Dr VALENTINA ĐEKIĆ

RODNA STEREOTIPIZACIJA LIKOVA U DISKURSU CRTANIH FILMOVA ZA DECU

ЕДИЦИЈА РОЗА ЛУКСЕМБУРГ

ЕДИЦИЈА РОЗА ЛУКСЕМБУРГ

књига
17

Valentina Đekić

RODNA STEREOTIPIZACIJA LIKOVA U DISKURSU CRTANIH FILMOVA ZA DECU

Novi Sad, 2024.

ЗАВОД ЗА РАВНОПРАВНОСТ ПОЛОВА

Rodna stereotipizacija likova u diskursu crtanih filmova za decu

Valentina Đekić

Edicija:
Doktorski i master radovi u oblasti rodne ravnopravnosti
„Roza Luksemburg“

Izdavač:
Pokrajinski zavod za ravnopravnost polova
Bulevar Mihajla Pupina 6, Novi Sad
www.ravnopravnost.org.rs

Za izdavača:
Ivana Krsmanović, direktorka

Recenzije:
prof. emer. Svenka Savić, prof. dr Dubravka Valić Nedeljković,
dr Margareta Bašaragin

Lektura i korektura:
IDDEA - Agencija za grafički dizajn

Dizajn korica:
Darko Vuković

Prelom:
Kulturni centar LAB, Novi Sad

Štampa:
Intergraf, Novi Sad

Tiraž: 200 primeraka

Novi Sad, 2024

Sredstva za objavljivanje knjige obezbeđena su u budžetu AP Vojvodine.
Analize, tumačenja i zaključci izneti u ovoj publikaciji ne moraju nužno odražavati stavove izdavača.
Korišćenje, kopiranje i distribucija sadržaja ove publikacije dozvoljena je isključivo u neprofitne svrhe i uz odgovarajuće naznačenje imena, odnosno priznavanje autorskih prava i izdavača.

SADRŽAJ

UVOD **7**
I TEORIJSKI OKVIR RADA 11
1. KRATKA ISTORIJA RAZVOJA MASOVNIH MEDIJA I NJIHOVOG UTICAJA 11
2. DISKRIMINALIZACIJA I MARGINALIZACIJA 12
3. TELEVIZIJSKI PROGRAMI ZA DECU U SRBIJI U XXI VEKU – REZULTATI MONITORINGA 14
4. UTICAJ MEDIJA NA DECU 16
4.1. Teorije o medijskim uticajima na decu 16
4.2. Faktori koji utiču na dečje razumevanje filmske naracije 19
4.3. Evaluacija različitih teorija razvoja rodno tipiziranih ponašanja 25
4.4. Reprezentacija muških i ženskih likova u dečjim crtanim filmovima 29
5. CRTANI FILM 48
5.1. Kodovi filmske umetnosti u crtanim filmovima 50
5.1.1. Slikovni kodovi filmske umetnosti crtanog filma 51
5.1.2. Neslikovni kodovi filmske umetnosti ili kod muzike i verbalne komunikacije u crtanim filmovima 53
6. KRATAK PREGLED DRUŠTVENO-POLITIČKOG KONTEKSTA U SVETU I KOD NAS 65
II EMPIRIJSKI OKVIR RADA 69
7. METODOLOŠKI DEO 69
7.1. Problem, predmet, cilj i zadaci 69
7.1.1. Hipoteze istraživanja 70
7.2. Izvori rada, osnovne i dopunske metode i instrumenti 71
7.2.1. Prvi kodni protokol 72
7.2.2. Drugi kodni protokol 73
7.2.3. Fokus-grupni intervjui, dubinski intervju i anketni upitnici 73
7.3. Korpus istraživanja 74
7.4. Uzorak roditelja (odraslih osoba) 76
7.5. Uzorak dece 77
7.6. Plan, scenario i tok istraživanja 80
7.7. Jedinica analize 81

8. REZULTATI ISTRAŽIVANJA 81
8.1. Prvi zadatak 81
8.1.1. Prvi kodni protokol 82
8.1.1.1. Prvi kodni list 82
8.1.1.1.1. Identitet, pol, glavne i sporedne uloge, oblik u kojem su likovi predstavljeni (ljudskom, životinjskom) u dečjim crtanim filmovima. 82
8.1.1.1.2. Ko govori u serijalima 85
8.1.1.2. Drugi kodni list 87
8.1.1.2.1. Likovi koji su prikazani u pozitivnom svetlu 87
8.1.1.2.2. Identitet pozitivnih likova 90
8.1.1.2.3. Likovi koji su prikazani u negativnom svetlu 91
8.1.1.2.4. Identitet negativnih likova 95
8.1.1.3. Treći kodni list 96
8.1.1.3.1. Definisanje rodnih stereotipa polazeći od kategorija 96
8.1.1.3.1.1. Boja garderobe koju nose likovi u serijalima 97
8.1.1.3.1.2. Boja kose likova u serijalima 100
8.1.1.3.1.3. Boja očiju likova u serijalima 104
8.1.1.3.1.4. Specifični telesni atributi likova u serijalima 107
8.1.1.3.1.5. Likovi koji nose nakit u serijalima 109
8.1.1.3.2. Zanimanja likova u serijalima 111
8.1.1.3.3. Uloge u kojima se likovi najčešće javljaju 116
8.1.1.3.4. Mesto dešavanja radnje 119
8.1.1.3.5. Aktivne i pasivne uloge ženskih i muških likova u serijalima 122
8.1.1.3.6. Oslovljavanje ženskih i muških likova u serijalima 124
8.1.1.3.7. Vrednosti koje promovišu serijali 125
8.1.1.3.8. Negativne vrednosti koje se promovišu 130
8.1.1.3.9. Verbalne uvrede - rečnik uvreda 132
8.1.1.3.10. Koje emocije izražavaju muški i ženski likovi u serijalima 137
8.1.1.3.11. (Zlo)upotreba muzike 142
9. REZIME REZULTATA ISTRAŽIVANJA 146
ZAKLJUČAK 158
LITERATURA 161
PRILOZI 177
O AUTORKI 182
BIBLIOGRAGIJA 183

UVOD

Elementi ove knjige su delovi doktorske disertacije pod nazivom *Kritička analiza likova u dečjim crtanim filmovima sa fokusom na rodne stereotipe* odbranjene 22. septembra 2022. godine na UCIMSI Rodnim studijama Univerziteta u Novom Sadu. Disertacija je odbranjena pred komisijom u sastavu: dr Smiljana Milinkov, docent, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu; dr Vladislava Gordić Petković, redovna profesorka, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu; dr Lidija Mirkov, docent, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu i mentor dr Dejan Pralica, redovni profesor, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu. Odbrani je prisustvovala i prof. dr Dubravka Valić Nedeljković, komunikološkinja, koja je mentorski u potpunosti podržala i ispratila nastanak doktorske disertacije.

Osnovni tekst prikazanih delova disertacije delimično je dopunjen novijim podacima iz literature sa namerom da se osnovna analiza obogati. Zbog obimnosti izostavljeni su prikazi istraživanja i rezultata analize koji su se odnosili na kategorije i varijable strategija marginalizacije u diskursu koje je klasifikovao holandski naučnik Teun Adrianus van Dajk (2008) i istraživanja i rezultati analize obavljenih fokus-grupnim intervjuisanjem, dubinskim intervjuom i anketnim upitnicima sa roditeljima i decom. Umesto navedenog, u knjizi je predstavljen skraćen rezime rezultata izostavljenih delova prikaza. Takođe, zbog obimnosti izostavljeni su i svi prilozi sem jednog, koji idu uz doktorsku disertaciju koji sadrže transkripte video i audio-zapisa fokus-grupnog intervjuisanja, dubinskog intervjuisanja, tabelarne prikaze kodiranja epizoda i analizu naslova, opis radnje i teme, prepričavanje sadržaja pojedinačnih epizode svih serijala, instrumente, kodne listove i izvode iz relevantnih zakona, pravilnika i drugog.

Crtani film prepoznat danas kao televizijski žanr predstavlja moćno „komunikativno sredstvo za ostvarivanje namera“ (Swales 1990:45-58, prema Lakić

1999: 41). Kao vrsta audio-vizuelnog medijskog proizvoda odlikuje se karakteristikama koje su prepoznatljive i predvidive (likovi, zaplet, scenografija, kostimi, muzika, rasveta, tema, dijalog, vizuelni stil) i koje se mogu (zlo)upotrebljavati za odašiljanje snažnih projekcija o „uverenjima i merilima društva koje ih stvara" (Mek Kvin, 2000:44), kao što su rodni stereotipi.

Zato, problem istraživanja ovog rada je uticaj crtanih filmova na decu i poruke koje oni prenose jer kao takav predstavljaju važan faktor socijalizacije u dečjem odrastanju.

Crtani film se tretira kao bezazlen sadržaj iako to odavno nije. Istraživanja su pokazala da je crtani film, namenjen deci, izuzetno pogodna forma koja se može upotrebiti za najrazličitije svrhe delovanja, među kojima svakako i reprezentaciju patrijarhalnih struktura.

Samim tim, predmet istraživanja ovog rada je crtani film kao medij namenjen deci i način na koji on prenosi poruke koje deca usvajaju utičući na proces socijalizacije dece.

U svetu i kod nas postoje malobrojna istraživanja, posebno kratkometražnih crtanih filmova kao medijskog diskursa značajanog za kreiranje dečje kulture. Uglavnom su to istraživanja bazirana na analizi Diznijeve produkcije crtanih filmova među kojima značajnu ulogu zauzimaju predstavnici i predstavnice feminističke teorije koji/e su proučavali/e „svet koji stvara Dizni korporacija kroz svoje animirane filmove, a naročito ono što se podrazumeva pod biti „mlad" i biti „žena" (Matović, 2010: 122). Ipak, crtani film, njegov uticaj i način prenošenja poruke je polje koje još uvek nije dovoljno istraženo da bi se sagledali svi efekti koje može ostaviti na ličnost deteta, posebno kada je reč o uticaju rodnih stereotipa.

Danas je sve teže u dečjim crtanim filmovima pronaći bilo kakve stereotipe, jer su s godinama prikazi stereotipa postali suptilni, te se kroz animirane likove neprimetno ukorenjuju u najmlađoj dobi i na taj način oblikuju razmišljanja budućih mladih ljudi.

Predmet ovog rada značajan je jer predstavlja naprednu analizu postavljenu na temeljima dosadašnjih istraživanja.

Zato je postavljen cilj istraživanja da utvrdim načine reprezentacije muškaraca i žena u odabranim kratkometražnim crtanim filmovima koji su dostupni deci na drugom programu javnog servisa Radio-televizije Srbije (RTS), kao i da dekonstruišem stereotipe i predrasude i kodove filmske umetnosti kojima se implicitno implementiraju dominantne poruke u ovim kratkim animiranim formama čija su najbrojnija publika upravo mlađi uzrasti dece.

Polazeći od postavljene osnovne hipoteze da su likovi u dečjim crtanim filmovima, koji su predmet istraživanja u ovom radu, rodno stereotipni i potpo-

mognuti kodovima filmske umetnosti da implicitno implementiraju stereotipne poruke u skladu sa patrijarhalnom matricom, tj. tradicionalnim društvenim konstruktima i predstavama o rodu, gde su muškarci prikazani kao aktivni, van kuće i u pozicijama moći, kontrole i dominacije, dok su žene predstavljene kao zavodnice, seksualni objekti, potčinjene, pasivne i uglavnom smeštene u kućno okruženje, treba da opovrgnem ili dokažem niz pojedinačnih hipoteza koje će dovesti do ostvarenja postavljenog cilja.

Rezultati istraživanja u ovoj knjizi pod nazivom *Rodna stereotipizacija likova u diskursu crtanih filmova za decu* raspoređeni su u dve velike celine: prvi deo čini teorijski osvrt od kojeg se pošlo u realizaciji empirijskog istraživanja koji zapravo predstavlja drugu celinu. Svi rezultati istraživanja u okviru obe celine sistematizovani su u **devet poglavlja**. Nakon **uvoda** sledi **prvo poglavlje** koje se odnosi na kratak istorijski pregled razvoja medija.

Kako je televizija medij koji je najpristupačniji deci posebno predškolskog i mlađeg osnovno školskog uzrasta, **drugo** i **treće poglavlje** posvećeno je međunarodnim konvencijama, kodeksima i regulativama u Srbiji na polju zaštite prava dece u oblasti medijskih sadržaja i usluga. Takođe, pažnja je posvećena i rezultatima monitoringa televizijskih programa za decu u Srbiji koji su izvršeni u drugoj deceniji XXI veka, sa ciljem dekonstrukcije diskriminacije i marginalizacije dece u medijskim sadržajima, kao i uz pomoć medijskih usluga.

