

# Rodni stereotipi u odabranim dečjim kratkometražnim crtanim filmovima<sup>1</sup>

Valentina Đekić<sup>2</sup>

Univerzitet u Novom Sadu, UCIMSI, Srbija

DOI: 10.5937/cm16-30673

**Sažetak:** *Gledajući crtane filmove deca uče o muškosti i ženskosti, ponašanju, ulogama, očekivanjima koje im oblikuju izmišljeni likovi u pričama prikazanim u crtanim filmovima na televiziji. Cilj istraživanja je utvrditi koji kodovi filmske umetnosti i na koje načine prenose rodne stereotipe u dečjim kratkometražnim crtanim filmovima, odnosno kako se verbalnim i neverbalnim sredstvima predstavljaju rodni stereotipi kao poželjni i na taj način su sredstvo u procesu socijalizacije dece. Predmet istraživanja rada je prikazivanje stereotipa i vrednosti u korpusom obuhvaćenim kratkometražnim crtanim filmovima nastalim krajem 20. i u prve dve decenije 21. veka. Ukupno trajanje posmatranog materijala, svih 65 epizoda, u sedam serijala, iznosi 37080 minuta, odnosno oko 10,30 sati. Uzorkovanje je sprovedeno u martu i aprilu 2016. godine. Rezultati pokazuju da crtani filmovi koji su bili predmet istraživanja privlačeći pažnju dece upotrebom kodova filmske umetnosti prenose patrijarhalne društvene obrasce, što se odražava na rodnu socijalizaciju dece. Ipak, primećen je i izvestan pomak koji ukazuje na sazrevanje ideje o značaju rodne ravnopravnosti koja treba da bude zastupljena ne samo u patrijarhatu već u svim rodnim sistemima koji su hijerahizovani.*

**Ključne reči:** *deca, crtani filmovi, reprezentacija, televizija, rodni stereotip*

---

<sup>1</sup> Ovaj rad je nastao u okviru doktorskih studija Rodne studije na Univerzitetkom centru za interdisciplinarnu i multidisciplinarnu studije i istraživanja – UCIMSI u Novom Sadu. Rad je proistekao iz istraživanja sprovedenog za potrebe doktorske disertacije autorke i predstavlja izdvojeni element šireg istraživanja. Zahvaljujem se Prof. dr Dubravki Valić Nedeljković na korisnim primedbama i konstruktivnim savetima.

<sup>2</sup> Kontakt sa autorkom: vanja.mladja@gmail.com.

## 1. Uvod

Deca od najranije dobi su izložena nekom od medijskih sadržaja bilo da je on prezentovan preko televizijskog prijemnika, mobilnog telefona ili kompjuterskog monitora. Najčešći medijski sadržaji koje deca prate su crtani filmovi, a medijsko sredstvo je televizija. Crtani film kao medijski sadržaj često nije neutralan u pogledu medijske predstave roda već svojim sadržajem kroz junake aktivno učestvuje u konstrukciji i reprodukciji patrijahalnih rodnih stereotipa o „ženskosti” i „muškosti” reflektujući patrijahalni diskurs. Stoga je važno podučavati decu medijskoj pismenosti kako bi od najranijih dana zauzimali kritički stav u odnosu na sadržaje koje ne samo televizija, već bilo koji medij reprezentuje. Posebno što programski sadržaji „igraju aktivnu ulogu u oblikovanju onoga što gledaoci i gledateljke misle i osećaju o sebi i svom svetu, uključujući i način na koji misle o sebi kao rodno određenom ljudskom biću” (D’Acci, 2004:373). Valja naglasiti da je televizija istovremeno društvena, ekonomska, kulturna i ideološka institucija, čiji program „mogu da kontrolišu i oblikuju državne vlasti, privatne korporacije, religijski entiteti ili lokalne zajednice” proizvodeći „norme i pravila koja govore gledaocu/ki šta jeste, a šta nije prihvatljivo u nekom društvu” (D’Acci, 2004:373). Julija Dači (D’Acci Julie, 2004) navodi da televizija ne prezentuje stvarnost već je reprezentuje i da je reprezentacija društvena konstrukcija, koja predstavlja imaginarnu originalnu stvarnost. O medijskom konstruisanju sadržaja gde se u predstave stvarnosti kroz proces reprezentacije ugrađuju određena značenja govori i teorija reprezentacije Stjuarta Hala (Stuart Hall, 1997a). „Reprezentacija je esencijalni deo procesa stvaranja značenja i njihove razmene među pripadnicima određene kulture. Uključuje korišćenje jezika, znakove i slike koji ’stoje umesto’ ili ’reprezentuju stvari’” (Hall, 1997a:15). Mediji ne samo konstruisanjem već i ponavljanjem određenog sadržaja utiču na percepciju gledalaca socijalizujući ih u određenom sistemu vrednosti, uloga i ponašanja. Na ovaj način i crtani film kao medijski sadržaj može aktivno učestvovati u konstrukciji i reprodukciji patrijahalnih rodnih uloga što je važno imati u vidu kada je reč o dečjoj kompetenciji kao subjektima koji prate ove medijske sadržaje.

Kao dokaz uticaja medijskog sadržaja na auditorijum, među njima posebno na decu uzima se Teorija učenja po modelu Alberta Bandure, te se često kao primer navodi Bandurin ogled koji je sa saradnicama Dorotejom Ros i Šilom A. Ros (Bandura Albert, Ross Dorothea & Ross Sheila A., 1961) izveo gde je zapa-

zeno da deca kada gledaju neko ponašanje, ponavljaju (imitiraju) to ponašanje, te ga istovremeno usvajaju kao svoje (npr. kao što je ponašanje žene iz ogleda, koja se agresivno ponaša prema lutki Bobo). U savremenom društvu medijska kultura je postala dominantan oblik kulture i socijalizacije. Crtani junaci iz animiranih filmova namenjenih deci, takođe, svojim ponašanjem, odnosom prema drugim likovima, verbalnom i neverbalnom komunikacijom mogu biti modeli od kojih deca uče. Posebno snažan utisak na decu, može ostaviti ponašanje junaka, ukoliko su uz to ponašanje pridodati i određeni efekti umetničkim filmskim kodovima.

## 2. Teorijski okvir

### 2.1. Deca, patrijarhat i rodni stereotipi

Kako su crtani filmovi medijski diskurs koji prate dete kroz njegov put odrastanja sasvim je razumljivo analizirati njihovu naraciju i utvrditi sadrže li rodne stereotipe. Činjenica je da rodni stereotipi omogućavaju odražavanje razlike u društvenim ulogama između žena i muškaraca i one se manifestuju u društvenoj razdvojenosti koja je tokom istorije implicirala postojanje muških javnih i ženskih privatnih prostora (Dayer, prema Hall, 1997b). „Međutim, taj princip nikako ne može biti shvaćen tradicionalno i isključivo kao asimetrična ženska *pasivnost/privatnost* i *muška aktivnost/javnost*, već kao princip bogat kulturnim alternativama i slobodnim oblicima saradnje, koji daju mogućnost različitih, nehijerarhijskih vidova komplementarnosti među polovima” (Papić, 1993: III naslov, para III).

Pomenuta dihotomija privatno/javno kako navodi Kejt Milet (Kate Millett, 1981: 172) prema rečima Hane Arent (Hannah Arendt) postiže se saglasnošću i to „u politici odnosa među polovima saglasnost se postže na osnovu 'socijalizacije' oba pola u skladu sa osnovnim patrijahalnim načelima s obzirom na njihov temperament, ulogu i status.” Gde bi se status mogao označiti kao politička komponenta predstavljajući snažne predrasude u pogledu superiornosti muškarca garantujući da će on imati nadređen, a žene podređen status. Temperament kao psihološka kategorija podrazumeva „formiranje ljudske ličnosti kroz stereotipne oblike kategorija (...) agresivnost, inteligencija, snaga i uspešnost kod muškaraca, i pasivnost, neznanje, disciplinovanost, 'vrline' i neuspešnost kod žena” (Millett, 1981: 172). Sam temperament je dopunjen polnom ulogom

kao socijološkom komponentom koja određuje ponašanja, pokrete i stavove svakog pola, te za žene polna uloga se sastoji „u tome da budu domaćice i vode brigu o deci, dok muškarcima, na osnovu njihove polne uloge pripadaju sva ostala čovekova dostignuća” (Millett, 1981: 172).

Polazeći od činjenice da je pol biološka, a rod psihološka, pa pema tome i kulturna kategorija jasno je, ističe Kejt Milet (Millett, 1981: 177) da se psihosocijalna obeležja stiču i uče posle rođenja. „Na razvoj identiteta rodova u detinjstvu implicitno utiče ukupni zbir shvatanja roditelja, vršnjaka i čitave kulture o tome koji temperament, karakter, interes, status, značaj, gest i izraz je prikladan kom rodu” (Millett, 1981: 178).

Sam patrijarhat je „sisitem odnosa između muškaraca i žena” navodi Kerol Pejtman (2001:46) i dodaje da je prisutan u svim društvima i epohama, s tim što se pojavljuje u različitim oblicima i formama. „Ne postoji generalno prihvaćena ili rigorozna definicija patrijarhata” (Papić, 1993: I naslov, para X), te se može tumačiti na različite načine. S jedne strane on se može tumačiti kako navodi Kerol Pejtman (2001) u bukvalnom smislu kao „očinsko pravo” u kojem su muškarci apsolutni autoriteti u privatnom/domaćem. S druge strane prema rečima Kerol Pejtman (2001) monopol muškaraca je smešten u javnoj/društvenoj sferi u domenu političkog i ekonomskog odlučivanja, ali u takvom društvu i društveni položaj žena je značajnije poboljšan. Svakako treba pomenuti i totalni patrijarhalni sisitem u kojem muškarac i u privatnom i u javnom domenu ima apsolutnu dominaciju, gde je žena tretirana kao niže biće, a u najekstremnijim slučajevima muškarci su imali pravo nad životom i smrću žena i dece u kućnoj zajednici, kao i isključivo pravo da raspolažu imovinom žena i dece, da donose odluke u njihovo ime, pa čak i u ime svih članova porodice. Takođe, patrijarhalna društva mogu biti takva gde žene u privatnoj /kućnoj sferi imaju primetan autoritet i autonomiju, a muškarci u javnom domenu. Danas, postoje i društva u kojima patrijarhalni sistem je takav da žena može biti sa značajnim poboljšanjima u društvenom položaju kako u privatnom tako i u javnom domenu, s tim što u njima postoje još uvek brojne forme i domeni u kojima muškarci imaju premoć.

