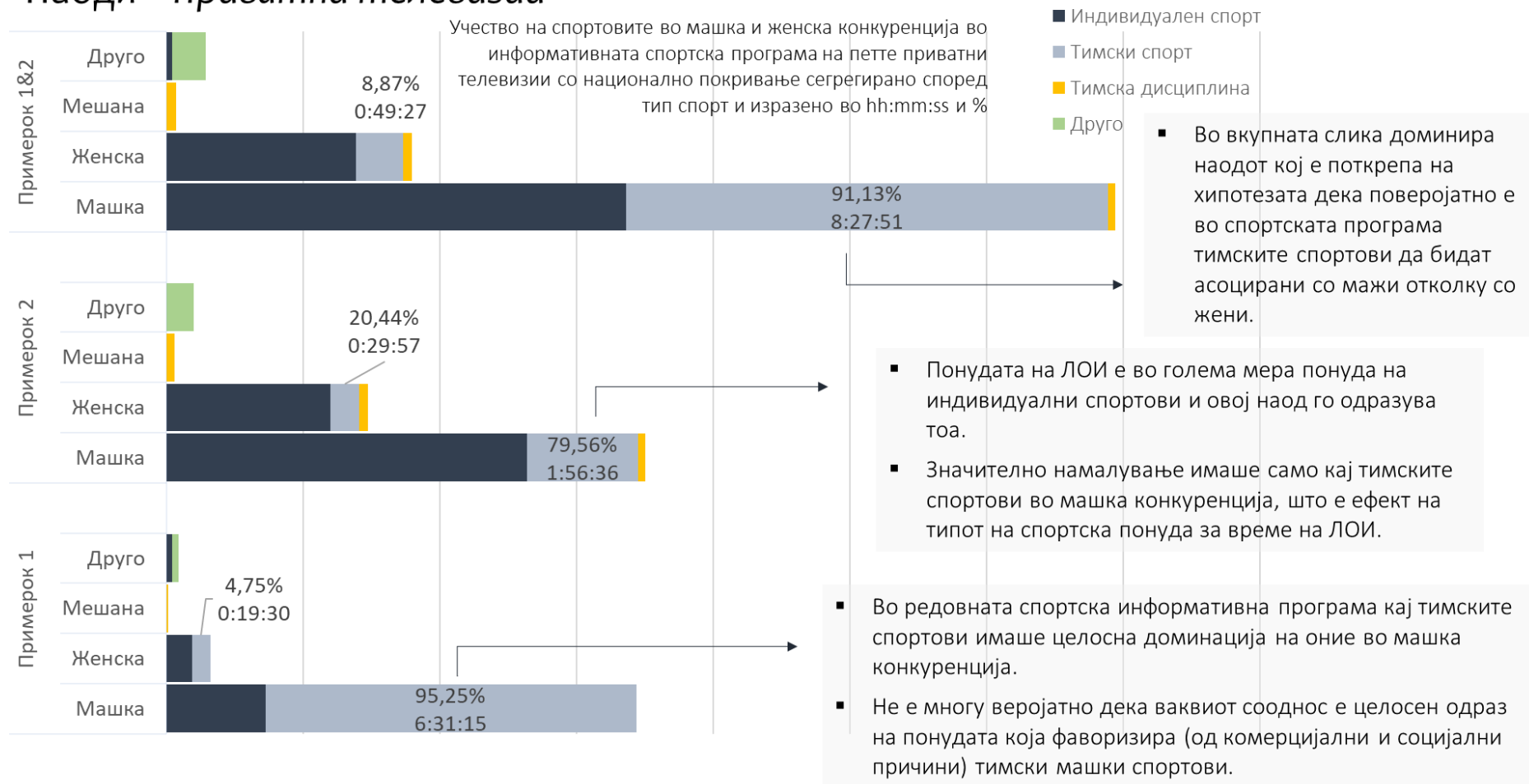


Повторно, притисокот на ЛОИ во вкупната слика не успеа да направи родова рамнотежа во покривањето на индивидуалните спортови во машка и женска конкуренција.

- Ефектот на ЛОИ кај индивидуалните спортови го зголеми драматично апсолутното времетраење, но зголемувањето беше нерамномерно кај женските и машките спортови.
- Со покривањето на ЛОИ се зголеми релативното учество на спортови во женска конкуренција за околу 22pp; машкото учество се намали за околу 7pp.

- Во редовната спортска информативна програма кај индивидуалните спортови имаше значително поголемо учество на оние во машка конкуренција.
- Утврдувањето на тоа колкава и каква била понудата на индивидуални спортови во времетраењето од кое е земен примерокот е надвор од опсегот на ова истражување.

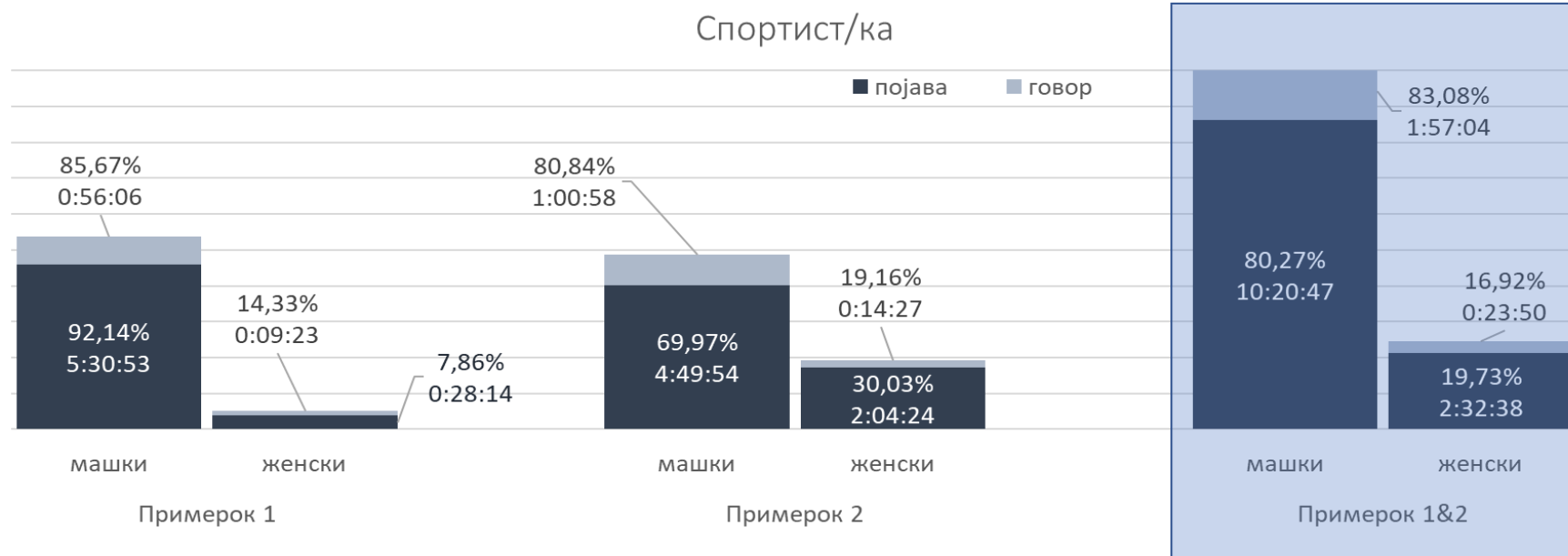
Наоди – Приватни телевизии



Наоди – Приватни телевизии

- Учеството на спортовите во машка конкуренција во првиот примерок беше 89,10%, што грубо земено одговара на присуството на мажи спортисти во програмата и во нивното визуелно и вербално претставување.