Četvrto poglavlje posvećeno je *uticaju medija na decu* sklapajući mozaik o uticaju medija na stavove i ponašanje dece. Danas postoje brojne teorije i pravci koji na različite načine objašnjavaju uticaj medija. U ovom radu koristiće se dva pristupa koja istražuju uticaj medija na decu: psihološki i medijski, koji su takođe predmet opsežnijeg bavljenja u ovom poglavlju. Prvi tj. *psihološki pristup* polazi od psihološkog i individualnog stanovišta i zasnovan je na teoriji socijalnog učenja, kognitivnoj i razvojnoj teoriji. Drugi pristup tj. *medijski* zasnovan je na teoriji kultivacije i teorijama reprezentacije i polazi od sociološke orjentacije u razumevanju uticaja medija na decu. Potom se razmatraju faktori koji utiču na dečje razumevanje filmske naracije i teorijski pristupi u tumačenju razvoja rodne socijalizacije i rodnih identiteta.

Peto poglavlje posvećeno je crtanom filmu kao medijskom sadržaju, te disukusija ide u pravcu razmatranja karakteristika crtanog filma, definicija i određenju medijskog žanra kojem pripada. Imajući u vidu značaj i uticaj odnosno moć umetničkih filmskih kodova na skriveno implementiranje i prenošenje stereotipnih poruka patrijarhalnih obrazaca kroz likove i sadržaje crtanih filmova smatrala sam ih značajnim medijskim sredstvima koja imaju uticaj na rodnu socijalizaciju dece. Zbog toga sam u petom poglavlju posvetila značajan prostor i kodovima filmske umetnosti u crtanim filmovima: slikovnim i neslikovnim.

Šesto poglavlje odnosi se na društveno-politički kontekst kao značajan činilac koji opisuje konkretno vreme, prostor i okolnosti u kojima su nastale epizode analiziranih serijala, samim tim radnje crtanog filma koja je smeštena na određenoj teritoriji u konkretnom vremenu, kao i društveno-politički, kulturni kontekst koji opisuje vreme, prostor i značajna dešavanja u trenutku emitovanja analiziranih crtanih epizoda, što je važan element potpune analize crtanog filma kao medijskog diskursa.

U **sedmom poglavlju** predstavljen je problem, predmet, cilj rada, zadaci i osnovne hipoteze, te objašnjena metodologija koja je korišćena u istraživanju. Dakle, razmotren je teorijski i empirijski okvir osnovnih i dopunskih metoda koje su korišćene u ovoj disertaciji. Pored toga, sadrži opis izvora rada: korpus i uzorak istraživanja, kao i plan, scenario i tok istraživanja i određenje jedinice analize.

Osmo poglavlje sadrži rezultate istraživanja dobijene primenom metode feminističke analize sadržaja, analize diskursa, dok su rezultati dobijeni primenom kritičke analize medijskog diskursa zasnovane na strategiji marginalizacije merljivih kategorija van Dajka (Van Dijk T.A., 2008), kao i anketnim upitnicima i dubinskim i fokus-grupnim intervjuima sa roditeljima i decom, zbog obimnosti izostavljeni.

Konačno, **deveto poglavlje** obuhvata rezime empirijskog dela rada i skraćen rezime rezultata izostavljenih delova prikaza.

Potom sledi **zaključak, literatura i prilozi**.

Zahvaljujem svima koji su doprineli da istraživanje i predstavljanje rezultata u ovom radu bude dostupno zainteresovanim javnostima.

Iskrenu zahvalnost želim da izrazim mentoru profesoru dr Dejanu Pralici, profesorki dr Dubravki Valić Nedeljković, koja je takođe mentorski u potpunosti podržala i ispratila nastanak doktorske disertacije, od ideje do finalne verzije, veliko hvala i članovima komisije za ocenu doktorske disertacije. Posebnu zahvalnost dugujem recenzentkinjama dr emeriti Svenki Savić, dr Dubravki Valić Nedeljković i dr Margareti Bašaragin na pozitivnoj oceni i korisnim savetima. Zahvalnost dugujem i Pokrajinskom zavodu za ravnopravnost polova što je kao izdavač omogućio da ovaj rad pronađe put do zainteresovane javnosti.

Konačno, neizmernu zahvalnost dugujem svojoj deci Anastasiji i Stefanu koji su mi bili najveća podrška.

I TEORIJSKI OKVIR RADA

1. KRATKA ISTORIJA RAZVOJA MASOVNIH MEDIJA I NJIHOVOG UTICAJA

Nakon pojave štampe i radija, sredstvo elektronske komunikacije koje danas dominira životima ljudi jeste televizija. Televizija je audio-vizuelni medij koji deca najviše koriste jer je tokom istorije svog postojanja često imala ulogu dadilje i sigurnog čuvara dece.

Mnoge polemike koje su pokrenute i istraživanja koja su urađena potvrdila su doprinose televizije, ali najveći broj studija je ipak okrenut mogućim negativnim uticajima, posebno onih sadržaja koji nisu namenjeni deci ili nisu adekvatno prilagođeni određenim uzrastima dece (Lemiš, 2008). Milvud Hergrejev Andrea i Livingston Sonja (Millwood Hargrave Andrea & Livingstone Sonia 2006: 50) navode da su istraživanja poslednjih godina najviše bila fokusirana na: uticaj televizije i načine na koje ona „oblikuje stavove publike" utičući na njihovo ponašanje, zatim „na posledice koje može izazvati izlaganje scenama nasilja" posebno na decu, uticaj televizije „na razvojne procese" (kao na primer svest o sebi, svom telu, upotreba nedozvoljenih supstanci), na „razvijanje stereotipnog pogleda na svet" i štetu koju može prouzrokovati „govor mržnje", kao i na psovke i drugi neadekvatan jezik koji se koristi u televizijskim programima.

Kao medij koji integriše sve prethodno navedene i koji se izuzetno brzo razvija i ulazi u svakodnevne živote ljudi jeste - internet. Zbog svoje lake dostupnosti, posebno deci, rađena su brojna istraživanja kako bi se ustanovili mogući štetni uticaji internet sadržaja i njihove posledice (Gidens, 2007). Iako su istraživanja o internetu oskudna, značajno je istaći da su neka od njih potvrdila njegov pozitivan uticaj, definišući ga kao inspirativno mesto koje pruža brojne mogućnosti

korisnicima. Ipak, treba naglasiti da ista opominju da njegovo korišćenje nosi sa sobom i izvesne rizike. Internet ili Web TV podrazumeva posetu određenim veb sajtovima kako bi se gledao televizijski program. Dakle, ovo je televizija zasnovana na računaru, koja počiva na digitalnoj, a ne na analognoj tehnologiji. „Pri svemu tome, internet ima sopstveni industrijski vid sa proizvodnjom, distribucijom, izlaganjem i finansijskim poslovanjem, koji su istovremeno i različiti i slični tradicionalnim medijskim industrijama" (Tjurou, 2013: 248).

2. DISKRIMINALIZACIJA I MARGINALIZACIJA

U Republici Srbiji je tokom prethodnih godina doneto niz zakona[1], propratnih uredbi, pravilnika i akata koji čine pravni okvir ne samo za postizanje pune ravnopravnosti muškaraca, žena, dece i drugih marginalizovanih grupa u društvu, već i za regulisanje medija kako bi izbegli odašiljanje diskriminatorno osetljivih slika u svojim reprezentacijama.

Kada su u pitanju deca kao marginalizovana grupa, stereotipno predstavljanje rodnih uloga u medijskim sadržajima izuzetno utiče na njihove stavove i na njihovo viđenje rodno prihvatljivog ponašanja u društvu, kao i na to da ne dovode u pitanje postojeće društvene odnose. Zbog toga je razmatranje pitanja rodnih stereotipa u crtanim filmovima koji su deo sadržaja dečjeg programa TV emitera veoma važno za razumevanje uticaja koji kategorija roda ima na oblikovanje ne samo dečje svesti, već i naše svakodnevnice.

Da su deca na margini, ukazuju brojni autori koji su se bavili temama o deci (Arijes, 1990; Benedict, 1976a; Korać, 1983a; Trebješanin, 2008), što slikovito opisuje i zaključak istraživanja slike deteta u medijima „Nevidljivo dete" koje su sprovele Nada Korać i Jelena Vranješević (2006). Pomenute autorke navode da ako bi na osnovu rezultata napravile neku vrstu „lične karte" deteta u medijima ona bi glasila: „Dete je pripadnik retke, bespomoćne i veoma ugrožene vrste.

---

1 Ustav Republike Srbije („Sl. glasnik RS" br. 98/06), Zakon o javnom informisanju („Sl. glasnik RS", br. 43/03, 61/05, 71/09, 89/10), Zakon o oglašavanju ("Službeni glasnik RS", br. 79/05 i 83/14, br. 6/2016), Zakon o oglašavanju ("Službeni glasnik RS", br. 52/2019), Zakon o elektronskim medijima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016), Zakona o javnim servisima, Zakon o javnim medijskim servisima („Sl. glasnik RS", br. 83/2014, 103/2015, 108/2016, 161/2020, 129/2021, 142/2022 i 92/2023), Zakon o javnim medijskim servisima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 103/2015), Zakon o zabrani diskriminacije („Sl. glasnik RS", br. 22/2009, 52/2021), Zakon o ravnopravnosti polova („Sl. glasnik RS", br. 52/2021), Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti (Sl. glasnik" br. 15/2009), Plavšić, P. (2008). Kodeks deca i mediji.

Pripadnici te vrste uglavnom su neodređenog uzrasta, pola i socijalnog statusa. Jedino što umeju i vole da rade jeste da se igraju i zabavljaju. Osim ovoga, deca malo šta umeju i razumeju, a još manje imaju da kažu. Mi odrasli smo tu da ih štitimo od svih rizika i izvora ugrožavanja. To i činimo, koliko nam druge obaveze i materijalni uslovi dozvoljavaju, zato što smo dobri, uviđavni i humani" (Korać, Vranješević, 2006: 100).

„Marginalizacija je posledica diskriminacije" navode Kogovšek, Petković, Terzić i Dračo (2011: 15) i definišu je kao „isključenost osobe ili grupe iz društva, odnosno njeno postavljanje na same margine društva". Nastaje kao posledica umanjivanja vrednosti nekoga ili nečega, davanje nekome ili nečemu nebitnih, nevažećih svojstava, poklanjanje nekome ili nečemu manje pažnje, tretirajući ga kao sporednu ličnost, odnosno stvar (Kogovšek, Petković, Terzić, Dračo, 2011).

Kada se govori o marginalizaciji najčešće se vezuje za grupe koje su na periferiji, neuticajne i koje su uskraćene za pristup socijalnim, komunikacionim, ekonomskim, obrazovnim, zdravstvenim, političkim, kulturnim pravima koja su dostupna drugima.

Marginalizovan može biti svako od nas, u određenom trenutku, i može se naći na marginama društva bez mogućnosti ostvarivanja svojih, zakonom zagarantovanih prava. Zato samo saznanje o postojanju marginalizovanih grupa, njenim uzrocima i posledicama nam pomaže da se orijentišemo i usredsredimo na izazove koji stoje pred društvom.

Same razlike među ljudima nisu problematične – razlikujemo se na osnovu naših sposobnosti, znanja, obrazovanja, i sl. Problem nastaje kada ljude razlikujemo na osnovu njihovih ličnih karakteristika ili identiteta. Tada se javlja diskriminacija koja stvara nejednake mogućnosti i formira grupe koje imaju manje prava od drugih, čime su automatski gurnute na marginu društva. Najčešći razlozi za diskriminaciju su stereotipi i predrasude, neinformisanost o društvenim grupama koje su izložene diskriminaciji, strah od nepoznatog i potreba da se savlada lični osećaj niže vrednosti (Kogovšek, Petković, Terzić, Dračo, 2011:12, 28).

3. TELEVIZIJSKI PROGRAMI ZA DECU U SRBIJI U XXI VEKU – REZULTATI MONITORINGA

Udruženje novinara Srbije i UNICEF Srbija zajedno sa saradnicima su 2014. godine analizirali televizijski program za decu u Srbiji[2]. Analiza je obuhvatila zastupljenost, gledanost, kvalitet sadržaja i inkluzivnost dečijih programa na televizijama sa nacionalnom/pokrajinskom frekvencijom i kablovskim TV kanalima u Srbiji (devet emitera). U analizi je poređena regulativa 11 zemalja regiona i Evropske unije iz oblasti dečijih programa, a uključila je i stavove urednika dva javna televizijska servisa i 870 dece i roditelja. Analiza dečijih TV programa u Srbiji pokazala je da su najzastupljeniji programi za decu stranog porekla, a najveći udeo prikazanog sadržaja namenjenog deci čine crtani filmovi.

Uočeno je da se dečiji program, posebno kod komercijalnih televizija, emituje vikendom u višesatnim blokovima. To je umnogome doprinelo da ukupna količina dečijeg programa u Srbiji, za analizirani period od 1. januara do 30. aprila, dostigne 31,32% svih emitovanih sadržaja (54 580 minuta).

Većina emitovanog dečijeg programa nema interaktivni karakter. Ispitivana deca, uzrasta 10 i 11 godina, navode da im nedostaju programi na maternjem jeziku, kvizovi i savremeniji sadržaji. Većina dece često gleda televiziju, od čega devojčice provode značajno više vremena pred TV ekranima od dečaka.