S tim u vezi, važno je kako Papić (1993: I naslov, para. XII) naglašava razlikovati brojne elemente izražavanja patrijarhata koji ne moraju biti „totalni već mogu koegzistirati sa nekim oblicima *matrijarhata*, to jest društvenih oblika sa izraženijom i ravnopravnom ženskom ulogom i njenim autoritetom u privat-

nom, ali i u javnim područjima, ili sa nekim oblicima polne komplementarnosti ili ravnopravnosti.” Dakle, podređen položaj žene prema feminističkim istraživanjima nije isključivo „produkt privatne svojine (kako su mislili marksisti), niti je rezultat biološke nužnosti, jer neravnopravnost između polova nije prirodom data, niti je samo ekonomska, već je i kulturna, duhovna, istorijska pojava” (Papić, 1993. II naslov, para. II) zasnovana na rodnim stereotipima. Međutim, valja naglasiti da je bilo koji oblik patrijarhata unutar svoje forme imao različite varijante i različite komplementarnosti među polovima. Kako Papić (1993: III naslov, para. II) navodi čak i u najpatrijahalninijim društvima „postoji poštovanje prema ženama i jasna svest o njihovom vitalnom značaju za ljudsku društvenost i njegov opstanak” kojim se „prikrivaju elementi saradnje, uvažavanja žene i komplementarnosti polova.” Ista autorka (1993) naglašava i da sama komplementarnost među polovima kao univerzalna karakteristika ljudskih društava nije večna, niti Bogom i prirodom zadata, već je promenljiva i istorijski specifična konstrukcija.

Du i Lafrans (Deaux & Lafrance, 1998) navode da rodni stereotipi predstavljaju specifična uverenja koja se odnose na verovanja da tipični muškarci i žene treba da poseduju određene fizičke karakteristike, osobine ličnosti, preferencije prema poslu, emocionalne predispozicije i dr. Mitrović i Trogrlić (2014) navode da deca rodne stereotipe koriste kako bi procenili ponašanja i sklonosti muškaraca i žena dok tokom svog razvoja grade sliku o karakteristikama i ponašanju koje muškarci odnosno žene treba da poseduju. Maričić (2009) razmatrajući u svom radu pitanje razvoja predrasuda u dečjoj dobi, navodi da su kod male dece najpre prisutni osnovni rodni stereotipi. Kao izuzetno rigidni, razvijaju se i nadograđuju vremenom tako što deca u njih uključuju dodatne informacije vezane za pol koje dobijaju iz svoje socijalne sredine. Tako, prema navodu iste autorke (2009), kod mlađe dece uzrasta 3 do 5 godina rodni stereotipi, koje vezuju za muškarce i žene, bazirani su na onom što im je vidljivo, te sadrže informacije na primer o izgledu (dužina kose, garderoba, telesni atributi, nakit) i ponašanju koje je povezano sa statusnom i hijerarhijskom moći. Kod starijeg uzrasta 5 do 7 godina se dodaju i informacije o razlikama u zanimanjima, dok kako navode Mitrović i Trogrlić (2014) deca uzrasta preko sedam godina uključuju i informacije o razlikama u osobinama ličnosti (na primer, sklon pomaganju, sličan je meni, plačljiva), te tako rodne stereotipe koriste pri proceni tuđeg ponašanja i sklonosti.

Mitrović i Trogrlić (2014) navode da su mlađa deca (uzrasta do 5 godina) manje sklona da usvajaju informacije koje nisu u skladu sa rodom, te tako smatraju da dečak može biti feminin ukoliko je obukao haljinu, a devojčica maskulina ukoliko je obučena kako dečak. Starija deca (uzrasta preko 5 godina) smatraju, prema mišljenju Mitrović i Trogrlić (2014), da su maskulinitet i femininost u negativnoj korelaciji, te to što žena ima kratku kosu i što je odevrena kao muškarac ne znači da može i postati muškarac i kao što ni muškarac ne može postati žena samo zato što ima dugu kosu i nosi haljinu. Ipak, iako prema navedenom primeru kod starijih uzrasta od 5 godina postoji fleksibilnost u usvajanju informacija koje nisu u skladu sa rodom, oni su veoma rigorozni i ekstremnije se ponašaju u situacijama kada postoji kršenje rodni normi, nego mlađa deca. Tako da starija deca rodne stereotipe vezujući i za klasifikuju zanimanja, ponašanja i osobina ličnosti koji su karakteristični za muškarce, odnosno žene, češće zameraju dečaku koji je odabrao feminino zanimanje, ponašanje, kao i devojčici kada odabe maskulino zanimanje, ponašanje ili ispolji neku osobinu koja nije u skladu sa rodno određenim za ženskost.

Dakle, postepeno deca tokom procesa odrastanja pod uticajem određenih sadržaja različitih socijalnih agenasa, internalizuju rodne stereotipe kao svoje, gradeći svoj rodni identitet, te tako prema rečima Vesne Jarić i Nadežde Radović (2011:155) „stereotipi predstavljaju deo identiteta svakog od nas”. Zato valja naglasiti kako navodi Valić Nedeljković (2008:2) da se „protiv stereotipa (se) teško bori, oni 'rade' u nama, pa makar se sa njima i neslagali. Najvažnije je biti svestan da predstavljaju oblik društvenog ugnjetavanja, jer skrivaju prave uzroke društvene podele moći.”

## 2.2. Dečji crtani film kao medijska reprezentacija muškosti i ženskosti

Mnogobrojni su radovi u kojima se razmatraju implicitni uticaji pojačivača delovanja rodni stereotipa poput različitih pozadinskih i manje vidljivih filmskih kodova (boja garderobe, kose, očiju, muzika, emocije, telesni ukrasi, pokreti tela i drugi oblici neverbalnog, ali i verbalnog komuniciranja) koji neprimetno zavode mentalno i psihološki nezrelu predškolsku i rano osnovnoškolsku decu. Filmski kodovi predstavljaju određena standardizovana sredstva izražavanja koja pripadaju filmskoj umetnosti i koriste se u televizijskom filmu (Tadić, 2006). Upotrebom kodova filmske umetnosti rodni stereotipi u crta-

nim filmovima često su vešto skriveni te implicitno deluju socijalizujući decu. Zbog toga je veoma važno pri analizi crtanih filmova obratiti pažnju na kodove filmske umetnosti, te na koje načine prenose rodne stereotipe u dečjim crtanim filmovima. Drugim rečima, kako se verbalnim i neverbalnim sredstvima predstavljaju rodni stereotipi kao poželjni i na taj način su sredstvo u procesu socijalizacije dece prema rodnim stereotipima.

Već u prvim Diznijevim crtanim filmovima veštom upotrebom kodova filmske umetnosti ženski likovi kako ih opisuju Matović (2010), Bel (Bell, 1995), Klajn i Šifman (Klein & Shiffman, 2006), Radović i Radulović, (2016), Goc (Götz, 2008), Dejvis (Davis, 2001) i dr., prikazani su uglavnom u ograničenim ulogama, kao emotivne nestvarno lepe devojke, kao devojke spašene od zlikovaca, koje pevaju, prećutno sve prihvataju, sa jedinom svrhom njihovog života – da se udaju. Prikazane kao neko ko uvek mora razumeti druge, služiti drugima i prihvatiti odgovornost za druge, u tradicionalnim za žene balskim haljinama pastelnih boja princeze iz prvih crtanih filmova koji su se pojavili 30-tih godina su doprinosile reprodukciji tradicionalnih vrednosti i rodnih stereotipa, karakterističnih za kontekst tog doba. Slično 30-tim, ni u kasnijem periodu tokom 50-tih nije bilo značajnijih promena, čak više „pojava ženskog lika, ljudske ili ženske antropomorfne životinje, u kratkim crtanim filmovima, odgovarala je klasičnim stereotipima koje možemo naći u ranim filmovima” (Burguera, 2011: 68). Dakle i kratkometražni i dugometražni Diznijevi crtani filmovi na sličan način i 30-tih i 50-tih godina XX veka su ženske likove prikazivali u potpunosti u skladu sa očekivanjima patrijahalne kulture kao poslušne i vredne žene, koje imaju jasno određeno mesto u društvu, i šalju im se poruke ulogama koje su im dodeljene i samim narativom filma da ne treba da to mesto osporavaju, niti da traže nešto više od toga već da teže ka tome da im jedini cilj bude stupanje u brak. Tokom 60-tih dolazi do promena u društvu u pravcu omasovljavanja obrazovanja za žene, seksualne revolucije, potom žene se pojavljuju na tržištu rada, razvija se drugi talas feminizma koji traje do osamdesetih godina što se odražava i na Diznijeve filmove. Tomson i Zebinos (Thompson & Zerbinos, 1995:651) upoređujući istraživanja koja govore o temi roda u crtanim filmovima koji su se pojavljivali tokom 70-tih i 80-tih zapazile su „značajne promene u pogledu smanjenja stereotipnog prikaza likova, posebno ženskih.” Međutim, Radović i Radulović (2016) naglašavaju da se u filmovima tog perioda nisu pojavljivale standardizovane princeze. Isti autori stoga navode da

„iako se tada u mnogome izmenila uloga žene, na primeru princeza se nije mogla pratiti tako fina, najneposrednija povezanost promena i rodni očekivanja u društvu i onih na filmu, pa smo o promeni mogli da posvedočimo kada se ona već dogodila (sudeći po filmovima iz 90-ih, kada su kod princeza 'akumulirani' efekti svih prethodnih promena)” (Radović i Radulović, 2016:109).

Iako u Diznijevim crtanim filmovima 90-tih dolazi do drugačijeg predstavljanja ženskih likova kao samostalnih, obrazovanih, neposlušnih, ipak poruke koje su se prenosile svodile su se i dalje na to „da je za sreću neophodno biti lep, orjentisan na porodicu i postići privrženost muškarca” (Radović i Radulović 2016: 109). Tokom 2010. godine javljaju se različiti trendovi prikazivanja ženskih likova. Objašnjenje ove pojave i promena nije jednostavno definisati kako navode Radović i Radulović (2016: 109), ali potencijalne odgovore s jedne strane vide u svetskoj ekonomskoj krizi „tokom koje su bez posla ostajale najpre žene” što je dovelo do „blage retradicionalizacije”. S druge strane, polaze od toga da je za ovaj period možda usled svih promena koje su se izdešavale u društvu, postalo karakteristično paralelno postojanje različitih diskursa, što je rezultiralo nepostojanjem jedinstvene slike *idealne* žene. Tako da neke od njih nastavljaju put emancipacije te imaju plaćen posao, vešte su ratnice, dovode u pitanje neophodnost braka kao što im i pronalaženje emotivnog partnera nije jedan od ciljeva u životu. Suprotno njima, druge se tokom 2010. godine prikazuju u svetlu retradicionalizacije njihovih aktivnosti, posebno onih koje se odnose na vraćanje kućnim poslovima, potom u pogledu njihove odeće i želja koje se odnose na ljubav kao primarni cilj.