- Учеството на спортовите во машка конкуренција во вториот примерок беше 66,92%, но за вербална презентација на мажи - спортисти редакциите во приватните телевизии издвоија 80,84% од времето во кое имаше вербална презентација на спортисти или спортистки. Мажите беше поверојатно да се појават со говор во програмата отколку жените.

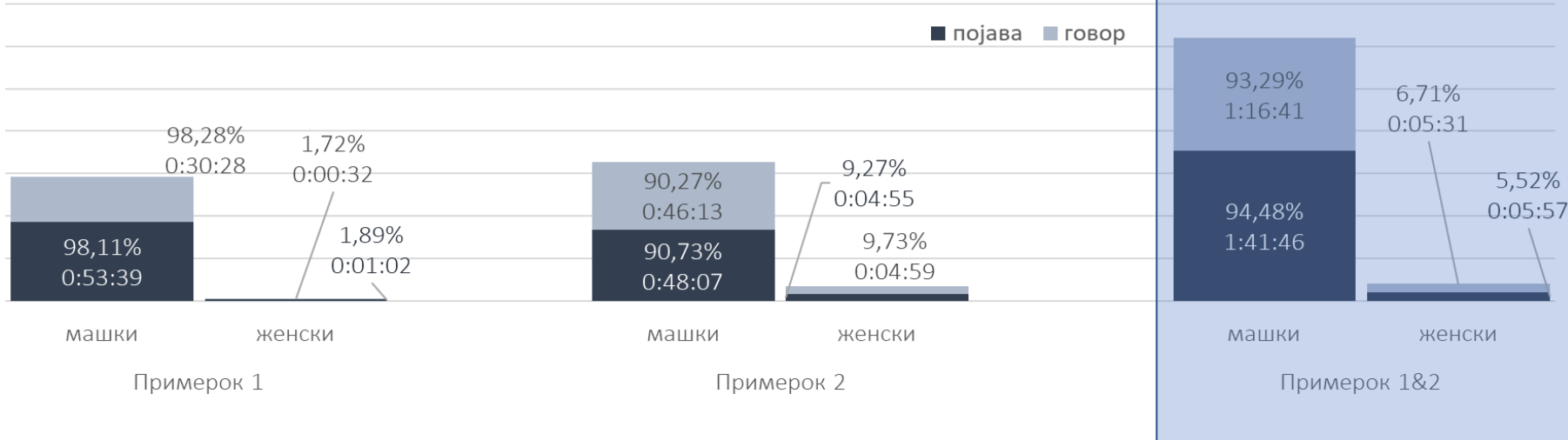


Наоди – Приватни телевизии

- Спортските експертки беа речиси целосно отсутни од редовната програма на приватните телевизии.
- Ставови и анализи за спортските настани редакциите бараа доминантно од машки спортски работници.

- ЛОИ го зголеми учеството на спортски експертки во информативната програма, но тоа беше многу далеку од обезбедување родова рамнотежа.