Najzastupljeniji program je namenjen uzrastu dece od 7-10 godina, a nedostaje onaj za decu do 6 godina. Najmanje ima programa koji se bavi higijenom, zdravljem i ishranom, a jedan od najpopularnijih crtanih junaka je Sunđer Bob Kockalone. Najčešće teme dečijih emisija su magija, transformacija i čudovišta, zatim nasilje i borba protiv zla.

Ispitivanje roditelja pokazalo je da oni nedovoljno prate šta deca gledaju na televiziji. Ipak, sama deca su zadovoljnija programom koji im se nudi nego njihovi roditelji. I jedni i drugi uviđaju da je potrebno više programa obrazovnog karaktera. Analiza je pokazala, a na skupu je potvrđeno, da u Srbiji i regionu treba značajno unaprediti dečije TV programe, pre svega da budu savremeniji, interaktivniji, participativniji i inkluzivniji, sa većim učešćem domaće produkcije koja bi odražavala sopstveni socio-ekonomski i kulturni kontekst. Todorović, Nikolić, Starčević, Šaru (2016: 3, 4), analizirajući dečji program na javnim servisima RTS i RTV u okviru monitoringa sprovedenog od januara do juna 2016.

---

2 Udruženje novinara Srbije I UNICEF Srbije. (2014). Analiza televizijskog programa za decu u Srbiji. Pogledano: 01.02.2016. www.unicef.rs/.../Analiza_televizijskih_programa_za_decu_u_Sr...

godine, navode da RTS jedini ima redakciju „Školskog programa“ u poređenju s ostalim televizijama sa nacionalnom frekvencijom, kao i da je sadržaj emitovanog programa veoma edukativan, zanimljiv i „nesumnjivo kvalitetan u pogledu vrednosti koje promoviše, a to su u najvećoj meri ljubav i prijateljstvo, kao i znanje i učenje”. U sklopu „Školskog programa” pored emisija „Tvoja čitanka”, „Hemija u praksi”, „Galilej”, „Šampion vas upoznaje sa automobilom”, „Ocene se nigde ne beleže”, „Kocka, kocka, kockica”, kao i mnogobrojne druge, zastupljen je svakodnevno i dvočasovni blok crtanih filmova u periodu od 8.00 do 10.00 časova (Kalimero, Snupi, Kloi, Džoni Test, Lav Leon), kao i repriza istih u popodnevnim satima. Osim što promovišu ljubav, prijateljstvo, znanje i učenje, crtani filmovi, prema mišljenju pomenutih istraživača/ica (2016: 4), potencijalno imaju „jedinu negativnu vrednost promovisanu u ovim segmentima, a to je nadmetanje među decom, jer u crtanim filmovima ima rečenica poput: ‘Zašto je on bolji od mene? Čime je on to zaslužio, a ja ne?’ (Kalimero, Kloi), kao i opaski poput: ‚Ta devojčica je bez veze, ja sam bolja od nje’ u „Metli bez drške“. Jasno je, međutim, da je nemoguće imati potpunu kontrolu nad sadržajem crtanih filmova nezavisnih produkcija.

Kao opšti utisak, Todorović, Nikolić, Starčević, Šaru (2016: 5) nakon analiziranja školskog programa RTS-a navode da: „sadržaj zbog svoje forme može izgubiti publiku kojoj se obraća. Kvalitetan je i edukativan, ali neophodno je stvaranje originalnog sadržaja koji bi uključio novotarije sa kojima se deca sada svakodnevno susreću, a da istovremeno promoviše vrednosti koje su se promovisale u „starim“ emisijama i crtaćima, jer su one iste i važe u svim epohama, kao postulati po kojima bi se trebalo ponašati i koje bi uvek trebalo poštovati”.

Kao zaključak monitoringa oba javna servisa, i RTS-a i RTV-a pomenuti istraživači/ce (2016: 7) ističu da „u segmentu dečijeg programa zadovoljavaju osnovne kriterijume predviđene Zakonom o javnim servisima: sadržaji su mahom predstavljeni na adekvatan način, usklađeni su sa uzrastom dece i – uz retke izuzetke – promovišu pozitivan sistem vrednosti, sa fokusom na učenje, solidarnost i zdrav život”. Takođe, naglašavaju da su javni servisi jedina brana apsolutnoj komercijalizaciji dečjeg programa na elektronskim medijima u Srbiji, upravo zahvaljujući ovakvoj postavci programa. Međutim, kao mogućnost upadanja u zamku deaktuelizovanosti, istraživači/ce (2016: 8) vide to što se javni servisi u „velikoj meri oslanjaju na reprizni program, što je opravdano kada je reč o promociji univerzalnih vrednosti”. Ipak, iako „serije za decu iz sedamdesetih ili osamdesetih godina 20. veka po mnogim kriterijumima predstavljaju „zlatni standard”, ne mogu da odgovore na sve izazove sa kojima se suočavaju deca 21. veka – poput pitanja privatnosti u onlajn sferi, problema sajber nasilja i slično.” (Todorović, Nikolić, Starčević, Šaru, 2016: 8).

Kao preporuku, savetuju da kreiranje novih sadržaja za decu treba da se oslanja "na bogatu tradiciju dečijeg programa bivše Jugoslavije, ali uz inovativne tehničke, vizuelne i pedagoške pristupe. U eri interneta, koji je u potpunosti baziran na dvosmernoj i višesmernoj komunikaciji, javni servisi moraju da osmisle posebne strategije na polju interaktivnosti kako bi izbegli jednodimenzionalnost" (Todorović, Nikolić, Starčević, Šaru, 2016: 8), čime bi zadržali decu kao publiku za svoj program. Prema rezultatima monitoringa TV programa u okviru projekta *Ostvarivanje javnog interesa u javnim medijskim servisima u Srbiji*, koji je realizovala Novosadska novinarska škola početkom 2016. godine, zaključujem da, ni sedam godina nakon donošenja Zakona o rodnoj ravnopravnosti i Zakona o zabrani diskriminacije[3], niti deset godina nakon donošenja Ustava Republike Srbije — koji je osnovni pravni akt naše države, na temelju kojeg su doneti prethodno pomenuti zakoni — mediji i dalje ne pokazuju potpunu rodnu senzitivnost niti odsustvo diskriminacije prema ženama, a naročito ne prema deci.

4. UTICAJ MEDIJA NA DECU

4.1. Teorije o medijskim uticajima na decu

Kao važan faktor socijalizacije dece u društvu, danas, na pragu treće decenije XXI veka, na medije se gleda kao na alatku koja svojim sadržajem može podstaći uticaj ostalih faktora socijalizacije, ali i postati potencijalna opasnost za te iste faktore, jer svojim sadržajem može urušiti vrednosti koje ti agensi postavljaju. Najveći strah kada su mediji u pitanju usmeren je na sadržaj, jer može biti neadekvatan u smislu da prikazuje scene pornografije i nasilja, favorizuje agresivno i neprimereno ponašanje kod dece, podstiče korišćenje opijata i nedozvoljenih i štetnih supstanci, te na taj način podriva zdravlje najmlađih. Takođe, mediji podstiču vrednosti potrošačkog društva, a posebno su moćno sredstvo u pogledu stvaranja, podržavanja i održavanja stereotipa, posebno rodnih. Danas postoje brojne teorije i pravci koji na različite načine objašnjavaju uticaj medija, kako navode Kunzika i Zipfela (2007). U ovom radu koristiće se dva pristupa koja istražuju uticaj medija na decu: *psihološki i medijski*. Prvi tj. *psihološki pristup* polazi od psihološkog i individualnog stanovišta i zasnovan je na teoriji socijalnog učenja, kognitivnoj i razvojnoj teoriji. Drugi pristup tj. medijski zasnovan je na teoriji kultivacije i teorijama reprezentacije i polazi od sociološke orjentacije u razumevanju uticaja medija na decu.

---

3 Odnosi se na zakone iz 2009. godine.

Tokom druge polovine šezdesetih i početkom sedamdesetih godina prošlog veka najveći broj istraživanja uticaja medijskih sadržaja na decu bio je podstaknut *Teorijom socijalnog učenja* koja smatra da na proces učenja utiče socijalna sredina i njen glavni predstavnik je Albert Bandura. Albert Bandura (1986) smatra da mediji nisu jedini faktor socijalne sredine koji utiče na socijalno učenje, ali jesu važan činilac u tom procesu, posebno što su deca svakodnevno izložena nekom od medijskih sadržaja. Kako bi objasnio proces delovanja socijalne sredine na učenje „Bandurin model postavlja četiri osnovna procesa socijalnog učenja koji se javljaju u nizu pažnja, zadržavanje, proizvodnja i motivacija" (McQuail, 2010: 410).

Prvi proces koji se dešava bio bi usmeravanje pažnje na medijski sadržaj koji je potencijalno odgovarajući našem načinu života, ličnim potrebama i interesovanjima. *Druga* faza bi podrazumevala da se viđeni modeli ponašanja u medijskom sadržaju usklađuju sa postojećim u prethodnim znanjima; *Treća faza* odnosi se na reprodukciju, odnosno primenu novo naučenog ponašanja, gde to novo ponašanje „može biti nagrađeno (pojačano) ili kažnjeno, što bi dovelo do veće ili manje motivacije za praćenje određenog izvora" ponašanja. Četvrta faza sledi nakon reprodukcije tog ponašanja. (Bandura 1986, prema McQuail 2010: 410). Teorija ima opštu primenu na socijalizaciju, posebno kada je reč o efektima medija u smislu usvajanja različitih modela ponašanja. Bandura smatra da sva deca imitiraju agresivne modele ponašanja ako ti modeli prikazani u medijima ne trpe posledice, odnosno nisu sankcionisani ili kažnjeni zbog svog lošeg i nasilnog ponašanja, kao i u slučajevima kada su nagrađeni za takvo ponašanje. Početkom osamdesetih godina XX veka utvrđeno je da pored teorije socijalnog učenja treba uključiti i koncepte kognitivnog razvoja odnosno razvojne teorije. Jedna od izuzetno značajnih teorija kognitivnog razvoja bila je Pijažeova (Jean Piaget) teorija[4], u kojoj je isticao da postoje četiri faze razvoja kroz koje deca prolaze u razvoju i sazrevanju svojih kognitivnih sposobnosti i da su te faze iste za

4 Prema Pijažeu, prva senzomotorna faza (0-2) podrazumeva spoznavanje sveta oko sebe putem pipanja i sisanja. U preoperacionalnoj fazi (2-7) počinje da se razvija sistem reprezentacije, tj. deca počinju da koriste simbole, kao što su reči i drugi jednostavni glasovni oblici predstavljanja kako bi se označili objekti i događaji. Razmišljaju uglavnom u kategorijama konkretnog i bukvalnog, iako razumeju jednostavnije apstrakcije. U ovoj fazi deca nemaju jasnu distinkciju između realnosti i fantazije. U konkretno operacionalnoj fazi (7-12) deca razvijaju apstraktno razmišljanje i sposobnost da shvate buduće posledice. Formalno operacionalnu fazu (12 - zrelo doba) poznatiju kao adolescencija, odlikuje sposobnost veoma apstraktnih mentalnih operacija kao što je hipotetičko razmišljanje i logičko zaključivanje, do rešavanja složenijih problema (Vilson, 2006: 183).

svu decu[5]. Razmatrajući pitanje razumevanja medijskih poruka, Barbara Vilson (Barbara Wilson, 2006) ističe da je važno uključiti teoriju obrade informacija (Information Processing Theory) Džordža Milera (George Miller, 1956, prema Vilson, 2006) u čitav proces dekodiranja. Ova teorija se više fokusira na sam proces kognitivnog razvoja nego na razgraničavanje faza kognitivnog razvoja. Ova teorija je po mišljenju Vilsonove (2006) značajna jer, kako navodi Miler, objašnjava da kada neki medijski sadržaj nije sa smislom ili nema značaja za gledaoce, posebno ukoliko ne postoji i neko prethodno saznanje u koje bi novo saznata informacija mogla da se uklopi, gledaoci će takvu informaciju odbaciti, zaboraviti ili pospremiti u dugoročnu memoriju.