Za razliku od slike žena, slika muškaraca značajnije se menjala tokom vremena u Diznijevim crtanim filmovima. Prema rezultatima u svom istraživanju Radović i Radulović (2016:107) su došli do zaključka da tokom 30-tih i 50-tih godina „prinčevi su prikazani kao *spasioci* koji svojim poljupcem oživljavaju ženu („Snežana i sedam patuljaka”), i koji stupanjem u brak, princezu oslobađaju svih nedaća („Pepeljuga”). Ovim idealom muškosti koji mora biti suprotan od ženskosti prema mišljenju Burdijea (2001) muškarac zadržava povlašćen status kako ne bi bio prezren od drugih muškaraca. „U filmovima iz 90-ih muški likovi gube „monopol” na ulogu spasioca, pa se dešava i da u nekim slučajevima princeza bude ta koja spašava muškarca (Jasmin Aladina, Ariel svog princa i sl.)” (Radović i Radulović, 2016: 107). Slika muškarca je redefinisana, kako



navode Radović i Radulović (2016: 107) posebno u crtanim filmovima koji se pojavljuju tokom 2010. godine „kada se javlja princ koji je gotovo nesposoban za bilo kakvu vrstu posla i koji, budući da je ostao bez imalo novca, u ženidbi želi da pronađe spas („Princeza i žabac”)”, dok u filmu „Hrabra Merida”, princ uopšte ne postoji, kao komplementaran (partner) princezi. Na osnovu rezultata do kojih su došli Radović i Radulović (2016) zaključuju da, iako su se muške rodne uloge menjale one nisu nužno podrazumevale i promene u rodnim reprezentacijama ženskih likova.

### 3. Metod

Cilj istraživanja u ovom radu je utvrditi koji kodovi filmske umetnosti i na koje načine prenose rodne stereotipe u dečjim kratkometražnim crtanim filmovima, odnosno kako se verbalnim i neverbalnim sredstvima predstavljaju rodni stereotipi kao poželjni i na taj način su sredstvo u procesu socijalizacije dece.

Korišćena je metoda feminističke analiza sadržaja kojom se mogu proučavati niz objekata ili događaja (artefakata) tako što se oni broje (kvantitativna analiza) ili se objašnjava njihovo značenje (kvalitativna analiza) (Reinharz & Davidman, 1996). Dakle, feministička analiza sadržaja koristi kvantitativne i kvalitativne metode, te se često kombinuju podaci iz više izvora ili se poredi više artefakata kako navodi autorka Šulamit Rajnharc (Shulamit Reinharz, prema Reinharz & Davidman 1996).

Za kvalitativno-kvantitativnu analizu rodnih uloga i stereotipa u kratkometražnim crtanim filmovima upotrebljen je kodni protokol, koji se sastoji iz kodnih listova konstruisanih za potrebe ovog rada.<sup>3</sup>

Korpus istraživanja čine različite epizode više različitih serijala crtanih filmova, emitovanih na programu javnog servisa RTS2. Epizode prema podacima distributera imaju određenu minutažu, period kada su proizvedene, proizvođača i zemlju porekla i to:

1. 10 epizoda „Snupi” serijala (73,9 min.), proizvedene u periodu 2014–2015. godine, proizvođač Normaal, zemlja porekla SAD, Francuska
2. 10 epizoda „Kalimero” serijala (110 min.), proizvedene u periodu 2013–2016. godine, proizvođač Gaumont, zemlja porekla Francuska

---

<sup>3</sup> Urađenih na osnovu modela Prof. dr Dubravke Valić Nedeljković.

3. 10 epizoda „Kloin ormarić” serijala (110 min.), proizvedene u periodu 2009–2013. godine, proizvođač Mikeyyoung produkcija, zemlja porekla SAD

4. 10 epizoda „Lav Leon” serijala (30 min.), proizvedene tokom 2009. godine, proizvođač Studio Hari, Pariz, zemlja porekla Francuska

5. 20 epizoda „Džoni Test” serijala (220 min.), proizvedene tokom 2005. godine, proizvođač Warner Bros, Burank, zemlja SAD

6. četiri epizode „Zozonci” serijala (48 min.), proizvedene u periodu 2009–2015. godine, proizvođač i zemlja porekla Italija

7. 1 epizoda iz serijala crtalog filma „Bio jednom jedan život”: neverovatna istorija ljudskog tela – Hormoni – (26 min.), proizveden 1983 godine, proizvođač Procidis, Pariz, zemlja Francuska.

Ukupno trajanje posmatranog materijala zbirno svih 65 epizoda, odnosno svih sedam serijala iznosi 37.080 minuta, odnosno oko 10,30 sati. Uzorkovanje je sprovedeno u martu i aprilu 2016. godine. Dvočasovni blok navedenih serijala crtanih filmova praćen je i sniman svake Subote na RTS 2 u periodu od 12. 03. 2016. do 2. 04. 2016. godine, u jutarnjim satima od 8:00 do 10:00 časova. Jedinica analize je vreme trajanja epizode.

## 4. Rezultati

### 4.1. Identitet, pol, glavne i sporedne uloge, oblik u kojem su likovi predstavljeni (ljudskom, životinjskom) u posmatranim crtanim filmovima

Posmatrano po serijalima od ukupnog broja likova 1.331 u svim serijalima muškaraca je zastupljeno više od tri četvrtine tj. 1.047 (78,66%), a žena oko četvrtina tj. 284 (21,3%). Primetna veća zastupljenost muškaraca u odnosu na ženske likove ide u prilog patrijahalnog obrasca, za koji Pejtmen (2001: 46) kaže da je „sistem odnosa između muškaraca i žena” i dodaje da je prisutan u svim društvima i epohama, s tim što se pojavljuje u različitim oblicima i formama. Danas, postoje i društva u kojima patrijahalni sistem je takav da žena može biti sa značajnim poboljšanjima u društvenom položaju kako u privatnom tako i u javnom domenu, s tim što u njima postoje još uvek brojne forme i domeni u kojima muškarci imaju premoć. Jedna od takvih jeste i veća zastupljenost muških likova u crtanim filmovima u odnosu na ženske likove što je vidljivo kroz strukturu njihovih odnosa, ali i u pogledu glavnih i sporednih uloga, kao i u samom obliku

pojavnosti likova o čemu govore i podaci koji slede. Tako navedenu sliku patrijahalnog obrasca u pogledu zastupljenosti muških i ženskih likova upotpunjuju podaci koji ukazuju na to da muških likova u glavnoj ulozi ima 209 (65,3%), dok je ženskih likova duplo manje, svega 111 (34,6%). U sporednim ulogama razlika je još veća 835 (82,5%) muškaraca i 176 (17,4%) žena.

Na ovaj način, odnosno većim brojem zastupljenih muškaraca u odnosu na žene, kreatori crtanih filmova utiču da deca moć i status u društvu povežu sa muškarcima. Istovremeno za žene važi suprotno. One imaju manje uloga i uglavnom su nevažne (Leaper & Friedman, 2007). Često ženski oblik pojavnosti jeste i manje značajan, na primer predstavljene su kao životinje.

Ako se posmatra u kojem obliku su likovi zastupljeni kao ljudska bića ili kao životinje, zapaža se da je taj odnos približan, tj. 653 (49,06%) je likova u ljudskom obliku, dok 678 (50,49%) u životinjskom obliku. Muški likovi se češće pojavljuju u ljudskom, dok ženski prevlađuju u životinjskom obliku.

#### 4. 2. Ko govori u posmatranim crtanim filmovima

Posmatrajući ko govori u epizodama serijala (ljudska bića, životinje, biljke, predmeti) zapaženo je da su muški likovi više govorili nego ženski. Od ukupno 1.331 lika oba pola, 1.047 (78,66%) čine muški likovi koji češće i više govore u odnosu na 284 (21,34%) ženske.

Ako se posmatraju samo likovi oba pola koji ne govore, verbalno se ne izražavaju u crtanim filmovima, taj odnos je 688 (51,69%) muških likova naspram 118 (8,87%) ženskih likova. Međutim, valja imati u vidu da su se likovi oba pola ipak izražavali i to neverbalno. Zapaža se patrijahalna obojenost koju karakteriše dominacija muškaraca, jer više komuniciraju, čak i neverbalno. Prema Van Dijku (2008) uvek više govori dominantna grupa, tačnije, grupa koja ima moć.

Posmatrano prema obliku pojavnosti, zapaženo je da najviše pričaju ljudski muški 157 (11,80%) i ženski 126 (9,47%) likovi, potom životinjski muški 145 (10,89%) i ženski 32 (2,40%) i likovi u obliku predmeta – muški 57 (4,28%) i ženskih 8 (0,60%).

Ovo ukazuje na to da su najviša u hijerarhiji ljudska bića, muškarci kojima je dato da najviše govore. Životinje, biljke, predmeti i ženski likovi u bilo kojem obliku pojavljivanja u potčinjenom su položaju u odnosu na ljudski oblik, odnosno muškarce.

Dakle, uočena je hijerarhija na čijem vrhu je muškarac, izdvojivši se kao grupa koja ima moć dominirajući kako u bilo kojem pojavnom obliku tako i u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji.

#### 4. 3. Identitet likova koji su prikazani u pozitivnom svetlu

Prema rezultatima istraživanja najviše zastupljenih pozitivno prikazanih je muških likova, njih 784 (76,49%), u odnosu na ženske likove kojih je svega 241 (23,51%). To je još jedna karakteristika tradicionalnog predstavljanja muškaraca u odnosu na žene koja se nije promenila čak ni u XXI veku. Likovi prikazani u pozitivnom svetlu, poredeći sve serijale, najčešće su u ulogama super heroja i heroína.

Rezultati analize pokazuju da televizija promovise patrijahalne vrednosti stavljajući akcenat na junaštvo, hrabrost, spašavanje nemoćnih u kriznim situacijama što je u crtanim filmovima sve zadatak muških likova.

#### 4. 4. Identitet likova koji su prikazani u negativnom svetlu

U negativnom svetlu najviše je prikazano muškaraca, njih 263 (85,95%), u odnosu na znatno manji broj žena 43 (14,05%).

Najčešće muški likovi su prikazani u ulogama: bakterija 100 (32,67%), nasilnih policajaca 36 (11,76%), nasilnih vojnika 18 (5,88%), lopova/kradljivaca 12 (3,92%), super heroja 11 (3,56%). Reč je o tipično patrijahalnom obrazcu predstavljanja muškaraca kao loših, agresivnih, nasilnih dominantnih, napadačkih u ulogama policajaca, vojnika, generala, bakterija koje se koriste kao sredstvo demonstriranja moći.

Za razliku od njih za žene su najčešće rezervisane uloge veštice 4 (1,30%), životinje ženskog pola 30 (9,80%), zlovoljne, namćoraste žene 3 (0,98%). Većina „nasilnih scena uopšte nisu predstavljene kao zlo već kao normalne reakcije ljutih muškaraca” (Matović, 2010:117) Što je još jedna potvrda da je implicitno prikazivanje negativnog mnogo učinkovitije jer ga je tako prikazano teško prepoznati i samim tim se od njega i „ograditi”. Izostaje poruka autora auditorijumu da loši postupci i nasilje nisu prihvatljivi.