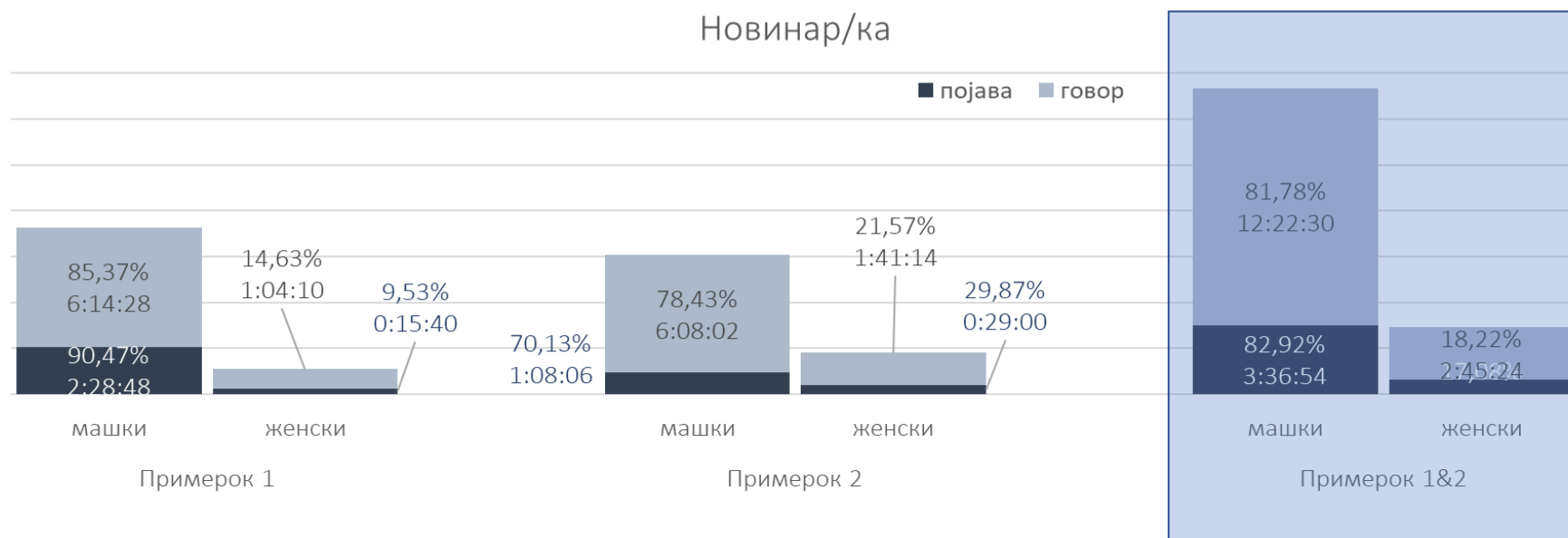
Спортски/а експерт/ка



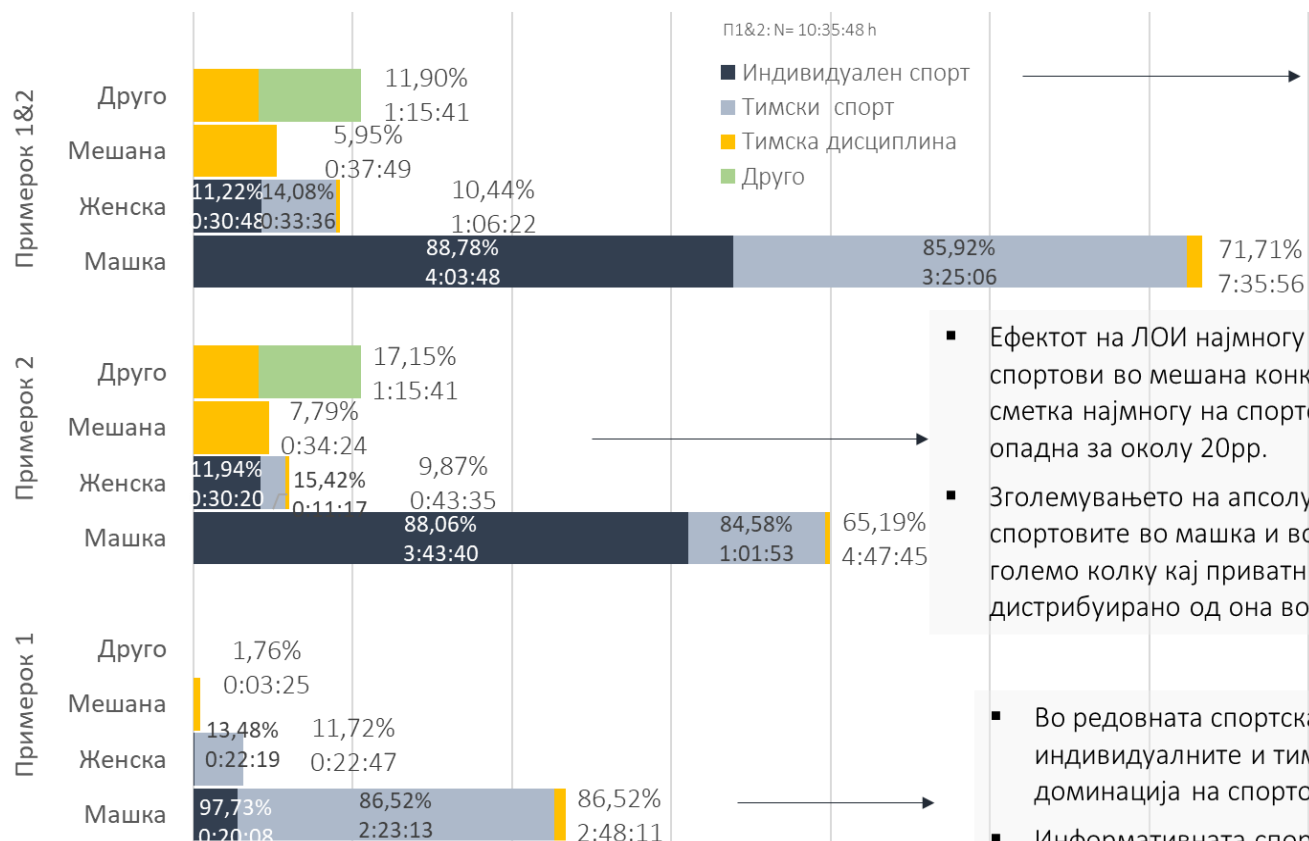
Наоди – Приватни телевизии

- Новинарите на приватните телевизии беше поверојатно да се појават само со говор, но не и со слика во информативната програма – и тоа важи за двата примерока.

- Кај две од петте приватни телевизии во програмата се појавуваа специјализирани спортски новинарки. Но, наодот за двата примерока заедно сугерира доминантно учество на вербална и визуелна презентација на мажите новинари во спортската програма.



Наоди – Јавен сервис (Прв програмски сервис МРТ 1)



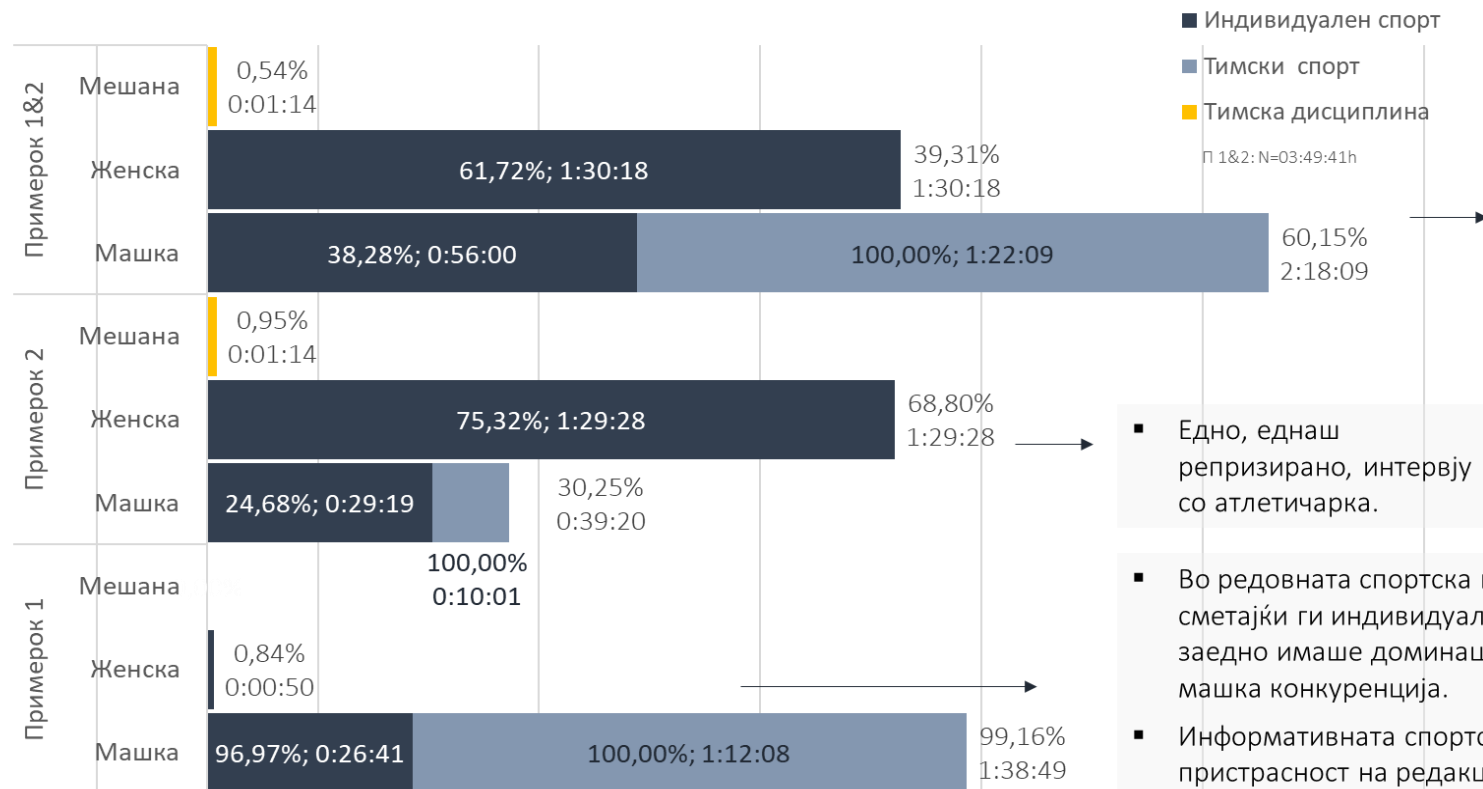
- Првиот програмски сервис на МРТ има исклучително голем диверзитет на претставени спортови како и жанровска разноликост.
- Спортот во оваа програма зазема важно место.
- Сепак, за време на големи натпреварувања ова носи ризик за останатите функции на МРТ.

- Ефектот на ЛОИ најмногу се виде во порастот на покривање на спортови во мешана конкуренција и други спортски содржини (за сметка најмногу на спортовите во машка конкуренција чие учество опадна за околу 20pp.
- Зголемувањето на апсолутното времетраење на информациите за спортовите во машка и во женска конкуренција не беше толку големо колку кај приватните телевизии и беше порамномерно дистрибуирано од она во приватните телевизии.

- Во редовната спортска информативна програма, сметајќи ги индивидуалните и тимските спортови заедно, имаше доминација на спортовите во машка конкуренција.
- Информативната спортска програма укажува на пристрасност на редакцијата кон спортовите во машка конкуренција и отсуство на самосвесна родово сензитивна уредувачка политика.

Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на МРТ 1 сегрегирано според тип спорт и изразено во hh:mm:ss и %

Наоди – Јавен сервис (Програма на албански јазик МРТ 2)



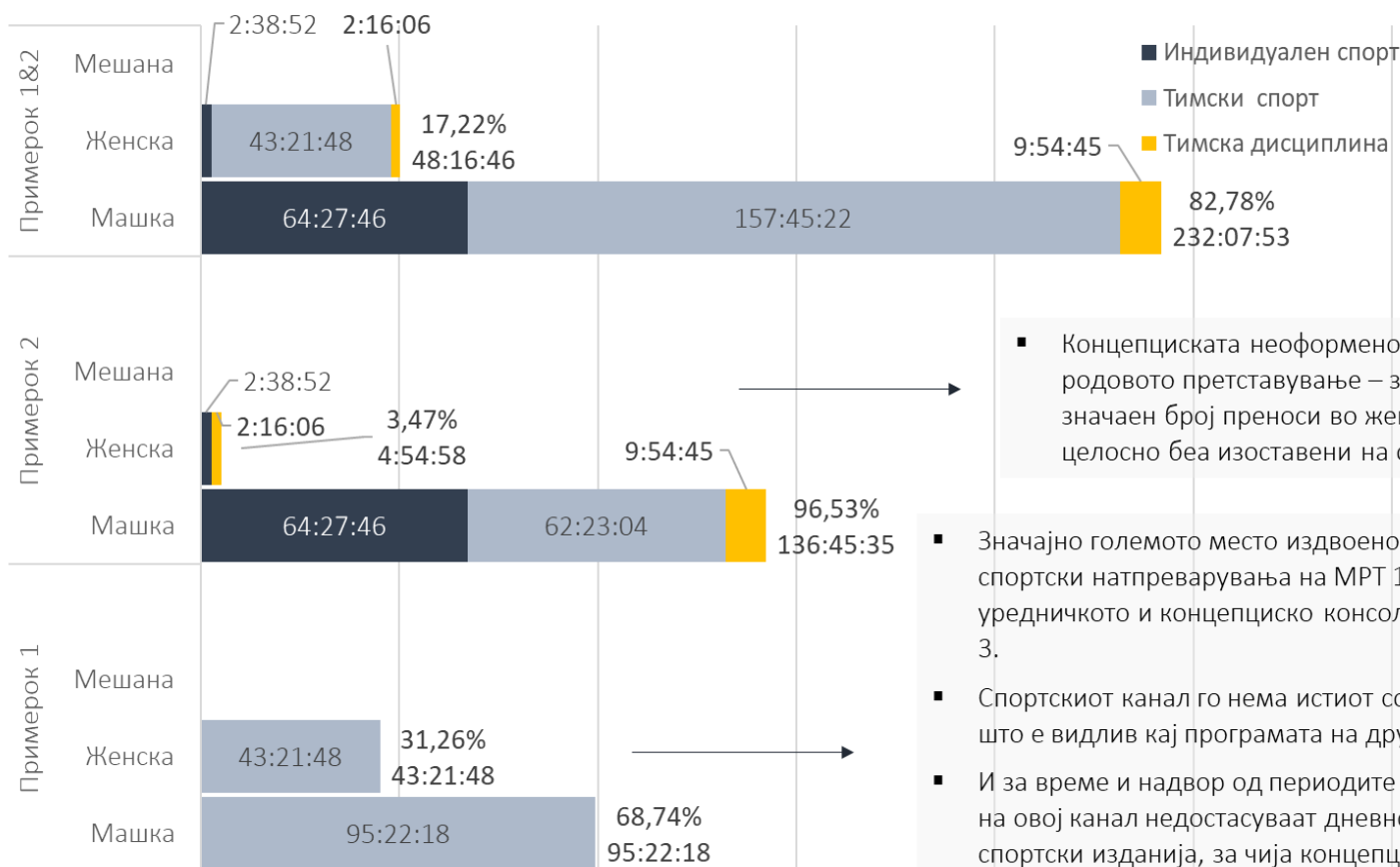
- МРТ 2 Програма на Албански јазик има извесен диверзитет на претставени спортови, но таа не е толку изразена како кај МРТ 1.
- Сепак спортот во оваа програма зазема важно место.

Едно, еднаш репризирано, интервју со атлетичарка.

- Во редовната спортска информативна програма сметајќи ги индивидуалните и тимските спортови заедно имаше доминација на спортовите во машка конкуренција.
- Информативната спортска програма укажува на пристрасност на редакцијата кон спортовите во машка конкуренција и отсуство на самосвесна родово сензитивна уредувачка политика.

Учество на спортовите во машка и женска конкуренција во информативната спортска програма на МРТ 2 Програма на албански јазик сегрегирано според тип спорт и изразено во hh:mm:ss и %

Наоди – Јавен сервис (Спортски канал МРТ 3 - преноси)



■ Концепциската неоформеност на овој канал се одразува и врз родовото претставување – за сметка на тоа што на МРТ 1 имаше значаен број преноси во женска конкуренција тие речиси целосно беа изоставени на овој канал за време на ЛОИ.

- Значајно големото место издвоено за спорт за време на големи спортски натпреварувања на МРТ 1 и на МРТ 2, носи извесен ризик и за уредничкото и концепциско консолидирање на Спортскиот канал - МРТ 3.
- Спортскиот канал го нема истиот содржински и жанровски диверзитет што е видлив кај програмата на другите два анализирани канали.
- И за време и надвор од периодите во кои има големи натпреварувања, на овој канал недостасуваат дневноинформативни и аналитички спортски изданија, за чија концепција е потребен поголем уреднички и финансиски фокус на овој канал.

IV. ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ

Јавен радиодифузен сервис

Информирањето за спортот и спортските настани и пренесувањето на спортски натпреварувања, има значајно место во вкупната програмска шема на Јавниот радиодифузен сервис. Во општа смисла, резултатите на ова истражување упатуваат на тоа дека Јавниот сервис настојува да води осмислена и конзистентна уредувачка политика поврзана со спортот – кај него има жанровска разноликост и очигледно голем диверзитет на претставени спортови на кои им е отстапено забележително времетраење, во согласност со членот 110 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги според кој ЈРС треба да „промовира спорт и рекреативни активности и да пренесува спортски настани од земјата и странство на кои учествуваат македонските национални тимови или спортисти, како и помалку застапените спортови, односно спортски настани“. Сепак, ова истражување илустрираше неколку структурни и содржински слабости:

1. На Првиот програмски сервис на МРТ како и на МРТ 2 на албански јазик спортот зазема значајно место во редовната програма но, особено нагласено, за време на големи спортски натпреварувања какви што, во овој случај, беа Летните олимписки игри. Ова би требало да се смета за позитивен тренд. Сепак, за време на големи спортски натпреварувања има опасност овој тренд да ја истисне останатата програма на ЈРС и со тоа да ги наруши другите функции и диверзитет во програмата. Така, во анализираниот период, на МРТ 1, во една седмица за време на ЛОИ, 68,50% од 168-те можни часови во таа седмица се однесуваа на спортска програма, што значи дека на останатите содржини, во просек им беа издвоени нешто помалку од 8 часа дневно, заедно со репризите. Во услови во кои во Јавниот радиодифузен сервис има посебен програмски сервис специјализиран за спорт, „оптоварувањето“ на содржината на дневноинформативните канали не би требало да биде голема.