Drugi, tj. *medijski pristup* zasnovan je na teoriji kultivacije i teorijama reprezentacije. Najpoznatija teorija Kultivacije Džordža Gerbnera (George Gerbner 1969, prema Ciboci, Kanižaj, 2011: 18) koji je „u svom delu Towards Cultural Indicators: The Analysis Mass Mediated Message System prvi počeo koristiti termin *kultivacija*." Prema ovoj teoriji osobe koje više gledaju nasilne medijske sadžaje na televiziji, realan svet doživljavaju kao nasilan, njima upravlja povećan strah jer u svemu vide opasnost te mogu postati i sami žrtve nasilja (Ciboci, Kanižaj, 2011). Pretpostavka Kunczik i Zipfela (2007: 5) od koje polaze radi potvrde ove teorije jeste da „visok stupanj konzumiranja televizije dugoročno oblikuje sliku sveta prema realnosti na TV-u." Međutim, kao problem kod ove teorije jeste pitanje da li samo konzumiranje nasilnog televizijskog sadržaja zaista uzrokuje strah ili je pojava straha uslovljena više činjenicom da plašljivi ljudi, kako bi izbegli dodir sa opasnim svetom, više ostaju kod kuće i puno gledaju televiziju (Kunczik, Zipfel 2007). Dakle, glavni problem ove teorije jeste nemogućnost određivanja uzročno-posledičnih veza „tako da se više naglašava djelovanje televizije u smislu poticaja, a ne gleda na nju kao direktan uzrok takvog ponašanja" (Vlaković, 2010: 82). Gerbner (1978) kako navodi Džajls (2011) naglašava da je u središtu ove teorije stanovište da televizija, naglašavajući određene vrednosti u medijskom sadržaju u svakodnevnom prikazivanju, deluje kontinuirano oblikujući i učvršćujući određen pogled na svet. „Na primer, ukoliko živimo u oblasti u kojoj nema zločina, malo je verovatno da će stalno gledanje o zločinima doprineti stepenu straha koji osećamo kada pređemo kućni prag" (Džajls, 2011: 32). Ali, „ako smo doživeli jedan ili dva neprijatna incidenta u kraju u kome živimo, često gledanje kriminalističkih drama učiniće da budemo još uznemireniji zbog

5 Na osnovama Pijažeove teorije razvile su se Kognitivno-razvojna teorija razvoja rodnog identiteta koju je zastupao Kolberg (Lawrence Kohlberg) iz čijeg okrilja su se razvile Teorije rodnih shema, a među njima najznačajnija teorija - teorija Sandre Bem (Sandra Bem, 1981).

mogućnosti da postanemo žrtva" (Džajls, 2011: 32). Moć televizijskog sadržaja leži, dakle, između ostalog, u ponavljanju poruka kojima se teži da auditorijum uči i prihvati ih kao deo svakodnevnice, odnosno da ih doživi kao nešto što je normalno i prirodno. Jer, ponekad najveći i najmoćniji uticaj televizijskog sadržaja može da ne izazove nikakvu očiglednu promenu kod gledalaca, ukoliko nema „procesa rezoniranja" (Gebner, prema Džajls, 2011: 32) i kontinuiranog svakodnevnog ponavlja koje će doprineti lakšem i neprimetnom prihvatanju te izazvati željenu promenu.

Slično, o medijskom konstruisanju i uticaju ponavljanja određenog televizijskog sadržaja, sa svrhom stvaranja određenog pogleda koji će uticati na percepciju auditorijuma i socijalizovati ih za određene rodne uloge i ponašanja u okviru određenog sistema vrednosti, govori i Stjuart Hol (Stuart Hall, 1997) u svojoj teoriji reprezentacije. Suštinu Stjuartove teorije čini da mediji ne prezentuju stvarnost prenoseći i oslikavajući ono što se zaista dešava već reprezentuju, te se kroz medijske sadržaje ugrađuju određena značenja koja oslikavaju stavove i koncepte određenih struktura dominantnih u njihovoj kulturi. Značenja koja se reprezentuju medijskom porukom koriste jezik, znakove i slike kojima se reprezentuje poruka, navodi Hol (Hall, 1997: 22) i kaže da „deca uče sistem i konvencije reprezentacije, kodove jezika i kulture koji ih opremaju praktičnim značenjima dominantnim u njihovoj kulturi, omogućavajući im da funkcionišu kao kompetentni subjekti." Teorija o reprezentaciji usko je povezana sa konceptom stereotipa jer se ustanovilo da se stereotipi, prema rečima Hola (Hall, 1997), pojavljuju tamo gde postoji nejednakost moći, dok je Ričard Dajer (Richard Dyer, 1999), temeljeći svoje mišljenje o stereotipima na Lipmanovim (1998) pogledima i definicijama, pokušao je da pronađe odgovor na pitanja ko definiše i ko kontroliše stvaranje i širenje stereotipa.

4.2. Faktori koji utiču na dečje razumevanje filmske naracije

Veoma mali broj istraživanja u svetu i kod nas bavio se problematikom narativnih sposobnosti dece; uglavnom su to bile studije koje su se fokusirale na odrasle.

U našoj zemlji istraživanjima dečjeg razumevanja u oblasti filmske naracije i analize filmske poruke postavljenim na modelima Chafea i Meza, posebno su se bavile Svenka Savić (1985), Dubravka Valić Nedeljkovoić (2008) i Nada Korać (1983b).

Prema Rečniku srpskog jezika (2011: 774) reč naracija označava pripovedanje, pričanje, slikovito izlaganje, prikazivanje. Kada je reč o filmskoj naraciji,

Valić Nedeljković (2008: 66) navodi da je „svaki film jedna naracija" i da stoga film uvek ima značenja koja se mogu prepričati. Naracija ima početak i kraj, a između je neko vreme koje može biti vreme ispričanog i vreme same priče. „Film kao naracija, koja priča o nekim događajima", saopštava neka značenja koja se mogu, ali i ne moraju u potpunosti razumeti (Valić Nedeljković, 2008: 66). „Koliko će tko od primalaca filmske poruke imati u tome uspjeha ovisi o tome hoće li publika uvijek odabrati adekvatan kod ili podkod" (Valić Nedeljković, 2008: 66) kojim bi razumela poslatu filmsku poruku. Drugim rečima, postavlja se pitanje šta utiče na gledaoce da razumeju određenu filmsku poruku? Rezultati istraživanja ukazuju da razumevanje filmske naracije i poruke zavisi od nekoliko faktora, među kojima su najznačajniji: određen stepen kognitivnog razvoja, kulturno nasleđe, kao i tehničko-tehnološka znanja, odnosno dekodiranje kinematografskih i ekstra kinematografskih kodova (Valić Nedeljković, 2008).

Kako bi objasnili u svojim istraživačkim studijama individualne razlike koje se javljaju kod dece pri „konzumiranju" prezentovanih sadržaja na televiziji, većina autora i autorki su te razlike vezivali za teorije psihološkog razvoja ličnosti. Najčešće, ove razlike se odražavaju na razumevanje sadržaja emitovanog TV programa, te ih je lako uočiti pri dečjoj naraciji filmskog sadržaja. Lemiš (2008), Korać (1983b, 1992), Savić (1985), Valić Nedeljković (2008) u svojim istraživanjima uočene razlike objašnjavaju primenom teorije kognitivnog razvoja Žana Pijažea (Pijaže, 1990a, 1990b).

Sve pomenute autorke se slažu da deca kako bi razumela sadržaje emitovanog programa, moraju imati određen nivo kognitivne zrelosti i da u zavisnosti od stupnja kognitivne zrelosti na kojem se nalaze bivaju u stanju da razumeju određenu strukturu sadržaja.

Kako će pomenuta teorija biti i moje polazište u dečjem razumevanju filmske naracije u istraživačkom delu ovog rada, ukazaću na osnovne karakteristike ove teorije kako bi dalje iznošenje činjenica u radu bilo jasnije.

Pijaže (1990a: 14) polazi od pretpostavke da je razvoj kontinuirani proces adaptacije individue na spoljni svet. On ističe da postoje dva komplementarna procesa, proces „asimilacije i akomodacije" u toku adaptacije, koja su zasnovana na biološkom sazrevanju.

Pod asimilacijom Pijaže (1990a: 11-25) podrazumeva prilagođavanje saznajnih odnosa postojećim dečjim mentalnim strukturama. Međutim, ponekada je informacija koju dete primi iz spoljneg sveta toliko različita od dečije kognitivne strukture, da dete mora sopstvenu kognitivnu strukturu da prilagodi (izvrši akomodaciju), da bi moglo da uradi nešto sa primljenom informacijom. Na primer, dete primi novu informaciju ali je ne razume. Dete tada mora akcionim šemama da prilagodi svoju mentalnu strukturu, kako bi razumelo informaciju.

Pijaže (1990a, 11-25) polazi i od pretpostavke da se kognitivni razvoj individue deli na tri stadijuma, držeći se glavnih perioda i da se svaki stadijum razlikuje od prethodnog po usložnjavanju kognitivnih sposobnosti koje do tog stadijuma nisu bile prepoznatljive. Takođe, Pijaže (1990a, 11-25) ističe da je svaki od ovih perioda ili potperioda neophodan za obrazovanje sledećeg.

Inače, najkrupnije prekretnice u saznajnom razvoju deteta dešavaju se u periodima prelaska sa neinteligentnog na inteligentno ponašanje (0-8 meseci - odvajanje akta i cilja, namera), sa presimboličkog na simboličko ponašanje (1,6 do 2,0 godina - odložena imitacija mentalna slika, simbolička igra, govor, crtanje) i sa preoperacionalnog na operacionalno ponašanje (od 2,3 do 7-8 godina - pojava konzervacije) (Ivić, Ignjatović Savić, Rosandić, 1994).

Prvi stadijum predstavlja period koji počinje rođenjem i traje oko dve godine i sadrži dva podperioda – prvi od 0 do 7-9 meseci i drugi od 7-9 meseci do 1,5-2 godine. Ovo je stadijum izuzetnog mentalnog razvoja, početak razvoja govora čija pojava dovodi do niza promena u pogledu razvoja inteligencije i na planu afektivnog razvoja (Pijaže, 1990a, Pijaže, Inhelder, 1996).

Drugi stadijum sa svoja dva podperioda, prvi traje od druge do sedme godine, a drugi od sedme do jedanaeste godine, kada dete počinje da uspostavlja komunikaciju sa osobama iz okoline pomoću govora, razmenjuje iskustva, prepričava i predviđa dalje akcije, ali isključivo iz svog ugla bez mogućnosti da uvidi uzrok i predviđanje posledica. Na ovom stadijumu dete se u svom rasuđivanju ne oslanja na informacije iz svoje okoline već isključivo na opažanja i rasuđuje samo na osnovu najistaknutijih aspekata u vidnom polju. Karakteristična je i centracija u toku ovog perioda koja predstavlja sklonost deteta da se u određenom trenutku može usmeriti samo na jedan aspekt problema. Promene u afektivnom delu ličnosti ogledaju se u pojavama prvih simpatija i antipatija, razvijanje poštovanja prema osobama sa kojima dolaze u kontakt. Ponašanje deteta definisano je normama koje postavljaju odrasli i koje oni ne dovode u pitanje ((Pijaže, 1990a, Pijaže, Inhelder, 1996).

Treći stadijum karakterističan je po tome da je dete već u prvom podperiodu koji obuhvata uzrast dece od jedanaest do trinaest godina, oslobođeno egocentrizma i počinje razvoj logičkog mišljenja, u stanju je da razume problem, povezuje uzrok i posledicu, karakteristična je poslušnost, jer je pravedno ono što je zapovedila odrasla osoba. Dete ima predstave o objektima koji ga okružuju i događajima koji se dešavaju oko njega, mogu da razumeju transformacije i načine na koji su konstruisani, mogu da klasifikuju i odrede kriterijume klasifikacije. Drugi podperiod trećeg stadijuma, koji obuhvata decu uzrasta od trinaest godina pa na dalje, karakterističan je po mnogim sposobnostima: razdvajanju

realnog od mogućeg, postavljanja pretpostavki i izvođenja zaključaka, odvajanje forme od sadržaja, kombinovanja (Pijaže, 1990a, Pijaže, Inhelder, 1996).

Polazeći od navedene teorije Dafina Lemiš (2008) ističe u svojoj studiji: „da jedna beba može da stiče znanja o specifičnom svetu televizije aktivnostima kao što su dodirivanje ekrana kada se pojavi njena omiljena lutka, pljesknjem rukama uz muziku ili igrom sa dugmetom za uključivanje (...). Shodno tome, dete shvata da je veoma različit osećaj kada se „dodirnu" lutke sa ekrana i kada se mazi omiljena punjena igračka-životinja u krevecu; da se televizor može uključiti i isključiti po volji" (Lemiš, 2008: 65). Dakle, senzomotorna iskustva, karakteristična za prvu fazu primene Pijažeove teorije (prvi period Pijažeove teorije (1990a)) o kojoj Lemiš (2008) informiše, postepeno uklapaju u shvatanje televizije i socijalne realnosti koja se razvija kod deteta.

U drugoj fazi (tj. prvi potperiod, drugog perioda Pijažeove teorije (1990a) „preoperacionalnoj", dete se postepeno oslobađa senzomotornog iskustva tipa „ovde" i „sada" i dolazi do razvoja simboličkog razmišljanja, a paralelno sa ovim u ovoj fazi deca uče i jezik i to je otprilike period između druge i sedme godine dečjeg uzrasta (Lemiš, 2008). Tako je, na primer, „dete sposobno da razmišlja i razgovara o iskustvima u vezi sa televizijom izvan situacije u kojoj prati program" (Lemiš, 2008: 66).