Valja imati u vidu da jasno predstavljene uloge zlikovaca mogu poslužiti kao edukativno sredstvo koje mladu publiku uči moralu.

U analiziranom korpusu je uočeno da su kazne za loše i socijalno neprihvatljivo ponašanje češće rezervisane za ženske, nego za muške likove. Pa tako u crtanom filmu Mersi iz Snupi serijala, prikazano je vršnjačko nasilje u sceni u kojoj su se učenice i najbolje drugarice Mersi i Peti potukle, i za to bile kažnjene. Žene u crtanim filmovima uglavnom su predstavljene kao zle sa velikom i strašnom moći poput Vrane, veštice u serijalu Zozonci, ili kao užasno biće koje je tokom većeg dela godine loše raspoloženo, više, napada, gundđa, kako je Lusi predstavljena u serijalu Snupi u epizodi Loše raspoloženje. Devojčice/žene su prikazane stereotipno kao loše raspoložene, ljute, besne, namćoraste i agresivne. Takve su same po sebi, bez vidnog razloga, što verbalno potvrđuju muški likovi. Istovremeno muškarci su smireni, šokirani, pribрани, oni su osobe koje nude rešenje. U takvim scenama predstavljeni su i kao osobe koje trpe negativne emocije ženskih aktera. Na primer, u pomenutim scenama epizode Loše raspoloženje serijala Snupi muški lik nudi rešenje da ženama treba napraviti kalendar raspoloženja i da je to jedini način kako umanjiti destruktivnu energiju žene. Time se šalje poruku da žena mora biti pod kontrolom i postupati po određenom protokolu koji za nju sačinia muškarac. Na ovakav način raspiruje se mržnja i netrpeljivost prema ženama jer su reprezentovane kao osnovni krivci za muškarčev bes i nesreću. Time se podržava ideal muškosti koji je u partijahalnoj matrici oličenje moći u svakom smislu.

#### 4. 5. Boja garderobe koju nose likovi

Analiza modela i vrste garderobe u crtanim filmovima, koji čine korpus ovog istraživanja, pokazuje da kod muških likova uglavnom prevladaju pantalone, patike, majice, zaštitna i radna odela, ali i elegantna odela, tamnih boja. Najfrekventnije korišćene boje su: tamno plava upotrebljena u 214 (37,28) slučajeva, potom siva u 163 (28,40%) i tamno crveno/bordo u kojoj su odevena 142 (24,74%) muška lika.

Kada su ženski likovi u pitanju analiza je pokazala da su pastelne boje suknji i haljina. različite dužine. najzastupljenije. Najfrekventnije su svetlo plava 74 (30,58%) i svetlo roze 45 (18,60%). Zapažena je i korelacija između starosti i dužine suknje. Što je ženski lik mlađi, suknja je kraća, dužina se povećava sa godinama tako da kod starijih ličnosti doseže do članaka. Znatno manji broj ženskih likova nosi pantalone i radna odela/mantile. Stariji muškarci obavezno nose sivu košulju ili prsluk, štap kao rekvizit, a starije žene u suknjama do čla-

naka uglavnom ljubičaste boje, ružičaste majice, a džempere i košulje uglavnom sive kao i kod muškaraca.

Boje i vrsta odeće muških i ženskih aktera u serijalima pokazuju da je i garderoba stereotipna i rodno diferencirana. Za muškarce su rezervisane tamnije boje i odeća tipična za njih kao što su na primer pantalone, što podržava tradicionalni „simbol snage i moći” (Radović i Radulović, 2016: 96).

Za razliku od muških likova, preovlađujuće pastelne nijanse plave i roze kod ženskih likova potenciraju kanon ženskosti koji se kao takav promovise „od sredine XX veka, kada se na tržištu pojavila cijela paleta pastelnih boja za bebe” (Milinović i Savić, 2011: 21). Uz to dodatno kanon ženskosti osnažuje i suknja kao preovlađujući odevni predmet.

#### 4. 6. Boja kose likova

Kada je boja kose u pitanju kod ženskih likova rezultati analize pokazuju da najviše ima plavuša 95 (41,85%), potom smeđokosih 51 (22,47%), riđokosih 40 (17,42%), a najmanje crnki 27 (11,89%). Istovremeno kada su muškarci u pitanju njih 175 (27,85%) je plave kose, 66 (10,20%) ih ima crnu kosu, 177 (27,36%) ima braon kosu, a bez kose, ili sa vrlo malo kose, ih je 26 (4,02%).

Analizirajući dužinu kose zapažena je kod ženskih likova u 207 (91%) slučajeva duga kosa, dok kratku ima samo 20 (9%) ženskih likova (pojavljuju se u serijalu Džoni Testa). Svi muški likovi imaju kratku kosu.

Boja kose i dužina takođe koreliraju. Kratka kosa kod svih likova je braon boje a duga je najčešće plave boje, potom riđe, braon, a najmanje crne. Svi ženski likovi imaju kosu, za razliku od muških likova.

Primetno je da postoji stereotipan prikaz ženskih i muških likova: žene plave kose su simbol čednosti i vrline. Dobar primer je serijal Kloin ormarić u kojem plavu kosu imaju likovi devojčice i njene majke. Tamnokose žene, bele i žute kože, više su povezane sa samostalnošću, lukavstvom, sofisticiranošću poput Mersi i Lusi u serijalu Snupi. Riđokose devojke sa dugom kosom predstavljene su kao tvrdoglave, bezobrazne, ali i kao zavodnice, što je zapaženo u serijalu Džoni Test.

I dok je kratka kosa braon boje rezervisana za mame i starije ženske osobe, situacija sa muškim likovima je značajno drugačija. Muškarci uglavnom imaju privlačnu plavu kosu, a neznatno više u braon boji, ostale boje posebno crna kosa je uglavnom rezervisana za negativne likove i sporedne uloge. Kao i kod

ženskih likova i stereotipni prikaz muškarca zavodnika je sa plavom kosom, dok su zloće, agresivci uglavnom sa crnom bojom, ali i osobe koje etnički i rasno pripadaju drugoj marginalizovanoj zajednici. Ovo je posebno vidljivo u serijalu Džoni test u epizodi Džoni i kupanje. Seda kosa je rezervisana za starije muškarce i žene praćeno rodno primerenim odevanjem.

#### 4. 7. Boja očiju likova

Rezultati analize pokazuju da najviše crtanih muških likova imaju crnu boju očiju 496 ( 47,37%), potom plavu 267 (25,50%), braon 175 (16,71%) i zelenu 65 (6,21%). Ženski likovi najviše imaju zelene očiji, njih 107 (37,68% ), plave 88 (30,99%), crne 68 (23,94%), a najmanje braon 19 (6,69%).

Dužica očiju je moćno sredstvo koje se koristi u animaciji kao intenzivna vizuelna komunikacija. Što je veća, to je zenica šira. Široke zenice se lakše primete na svetlijim očima (zelenim i plavim), nego na tamnijim jer se stapa sa dužicom.

Kako se muškarac u patrijahalnom društvu zamišlja kao snažan, korpulentan, zaštitnički nastrojen, ali i kao agresivan, sasvim očekivano je da ima tamniju boju očiju, posebno kada je bela boja kože u pitanju. Muškarac svetlih očiju se vezuje za romantičnu dušu, nežnu i krhku prirodu, lepotana, uglavnom kraljevića ili dobrodušnog princa. Valja dodati i to da tokom druge polovine XX veka u crtanim filmovima nije se mnogo obraćala pažnja na veličinu zenice, jer se nije znalo za njen uticaj na karakter i razumevanje postupaka aktera. Stoga su svi likovi imali crne ili braon oči, te otuda u analiziranim crtanim filmovima više onih crne boje posebno kod muških likova. Osim toga, televizori u boji iako su počeli da se pojavljuju oko 50-tih godina prošlog veka, nisu bili svima dostupni, te je to još jedan razlog zbog čega se nije mnogo obraćala pažnja na uticaj boje očiju. Crtani filmovi nakon 2000. godine, češće su obrađeni u 3D formatu pa su i mogućnosti varijeteta boje očiju veće, kao i vernijeg prikaza dužice.

Rezultati analize upućuju na to da su romantičnost i nežnost rezervisani za svetliju boju očiju muških i ženskih likova, dok je tamnija boja dužice oličenje zlih ženskih akterki, odnosno snage, ratnika, zaštitnika, besa i ljutnje muških likova. Istovremeno, da bi lik bio privlačniji deci i da bi tako deca poruku filma lakše prihvatila i usvojila, likovi sa raširenim zenicama prenose jake pozitivne emocije a skupljenim negativne. Na taj način, prema istraživanjima komunikologa, deluju na dečju podsvet.

#### 4.8. Specifični telesni atributi likova

Rezultat analize upotrebe specifičnih telesnih atributa pokazuje prisutnost stereotipa, iako su likovi u većini posmatranih serijala antropomorfne životinje. Od ukupnog broja 284 (100%) ženska lika njih 210 (73,94%) ima neki od specifičnih atributa. Akterke njih 186 (88,57%) imaju trepavice i našminkano lice, dok od ukupno 1047 muških likova svega njih 34 (3,25%) ima neki od atributa i to najčešće bradu, debele obrve i mišićavo telo. Vitko telo i naglašen „Barbi struk” poseduje 20 (9,52%) ženskih, dok 2 (0,95%) muška lika imaju mišićavo telo, a 14 (41,18%) muškaraca ima sedu urednu bradu.

Dakle, kod žena su više zastupljeni telesni atributi čiji zadatak je da privuče i zavede muškarca. One su prikazane u skladu sa konvencionalnim shvatanjem ženske lepote. Nasuprot tome muški likovi čiji je zadatak da zaštite akterke u nevolji prikazani su u krupnom planu, mišićave građe koja implicira snagu. Uredna seda brada simbolizuje mudrost i ozbiljnost.

#### 4.9. Likovi koji nose nakit

Najčešći nakit koji nose ženski likovi su minđuše, prstenje, ogrlice i narukvice. U analiziranom korpusu najviše ih nose akterke u serijalu Džoni Test, njih 129 (95,56%), u serijalu Kalimero, njih 16 (100%), a slično je i u Zozoncima 13 (100%), s tim što je ovde upečatljivo nošenje ogrlica.

Muški likovi nose sunčane naočari i kačkete u serijalu Džoni Test. Oni maju ulogu zaštite od sunčeve svetlosti, sportsko su obeležje, eventualno ih možemo posmatrati kao modni detalj ili sredstvo skrivanja odnosno stereotipizirani detalj koji nose tajni federalni agenti. Leptir mašne i ešarpe su posebno zastupljene u serijalu Kalimero koji odražavaju eleganciju, ozbiljnost i statusni položaj. Najčešći su kao rekviziti kod trgovaca, arhitekti, gradonačelnika. Ženski likovi u serijalima nose naočare, ali iz zdravstvenih razloga.