Препорака 1:

Чинителите во Јавниот радиодифузен сервис треба структурно и прецизно да ја дефинираат позицијата и улогата на Спортскиот канал (МРТ 3) во рамките на севкупната структура на Македонската радио телевизија. Тој зафат треба на Јавниот сервис да му даде одлика на единствен и интегриран систем, наспроти концепцијата во која ЈРС е множество на слабо поврзани медиумски единици. Ова, од своја страна, може да се очекува да го подобри функционирањето на Спортскиот канал, да ги растовари Првиот програмски сервис од притисокот на големата спортска понуда отворајќи пат за поквалитетна актуелна разновидна програма, да ја зголеми ефикасноста на работата на спортските редакции, и да го подобри квалитетот на спортската програма.

2. Значајно големото место издвоено за спорт за време на големи спортски натпреварувања, на МРТ 1 и на МРТ 2, носи извесен ризик и за уредничкото и концепциско консолидирање на Спортскиот канал - МРТ 3. Истражувањето откри дека Спортскиот канал го нема истиот содржински и жанровски диверзитет што е видлив кај програмата на другите два анализирани канали. Беше утврдено дека, и за време и надвор од периодите во кои има големи натпреварувања, на овој канал доминираат преноси, што е очекуван тренд, но затоа пак недостасуваат дневноинформативни и аналитички спортски изданија, за чија концепција е потребен поголем уреднички и финансиски фокус на овој канал. Нема видлив диверзитет и во поглед на претставените спортови во спортските преноси. Истражувањето покажа дека во програмата, и за време на големи натпреварувања и надвор од нив, има посебен фокус само на неколку видови тимски спортови – фудбал, кошарка, одбојка и ракомет. Од индивидуалните спортови исклучок беше тенисот, кој доби проминентно место во оваа програма за време на ЛОИ.

Препорака 2:

Воспоставувањето нови канали во рамките на Јавниот радиодифузен сервис, носи со себе и обврска за нивно детално осмислување, јакнење и одржливост. За тоа да се случи со МРТ 3 потребно е (I) кај Програмскиот совет и кај уредничкиот тим на МРТ да се развијат иницијативи и идеи за содржинско јакнење на овој канал и (II) да се обезбеди соодветна финансиска поддршка за тоа.

3. Кај сите анализирани канали на Јавниот сервис, во ова истражување, беше востановено доминантното присуство на мажи меѓу новинарите наспроти маргиналното учество на новинарки. Студијата утврди доминантност на новинарите и во информативната спортска програма, според три мерни параметри: Прво, на трите анализирани канали новинарите имаа значително повеќе инстанции на појавување од новинарките – на МРТ 1 близу 81% одinstancиите на појавување беа појавувања на мажи, тој процент на МРТ 2 беше уште повисок и изнесува близу 88%. На МРТ 3 сите спортски преноси беа правени од мажи. Второ, мерењето на времетраењето во кое новинарите и новинарките се појавуваа визуелно во програмата покажа дека на МРТ 1, сметајќи ги двата примерока заедно, новинарите имаа визуелна презентација во нешто повеќе од 73% од вкупното времетраење во кое имаше визуелна презентација, а на Сервисот на албански јазик тој процент изнесуваше близу 68%. Трето, мерењето на времетраењето во кое новинарите и новинарките се појавуваа со говор во програмата упатува на уште поголема доминација на новинарите – на МРТ 1

над 84% од времето издвоено за говор на новинар(к)и им припадна на мажите, а на МРТ 2 тој процент беше дури и поголем и изнесува близу 91%. Наспроти ова, женското присуство меѓу спортските новинари е занемарливо. Дури и малиот удел на новинарките во спортската програма не се должи на учеството на едната новинарка која е дел од Спортската редакција на МРТ 1, туку на новинарки кои на крајот од изданијата на општите вести пренесуваат една или неколку информации поврзани со спортот. Судејќи според состојбата во Јавниот сервис, така, спортското новинарство е родово детерминирана професија – машка професија.

Препорака 3:

Македонската радиотелевизија треба да направи напори за да го зголеми женското новинарско присуство во спортската програма, односно да ја намали разликата во соодносот на мажи и жени специјализирани спортски новинари. Оваа цел може да се однесува на различни патеки на акција вклучително и (I) напори ЈРС да комуницира со универзитетите и школите за новинарство за да се поттикне интересот кај студентките за овој тип новинарство, (II) при идните нови вработувања да се воспостави критериум кој вклучува баланс меѓу новинарите и новинарките, (III) Програмскиот совет и уредништвото во ЈРС, да направат напор да обезбедат обуки за новинарките особено во доменот на спроведување спортски преноси.

4. Во програмата на МРТ 1 и МРТ 2⁷⁸, доминираа спортистите - мажи. Летните олимписки игри сепак направија извесен притисок во поглед на присуството на спортистки на ЈРС, поради големата понуда на спортови во женска конкуренција. Студијата утврди доминантност на спортистите во информативната спортска програма, според три мерни параметри: Прво, на двата анализирани канали, спортистите имаа значително поголема фреквенција на инстанции на појавување. Од вкупната фреквенција на инстанции на појавување на МРТ 1 – спортистите зазедоа нешто повеќе од 77%, а тој процент кај МРТ 2 изнесуваше нешто повеќе од 64%, во двата примерока земени заедно. Треба да се нагласи дека кај МРТ 2 целокупната фреквенција на појавувања на спортистки дојде од покривањето на Летните олимписки игри, што значи дека во вообичаената програма која беше опфатена во првиот примерок – немаше ниту една инстанција на појавување на спортистка. Второ, мерењето на времетраењето со кое спортистите и спортистките се појавуваа визуелно во програмата покажа дека на Првиот програмски сервис, сметајќи ги двата примерока заедно, спортистите во снимките се појавија во близу 83% од вкупното времетраење. Овој процент на МРТ 2 беше нешто повеќе од 54%, но ова се должеше на случајно искривување, бидејќи во програмата во вториот примерок, Сервисот спроведе едно интервју со спортистка кое беше дополнително репризирано и кое зафати нешто повеќе од 63% од севкупната

⁷⁸ МРТ 3, поради природата на програмата, беше надвор од покривањето во овој сегмент на истражувањето.

визуелна презентација. Трето, ова интервју зафати и 100% од севкупната вербална презентација на спортистките на МРТ 2. На МРТ 1 над 82% од севкупната вербална презентација беше говор на мажи. Може да се каже дека овие наоди упатуваат на заклучокот дека Јавниот сервис има пристрасност кон спортистите - мажи во спортската програма⁷⁹.

Препорака 4:

Уредничките тимови во спортските редакции на Јавниот сервис треба да водат сметка за родовиот баланс во спортската програма, односно треба да се пренесуваат повеќе настани кои се однесуваат на спортистки, давајќи им поголем простор визуелно и вербално да се презентираат себе си и својот спорт.

5. На МРТ 1 и МРТ 2⁸⁰ имаше апсолутна доминација на мажите спортски работници односно спортски експерти. На МРТ 2, во ниту еден наврат во програмата не беа консултирани спортски експертки. Летните олимписки игри не го сменија овој факт. Студијата покажа дека експертките не само што не беа поканети да анализираат спортови во машка конкуренција туку не беа поканети ни за спортовите во женска конкуренција за кои на ЛОИ имаше секојдневна и широка понуда. Иако на МРТ 1 имаше појавувања на спортски експертки, нивниот број беше мал – мажите меѓу спортските експерти зазедоа над 96% од времетраењето за вербална и визуелна презентација.