Treća faza (tj. u drugom potperiodu, drugog perioda Pijažeove teorije (1990a) „konkretno-operaciona" koja se otprilike poklapa sa periodom od sedme godine uzrasta deteta do dvanaeste godine, dete može da vrši misaone transformacije u odnosu na spoljašnji svet, tj. može da posmatra neki predmet iz perspektive druge osobe ili da razume da se količina tečnosti ne menja kada se sipa u sudove različitih oblika i veličina - konzervacija (Lemiš, 2008). Ove kognitivne sposobnosti su od izuzetnog značaja jer omogućavaju detetu razumevanje „mnogobrojnih televizijskih kodova i konvencija koji zahtevaju popunjavanje praznina u toku radnje (na primer, šta se dešava pošto vidimo da vozač gubi kontrolu nad kolima, a kamera brzo prelazi na sledeću scenu u kojoj vozač leži bez svesti u bolničkom krevetu)" (Lemiš, 2008: 66).

Četvrta faza (tj. prvi potperiod, trećeg perioda Pijažeove teorije (1990a)) „formalno-operaciona" koja se poklapa sa uzrastom dece od dvanaeste godine, pa na dalje, karakteriše se time da se u njoj razvija sposobnost apstraktnog, logičkog mišljenja, koje nije ograničeno samo na mentalne operacije u vezi sa konkretnim predmetima i dešavanjima (Lemiš, 2008). Primenjena na razumevanje televizijskog sadržaja, ova faza bi značila da deca mogu „sa kognitivno zrelog aspekta, slično odraslima" (Lemiš, 2008: 66) da razumeju televizijske sadržaje, „mada je jasno da se njihova iskustva, interesovanja i svet emocija u velikoj meri razlikuju od sveta odraslih" (Lemiš, 2008: 66).

Znajući ovo, mnogo nam je lakše da shvatimo razlike u tumačenju i razumevanju televizijskih sadržaja, kao i različit odnos korišćenja ovog medija i vremenski intenzitet konzumiranja.

Takođe, deca kako rastu tako uče da prave razliku između programa namenjenih odraslima i onih posvećenih deci, ali i u pogledu žanra, između reklama i emisija, vesti, između komedija i akcionih filmova i dr. „Kod dece se javlja sposobnost jasnog razlikovanja reklama namenjenih dečacima i reklama namenjenih devojčicama, na osnovu njihovih uobičajenih obeležja i bez obzira na proizvod koji se reklamira, pripisujući im jasna rodna obeležja" (Lemiš, 2008: 74).

Primećeno je i da deca već u ranom uzrastu, prave razlike u ukusu kada je u pitanju sadržaj emisija, u vezi sa polom. „Dečaci mnogo ranije od devojčica prerastaju mirnije obrazovne programe i pokazuju sve veću zainteresovanost za akcione crtane filmove" (Lemiš, 2008: 77). Dečake više privlače akcija, agresivne i opasne fantazije, sport, kao i programi u kojima glavne uloge tumače muški likovi. Devojčice, više „vole programe s pričama o međuljudskim odnosima, prijateljstvu i osećanjima, koje se odigravaju u okruženju koje nije agresivno" (Lemiš, 2008: 77).

Na nivou konkretnih operacija dešavaju se promene u kognitivnoj organizaciji uzrasta od sedam do osam godina. „Prevazilaženje egocentrizma, povezano sa povećanom mentalnom mobilnošću, omogućava brzo menjanje tačaka gledišta i sagledavanje situacije iz perspektive različitih likova u filmu, što svakako doprinosi boljem razumevanju zapleta. Ipak, kao što pokazuju rezultati nekih empirijskih studija, deca kroz čitav ovaj period imaju teškoće sa razumevanjem kako izdvojenih delova filma, tako i celine" (Korać, 1983b: 192).

Tek u formalno operacionalnom stadijumu, što odgovara periodu adolescencije, prema tabeli 2 tj. uzrastu dece od jedanaeste godine pa na dalje, dete se oslobađa vezanosti za konkretno, za opažene detalje i činjenice postaje u dovoljnoj meri ravnodušan prema događanju. Dakle, potreban je određen nivo intelektualne zrelosti da bi se razumela filmska naracija, posebno „dugometražnih filmova" (Sigeti, 2019: 23). Međutim, s obzirom „da su celi filmovi napravljeni od više kadrova, scena i sekvenci, razumevanje filmskog jezika i posebno uzročno-posledične veze postupaka junaka bitno je određeno uzrastom deteta i razvojem memorije" (Sigeti, 2019: 23).

Pored istraživanja koja se bave filmskim narativom, uporedo su se sprovodila i istraživanja koja su usmerena na razvoj narativnih sposobnosti kod dece. Jedno takvo istraživanje sprovela je i Svenka Savić koje je objavila 1985. godine u knjizi pod nazivom *Narativi kod dece,* u kojoj daje podatke o istraživanju narativnih sposobnosti dece, ali i ključne pojmove oko kojih se mnogi autori nisu složili kao što su: definicija priče, minimalna priča, odnos priče prema nepriči, priče

u kontekstu kulture u kojoj se živi. Autorka je u pomenutoj studiji analizirala decu od 3, 5, 7, 11, 14 i 18 godina koja su imala zadatak da nakon pogledanog filma pričaju o istom, te je Savić (1985) došla do sledećih rezultata: mlađa grupa interpretira film više nego što priča događaje iz filma, takođe mlađa deca imaju poteškoće sa uvođenjem aktera u priču i konstatuje „da mlađa deca nemaju sposobnost interpretiranja uzroka" (Savić, 1985: 135) nekog događaja za razliku od starije dece koja uočavaju uzročno-posledične odnose. Takođe navodi da interpretacija uzroka može biti i kulturno uslovljena (Savić, 1985: 135).

Značajnim studijskim istraživanjem na polju dečjeg razumevanja gramatike filmskog jezika bavila se Dubravka Valić Nedeljković i došla do zaključka da je razumevanje filmske priče ulovljeno kognitivnim razvojem. Istraživanje je sprovela tako što je odabrala decu oba pola starosti od 3, 5, 7, 11, 14 i 18 godina, gde je u svakom uzrastu bilo zastupljeno po 25-oro dece (ukupno 150 ispitanika koji su trebali da dekodiraju „film koji je izradio američki lingvista Volas Čef (Wallace Chafe)" (Valić Nedeljković, 2008: 76). Rezultati do kojih je došla pokazali su da deca bez obzira na uzrast najuspešnije dekodiraju scenu, potom sekvencu, dok mlađa deca slabije uspevaju da dekodiraju plan, ugao snimanja, kao i vreme i prostor (kada je lik istovremeno u dve uloge, najmlađi prate samo jednu ulogu). Valić Nedeljković (2008) ističe da ako se želi uspešno dekodirati filmska poruka, neophodno je da postoji mentalna sposobnost kod deteta kojom dete brže misli i da mu misli postanu nezavisne od redosleda kojim je doživljavalo događaje. Ovakva mentalna sposobnost se dešava „tek poslije druge godine života u djece normalnog psihofizičkog razvoja" (Valić Nedeljković, 2008: 71). Trogodišnja deca mogu da „dekodiraju tek radnju", ali ne mogu dekodirati okruženje tj. „nema podataka o okruženju" (Valić Nedeljković, 2008: 85) i poruku filma tj. kinematografskog koda (Valić Nedeljković, 2008: 88). Zapazila je da jedanaestogodišnja deca predstavljaju uzrasnu prekretnicu kada je reč o vremenskoj i prostornoj dimenziji, te da većina može da uviđa uporednost radnje „koju iskazuju vremenskim prilogom" (2008: 89), kao i da prepoznaje krupni plan „kao jedinicu kinematografskog jezika, i ona to u svom pripovedanju iznose" (2008: 93). Četrnaestogodišnjaci takođe nisu bili u potpunosti uspešni u dekodiranju kada je reč o vremenskoj dimenziji, dok su u potpunosti gramatiku filmskog jezika dekodirali tek osamnaestogodišnjaci. Tokom analize Valić Nedljković (2008: 96) zapazila je i da su sva deca svih uzrasta zapažala u filmu „samo predmete materijalne kulture kao obilježje koje se ne uklapa u njihov kulturni kod", te su uglavnom zbog poteškoća da ih dekodiraju, izbegavali da spominju predmete za koje nisu imali informacija u svojem kulturnom kodu. Prilikom naracije filma deca iz Republike Srbije nisu osećala potrebu da pominju rasnu i nacionalnu pripadnost učesnika filma, kao što su to u istraživanju činila deca

u Americi. Ona su naglašavala rasu i nacionalnost (dečaci i devojčica „belci" i berač „Meksikanac"), što je posledica uticaja različitog kulturnog koda u kojem deca odrastaju. U pogledu pola mlađa deca su bila indiferentna prilikom naracije, dok su starija deca posebno ona u pubertetu u svojim tumačenjima događaja izražavala mišljenje o devojčici, naglašavajući krivicu devojčice za pad dečaka, jer je dečak pao sa bicikla nakon što se okrenuo za devojčicom sa kojom se pre toga mimoišao.

Takođe, Valić Nedeljković (2008) naglašava da su u ranijim istraživanjima zapažene poteškoće i kada su pitanju dugometražni filmovi, deca vrlo često ne razumeju filmsku naraciju, iako ga aktivno gledaju.

Pregled rezultata studije Valić Nedeljković (2008) kao i prethodnih poznatih istraživanja na području poimanja filmske naracije potvrđuje da razumevanje gramatike filmskog jezika zavisi od složenosti same filmske poruke i stepena kognitivne zrelosti, te na taj način potvrđuje da se filmski jezik ne može „naučiti" ako to ne dopušta stepen kognitivnog razvoja.

4.3. Evaluacija različitih teorija razvoja rodno tipiziranih ponašanja

Dok psihoanalitičke teorije naglašavaju da je rodni identitet rezultat nesvesnih psiholoških procesa pod uticajem biološkog determinizama (Wharton, 2005) tj. „urođenih instinkta" (Rot, 1994:15), gde je socijalna sredina u drugom planu (Rot, 1994), dotle kognitivno-razvojne teorije ističu kognitivnu i razvojnu stranu. Kolberg rodni identitet vidi kao rezultat procesa maturacije (sazrevanja) i razvoja kognicije, aktivnosti deteta, dok socijalnu sredinu takođe stavlja u drugi plan (Stockard, 1999). Dakle, oni ističu važnost iskustva, posebno socijalnog, kao drugog faktora pored naslednih u oblikovanju različitih vrsta socijalnog ponašanja (Rot, 2008). Teorije rodnih, umesto odgovora na pitanje kako nastaje rodni identitet, razmatraju strategije koje osoba koristi da interpretira i rekonstruiše informacije iz svoje okoline. Polaze od toga da osoba ima urođene kognitivne sheme o rodu koje utiču na to koje će informacije osoba opažati i zapamtiti. I ovde je aktivnost deteta važan faktor, dok je socijalna sredina u drugom planu (Bem, 1981). Za razliku od pomenutih teorija, teorija socijalnog učenja uključuje kogniciju, nasleđe i sredinu, ali dete posmatra kao pasivno, s tim što daje primat socijalnoj sredini i njenom uticaju na proces socijalizacije u oblikovanju rodnog identiteta i rodno tipiziranog ponašnja dece. Uticajem socijalne sredine objašnjava individualne razlike u usvojenim rodnim ulogama (Wharton, 2005).

Na primer, dete kognitivno obrađuje informacije koje dobija iz okoline i stvara rodne uloge kroz široku mrežu socijalnih kontakata. Socijalni kontakti sugerišu kategorizaciju na osnovu pola, što utiče na svakodnevni život ljudi, a najveći uticaj postoji zbog različitog socijalnog vrednovanja muških i ženskih atributa. Uobičajeno, muški atributi se povezuju sa moći i statusom, dok ženski sa brigom, negom i podređenošću, navode autorke Mitrović i Trogrlić (2014). Kritičari, kao osnovnu zamerku teoriji socijalnog učenje navode njeno posmatranje deteta kao pasivnog bića u procesu socijalizacije roda, koje se ispoljava više nego što je sama teorija priznaje. „Pojednostavljeno, mi možemo reći da teorija socijalnog učenja teži da vidi decu (i druge ciljeve socijalizacije) kao grudvice gline koje su oblikovane po njihovom okruženju" (Wharton, 2005: 32). Međutim, deca nisu pasivna već aktivna bića (u „interakciji" sa društvom) u procesu socijalizacije (Kamenov, 1990: 19), koja svojim „ličnim zalaganjem, vežbom i učenjem" doprinose realizaciji društvene prakse u procesu svog razvoja (Grandić, 1996: 31-33). Kao „aktivni agensi" mogu selektovati ono što će prihvatiti i ono što će odbaciti u tom procesu (Berger i Luckmann, 1966: 149-166).