Dakle, upotreba nakita na telu žene i muškarca potpuno je stereotipna i u saglasnosti sa patrijahalnim obrascem.

#### 4.10. Zanimanja likova u serijalima

Profesije i zanimanja se u većini serijala retko pominju. Kada se i pominju to je u skladu sa patrijarhalnim shvatanjem muških i ženskih poslova. Tako u crtanom filmu Snupi muškarci su trgovci, psihoterapeuti, sportisti, vojnici,



muzičari. Akterke su hraniteljice, deca, učenice. Prototipično su predstavljeni akteri i akterke u serijalu Kalimero. Tako su ženski likovi učiteljice, domaćice, bebisiterke, novinarka, upravnice muzeja, deteta, a muškarci trgovci, radnici različitih profila, kao i reprezentativni uglednih zanimanja poput gradonačelnik, arhitekta, ali i oni van zakona kao lopov i dr.

Ipak u nekim zanimanjima rezervisanim za muškarce, pojavljuju se žene. Međutim, iako sa jasnim pokušajem iskoraka iz patrijahalnog modela, u muškim ulogama i sa titulama za privilegovane muškarce, one su ipak pasivne. Tako, Džonijeva majka sa pozicijom direktorke, samo u jednoj epizodi „Džoni nizbrdo” serijala Džoni Test je na kratko, u jednom kadru, prikazana na svom radnom mestu, kako sedi za radnim stolom okružena telefonima, bez da se jasno naglasi gde tačno radi, da li je van kuće ili joj je kancelarija smeštena u porodičnoj kući. Slično je prikazana i bogata, a pasivna, Evgenijeva majka čije je zanimanje skriveno, iako je prikazana van privatnog prostora, te gledalac/teljka može samo da naslućuje da se možda bavi prestižnim zanimanjem, ali ipak nije jasno da li možda živi od rada i materijalnih prihoda supruga, s obzirom na bogatstvo u čijem svetlu je prikazana.

Nedorečenostima i nejasnoćama u vezi njihovog zanimanja, ali i ulogom majke u scenama kada treba brinuti o deci i razrešiti njihove ozbiljne probleme, one su vraćene u okvire tradicionalnog. Slično je i sa drugim ženskim ulogama, na primer, Džonijevih sestara (laborantkinja i naučnica), potom u serijalu Kloin ormarić u kojem su ženski likovi Kloj i njene prijateljice gusarke, kao i Mersi i Peti kao one koje dobro poznaju muziku i Sare kojoj je dopušteno da uči da igra fudbal u serijalu Snupi. Sve one u određenom trenutku priče bivaju vraćene u patrijahalne okvire.

Pokušaj iskoraka iz senke patrijahalnog je učinjen i sa muškim zanimanjima. Na primer, zanimanjem Džonijevog oca u ulozi domaćina koji obavlja kućne poslove, kuvara, brižnog zabavljača i bebisetera. Međutim, Džonijev tata bez obzira na rodni iskorak, se ipak pojavljuje kao dominantna patrijahalna figura koja postavlja uslove, oslobađa, štiti i kažnjava decu.

Što se tiče svih ostalih muških likova očekivano su zastupljene prototipična, maskulinizirana zanimanja, poput vojnici, agresivni momci, policajci, naučnici, vlasnici radnji, gradonačelnici, arhitekta i dr.

#### 4.11. Uloge u kojima se likovi najčešće javljaju

U većini serijala u epizodama koje su analizirane uloge se diferenciraju na muške i ženske. Najčešće muške uloge su uloge oca 4 (57,14%), sina 3 (42,86%), u ulozi brata i supruga u po 2 (28,57%) serijala. Ženski likovi najčešće se pojavljuju u ulozi majke i ćerke u po 4 (57,14%) serijala i supruge i sestre u po 2 (28,57%) serijala. Ipak kako su primarne teme serijala „svakodnevne aktivnosti porodice bilo je očekivano i da uloge budu shodno temi koncipirane” (Đekić, 2016: 86). Ženske uloge su „ostale (su) ograničene na privatno okruženje ili su negativno prikazane van privatnog okruženja, reprodukujući tako dominantni muški diskurs” Burguera (2011:69) .

Ostale teme u serijalima su avanturističkog i romantičnog tipa, te shodno njima češće su i uloge likova koje se pojavljuju: prijatelji/ce, heroja/ina, zavodnik/ica, zloća, zaštitnik/ica, i sl. Diferencirano po polu, najviše muškaraca je zastupljeno u ulozi prijatelja čak u 7 (100%) serijala, u ulozi zaštitnika u 6 (85,71%) serijala, isto toliko ih je zastupljeno u i ulozi onog koji daje ideje za rešenje problema, u ulozi gubitnika i zlikovaca ih je zastupljeno u 5 (71,43%) serijala. U ulozi zavodnika, domaćina koji obavljanja i kućne poslove, onoga koji tumači tuđa stanja i postupke i vlasnika lokala ili nečega u poslovnom smislu, ih je zastupljeno u po 2 (28,57%) serijala.

Žene su najčešće zapažene u ulozi hraniteljice, negovateljice, bebisiterke i to u 5 (71,43%), u ulozi prijateljice, zavodnice i zle osobe u po 4 (57,14%), kao kandidatkinje za udaju, domaćice i u poslovnoj ulozi pojavljuju se u 3 (42,86%), u ulozi gubitnice pojavljuju se u 2 (28,57%), kao i u ulozi zaštitnice takođe u 2 (28,57%) serijala. Žene nisu zastupljene u ulogama davalaca ideja za rešenje problema, tumačenja tuđih osećanja i postupaka i vlasnica poslovnog prostora ili vlasnica bilo čega drugog. Veoma je teško samo na osnovu teme diferencirati uloge jer se one prepliću i jedne te iste se pojavljuju kod više likova u različitim epizodama. Na primer, očevi se prikazuju još i kao junaci, heroji, neustrašivi zaštitnici dece i svoje porodice kao što je to slučaj u serijalu Džoni Test i Kalimeru, ali i kao fantastični kuvari i osobe posvećene kućnim poslovima, kakav je tata Džoni Testa. Ženski likovi takođe imaju više paralelnih uloga, na primer pored uloge poslovne žene, one imaju i ulogu majke i ćerke, sestre i prijateljice i u njima ostaju tokom čitavog serijala.

Tradicionalna podela uloga vidljiva je i u prijateljskim odnosima. Muški likovi jedni prema drugima prikazani su kao prijatelji, za razliku od ženskih

likova koje su prikazane kao rivalke. Kada je reč o odnosu između muškaraca i žena, žene su češće prijateljski, utešiteljski oslonac muškarcima.

#### 4. 12. Mesto dešavanja radnje

Radnje analiziranih crtanih filmova dešavaju se i u zatvorenom i u otvorenom prostoru, s tim što su ženski likovi više smešteni unutar privatnog u 44 epizode (68,75%), u odnosu na muške likove koji su uglavnom u javnoj sferi u 59 epizoda (92,19%), u odnosu na ukupan broj epizoda u svim korpusom obuhvaćenim crtanim filmovima.

Valja napomenuti da kada se radnje crtanih filmova dešavaju napolju, obavezno se ističe da to nije „prirodna” sredina za žene, te se one van kuće teško snalaze, upadaju u nevolje i želja im je da se vrate u toplinu doma gde se o njima brinu drugi. Spoljašnji svet ženskim likovima je strašan, dok muški likovi uglavnom u njemu žive i brinu se sami o sebi. Ovo je posebno naglašeno u serijalu Snupi, gde na primer u jednoj od epizoda ženski lik Sara kada poželi da se bavi sportom Lajmus je upozorava da je ragbi težak. On čak potcenjuje i njeno teorijsko znanje o sportu, njeno znanje o opasnostima koje sport nosi sobom kojih je ona svesna, a na koje ju je upozorila i majka što dodatno definiše tradicionalno rezervisane uloge, mesto aktivnosti i samu aktivnost žene. I pored podučavanja Sara ne uspeva da uhvati loptu, lopta joj pada na glavu i povređuje. Slično je i u serijalima Kalimero i Zozonci gde ženski likovi konstantno dok borave u javnoj sferi imaju zaštitu muškarca kako im se ne bi događale nezgode.

Mesto dešavanja radnje u svim serijalima u skladu je sa patrijahalnim obrascem i podelom rodnih uloga. Međutim, prividna progresivnost vidljiva je u epizodama serijala Kloin ormarić u kojima ženski likovi imaju muške uloge zaštitnika, vođe i ratnika. Istovremeni po pravilu Klo i pored herojskih postupaka vrlo brzo biva vraćena u žensku ulogu vaspitačice i majke zaduženjem da obuči i prevaspita gusare na molbu njihovog gusarskog kapetana. U svim serijalima progresivnost je vidljiva samo kod muških uloga, dok se kod ženskih to samo naslućuje. Tako na primer u serijalu Džoni Test muškarac koji je u svim epizodama u ulozi oca, predstavljen je istovremeno i u ulozi briljantnog kuvara, zabavljača dece i negovatelja u privatnom prostoru. Za razliku od njega majka u svojoj poslovnoj ulozi direktorke vidljiva je na radnom mestu samo u jednoj epizodi u dve scene. Međutim, i u tim scenama ženski lik biva predstavljen u ulozi majke kada joj sin dolazi na posao. U svim

ostalim scenama ona je uglavnom u kući i u senci, u ulozi majke, supruge u scenama porodične večere ili značajnijeg porodičnog događaja. Samo u jednoj sceni u porodičnom domu, majka se pojavljuje i eksplicitno navodi da osim direktorskog posla mora da bude i majka. Džonijeve sestre Suzana i Mara uglavnom, kao i majka, su u porodičnom okruženju, gde im je čak smeštena i laboratorija u kojoj provode vreme stvarajući izume. U svega nekoliko scena u dve epizode su se pojavile u javnoj sferi. Međutim, tu su predstavljene kao nemoćne, zaljubljene, nesposobne da samostalno nešto urade, a da tu nije prisutan muškarac koji je nadređen i koji ih vodi savetima i naredbama (Džoni i čudovište iz jezera, Džoni nizbrdo).