Препорака 5:

Уредничките тимови во спортските редакции на Јавниот сервис треба да водат сметка за родовиот баланс во присуството на спортски експерт(к)и во спортската програма. Јавниот сервис мора да обезбеди диверзитет на ставови и анализи за спортовите кои ги покрива, а тој диверзитет се однесува и на застапеноста на жените во оваа програма во улога на спортски работнички или спортски експертки.

6. Во редовната програма на трите анализирани канали на Македонската радиотелевизија доминираа тимските спортови во машка конкуренција што сугерира дека Јавниот сервис има систематска пристрасност кон овие спортови. Летните олимписки игри го ублажија овој заклучок поради тоа што олимписката понуда на индивидуални спортови, како што покажа оваа студија, направи очигледен притисок врз уредничкиот избор и го зголеми значително уделот на индивидуалните и

⁷⁹ Иако поради наведените причини, за МРТ 2 за овој заклучок треба дополнителни докази.

⁸⁰ МРТ 3, поради природата на програмата, беше надвор од покривањето во овој сегмент на истражувањето.

спортовите во женска конкуренција. Ова важи и за информативната програма и за преносите. Кај МРТ 2 за време на ЛОИ значително беше зголемено учеството на женските индивидуални спортови, но тоа е истиот ефект истакнат во претходните точки и целосно се должи на само едно и еднаш репризирано интервју.

Препорака 6:

Спортските редакции на Јавниот радиодифузен сервис, потребно е да воспостават рамнотежа во застапеноста на различните типови спортови во различнополова конкуренција. На застапеноста на спортовите во женска конкуренција треба да се внимава и за време на големи натпреварувања и во редовната спортска програма. На застапеноста на различните типови спортови, ЈРС мора да внимава и во информативната програма и во спортските преноси. Исклучок од ова треба да бидат периодите кога нема соодветна спортска понуда за да се направи тој баланс, но свесната уредувачка политика може и треба да ја ублажи разликата во застапеноста меѓу спортовите во машка и женска конкуренција.

Приватни телевизии

Приватните телевизии кои емитуваат програма на национално ниво преку дигитален терестријален мултиплекс, значително помалку време му посветуваат на спортот во однос на Јавниот сервис. Ова е целосно очекуван наод, со оглед на тоа што, поради веќе откупените права за емитување, приватните телевизии немаат преноси од Летните олимписки игри. Сепак меѓу петте приватните телевизии кои емитуваат програма преку терестријален дигитален мултиплекс, а кои беа предмет на оваа студија, има видливи разлики во начините на кои ги покриваат спортските настани и во вниманието кое му го посветуваат на спортот. Дел од телевизиите, судејќи според времетраењето и фреквенцијата на прилозите, на спортот му посветуваат извесно внимание. Но, друг дел, речиси и немаат забележлива спортска програма⁸¹.

7. Во програмата опфатена со ова истражување на речиси сите анализирани национални приватни телевизии востановено беше доминантно присуство на мажи меѓу новинарите. Но, оваа доминација кај некои приватни телевизии беше поизразена отколку кај другите. Студијата утврди доминантност на новинарите во информативната спортска програма, според три мерни параметри: фреквенцијата на појавување, времетраењето на вербалната презентација и времетраењето на

⁸¹ Според наодите од истражувањето поврзани со фреквенцијата и времетраењето на спортската програма, петте телевизии може да се класираат во две групи – Прво, телевизии кои во двете седмици од примерокот емитуваа во просек околу половина час спортска програма дневно и Второ, телевизии кои емитуваа по околу 15 минути спортска програма во просек дневно. Во првата група спаѓаат ТВ Телма, која имаше вкупно нешто повеќе од 8 часа емитувана информативна спортска програма во двете седмици од примерокот и ТВ Алфа со нешто помалку од 7 часа, а во втората група може да се издвојат ТВ Алсат - М со вкупно околу 3 часа спортска програма во двете седмици од примерокот, ТВ Канал 5 и ТВ Сител со помалку од 3 часа спортска програма.

визуелната презентација на новинарите. Мажите во оваа категорија доминираа најмногу во ТВ Телма и ТВ Сител, а во ТВ Алсат – М беше воспоставен баланс меѓу машкото и женското новинарско присуство. Општо земено, и за приватните телевизии, спортското новинарство е машка професија.

- На ТВ Алфа, од вкупниот број инстанции на појавување на новинарите и новинарките, сметани во двата примерока заедно, повеќе од 75% беа појавувања на новинари. На оваа телевизија, близу 69% од вкупната вербална презентација на новинарите и новинарките заедно беше на мажи и околу 65% од визуелната презентација отпадна на мажи. Сепак позитивно е тоа што оваа телевизија има една новинарка во Спортската редакција.
- На ТВ Алсат - М, бројките сугерираат дека Телевизијата прави релативен баланс меѓу присуството на мажи и жени меѓу новинарите во пренесувањето спортски информации. Од вкупниот број инстанции на појавување на новинарите и новинарките, сметани во двата примерока заедно, речиси 52% беа појавувања на мажи. На оваа телевизија, нешто повеќе од 56% од вкупната вербална презентација на новинарите и новинарките заедно беше на мажи и нешто повеќе од 52% од визуелната презентација отпадна на мажи. Но, она што треба да се забележи кај Алсат - М е тоа дека новинарките од кои произлегува високото вкупно учество во спортската програма, не се дел од спортска редакција. Концептот на оваа телевизија е спортските вести да не се пренесуваат во посебен спортски блок, па затоа презентерките на општите вести ги презентираат и спортските – значи овој баланс доаѓа оттаму што и во дневноинформативната програма на Алсат - М воопшто има баланс меѓу мажите и жените.
- На ТВ Канал 5, од вкупниот број инстанции на појавување на новинарите и новинарките сметани во двата примерока заедно, речиси 79% беа појавувања на мажи. Соодветно на ова, на оваа телевизија, повеќе од 79% од вкупната вербална презентација на новинарите и новинарките заедно беше на мажи. Особено интересен податок е наодот според кој мажите според времетраењето на визуелната презентација беа застапени со само нешто над 40%. Значи, за новинарките има поголема веројатност да се појават со слика пред камерите, но за новинарите тоа не е случај. Ова може да е ефект на стилот на Телевизијата – Спортската редакција има само новинари - мажи чии извештаи се илустрирани со снимки без тие самите да се појавуваат на екранот. Притоа, во повеќе наврати, тие извештаи беа најавени од презентерки кои се појавуваа на екранот.
- На ТВ Сител, од вкупниот број инстанции на појавување на новинарите и новинарките сметани во двата примерока заедно, близу 92% беа појавувања на мажи. На оваа телевизија, околу 87% од вкупната вербална презентација на новинарите и новинарките заедно беше на мажи и малку над 77% од визуелната презентација отпадна на новинарите - мажи.

- На ТВ Телма, од вкупниот број инстанции на појавување на новинарите и новинарките сметани во двата примерока заедно, нешто помалку од 97% беа појавувања на мажи. На оваа телевизија, близу 98% од вкупната вербална презентација на новинарите и новинарките заедно беше на мажи и нешто помалку од 96% од визуелната презентација отпадна на мажи. Оваа телевизија има новинарка во Спортската редакција, но тоа не се рефлектираше врз програмата во двете анализирани седмици.