Na osnovu istraživanja brojnih istraživača/ica o procesu učenju rodnih uloga, čini se da su objašnjenja koja nude Bandurina teorija socijalnog učenja i kognitivno-razvojna teorija rodnih shema Bemove, najsveobuhvatniji pristupi (Cann & Newbern, 1984; Serbin & Sprafkin, 1986; prema Zanden & Wilfrid, 1990). Prema ovim teorijama, deca vremenom razvijaju pojmove muškosti (šta znači biti muško) i ženskosti (šta znači biti žensko) tako što najpre stvore rodnu shemu pa sebe upoređuju sa tom rodnom shemom, i prema njoj prilagođavaju svoje ponašanje, s tim što stavove i ponašanja, odnosno sadržaj koji se smatra prikladan za muškarca i ženu uče socijalizacijom (Zanden & Wilfrid, 1990). To govori da je teorija socijalnog učenja ključna, te će ona biti i osnovni teorijski oslonac ovom radu, kada je reč o procesu učenja rodnih uloga. Ova teorija ukazuje na važnost socijalizacije u oblikovanju rodno tipiziranog ponašanja kod dece, čime se objašnjavaju i individualne razlike u usvojenim rodnim ulogama, dok kognitivno-razvojna teorija razvoja rodnih shema skreće pažnju na činjenicu da deca aktivno uče i tragaju za rodnim identitetima i ulogama.

Kako bi lakše razumeli celokupan proces uticaja socijalizacije na konstruisanje rodnih uloga pomoću rodnih stereotipa, neophodno je da se odgovori na pitanja koja su u vezi sa pojmom socijalizacije.

Socijalizacija je proces „podruštvljavanja" (Golubović, 1981: 249), bioloških nagona ličnosti. Socijalizacijom, sa jedne strane, pojedinac postaje deo društva, biva osposobljen za društveni život, a sa druge, socijalizacija je i proces u kome se istovremeno izgrađuje njegova „ličnost, sa svojim specifičnim karakteristikama" (Rot, 2008: 75). Socijalizacijom se „formira ličnost kao društveno biće i

kao integralni subjekt" (Golubović, 1981: 249). Za društvo, socijalizacija znači „obezbeđivanje trajnosti (opstanka) i prenosa kulture sa generacije na generaciju" (Mimica i Bogdanović, 2007: 342). Prema Rotu (2008) za problematiku socijalizacije bitne su tri grupe problema. Prva grupa je „vrsta i oblik učenja kojim se socijalizacija ostvaruje" (Rot, 2008: 76), čime se želi utvrditi osnovni način socijalnog učenja. Druga je delovanje socijalnih faktora u procesu socijalizacije koji se mogu podeliti na dve grupe: izvore socijalizacije (kultura i društvo) i agense socijalizacije (prenosioci, vršioci, posrednici). Pored proučavanja, vrsta i u okviru njih oblika učenja, „uloge izvora i agenasa" (Rot, 2008: 77) važnu treću grupu pitanja čine i „proučavanja efekata socijalizacije" (Rot, 2008: 77) koji se manifestuju kao rezultat delovanja socijalizacije (od strane drugih osoba i socijalnih faktora) na formiranje društveno-relevantnog ponašanja: stavova i vrednosti, kao i sistema ponašanja koje je neophodno socijalizovati u društvu (Rot, 2008).

Prva grupa problema, *način socijalnog učenja* tj. proces učenja rodnih uloga i stereotipa socijalizacijom, objašnjen Bandurinom teorijom mogao bi se opisati na sledeći način: Prema Banduri (1986), deca uče oponašanjem onoga što čine njihovi vršnjaci, roditelji, vaspitači, odrasli uopšte, a ne onog što im kažu da učine. Deca mogu učiti kroz više različitih oblika socijalnog učenja, gde vrsta oblika socijalnog učenja zavisi od uzrasta deteta. Za najraniji uzrast dece karakteristično je modelovanje i vikarijansko učenje.

Od četiri tipa modelovanja (direktno, simboličko, sintetičko, apstraktno) za predškolski uzrast karakteristično je direktno i simboličko modelovanje koje se temelji na podučavanju i posmatranju ponašanja drugih, te oponašanja istih. Direktno modelovanje predstavlja one situacije kada dete podučavamo nekom ponašanju. Na primer, učimo ga da ne treba da se tuče i sl. Simboličko modelovanje predstavlja oponašanje ponašanja koje svakodnevno vidi ili je prikazano u knjigama, filmovima ili televiziji. Na primer, dete gleda ponašanje odraslih, lutkarsku predstavu, crtani film i na osnovu viđenog kasnije sa svojom lutkom oponaša govor, ponašanje, oblačenje, oponaša kako neko hoda, kako se neko ponaša prema nekome ili jednostavno oponaša lik iz pročitane mu bajke i sl.

Vikarijskim učenjem, Bandura (1986), naziva učenje koje nastaje posmatranjem ponašanja drugih koji su nagrađeni ili kažnjeni za svoje ponašanje. Na primer, dete koje se loše ponaša, kada vidi da se lepo ponašanje nagrađuje, menja svoje ponašanje i trudi se da bude dobro.

Aktivnim imitiranjem (Bandura, 1990) kada dete imitira stavove i ponašanje roditelja ono stiče crte ličnosti. Međutim, ponašanje roditelja ili lika iz bajke može često da poništi učinke direktnog podučavanja. Na primer, „kad roditelj fizički kažnjava dete zato što se potuklo sa drugovima, čini to sa namerom da ga nauči da ne udara druge. Dete, međutim, istovremeno uči na roditeljskoom

primeru, jedan oblik fizičke agresije i baš to učenje imitacijom može da odredi kako će se ono ubuduće ponašati kada bude na sličan način frustrirano u svom odnosu sa drugim ljudima“ (Bandura, 1990:38). Posmatrano u rodnom kontekstu, dete učeći imitacijom stereotipno rodno ponašanje likova iz dečjih crtanih filmova, a kasnije identifikujući se sa rodno stereotipnim likovima, prihvata rodne stereotipe kao lične.

Važno je naglasiti da postoje dva tipa socijalizacije: *primarna* koja se odvija u ranom detinjstvu u okviru porodice, i *sekundarna* koja se odvija ulaskom pojedinca/ke u proces sistema obrazovanja i ona je celoživotna. Ranom socijalizacijom dete postaje svesno ko je i stvara bazu za svako kasnije učenje (sekundarnu socijalizaciju), jer je osnovna kulturna dobra, kao standard na bazi poverenja, nesvesno prihvatilo i usvojilo od roditelja, staratelja, odraslih članova porodice. Dok sekundarnu socijalizaciju opisuju kao proces „veštačkog” oblika uklapanja individue u sredinu putem institucija (drugih agenasa) koji se dešava izlaskom deteta iz okvira porodice (Berger & Luckmann, 1966: 149-166).

Agenasa socijalizacije ima mnogo: porodica, vrtić, škola, vršnjača grupa, radno mesto, religija, društvene organizacije, institucije, sredstva masovne komunikacije, zapravo svaka grupa, „svaki član društva može biti agens socijalizacije, može biti prenosilac društvenih shvatanja o ponašanju” (Rot, 2008: 122). Agensi socijalizacije neposredno utiču na proces socijalizacije. Oni su oruđa društva. Za razliku od izvora socijalizacije (kultura, društvo), oni su „samo prenosioci socijalizacije, koji su i sami određeni i kontrolisani izvorima socijalizacije” (Trebješanin, Lalović, 2011: 31).

U fokusu ovog istraživačkog rada od značaja su mediji i crtani filmovi kao medijski proizvodi koji predstavljaju agense socijalizacije u kontekstu stvaranja, održavanja i prenošenja rodnih stereotipa i rodnih uloga i identiteta. U kontekstu socijalno-kognitivne teorije uticaj crtanog filma manifestuje se tako što dete informacije o rodnim ulogama koje dobija iz okoline, odnosno sadržaja crtanih filmova kognitivno obrađuje i stvara sopstvenu rodnu ulogu kroz široku mrežu socijalnih kontakata likova u crtanom filmu koje ima prilike da vidi i čuje dok gleda navedene medijske sadržaje. Na ovaj način dete aktivno stvara svoje teorije o polu na osnovu dobijenih informacija iz crtanog filma. Ujedno, deca u tom aktivnom procesu stvaranja sopstvene teorije o polu, kako naglašavaju Mitrović i Trogrlić (2014), bez obzira na izvor informacija koriguju ponašanje pomoću regulatora ponašanja: socijalnih sankcija vezanih za pol, regulatornih sankcija selfa i opažene samoefikasnosti u razvoju i regulaciji ponašanja povezanog sa rodnom ulogom.

Kvalitet i kvantitet sadržaja socijalizacije, kao i način na koji agensi socijalizacije prenose taj sadržaj u procesu, jesu ključni elementi za formiranje ličnog

rodnog identiteta društveno-individualnog karaktera pojedinca, a samim tim i društva. Na primer, razlike između žena i muškaraca nisu urođene, već proizilaze iz postojanja „hijerarhije" u okviru društvene moći. Na ovome „rade" agensi socijalizacije (a najmoćnija je kontekstualna socijalizacija): porodica, škola, religija, država, posebno mediji, te se tako dobija rodni, društveni i moralni poredak zasnovan na apsolutnom prvenstvu muškarca u odnosu na ženu, odraslih nad decom i izjednačavanju moralnosti i sile (Burdje, 2001: 51, 116-120).

4.4. Reprezentacija muških i ženskih likova u dečjim crtanim filmovima

Na osnovu opsežnog pregleda literature dok sam pripremala ovaj rad, zapazila sam da je veoma malo radova koji se bave pitanjem analize dečjih crtanih filmova, posebno kratkometražnih kroz prizmu rodnosti. Ova konstatacija svakako sugeriše na neophodnost istraživačkog rada na pomenutoj problematici kako bi se uvidelo šta tačno crtani likovi sa kojima se deca mogu poistovetiti nude, koje osobine, mogu li biti uzori, da li su i koliko (ne) opterećeni rodnim stereotipima?

Dosadašnji radovi se uglavnom više bave eksplicitnim načinima plasiranja rodnih stereotipa, uključujući pretežno verbalni produkt moći, kontekst mesta dešavanja radnje, kontekst uloge likova, delimično fizičkog izgleda i odevanja, nekih karakternih osobina ličnosti, kao i ponašanja zasnovanih na osnovnim emocijama.

Retki radovi se bave pitanjem hronološkog praćenja u pogledu transformacija u predstavljanju rodnih uloga muških i ženskih likova u crtanim filmovima, među kojima treba pomenuti radove Matović (2010), Radović i Radulović (2016) i Pešić i Đekić (2017).

Radović i Radulović (2016) polazeći od teorija o velikom značaju medija kao agensa socijalizacije, kao i kritike rodnih reprezentacija u medijima, kroz rad su ispitivali da li se i kako slika muškaraca, a posebno žena menjala tokom vremena u Diznijevim crtanim filmovima. Posvećujući posebnu pažnju kroz analizu, aktivnostima koje likovi obavljaju, komunikacijama u koje stupaju, njihovom izgledu, ciljevima, kao i odnosu prema braku i seksualnosti, glavni nalaz istraživanja pomenutih autora (2016: 86) je da „su „najstarije" junakinje (koje su nastale između 1937. i 1959. godine) prikazane u potpunosti u skladu sa očekivanjima patrijarhalne kulture (kao poslušne i vredne žene, izopštene iz društva, čiji je jedini cilj stupanje u brak)". One imaju jasno mesto u društvu, njihova uloga i sam narativ filma jasno im šalje poruku da to svoje mesto u društvu ne treba da

osporavaju niti treba da traže nešto više od toga, te bi samo *izopštenje iz društva* o kojem pomenuti autori govore trebalo posmatrati u smislu izopštenosti iz javne sfere, ali ne i privatne sfere društva. U pogledu odeće i boja, ženski likovi nose haljine pretežno svetložute, plave i ljubičaste boje, dok su muški likovi odeveni „u tamnoplavo, sa bordo plaštom što se može protumačiti i kao simbol snage i moći" (Radović, Radulović 2016: 96). Valja napomenuti da „za plavu boju se može pomisliti da nije stereotipno ženska. Ipak, trebalo bi imati na umu da, bez obzira na to kako se ova boja danas percipira, slikari još od 10. veka Devicu Mariju predstavljaju u odeći ove boje, pa je verovatnije da plava boja na ovom mestu simbolizuje ženstvenost i nevinost koja ima korene u hrišćanskoj mitologiji", navode isti autori (2016: 96). Početkom šezdesetih godina XX veka dolazi do niza društvenih promena koje dovode do omasovljavanja obrazovanja žena, kao i do masovnije pojave žena na tržištu rada. Takođe, to je period kada se razvija drugi talas feminizma, koji traje od 1965. do 80-ih godina XX veka, a uključuje i pojavu seksualne revolucije. Sve ove promene odražavaju se na Diznijeve filmove, te ženski likovi, odnosno princeze koje se pojavljuju nakon 1959. godine, pa sve do kraja osamdesetih manje su stereotipne u odnosu na period pre šezdesetih godina. Ipak, bez obzira na promene Radović i Radulović (2016) navode da se u filmovima nakon 1959. godine nisu pojavljivale standardizovane princeze. Navedeni autori (2016: 109) ovu činjenicu objašnjavaju time da „iako se tada umnogome izmenila uloga žene, na primeru princeza se nije mogla pratiti tako fina, najneposrednija povezanost promena i rodnih očekivanja u društvu i onih na filmu, pa smo o promeni mogli da posvedočimo kada se ona već dogodila (sudeći po filmovima iz devedesetih, kada su kod princeza „akumulirani" efekti svih prethodnih promena)" što je dovelo tek tada do stvaranja određenog novog standarda koji se vezuje za taj period.