#### 4.13. Aktivne i pasivne uloge ženskih i muških likova

Junakinje u posmatranim crtanim filmovima uglavnom su pasivne, uplašene, ne odlučuju same o svojoj sudbini i nesposobne su da brinu same o sebi. Suočene sa problemima i nedaćama, očekuju pomoć muških likova. Njihova nemoć naglašena je snagom moći koju nad njima imaju oni koji im žele zlo, kao što na primer patka Divna u Zozoncima nije u stanju da se samostalno izbori bez muških likova i spasi se zla koje joj je priredila Vrana veštica u epizodi Kraljičini dijamanti. Ipak, Divna se bori, spašava živote, ali uvek uz odobrenje i pomoć nekog muškog lika. Slična situacija je i kod sestara Suzane i Mare iz serijala Džoni Test koje i osim toga što su izuzetne pronalazačice i naučnice imaju pasivnu ulogu i bez muškarca same ne mogu da se snađu. Uloga ženskog lika Prisile takođe, ukazuje na pasivnost, koja je prisutna iz epizode u epizodu serijala Kalimero, u kojima Prislila ne ume da se odbrani ni od nasrtljivih i dosadnih udvarača, a još manje da pronade rešenje problema ili donese odluku o nečemu bez pomoći Kalimera. Odstupanja postoje u epizodama Kloin ormarić gde su ženskim likovima, posebno Kloji, dodeljene aktivne muške uloge. U liku Kloji vidljivo je da hrabrost nije rezervisana više samo za muškarce, što ona jasno i ističe kroz svoje avanture. Mada reditelj, uporno podseća da je ona žensko i da njena osnovna tradicionalna uloga, je uloga majke koja pruža ljubav, toplinu i elementarnu brigu i negu. Ona je istovremeno vaspitačica i učiteljica koja podučava osnovnim životnim znanjima i vrednostima i veštinama, što je vidljivo u svakoj epizodi. Posebno je naglašeno u scenama kada podučava gusare veštini asertivne komunikacije, dogovora oko pravedne podele blaga i vrednosti zajedništva i susretljivosti jednih prema drugima. Majčinstvo je naglašeno i u epizodi

Sunčanica u scenama kada se Sunce ponaša kao malo dete, te ga treba utešiti zbog izgubljenog ćebenceta i pevati mu uspavanku da bi zaspalo.

Muške uloge u serijalima su aktivne i dominantne. Oni su ti koji spašavaju 'stvar', preokreću lošu situaciju i dovode do srećnog kraja. Ovo je posebno vidljivo u serijalu Snupi, gde čak i pas Snupi spašava i popravlja situaciju time što pomaže znalacki Sari u kuhinji kako bi mu spremila ručak, jer je takvo zaduženje dobila od svog brata Čarli Brauna vlasnika psa. Čarli Braun, iako predstavljen kao gubitnik u serijalu, koji ni sam ne zna da se snađe u većini situacija, ipak u ključnim momentima preokreće lošu situaciju i dovodi do srećnog kraja.

#### 4.14. Oslovljavanje ženskih i muških likova

U svim serijalima uz zajedničke imenice „gospodin i gospođa” uvek se pri oslovljavanju koristi si lično ime. Mlađi likovi (deca) međusobno oslovljavaju ličnim imenima, što je uobičajena praksa. U serijalu Džoni Test osim navedenog koristi se još jedna zajednička imenica „gospođica” čime se informiše gledateljstvo o bračnom statusu žene (ona koja nije udata) što je stereotipizirani patrijahalni diskurs. Međutim, zapažena su i obraćanja rečima uvredljive forme. Neke izgovorene pogrdne reči upućene likovima mogu da podstiču netrpeljivost i diskriminaciju, jer su najčešće stereotipno obojene i upotrebljene kada je reč o isticanju starosne, rasne, etničke i rodne marginalizacije. U serijalu Snupi, na primer, rečenicom „Šerlok Holms sa ćebencetom” ironično se oslovljava mlađi dečak koji nosi svoje ćebence i uvek zapitkuje. Često su se mogle čuti još i reči štreber, namćor, prznica i šašavi brat.

U serijalu Zozonci takođe su uočene uvredljive forme, kao na primer imenica „glupan” kojim Vrana veštica oslovljava svog podanika lasicu. U istom serijalu rečima super glup, glup, otirač, glupi čarobjak, buzdovani koje su ženski likovi patka Divna i Vrana veštica upotrebili, bila je očekivana s obzirom da se želelo istaći način komunikacije koju žena koristi u odnosima sa muškarcima kada je nadmoćnija. Tako su njene negativne osobine još više istaknute. Slično je u serijalu Kalimero kada tri pacova, nakon Kalimerovog neuspešnog udvaranja, Kalimera pežorativno okarakterišu rečenicom: „Šta je jajoglavu, ostavila te!” U Džoni Test serijalu zapažene su stereotipne reči gundalo matoro, bedan deda upućene starijoj osobi, potom pojam monstrum, zatim imenice koje pridevi bliže opisuju u negativnoj konotaciji debeli klinac, psiho seka, lude naučnice, sestre kokoške. Sve navedeno su izgovorali muški likovi. Međutim, u istom se-

rijalu zapaženi su pojmovi čudovište, glupi medved, praseće čudovište, čvrst kao pekmez, upotrebljeni u komičnom kontekstu, tako da nemaju obeležje stereotipnog. Isto tako i pridev smrdljivi Džoni i rečenica miriše kao mrtva krava koji su upotrebljeni kako bi se opisao dečak koji se nije kupao jako dugo, izgovoreni takođe u šaljivom tonu.

U Leon serijalu ne postoji verbalna komunikacija. U serijalu „Bio jednom jedan život” oslovljavaju se prema tituli i zvanju zanimanja, kao na primer, kada lekara oslovljavaju sa zajedničkom imenicom „doktor”.

Valja istaći i da su u svim serijalima roditelji, odnosno otac i majka, bezimenni. Time se ističe njihova osnovna uloga. Međutim, kako su svi serijali stranog porekla postoji verovatnoća da je samo reč o lošem prevodu, pa stoga treba biti oprezan u tumačenju ovih nalaza.

Posmatrano iz ugla socijalizacije deca često i ne razumeju značenje stereotipne reči, ali na osnovu filmskih umetničkih kodova zaključuju da je ona izrečena kako bi sceni bio pridodat komični element, ili da bi se ukazalo na značaj i težinu borbe dobra i zla.

#### 4.15. Vrednosti koje promovišu

Crtani filmovi uče decu različitim vrednostima, prihvatljivim ili negativnim, u zavisnosti od kulture i društveno političkog konteksta zajednice u kojoj su proizvedeni i u kojoj se emituju. Oni to čine svojim sadržajem kroz ponašanje svojih crtanih junaka i značajan su aspekt crtanih filmova.

Osim edukativnih sadržaja, prijateljskih odnosa i različitih moralnih pouka likovi u crtanim filmovima deci su isticali značaj očuvanja porodice i porodičnih vrednosti u 20 (30,77%) epizoda. U 11 (16,92%) epizoda zapaženo je isticanje vrednosti koja se odnosi na ljubav prema kućnim ljubimcima, odnosno životinjama uopšte. U isto toliko epizoda kao vrednost promoviše se i hrabrost, takmičarski duh, i ukazuje na činjenicu da pravda uvek pobeđuje time što zlo biva sankcionisano. Sport i ljubav prema sportu afirmiše se u devet (13,85%) epizoda. Uglavnom se sugeriše da je sport namenjen više muškarcima nego ženama. Ženski likovi u navedenim epizodama okarakterisane su kao nesposobne, prilično nespretne i predstavljene kao gubitnice u sportskim aktivnostima. U nešto manjem broju su zapažene vrednosti koje se odnose na ljubav prema umetnosti u 6 (9,23%), potom brige o zdravlju u pet (7,69%), zaštitnička ljubav prema deci u četiri (6,15%) epizode. U istom broju epizoda zapaženo je i

promovisanje vrednosti koje se odnosi na bogatstvo i uspeh, dok je poštovanje hirerhijskih odnosa, komformizma, i uticaj televizijskog sadržaja na socijalizaciju ličnosti primećen u po jednoj (1,54%) epizodi.

Najčešće promovisana negativna vrednost u posmatranim crtanim filmovima je agresivnost, u 21 (32,31%) epizodi, potom pobeda po svaku cenu u 20 (30,77%), nepristojno ponašanje u 20 (30,77%) i nasilje nad slabijim u 10 (15,38%) epizoda i to kao vid zadovoljstva i zabave. Eksplicitno izražena dominacija muškaraca kao vrednost pojavljuje se u 10 (15,38%) epizoda, sebičnost i razmaženost zapažena u 6 (9,23%), narcisoidnost u pet (7,69%), nered i lenjost, uočena u četiri (6,15%) epizode. U istom broju epizoda zapažena je zavisnost od TV i video igrice. U po dve (3,08%) epizode zapažena je, slabost i neposlušnost žene, moć policije, deca koja se podsmevaju, manipulacija, mržnja (netrpeljivost i ljubomora), potom u po jednoj (1,54%) epizodi promovise se kao vrednost rat, pohlepa i zavist.

Ipak, valja naglasiti da su sve analizirane vrednosti deo medijskog sadržaja koji edukuje i socijalizuje decu. Ono što nedostaje jeste rodna neutralnost<sup>4</sup>. Zato deca dok gledaju crtani film nisu imala mnogo prilike da nauče da je porodica institucija koja podjednako treba da pruža sigurnost, utočište, zaštitu i podršku svim svojim članovima bez obzira da li su muškog ili ženskog pola. Deca su, posmatrajući agresivne likove, mogla biti poučena da se konflikti rešavaju tučom, verbalnom agresijom i verbalnim uvredama, da muškarci mogu devojke i žene da prisilljavaju na emotivnu vezu, što nadalje implicira da je muškarac osoba koja mora da dominira i ima moć. Takođe da se socijalizuju prihvatajući kao normalno nepristojno ponašanje i nasilje nad slabijim, vršnjačko nasilje, što, dakako, nije vrednost koju bi deca trebala da prihvate bez kritičkog stava.

Ipak, većina nasilnih scena uopšte nisu predstavljene kao zlo, već kao obične reakcije ljutih muškaraca na situacije koje im se ne dopadaju, kao na primer u epizodama Džoni Test serijala, gde je uočeno još i promovisanje TV i video igrice, nerada, lenjosti i manipulacije.

---

<sup>4</sup> Rodna neutralnost podrazumeva nepostojanje podele prema rodu, prikaz muških i ženskih likova bez rodnih stereotipa. Brisanje rodnih razlika i normi na osnovu kojih se razlike definišu. Rodna neutralnost ima za cilj učiniti muškarce i žene jednakima, a pol odnosno rod uslovom koji ne bi smeo determinisati nečiji položaj u društvu. Neutralnost se može posmatrati i iz ugla upotrebe „rodno neutralnog jezika u svojoj pisanoj i usmenoj komunikaciji” (Rodno neutralan jezik u Evropskom parlamentu, 2018:2) koji treba da doprinese brisanju rodnih normi na osnovu kojih se definišu rodne razlike.