Препорака 7:

Повеќе приватни телевизии треба да направат напори за да го зголемат женското новинарско присуство во спортската програма, односно да ја намалат разликата во соодносот на мажи и жени специјализирани спортски новинари. Управувањето со човечки ресурси во телевизиските тимови треба да воспостави родово сензитивни протоколи и при идните нови вработувања да воспостави критериум кој вклучува баланс меѓу мажите и жените кај новинарите. Дополнително, уредничките тимови во оние телевизии кои веќе имаат спортски новинарки во своите редакции, треба да им овозможат поголемо учество во програмата.

8. Истражувањето утврди дека во примерокот од програмата на сите приватни телевизии има доминантно присуство на мажи меѓу спортистите. Студијата утврди доминантност на спортистите во информативната спортска програма, според три мерни параметри: фреквенцијата на појавување, времетраењето на вербалната презентација и времетраењето на визуелната презентација на спортист(к)ите.

- На ТВ Алфа, од вкупниот број инстанции на појавување на спортисти и спортистки, сметано во двата примерока заедно, нешто повеќе 69% беа појавувања на мажи. Интересен наод за оваа телевизија беше тоа што учеството на спортистите во програмата според времетраењето на нивната визуелна презентација беше далеку повисоко од учеството мерено според инстанциите на појавност. На оваа телевизија, нешто над 75% од вкупното времетраење на вербалната презентација на спортистите и спортистките, беше презентација на мажи и нешто помалку од 84% од визуелната презентација отпадна на спортисти. Дополнително, присуството на мажите - спортисти според времетраењето на визуелната презентација во примерокот земен пред одржувањето на Летните олимписки игри беше околу 95%. Ова значи дека наодите сугерираат оти во редовната спортска програма има пристрасност кон спортистите и целосно занемарување на спортистките.
- На ТВ Алсат – М, од вкупниот број инстанции на појавување на спортисти и спортистки, сметано во двата примерока заедно, нешто помалку од 77% беа појавувања на мажи. На оваа телевизија, над 74% од вкупното времетраење на вербалната презентација на спортистите и спортистките, беше презентација на

спортисти и нешто помалку од 82% од визуелната презентација отпадна на нив. И кај Алсат - М, нееднакво беше дистрибуиран соодносот меѓу спортистите и спортистките во двата примерока така што во првиот примерок имаше особено видлива доминација на спортистите во однос на нивната визуелна презентација – во повеќе од 94% од времето во текот на кое на екранот се појавуваат спортисти и спортистки, се работеше за појавувања на мажи. Притисокот на олимписката програма во вториот примерок ја ублажува оваа разлика, но сепак таа беше значајна.

- На ТВ Канал 5, од вкупниот број инстанции на појавување на спортисти и спортистки, сметано во двата примерока заедно, близу 81% беа појавувања на мажи. За оваа Телевизија мора да се истакне дека имаше исклучително мал број појавувања на спортисти и спортистки (вкупно во двата примерока беа регистрирани 38 инстанции). Целокупната вербална презентација (100%) беше на спортисти – мажи на кои отпадна и нешто помалку од 80% од визуелната презентација.
- На ТВ Сител, од вкупниот број инстанции на појавување на спортисти и спортистки, сметано во двата примерока заедно, близу 77% беа појавувања на спортисти. На оваа телевизија, 99% од вкупното времетраење на вербалната презентација на спортистите и спортистките, беше презентација на мажи, исто како и над 88% од визуелната презентација. Кај Сител, речиси идентично беа дистрибуирани овие соодноси во двата примерока, што значи дека ЛОИ извршија незначителен притисок врз машкото и женското спортско присуство во програмата.
- На ТВ Телма, од вкупниот број инстанции на појавување на спортисти и спортистки, сметано во двата примерока заедно, нешто над 64% беа појавувања на мажи. На оваа телевизија, над 77% од вкупното времетраење на вербалната презентација на спортистите и спортистките, беше презентација на спортисти, што беше случај и со околу 73% од визуелната презентација. Кај ТВ Телма имаше нееднаква дистрибуција на соодносот меѓу спортистите и спортистките во поглед на времетраењето на вербалната презентација. ЛОИ, во тој поглед, направија сериозен притисок и го намалија учеството на спортистите (во корист на спортистките) од над 87% во првиот примерок на 58% во вториот. Значи, кога има големи натпреварувања во кои има понуда на спортови во женска конкуренција, тоа влијае врз информативната програма на оваа телевизија. Но, во периодите на редовно спортско известување има поголема веројатност спортистите да се повеќе визуелно и вербално претставени од спортистките.

Препорака 8:

Спортските редакции на петте приватни национални терестријални телевизии треба да водат сметка за родовиот баланс во спортската програма и да пренесуваат повеќе настани кои се однесуваат на спортови во женска конкуренција и да им обезбедат на спортистките поголем простор визуелно и вербално да се презентираат себе си и својот спорт. Ваквата родово сензитивна трансформација треба да биде обезбедена со свесна и конзистентна уредувачка политика.

9. Во програмата на сите пет анализирани приватни телевизии беше востановено дека спортските работнички односно експертки заземаат занемарливо место. Жените ретко се појавуваа во спортската програма во улога на спортски експертки независно дали се работеше за информирање за спортови во машка или во женска конкуренција.
- На ТВ Алфа, од вкупниот број инстанции на појавување на спортски работници/чки и експерт(к)и, сметано во двата примерока заедно, над 98% беа појавувања на мажи. На оваа телевизија, нешто над 98% од вкупното времетраење издвоено за вербалната презентација на спортските работници/чки односно експерт(к)и, беше презентација на мажи исто како и нешто помалку од 99% од визуелната презентација.
 - На ТВ Алсат - М немаше ниту една жена која се појави во улога на спортска експертка во програмата во двата анализирани примерока.
 - На ТВ Канал 5 немаше ниту една жена - спортска експертка во програмата во двата анализирани примерока.
 - На ТВ Сител, од вкупниот број инстанции на појавување на спортски експерт(к)и или работници/чки, сметано во двата примерока заедно, над 83% беа појавувања на мажи. Сите инстанции на појавување на спортски експерт(к)и беа регистрирани во примерокот кој беше земен за време на Летните олимписки игри. Мажите - спортски експерти се појавија со говор и со слика во над 90% од времетраењето во кое имаше спортски експерти на екранот.
 - На ТВ Телма, од вкупниот број инстанции на појавување на спортски работници/чки или експерт(к)и, сметано во двата примерока заедно, повеќе од 85% беа појавувања на мажи. Во програмата на оваа телевизија, нешто над 72% од вкупното времетраење издвоено за вербалната презентација на спортските работници/чки односно експерт(к)и, беше презентација на мажи и нешто повеќе од 84% од визуелната презентација отпадна на мажите меѓу спортските експерти.

Препорака 9:

Спортските редакции на петте приватни телевизии треба да водат поголема сметка за родовиот баланс во присуството на спортски експерт(к)и во спортската програма. Очигледната

и вкоренета пристрасност на спортските редакции кон мажите како спортски експерти може да биде надмината ако медиумите со конзистентен и свесен пристап ја промовираат идејата дека мажите не се единствено подобни да бидат спортски аналитичари.