Iako su tokom devedesetih princeze predstavljene vidno drugačije, kao samostalne, obrazovane i neposlušne, one su i dalje uglavnom orijentisane ka romantičnoj ljubavi i zasnivanju braka kao krajnjem cilju, koji je zapravo nagrada za njihovo primereno ponašanje. Isto tako, kod ovih princeza i lepota se „javlja kao imperativ i njihova primarna definišuća karakteristika" (Radović, Radulović, 2016: 109). Kada je reč o princezama koje su nastale u periodu 2010-ih, prema istraživanju Radovića i Radulović (2016), javljaju se različiti trendovi. Neke od njih nastavljaju put emancipacije, dok se kod drugih mogu uočiti naznake retradicionalizacije. Na pitanje zašto se baš tokom 2010. godine javljaju ovako različiti trendovi prikazivanja princeza i ženskih likova, potencijalni odgovori koji govore u prilog retradicionalizacije mogli bi se potražiti u svetskoj ekonomskoj krizi. Kao što navode Radović i Radulović (2016: 109), ova kriza najpre ostavlja žene bez posla, što ih dovodi u proces „blage retradicionalizacije." Iako su trans-

formacije primetne kroz ženske rodne uloge, posebno 90-ih, tokom tih godina, kao i 2010. godine, „princeze su i dalje orijentisane ka pronalaženju romantične ljubavi" (Radović, Radulović 2016: 109). Brak se i dalje doživljava kao nagrada za primereno ponašanje žene, dok su princeze vraćene kućnim poslovima i tradicionalnom odevanju, pri čemu lepota ostaje imperativna karakteristika lika. S druge strane, odgovor za nastavak emancipacije ženskih likova mogao bi se, prema Radović i Radulović (2016), potražiti u činjenici da je za ovaj period, usled svih promena koje su se dešavale u društvu, postalo karakteristično paralelno postojanje različitih diskursa. To je rezultiralo nepostojanjem jedinstvene slike idealne žene. Tako neke od njih nastavljaju put emancipacije, imaju plaćen posao, vešte su ratnice i dovode u pitanje neophodnost braka, dok pronalaženje ljubavnog partnera nije jedan od ciljeva u životu.

Prema rezultatima istraživanja Radović i Radulović (2016), slika muškaraca je pretrpela značajnije promene od slike žena u Diznijevim crtanim filmovima. Ove promene su vidljive prema nalazima navedenih autora (2016) u istim analiziranim periodima u kojima je dolazilo i do postepene transformacije ženskih likova. Najpre, kako Radović i Radulović (2016: 107) navode, tokom tridesetih i pedesetih 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"). Dakle, u navedenim periodima vidan je tradicionalni ideal muškosti koji, prema rečima Burdijea (2001), mora biti suprotan od ženskosti. Jedino tako muškarac može da zadrži povlašćen status i izbegne prezir drugih muškaraca. Kao i na ženske likove, promene u društvu koje su se dešavale od 60-ih godina, uticale su i na transformaciju slike muškaraca u Diznijevim crtanim filmovima. Nova slika muškosti kao i ženskosti u crtanim filmovima Dizni korporacije biva vidljiva tek u filmovima devedesetih. Muški likovi u filmovima 90-ih, gube monopol hrabrog spasioca, pa povremeno muškarac može da dopusti da zavisi od žene, te u nekim slučajevima princeza spašava princa kao što je to slučaj Jasmin koja spašava Aladina ili situacija kada Arijel spašava svog princa. Rodna uloga muškarca potpuno je redefinisana u crtanim filmovima tokom 2010. godine, „pa se javlja princ koji je gotovo nesposoban za bilo kakvu vrstu posla" (Radović, Radulović 2016: 107). Samim tim ostaje bez novca i u ženidbi želi da pronađe spas, kao što je to slučaj u crtanom filmu „Princeza i žabac." U nekim filmovima princ kao komplementaran (partner) princezi uopšte ne postoji, kao što je to slučaj u filmu „Hrabra Merida." Čini se da pojava obrazovane, uporne i u javnoj sferi aktivne žene dovodi do slabljenja muške dominacije. Ipak, „izgled princeza se najmanje menjao tokom vremena" (Radović, Radulović, 2016: 106), sve one su nosile haljine tipično ženskih boja i imale uredne frizure. Izuzetak čine neke tokom 90-ih, koje su nosile kupaće

kostime, pantalone i bile odevene u braon i plave nijanse haljina kako bi se uklopile u scenografiju mesta dešavanja radnje, poput princeze Meride koja je uz netipično odevanje za ženu bila i sa neurednom frizurom. Valja naglasiti da i pored primetnih promena osobina ženskih likova, tokom vremena se nije menjala jedna osobina junakinja, a to je moć. Ona se manifestovala u različitim oblicima tokom vremena i uvek odisala nečim natprosečnim zbog koje su junakinje bile kažnjavane. Tako, na primer, Snežana i Pepeljuga su kažnjavane zbog svoje lepote, Zlatokosa zbog sposobnosti da leči i podmlađuje svojom kosom, dok je Elza kažnjena zbog sposobnosti da dodirom zaledi sve što dotakne. Prinčevi, u pogledu fizičkih i odevnih karakteristika ne pokazuju razlike u odnosu na svoje prethodnike (Radović, Radulović 2016).

Analizirajući serijal Diznijevih crtanih filmova (Maza i Lunja 1 i 2, Švrćine avanture, Mačke iz visokog društva, Dambo, Kralj lavova, 101 dalmatinac) proizvedenih u periodu od 1941. do 2001. godine, kojim su se obrazovale generacije dece druge polovine XX ali i današnje generacije XXI veka, Pešić i Đekić (2017) zaključuju da likovi u pomenutim crtanim filmovima prenose patrijarhalne društvene obrasce ponašanja. Navedene autorke (2017) su zapazile da kada su u pitanju *rodne podele uloga u društvu i fizički izgled likova*,[6] ipak ima elemenata transformacije koje su u skladu sa društvenim promenama tokom perioda od 1941. do 2001. godine. Autorke su uočile „izvestan pomak u korist rodne osetljivosti, koji ukazuje na sazrevanje značaja pojma rodnosti i rodne osetljivosti u društvu" (Pešić, Đekić 2017: 149). Na primer, „u Mazi i Lunji 2, uloga Anđele je progresivna, u njenom liku vidljivo je da hrabrost nije rezervisana više samo za muškarce" (Pešić, Đekić, 2017: 155) koji uvek imaju aktivne uloge, koji spašavaju, preokreću lošu situaciju i dovode do srećnog kraja (Pešić, Đekić 2017).

Gotovo da nema radova u kojima se razmatraju implicitni uticaji kodova filmske umetnosti, poput muzike, boja, ekspresije lica i očiju, veličine kadra i drugih neverbalnih oblika komunikacije. Ovi elementi se koriste kao pojačivači delovanja, ali i kao prenosioci stereotipnih poruka koje neprimetno zavode mentalno i psihološki nezrelu predškolsku i rano osnovnoškolsku decu. Da bi se

6 Podele uloga u društvu u rodnom pogledu, prema nalazu Pešić i Đekić (2017), u crtanim filmovima najčešće se manifestuju kod likova. Tako su žene prikazane kao pasivne, dame u nevolji, nežne, sa manirima i plašljive, smeštene u sferu privatnog, dok su muškarci predstavljeni u sferi javnog kao zaštitnici, borci, aktivni, šarmantni i mačo tipovi. Fizički izgled je takođe rodno uslovljen i razlike između ženskih i muških likova ogledaju se kako u izgledu lica, gde su žene predstavljene sa krupnim plavim očima, dugih trepavica, blagih crta lica, a muškarci istaknutih obrva i brade sa grubim crtama lica, mišićavi i neuredni, tako i u naizgled beznačajnim detaljima odevnih predmeta i ukrasa žena koji su obavezno obojeni roze bojom, dok kod muškaraca sivom i braon.

razumela izuzetno velika moć i uticaj crtanih filmova kao faktora socijalizacije dece za rodne uloge, neophodno je imati dovoljno informacija o tome na koje načine i kako likovi u dečjim crtanim filmovima mogu prenositi rodne stereotipe potpomognuti kodovima filmske umetnosti. „Jer, prenošenjem stereotipnih uloga, psihološkim i mentalnim zavođenjem" (Matović, 2010: 119), crtani filmovi emitovani kroz različite medijske platfome, onemogućavaju „podizanje autentičnih dečaka i devojčica koji ne moraju da se uklapaju već da budu oni, koji aktivno traže i nalaze sebe, a time i druge i drugačije" (Matović, 2010: 119). Analizirajući kritičkim osvrtom rodne uloge u deset crtanih filmova počevši od prvog Diznijevog dugometražnog filma „Snežana i sedam patuljaka" u kojima postoje prinčevi i princeze, Matović (2010) dolazi do istih zaključaka kao i većina istraživača/ca da su rodni stereotipi tokom vremena menjali formu, ali da je suština ostajala ista. Kao razlog tome Matović (2010: 107) kaže „posledica toga je socijalizacija dece u rodnim ulogama koje su opšteprihvatljive, koje ne remete poredak i ne postavljaju pitanja. Vrednosni sistem suštinski uvek ostaje isti, a njegov ključni momenat je dominacija belog muškarca", koji je „lep, zgodan, visok, zavodnik, bogat spasilac, muževan, (…) mišićav, snažan, temperamentan, mudar u svakom smislu (princ u bajci Snežana i sedam patuljaka, Pepeljuga, Uspavana lepotica, Mala sirena i dr). Njima je dozvoljeno da viču, da pokazuju nezadovoljstvo, (…) navalentni, destruktivno ljubomorni, hronično gnevni i osujećeni" (Matović, 2010: 116, 117) poput Gastona (Lepotica i zver) i kralja Tritona (Mala sirena). „Većina ovih nasilnih scena uopšte nisu predstavljene kao zlo već kao normalne reakcije ljutih muškaraca" (Matović, 2010: 117), isto koliko i u svim crtanim filmovima muška dominacija, bez obzira na junaštvo, hrabrost i žrtvu žena (Pokahontas, Mulan), njima je jasno skrenuta pažnja na činjenicu da je ona ipak, žena te samim tim i nesavršena (Matović, 2010). Zadatak žena (princeza) je da budu devičanski lepe, dobre, blage prirode, bez reči da počiste kuću jer se to od njih očekuje i strpljivo čekaju „svog princa na belom konju da dođe i izbavi ih iz muka koje im priređuju uglavnom zle maćehe ili veštice" (Matović, 2010:112, 113). U njihovom društvu svako bi poželeo da bude. One nemaju loše misli i osećanja, nikada nisu naređivački raspoložene ili nepoštene. Prikazane su kao savršene domaćice koje pevaju dok rade, a gotovo uvek im je pripisana i majčinska uloga. One su zavodnice čija nemoć je pojačana „velikom i strašnom moći koju imaju zle žene sa kojima treba da se izbore" (Matović, 2010: 115). Zbog nedostatka otpora prema onima koji ih maltretiraju, trpe nasilje i strpljivo čekaju princa koji će ih „spasti" od muka. Princeze nastale od devedesetih godina XX veka (Ariel, Pokahontas, Jasmin, Bel), iako sa većim samopouzdanjem, više glasa, mogućnošću izbora, tvrdoglave, radoznale, nestašne koliko god da se opiru postojećim rodnim standardima i da teže da sačuvaju svoj identitet, na

kraju pronalaze svoje prinčeve, udaju se, jer jedino tako mogu da ostvare svoje životne snove (Matović, 2010).

Henri Žiru (Henry Giroux, 1997) baveći se analizom Diznijevih animacija iz ugla rodnih stereotipa, zapaža prisutnost rasističkih i seksističkih stereotipa. Rasno kodirani jezik i akcenat u govoru su istaknuti u Kralju lavova i Aladinu, gde se često akcentovanje uglavnom koristi za loše Arape u Aladinu, dok u Kralju lavova hijene, koje su inače predstavljene kao loši likovi, u animaciji imaju i loš naglasak i predstavljaju Latinoamerikance i crnačku populaciju.

Razmatrajući pitanja rodnih stereotipa u dečjim crtanim filmovima Burguera (Xavier Fuster Burguera, 2011) govori o položaju žena i njihovom mestu u animaciji, kao i o rasnim stereotipima koji su tokom vremena ostajali isti, ali se menjao njihov način reprezentovanja koji je postajao skriveni dominantni diskurs koji je nastavio da ojačava. Na primer, ženske uloge „ostale su ograničene na privatno okruženje ili su negativno prikazane van privatnog okruženja reprodukujući tako dominantni muški diskurs" (Burguera, 2011: 69).