#### 4.16. Koje emocije izražavaju muški i ženski likovi

Rezultati istraživanja pokazuju da se muški i ženski likovi u svim analiziranim serijalima pojavljuju kao emotivni. Muški likovi najčešće pokazuju sreću njih 814 (77,74%) tugu 18 (1,72%), strah 84 (8,02%), ljutnju 92 (8,72%), bes sa destruktivnom posledicom 23 (2,20%), zabrinutost 16 (1,53%). Ženski likovi najčešće su pokazivale emociju sreće njih 181 (63,73%), strah 49 (17,25%), ljutnju 30 (10,56%), destruktivni bes 22 (7,75%) i tugu dva puta (0,70%). Primetno je da je znatno veći broj muški likova koji ispoljavaju neku od kodiranih emocija, što se može osim tradicionalnog obrasca ponašanja, objasniti i time da su akteri i proporcionalno više zastupljeni u odnosu na akterke i to u svim serijalima. Ipak, primetan je jedan odnos koji se ne može povezati sa odnosom frekventnosti muških i ženskih likova. Naime, zapažen je približno podjednak broj likova oba pola kada je reč o destruktivnom besu, (ženskih 22 (1,65%) i muških 23 (1,72%) lika), kao i da je ispoljavanje destruktivnog besa ženskih likova predstavljeno kao nasilnički akt i to u situacijama komunikacije sa muškim likovima.

Većina nasilnih scena kod muškaraca u sličnim situacijama nisu predstavljene kao reakcija nasilnog akta, već kao rezultat ljutnje.

Može se zaključiti da je emocionalno stanje muških i ženskih likova u svim serijalima u skladu sa konceptom tradicionalnog obrasca ponašanja, posebno kada je reč o sreći i destruktivnom besu žena.

Upotreba emocionalnog izraza kao moćnog umetničkog filmskog koda u medijskom diskursu filmske umetnosti svakako ima skrivene uticaje koji pojačavaju rodni stereotip koji se želi reprezentovati. Tako, žene nesposobne za emociju sreće predstavljene su kao zlo nad kojim se mora uspostaviti dominacija kako bi se njihova destruktivnost mogla kontrolisati. Imajući u vidu da deca doživljavaju emocije doista snažno dok gledaju crtane filmove, uranjajući u različita osećanja animiranih junaka ili često zamišljajući i sebe u tim scenama, evidentno je od kolikog značaja su emocije koje izražavaju likovi u crtanim filmovima.

Dakle, prihvatajući tradicionalne predstave o karakterističnim emocionalnim stanjima koja se najčešće vezuju za ženske ili muške likove kao nešto normalno, grade sliku o femininumu i maskulinumu koju tokom procesa socijalizacije ugrađuju u svoj rodni identitet. Tako će devojčice sebe smatrati srećnim ukoliko ostvare krajnji cilj, a to je da imaju naklonost i zaštitu muškarca kako



u emocionalnom, tako i u materijalnom pogledu, ukoliko budu imale savršen fizički izgled (kosa, telo, garderoba, nakit, telesni atributi), i budu poslušne (sestre Džona Testa, Prisila iz Kalimera). Dečaci će sebe smatrati srećnim kada dominiraju, kada pružaju zaštitu (emocionalnu, materijalnu). Dok su bes i ljutnja koju prati agresivno ponašanje osećanja koja bi trebala da dokazuju muškost. U svakom drugom slučaju muškarac će pokazati ranjivost čime rizikuje, kako Burdije (2001) navodi, da bude prezren od drugih muškaraca jer će ga smatrati slabićem i mlakonjom.

#### 4.17. Muzika kao moćno sredstvo umetničkog filmskog koda

Zloupotreba muzike u crtanim filmovima, kao moćnog umetničkog filmskog koda, je svakodnevica i vrlo teško primetna jer proces slušanja muzike u crtanom filmu uglavnom je sekundarna aktivnost, te spada u pasivno slušanje. Aktivno slušanje je ređe i manifestuje se kroz scene u kojima crtani likovi imaju takvu ulogu da pevaju, ili sviraju na nekom instrumentu. Ona svojim prisustvom, ili odsustvom, u različitim vidovima, može medijskim reprezentacijama podsticati određena značenja. To je posebno uočljivo kada su u pitanju diskriminatorne akcije usmerene ka pojedincu/ki ili grupi, odnosno kada je u pitanju neki pristrasan diskurs.

Od ukupnog broja scena u analiziranim crtanim serijalima uočeno je 64% u kojima je prisutna diskriminatorna muzika. U 36% scena muzika ili nije prisutna, ili nije diskriminatorna, odnosno zastupljena je u prijatnim neutralnim sporim tonovima. Kada je diskriminatorno delovala na auditorijum ona je bila najviše zastupljena u scenama kao karikaturalno komična muzika čak 54%. To znači da su se stereotipi deci prenosili kroz smešne situacije u koje su likovi zapadali. Ovo je posebno vidljivo u 7% scena u serijalu Leon gde se u jednoj od njih naglašava uloga majke noja (ptica) koliko komično karikaturalnom, toliko i ambijentalnom muzikom, dok štiti svoje jaje od proždrljivog lava.

Romantični tonovi su zastupljeni u 2% scena, najčešće u Džoni Test serijalu i to da naglase rodni stereotip žene kao zavodnice. Muzika u scenama prikazivanja ženstvenosti kroz seksualizovano telo, treptanje, našminkano lice, pojačava portretisanje zaljubljenih zavodnica Suzane i Mare. Ovakvo naglašavanje vidljivo je u scenama kada su u blizini tinejdžera Gileta u kojeg su zaljubljene, pa čak i pri samoj pomisli na njega.

Neprijatna i destruktivna muzika koja izaziva napetost zastupljena je u 18% scena. Podjednako je korišćena koliko i buka (18% scena) proizvedena na različite načine. Primera kada se neprijatnom muzikom naglašava loš postupak ili zloba ženskog lika ima dosta u svim epizodama serijala Snupi, a posebno u epizodama Mersi, Loše raspoloženje, Zimske igre, kao i u serijalu Zozonci naglašeno u scenama gde se pojavljuje zla Vrana veštica. Kada je reč o isticanju loših postupaka muških likova buka, destruktivna i neprijatna muzika su često prisutne u serijalu Džoni Test u scenama na primer sa Bling Blingom, vojskom, policijom i sl.

Tužna muzika sporog ritma zastupljena je u 1% scena. Ovakvih primera ima u scenama serijala Kalimero kada istoimeni junak doživi neko javno poniženje, uoči nepravdu ili radi ne ostvarenih ličnih ciljeva pogne glavu uz izgovor svoje čuvene krilatice „Ovo je nepravda!” dok ga Prisla teši i ohrabruje.

Rezultati ukazuju da muzika u crtanom filmu ima zadatak da deluje, kako bi se određen stereotip zapamtio, bez obzira da li svojim efektima izaziva strah i napetost, ili prijatnost. Muzikom se uvek dodatno pojačava razumevanje sadržaja pa time i utiče na dečije razumevanje i odnos prema priči i likovima.

## 5. Zaključak

Generalno posmatrajući moglo bi se zaključiti da se u posmatranim analiziranim serijalima u pojedinim epizodama uočavaju pokušaji iskoraka u rodnu neutralnost koja podrazumeva nepostojanje podele prema rodu, odnosno prikaz muških i ženskih likova bez rodni stereotipa. Međutim, rezultati istraživanja ipak ukazuju da je u svim serijalima progresivnost vidljiva samo kod muških likova, dok se to kod ženskih likova samo naslućuje pošto se ne pretstavlja, niti naglašava ni približno u meri u kojoj se to čini za muške likove. Može se zaključiti da u serijalima rodna neutralnost ne postoji, ali postoje mali iskoraci ka rodno osetljivom predstavljanju muških i ženskih likova. Iako veoma značajni nisu dovoljni, posebno što ženski likovi koji prekoračuju rodne norme i osporavaju stereotype veoma brzo budu vraćeni u tradicionalne obrasce ponašanja i uloga. Tačnije, narativ u crtanom filmu im daje mogućnost da prekorače zadate, prihvaćene, normirane poželjne rodne uloge da bi ih ubrzo uskratio povratkom u stereotipnu rodnu ulogu.

Reprezentovanje stereotipne slike muškosti i ženskosti u posmatranom korpusu vidljiva je u više raznovrsnih aspekata. Najpre, primetna je nedovoljna

zastupljenost ženskih likova, potom vremenska ograničenost njihovih verbalnih dijaloga, zatim ženskim likovima je namenjena uglavnom pasivna neverbalna komunikacija. Njihove uloge su ograničene prostorno i vremenski, kao i prostor i mesta koja su im dostupna. Zapažena je i ograničenost u pogledu izbora zanimanja, jasna je tradicionalistička podela na muška i ženska. Primetno je pridavanje velikog značaja njihovom izgledu. Oslovljavanje je takođe stereotipizirano. U nekoliko epizoda zapžena je upotreba zajedničke imenice „gospođica” čime se informiše gledateljstvo o bračnom statusu žene (ona koja nije udata) što je odlika patrijahalnog diskursa. Uočena je i upotreba uvredljivih reči (glupača, namćor, lude, psiho seke, kokoške) kada muškarci opisuju žene.

Istovremeno za razliku od ženskih, muški likovi su vidljiviji, jer su znatno više zastupljeni u različitim ulogama i zanimanjima kroz koje se mapiraju kao pobednici, kao muškarci sa karijerom, kao lideri, heroji, srećni, dominantni, uplašeni, buntovni, nasilni, hrabri, zavodnici, zaštitnici, nezavisni, inteligentni, bogati, ali i kao osobe koje nemaju ograničen prostor u polju komunikacije. Njihovi dijalozi su verbalizovani i duže vremenski traju i više su prikazani u sferi javnog života. Međutim, kao i ženski likovi reprezentovani su u okvirima patrijahalno stereotipnog temperamenta, uloge i statusa, ograničenog vizuelnog izgleda sa određenim stereotipnim telesnim atributima, ukrasima, kroz upotrebu određenih uvredljivih formi oslovljavanja (matoro gundalo, buzdovani, jajoglavi, glupan i dr.).

Predstavljeni rodni opisi i slike koje reprezentuju muški i ženski likovi potpomognuti (zlo)upotrebom verbalnih i neverbalnih filmskih umetničkih koda mogu imati snažan uticaj na dečju percepciju muškosti i ženskosti utičući tako na način na koji će dečaci i devojčice stupati u interakciju jedni sa drugima, te percipirajući ponuđene rodne uloge formirati svoje identitete i ličnosti.

Zato nije suvišno istaći da je za kritički stav i razumevanje sveta reči, slike i zvuka neophodno medijjski opismenjati dece od najranijeg uzrasta kako bi bila u stanju da shvate stereotipni svet u kojem odrastaju i usvoje repertoar veština i kompetencija koje će im pomoći da kritički posmatraju ponuđene rodne stereotipe posredovane u filmskim umetničkim kodovima.