ANNEX

Табела на препораки

Јавен сервис	Препорака 1: Чинителите во ЈРС треба структурно и прецизно да ја дефинираат позицијата и улогата на Спортскиот канал во рамките на севкупната структура на Македонската радио телевизија. Тој зафат треба на Јавниот сервис да гледа како на единствен и интегриран систем, наспроти концепцијата во која ЈРС е множество на слабо поврзани медиумски единици. Ова, од своја страна, може да се очекува да го подобри функционирањето на Спортскиот канал, да ги растовари Првиот програмски сервис од притисокот на големата спортска понуда отворајќи пат за поквалитетна актуелна разновидна програма, да ја зголеми ефикасноста на работата на спортските редакции, и да го подобри квалитетот на спортската програма.
	Препорака 2: Воспоставувањето нови канали во рамките на Јавниот радиодифузен сервис, носи со себе и обврска за нивно детално осмислување, јакнење и одржливост. За тоа да се случи со МРТЗ потребно е: (I) кај Програмскиот совет и кај уредништвото на МРТ да се развијат иницијативи и идеи за содржинско јакнење на овој канал и (II) да се обезбеди соодветна финансиска поддршка за тоа.
	Препорака 3: Македонската радиотелевизија треба да направи напори да го зголеми женското новинарско присуство во спортската програма, односно да ја намали разликата во соодносот на мажи и жени специјализирани спортски новинари. Оваа цел може да се однесува на различни патеки на акција вклучително и: (I) напори ЈРС да комуницира со универзитетите и школите за новинарство за да се поттикне интересот кај студентките за овој тип новинарство, (II) при идните нови вработувања да се воспостави критериум кој вклучува баланс на мажите и жените меѓу спортските новинари, (III) Програмскиот совет и уредништвото во ЈРС, да направат напор да обезбедат обуки за новинарките особено во доменот на спроведување спортски преноси.
	Препорака 4: Уредничките тимови во спортските редакции на Јавниот сервис треба да водат сметка за родовиот баланс во спортската програма - да пренесуваат повеќе настани кои се однесуваат на спортист(к)и, давајќи им поголем простор визуелно и вербално да се презентираат себе си и својот спорт.
	Препорака 5: Уредничките тимови во спортските редакции на Јавниот сервис треба да водат сметка за родовиот баланс во присуството на спортски експерт(к)и во спортската програма. Јавниот сервис мора да обезбеди диверзитет на ставови и анализи за спортовите кои ги покрива, а тој диверзитет се однесува и на застапеноста на жените во оваа програма во улога на спортски работнички или спортски експертки.

	Препорака 6: Спортските редакции на Јавниот радиодифузен сервис е потребно да воспостават рамнотежа во застапеноста на различните типови спортови во различнополова конкуренција. На застапеноста на спортовите во женска конкуренција треба да се внимава и за време на големи натпреварувања и во редовната спортска програма. Исто така, на застапеноста на различните типови спортови, ЈРС мора да внимава и во информативната програма и во спортските преноси. Исклучок од ова може да бидат периодите кога нема соодветна спортска понуда за да се направи тој баланс, но свесната уредувачка политика може и треба да ја ублажи разликата во застапеноста меѓу спортовите во машка и женска конкуренција.
Приватни телевизии	Препорака 7: Повеќе приватни телевизии треба да направат напори за да го зголемат женското новинарско присуство во спортската програма, односно да ја намалат разликата во соодносот на мажи и жени специјализирани спортски новинари. Управувањето со човечки ресурси во телевизиските тимови треба да воспостави родово сензитивни протоколи и при идните нови вработувања да воспостави критериум кој вклучува баланс на мажите и жените меѓу спортските новинари. Дополнително, уредничките тимови во оние телевизии кои веќе имаат спортски новинарки во своите редакции, треба да им овозможат поголемо учество во програмата.
	Препорака 8: Спортските редакции на петте приватни национални терестријални телевизии треба да водат сметка за родовиот баланс во спортската програма и да пренесуваат повеќе настани кои се однесуваат на спортистки и спортови во женска конкуренција, давајќи им поголем простор на спортистките визуелно и вербално да се презентираат себе си и својот спорт. Ваквата родово сензитивна трансформација треба да биде обезбедена со свесна и конзистентна уредувачка политика.
	Препорака 9: Спортските редакции на петте приватни телевизии треба да водат поголема сметка за родовиот баланс во присуството на спортски експерт(к)и во спортската програма. Очигледната и вкоренета пристрасност на спортските редакции кон спортските експерти - мажи може да биде надмината ако со конзистентен и свесен пристап ја промовираат идејата дека мажите не се единствено подобни да бидат спортски аналитичари.

ИСТРАЖУВАЧКИ ТИМ

м-р Игор Мицевски е истражувач на Институтот за истражување на општествениот развој РЕСИС. Тој е докторски кандидат во полето на политичката социологија и комуникологијата на Универзитетот „Свети Кирил и Методиј“ во Скопје. Предмет на негов академски фокус се истражувањата на општествените движења и хегемониските дискурси во јавната сфера. Мицевски е магистер по Компаративната политика со фокус на проучувањето на национализмот и етницитетот. Магистерската титула ја доби на Лондонската школа за економија и политички науки (LSE). Мицевски во оваа студија имаше улога на главен истражувач и автор на анализата.

д-р Снежана Трпевска е експертка по методологија на општествени истражувања и претседателка на Институтот за истражување на општествениот развој РЕСИС. Трпевска е доктор по социолошки науки и долгогодишна експертка во доменот на медиумските политики. Во текот на минатите години таа има учествувало во голем број академски и применети истражувачки проекти поврзани со слободата на изразување и медиумскиот плурализам, медиумската писменост, ставовите и однесувањето на публиката кон медиумските содржини, медиумската концентрација и регулацијата на радиодифузијата, етиката во новинарството. Трпевска во оваа студија имаше улога на методолошка консултантка.

д-р Константин Миноски е редовен професор на Институтот за социологија, на Филозофскиот факултет – Скопје при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“. Фокусот на неговата наставна и истражувачка дејност се областите на социологија на спортот, социолошките теории и социологијата на етничките групи. Миноски е актуелен раководител на Институтот за социологија и на Анкетниот истражувачки центар при Филозофскиот факултет во Скопје. Учествовал во реализацијата на повеќе научно-истражувачки и апликативни проекти, како истражувач или раководител, чии предмети на истражување биле од областа на меѓуетничките односи, развојот на деца и млади, спортот во слободното време на младите, вредностите и вредносните системи. Миноски во оваа студија имаше улога на методолошки консултант.

Сотир Ристо е истражувач, експерт за албански јазик. Тој е публицист, преведувач и истражувач на медиумските содржини асоциран со членовите на тимот на РЕСИС од 2012 г. До сега, како истражувач има учествувало во проекти во кои е употребен методот Анализа на содржина и дискурзивна анализа, во кои беше клучен дел од тимот за анализа на медиумските содржини на албански јазик. Поважни проекти на кој учествувал се серијата истражувања на етно-националистичките хегемонии во спортските медиумски содржини, во рамките на

Регионалната програма за промоција на истражувањата на Западниот Балкан, Мониторинг на демократијата (MODEM), спроведен од Институтот за комуникациски студии. Ристо, во оваа студија имаше улога на кодер - аналитичар на содржините.

Јулијана Младеновска е истражувачка, филолог по општа и компаративна книжевност. Таа е проектна асистентка во Институтот за истражување на општествениот развој РЕСИС. Дипломирала на катедрата за Општа и компаративна книжевност на Филолошкиот факултет „Блаже Конески“ во Скопје на насоката за компаративни книжевни студии. Има учествувано во истражувањето за „Родот во медиумите 2019: Анализа на родовите аспекти во програмите за деца на националните терестријални телевизии“. Младеновска во оваа студија имаше улога на кодерка - аналитичарка на содржините.