Osim navedenog, o složenosti problema govori i činjenica da deca svakodnevno prihvataju, postepeno, rodne stereotipe veoma suptilnim oblikovanjem kroz proces socijalizacije čiji su deo i crtani filmovi. Stoga, neophodnu podršku na putu kritičkog osveščivanja potrebno je da im pruže odrasli koji će ih naučiti

da dekodiraju rodne stereotipe, ali i emiteri odabirom odgovarajućih sadržaja. Jedino tako deca mogu postati svesna rodni stereotipa, kako im se implicitno kroz zabavu i uživanje dok gledaju svoje omiljene junake ne bi prenosili patrijarhalni rodni obrazac koji tokom vremena postaju skriveni dominantni diskurs njihovog poimanja stvarnosti i odnosa u društvu.

## Literatura

- Bandura, A., Ross, D. & Ross, S. A. (1961). Transmission of Aggression through Imitation of Aggressive Models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63(3), 575-582. Retrieved: 3.June, 2016. from <https://www.all-about-psychology.com/support-files/transmission-of-aggression-through-imitation-of-aggressive-models.pdf>
- Bell, E. (1995). Some texts at the Disney Shop: Constructing the Pentimentos of Women's Animated Bodies. In E. Bell, L. Haas & L. Sells (eds.). *From mouse to mermaid: the politics of film, gender and culture* (pp. 107-124). Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press. Retrieved: 1. January, 2017. from <https://docplayer.net/52457721-From-mouse-to-mermaid.html>
- Burguera, X. F. (2011) Muffled voices in animation. Gender roles and black stereotypes in warner bros. cartoons: From honey to babs bunny. *Philology and Cultural Studies*, 4(53), 65-76. Retrieved:12.December,2017. from [http://webbut.unitbv.ro/BU2011/Series%20IV/BULETIN%20IV/g\\_10\\_Xavier%20Fuster.pdf](http://webbut.unitbv.ro/BU2011/Series%20IV/BULETIN%20IV/g_10_Xavier%20Fuster.pdf)
- Burdije, P. (2001). *Vladavina muškaraca*. Podgorica: CID.
- D'Acci, J. (2004). Television, Representation and Gender. In Robert C. Allen & Annette Hill (eds.). *The television Studies Reader, Routledge*. (pp. 373-388). London and New York: Routledge. Retrieved:1.December,2012. from [https://www.academia.edu/37025120/DAcci\\_Julie\\_2004\\_Television\\_Representation\\_and\\_Gender](https://www.academia.edu/37025120/DAcci_Julie_2004_Television_Representation_and_Gender)
- Davis, Michele A. (2001). *Disney's Women: Changes in Depictions of Femininity In Walt Disney's Animated Feature Films, 1937-1999*. London: University College London. Retrieved: 30. 09. 2016. from <http://discovery.ucl.ac.uk/1382007/1/391559.pdf>
- Deaux, K. & LaFrance, M. (1998). Gender. In Gilbert, D., T., Fiske, S., T., & Gardner, L (eds.). *In The handbook of social psychology, Vol 1*. (pp. 788-818). New York: McGraw – Hill.
- Đekić, V. (2016). Rodne uloge i stereotipi u savremenom crtanim filmu. U: Pralica, Dejan & Šinković, Norbert (ur.), *Zbornik radova: Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 6*. (str.82 – 92). Novi Sad: Univerzitet Novom Sadu. Filozofski fakultet, odsek za medijske studije.
- Götz, M. (2008) *Girls and Boys and Television: A few reminders for more gender sensitivity in children's TV*. IZI (21) 2-15. Retrieved:3.March2016. from

- [https://www.bronline.de/jugend/izi/deutsch/forschung/gender/IZI\\_Guidelines\\_WEB.pdf](https://www.bronline.de/jugend/izi/deutsch/forschung/gender/IZI_Guidelines_WEB.pdf) <http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/publikationen.htm>
- Grupa autora. (2018). *Rodno neutralan jezik u Europskom parlamentu*. Europski Parlament. Retrieved: 24. March 2021. from [https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/187100/GNL\\_Guidelines\\_HR-original.pdf](https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/187100/GNL_Guidelines_HR-original.pdf)
- Hall, S. (1997a). The Work of Representation. In: S. Hall (eds.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage. (pp. 13-74). London: Sage Publications, The Open university. Retrieved: 12. December, 2016. from <https://seminar580.files.wordpress.com/2015/04/hall-representation.pdf>
- Hall, S. (1997b). The Spectacle of the „Other”, In: S. Hall (eds.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (pp. 223-279). London: Sage Publications, The Open university. Retrieved: 12. December, 2016. from <https://seminar580.files.wordpress.com/2015/04/hall-the-spectacle-of-the-other-pdf.pdf>
- Jarić, V., i Radović, N. (2011). *Rečnik rodne ravnopravnosti*, Uprava za rodnu ravnopravnost. Beograd: Ministarstvo rada i socijalne politike Republike Srbije, drugo i dopunjeno izdanje. Preuzeto sa: 8. Oktobar, 2014. sa [http://gendernet.rs/files/Publikacije/Publikacije/RECNIK-rodne-ravnopravnosti\\_2011.pdf](http://gendernet.rs/files/Publikacije/Publikacije/RECNIK-rodne-ravnopravnosti_2011.pdf)
- Klein, H., & Shiffman, K. S. (2006). Messages about physical attractiveness in animated cartoons. *Body Image*, 3(4), 353–363. Retrieved: 30. September, 2016. from [https://www.academia.edu/3046288/Messages\\_about\\_physical\\_attractiveness\\_in\\_animated\\_cartoons](https://www.academia.edu/3046288/Messages_about_physical_attractiveness_in_animated_cartoons)
- Leaper, C. & Friedman, C. K. (2007). The Socialization of Gender. In: Joan E. Grusec & Paul D. Hastings (eds.), *Handbook of socialization: theory and research* (pp. 561-587). New York: The Guildford Press. Retrieved: 24. December, 2018. from [https://www.researchgate.net/publication/232459559\\_The\\_Socialization\\_of\\_Gender](https://www.researchgate.net/publication/232459559_The_Socialization_of_Gender)
- Maričić, J. (2009). Teorije i istraživanja predrasuda u dečijoj dobi. *Psihološki teme*, 18 (1), (pp. 137-157). Preuzeto: 27. Septembar, 2018. sa <https://hr-cak.srce.hr/39921>
- Matović, M. (2010). Rodni stereotipi u crtanim filmovima Volta Diznija. *CM: Communication and Media*, 5 (15), 107-122. Preuzeto: 1. Decembar, 2012. sa [www.fpn.bg.ac.rs/sites/default/files/wp-content/uploads/CM15.pdf](http://www.fpn.bg.ac.rs/sites/default/files/wp-content/uploads/CM15.pdf)

- Millett, K. (1981). Teorija politike polova. Marksizam u svetu: studije o ženi i ženski pokret, časopis prevoda iz strane periodike i knjiga. 8(8-9), 168-184. Preuzeto: 20. Maj, 2021. sa [https://novi.uciteljneznalica.org/PDF/arhiva%20autora/505\\_Vuleti,%20Ljiljana%20\(ur.\)%20Marksizam%20u%20svetu%20br.%208-9%20%20Studije%20o%20eni%20i%20enski%20pokreti%20NIRO%20Komunist%201981.pdf](https://novi.uciteljneznalica.org/PDF/arhiva%20autora/505_Vuleti,%20Ljiljana%20(ur.)%20Marksizam%20u%20svetu%20br.%208-9%20%20Studije%20o%20eni%20i%20enski%20pokreti%20NIRO%20Komunist%201981.pdf)
- Milinović, J., i Savić, S. (2011). Rod i oblačenje: Djevojčice nose plavo, a dječaci roza?!? Misterije rodne ravnopravnosti i još po nešto. Banja Luka: Helšinski parlament građana. (21-22).
- Mitrović, D., i Trogrlić, A. (2014). *Psihologija polnih razlika i sličnosti*. Beograd: Synapsa edicije.
- Papić, Ž. (1993). *Patrijarhat*. U: Enciklopedija političke kulture. M. Matić i M. Podunavac (ur.). Beograd: Savremena administracija. Preuzeto: 24. April, 2021. sa <http://www.gay-serbia.com/teorija/2005/05-01-11-patrijarhat/index.jsp>
- Pejtmen, K. (2001). *Polni ugovor*. Beograd: Feministička 94.
- Radović, S., i Radulović, M. (2016). Transformacija u predstavljanju rodnih uloga u animiranim filmovima: primer Diznijevih princeza. *Sociologija: časopis za sociologiju, socijalnu psihologiju i socijalnu antropologiju*, 58(1), 86-112. Preuzeto: 21. Februar, 2017. sa [http://www.sociologija.org/admin/published/2016\\_58/1/478.pdf](http://www.sociologija.org/admin/published/2016_58/1/478.pdf)
- Reinharz, S. & Davidman, L. (1996). *Feminist Methods in Social Research*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Rodno neutralan jezik u Evropskom parlamentu*. (2018). Evropski Parlament. Pogledano: 24. 03. 2021. [https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/187100/GNL\\_Guidelines\\_HR-original.pdf](https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/187100/GNL_Guidelines_HR-original.pdf)
- Tadić, D. (2006). *TV reklama: televizijska reklama kao propagandno sredstvo*. Beograd: Spektrum books.
- Thompson, L. T. & Zerbinos, E. (1995). Gender roles in animated cartoons: Has the picture changed in 20. Years? *Sex Roles*, 32 (9/10), 651 – 673. Retrieved: 4. May, 2017. from <https://pdfs.semanticscholar.org/0e9f/52adce6bd840ae6a1d0e2eb25ae79cd5dee4.pdf>
- Valić Nedeljković, D. (2008). *Stereotipi u medijima*. Beograd: Medija centar Beograd. Preuzeto: 22. April, 2016. sa <http://www.mc.rs/stereotipi-u-medijima.1143.html>
- Van Dijk, T. (2008). *Discourse and Power*. New York: Palgrave Macmillan.

Valentina Đekić

University of Novi Sad, UCIMSI, Serbia

## GENDER STEREOTYPES IN SELECTED CHILDREN'S SHORT CARTOONS

**Abstract:** *Looking at cartoon movies, children learn about masculinity and feminine, behavior, roles, expectations that shape fictional characters in stories shown in cartoon movies on television. The aim of the research is to determine what codes of film art and in what ways they convey gender stereotypes and how verbal and non-verbal means represent gender stereotypes as desirable and thus are a means in the process of socialization of children. The total duration of the observed material, all 65 episodes, in seven series, is 37,080 minutes, or about 10.30 hours. Sampling was conducted in March and April 2016. The results show that the cartoons that were the subject of the research, attracting the attention of children using the codes of film art, convey patriarchal social patterns, which is reflected in the gender socialization of children. However, a certain shift has been noticed, which indicates the maturing of the idea of the importance of gender equality, which should be represented not only in the patriarchate, but in all gender systems that are hierarchical.*

**Keywords:** *children, cartoons, representation, television, gender stereotype*