Na sličan način zastupljenost žena i njihovih rodnih uloga sagledava i Elza Vels (Wells Elza, 2015) u crtanim filmovima produkcije Warner Bros. Ona kaže da u crtanim filmovima novije generacije filmske kompanije Warner Bros „gotovo uopšte nema ženskih likova - i onih nekoliko koji postoje su predstavljeni kao manjkavi, ili su aseksualni, neprivlačni, stari" (Wells, 2015: 2). Kasnije, kako su kritikovani zbog odsustva ženskih likova i reprezentacija žena kao nečeg lošeg sa nedostacima, produkcija Warner Bros uključuje ženske likove. Međutim, „uključivanje ovih ženskih likova možda je imalo još više štetan uticaj; nego da nisu imali žene, jer one sada reprezentuju sliku seksipilne žene - sa kratkim suknjama, crvenim usnama, prsatim telima i koketnim prugama" (Wells, 2015:2). Dotle, Diznijevi crtani filmovi imaju standardno malo ženskih likova i oni uglavnom oživljavaju srednjovekovne ženske stereotipe u bajkama što je rezultiralo idealizovanjem, te samim tim i nedostižnom ženstvenošću princeza (Wells, 2015: 41). Stoun (Stone, 1975) i Dandis & Dandis (Dundes & Dundes, 2000) su kritikovali Dizni produkciju zbog isticanja ženske seksualnosti i pasivnosti žene, dok je Laura Sils (Sells Laura, 1995) analizirajući Malu sirenu (The Little Mermaiod) zamerala što su žene ostajale bez glasa poput Ariel, kao i to što i kada su žene na vlasti one su prikazane kao monstrumi poput lika Ursule. Do Rozario (Do Rozario, 2004) se bavio analizom transformacije ženskih likova iz pasivne u aktivnu ulogu, posebno Diznijevih princeza.

Nekoliko studija se bavilo istraživanjem fizičkog izgleda likova u crtanim filmovima među kojima i studija Elizabet Bel (Bell Elisabeth 1995), koja je proučavala fizičke portrete devojaka koje su okarakterisane kao perfektne devojke i fatalne žene u Diznijevim filmovima. Klajn i Šifmen (Klein & Shiffman, 2006) su

analizirali poruke koje su slate kroz fizičku privlačnost i u vezi sa fizičkom privlačnošću likova u Diznijevim crtanim filmovima. Zaključili su da je atraktivnost lika u vezi sa društveno poželjnim karakteristikama, a sve što je neprivlačno da je povezano sa društveno neprihvatljivim osobinama.

Tomson i Zerbinos (Thompson & Zerbinos, 1995) ispitivale su osobine i zastupljenost muških i ženskih likova u crtanim filmovima i zaključile da je muških likova više u glavnim ulogama, više se pojavljuju, više su govorili, kao i da muškarci češće pokazuju liderstvo, bes, nezavisnost i agresiju, dok su ženski likovi skloniji da pitaju za savet i pokažu naklonost. Upoređujući istraživanja koja se bave temom roda u crtanim filmovima, objavljena 1970. godine, sa istraživanjima posle 1980. godine, uočene su „značajne promene u pogledu smanjenja stereotipnog prikaza likova, posebno ženskih." (Thompson & Zerbinos, 1995: 651). Uticajem crtanih filmova na process rodne socijalizacije bavile su se i Ahmed Abdul Vhab (Ahmed & Abdul Wahab, 2014) oslanjajući se na nalaze istraživanja Thompson & Zerbinos (1995) i druge autore/ke koji/e su se bavili/e istim pitanjem. One su istraživale rodnu zastupljenost muških i ženskih likova u crtanim filmovima koji su emitovani od jula do januara 2013. godine na popularnom dečjem kanalu koji se gleda širom sveta - Cartooon Network. Došle su do zaključka da „televizija promoviše dominantnu ideologiju kao što su patrijarhalne vrednosti koje održavaju postojeći društveni poredak" (Ahmed & Abdul Wahab, 2014:46). Naime, analizirajući sadržaje crtanih filmova otkrile su da ima više crtanih filmova koji su sadržajno orjentisani više ka muškarcima nego prema ženama, da su muški likovi u crtanim filmovima brojniji, kao i da su muške uloge više zastupljene od ženskih. Potom, muški likovi su prikazani kao fizički moćniji i jaki, dominantni, i u glavnim ulogama, dok su ženski likovi prikazani kao inteligentni, ali manje moćni. U samo nekoliko crtanih filmova žene imaju glavnu ulogu ili su predstavljene kao junakinje. Navode da su „muški likovi socijalizovani da budu jaki, aktivni i agresivni, a devojke su socijalizovane da budu lepe i seksualno privlačne kao slabije i pasivne" (Ahmed & Abdul Wahab, 2014: 52). Ovakva stereotipna zastupljenost rodnih uloga u crtanim filmovima prema mišljenju pomenutih autorki (2014) deci prenosi pogrešne poruke, oblikujući dečje razmišljanje u okvirima patrijahalnog obrasca. Imajući u vidu važnu ulogu poruka koje crtani filmovi odašilju i kojim učestvuju u modeliranju rodnih ponašanja kod dece, Ahmed i Abdul Vhab (Ahmed & Abdul Wahab, 2014) savetuju da nedovoljnu zastupljenost ženskih likova kao i stereotipno predstavljanje muških i ženskih likova treba izbegavati i uravnoteženo ih prikazivati u rodno osetljivim odnosima. Na ovaj način, crtani filmovi, utičući na proces socijalizacije, odašiljaće poruke deci koje će oblikovati i izgrađivati ideju o uravnoteženim

muško-ženskim odnosima, ravnopravnim ulogama i položaju žena i muškaraca u društvu, te kontinuirano održavati osvešćenost o rodnoj osetljivosti kod dece.

Gnjatović Milena (2012) predstavljajući lik Beti Bup iz istoimenog crtanog filma, nastalog tridesetih godina dvadesetog veka u studiju „Takatroons" Dejva Maksa Flajšera kao prve fleper dame[7] u ovom studiju, zaključila je da je serijal pomenutih animiranih filmova prekinuo dotadašnju tišinu ženskosti. Naime, fleper era je period kada mlade žene na Zapadu po prvi put izlaze iz privatnog u javni domen, počinju da nose kratku kosu, mini-suknje, slušaju džez i plešu na igrankama. Beti Bup kao crtani lik kroz kratkometražne crtane filmove je tokom tridesetih godina prošlog veka dodirnula najaktuelnije teme ovog doba. Međutim, kako Betin lik nosi i crte dečjeg, „nacrtana je sa glavom sličnijoj bebinoj, nego glavi odrasle osobe i većoj od ostatka tela" (Gnjatović, 2012: 195), i pri tom ima piskav detinji glas, Dejv i Maks Flajšer (Fleischer) su sugerisali „kombinaciju deteta i zrele žene koju su mnogi prepoznavali u fleper tipu, koji Ficdžerald opisuje kao „ljupku, privlačnu, skupu i oko devetnaeste"" godine devojku (Gnjatović, 2012: 195). Iako na prekretnici starog i novog, sa vizijom slobode ženstvenosti, ako zanemarimo reprezentaciju rasizma, etičkih problema i uticaja na muzičku industriju, Beti Bup ostaje u okvirima patrijarhalnog. Njen lik je doprineo samo promeni načina ispoljavanja tradicionalnog posmatranja žene, jer je njena uloga samo javno razgolićena reprezentovanjem naglašene ženske seksualnosti. Iako kasnije društveni problemi utiču na transformaciju fleper devojke Beti Bup u konzervativnu crtanu junakinju, ona je oličenje novog vremena, era drugačijeg odnosa prema odevanju, ponašanja žena i njihovom položaju u društvu.

Baveći se dekonstrukcijom rodnih stereotipa i predrasuda u epizodama serijala crtanog filma „Pepa Prase" Đekić (2016a) je želela da utvrdi načine reprezentovanja muškaraca i žena u navedenim kratkim animiranim formama. Epizode su bogate moralnim poukama (zdravstveno-higijenske navike, kulturne navike, nenasilna komunikacija i nenasilno rešavanje konflikata), pored dopadljivih animacija, ritmične muzike koja pojačava slikovne i verbalne forme, „iz ponašanja glavnih junaka deca zaista imaju šta da nauče. Međutim, kada je reč o rodnosti, rodna osetljivost nije preovlađujuća" (Đekić, 2016a: 89), jer je žena predstavljena u njenoj društveno i tradicionalno zadatoj poziciji, bilo kao supruga, bilo kao majka, kćerka, koleginica, negovateljica, neznatno portretisana kao nezavisno biće. Ipak, Đekić (2016a: 89) zaključuje da je analiza „pokazala da

7 Fleper dama je izraz koji se koristi za opisivanje stila ili načina ponašanja koji je neobičan, često ekscentričan i opušten. Ovaj pojam potiče iz dvadesetih godina prošlog veka i obično se povezuje sa ženama koje su se protivile tadašnjim društvenim normama, često kroz modu i ponašanje koje su odražavale slobodu i nezavisnost.

postoje segmenti i uloge, koje su u potpunosti rodno neutralne kao što postoje i one koje su progresivne u rodnom smislu. U jednoj od epizoda muškarac je prikazan u kuhinji, gde preuzima na sebe one poslove koji se smatraju ženskim, kao što je to priprema jela. Prikaz žene prilikom profesionalnog rada predstavlja pomak u reprezentaciji žena u crtanim filmovima" (Đekić, 2016a: 89). Ovo je značajan korak u promeni reprezentovanja rodnih uloga jer predstavlja iskorak iz patrijahalnog diskursa, te ukazuje da je „promena moguća i poželjna s obzirom na to da se deca identifikuju sa likovima koje vide na televizijskom ekranu i internetu" navodi Đekić (2016a: 89). Takođe zapaža da su „crtani filmovi jedan od važnih faktora koji kreiraju dečju kulturu" (Đekić, 2016a: 82), posebno ako se ima u vidu da današnja net generacija dece od najranijeg uzrasta svakodnevno koristi internet.

Snežana Milenković (2008) razmatra uticaj televizije na decu, posebno akcentujući uticaj crtanih filmova. Polazeći od činjenice da televizija ima pozitivan, ali i negativan uticaj, razmatra i ulogu roditelja u odabiru programa koji deca gledaju. Televizija magično utiče na decu, pa interesovanje za crtane filmove počinje još u rano doba i menja se tokom razvoja, a vrhunac interesovanja dece za crtane filmove javlja se oko pete-šeste godine života (Milenković, 2008).

„Obično se smatra da su crtani filmovi sami po sebi pristupačni deci" (Milenković, 2008: 168), međutim, oni kao animacija odgovaraju dečjem doživljaju sveta i načinu sticanja iskustva. Crtani film „kao igra iluzije odgovara potrebi deteta da povezuje elemente svog iskustva u nove celine, da mašta, sanjari i preživljava emocije junaka sa kojima se identifikuje, što sve doprinosi razvoju njegovih intelektualnih potencijala" (Milenković, 2008: 171). „Prosečno dete uspeva da razume svet crtanih filmova sa pet godina života i filmovi počinju da imaju uticaja na decu (Milenković, 2008), ali i na to da deca sama biraju šta žele da gledaju" (Đekić, 2016a: 84). Ovo daje šansu odraslima da putem izbora crtanih filmova pozitivno utiču na razvoj dečje ličnosti. Milenković (2008) naglašava da je pogrešno shvatanje da dete bira lik iz crtanog filma za identifikaciju prema sopstvenoj ličnosti, jer na takvu odluku deluju mnogi faktori: porodica, vrtić, i druge ustanove, vršnjaci, sredina koja ga okružuje, mas-mediji, jer se dete razvija i raste kao rezultat svih tih uticaja. Identifikacijom sa negativnim likovima iz crtanih filmova „dete doživljuje avanture i uzbuđenja kojih je u običnom životu lišeno; oslobađa se potisnute (nagomilane) agresije i drugih negativnih emocija" (Milenković, 2008: 168). Ista autorka (2008), oslobađanje negativnih emocija kod dece poredi sa Aristotelovom teorijom o „katarzi" gde gledalac doživljavajući emocije junaka iz predstave „pročišćava svoju dušu", oslobađajući se nagomilanih različitih neprijatnih emocija. Međutim, Milenković (2008: 168) kaže da Bandura i njegovi saradnici o identifikaciji dece sa agresivnim likovima razmi-

šljaju drugačije: „posmatranje agresivnih postupaka dovodi do podržavanje modela agresivnog ponašanja". Otuda jedan deo stručne javnosti zastupa mišljenje da prikazivanje agresivnosti u crtanim filmovima doprinosi razvoju agresivnosti kod dece. Ukoliko su deca dugo izložena agresivnim sadržajima (gledaju surove borbe, ubijanja) „mogu shvatiti da je agresivno ponašanje normalno i prihvaćeno ponašanje. Ne postoje dokazi da prikazivanje nasilja sa dobrim ili delimično dobrim ciljem može biti manje škodljivo za pojedinca ili društvo, nego prikazivanje nasilja sa lošim ciljem" (Milenković, 2008: 168). Činjenica je i da crtani filmovi obavezno polarizuju junake na dobre i zle, kako piše Milenković (2008), te sredine uglavnom nema, i da su dobro i zlo ovaploćeni kroz junake. Problem koji se javlja, manifestuje se na taj način što su ti junaci uobičajeno rodno stereotipno predstavljeni: muški likovi su uglavnom agresivni, borbeni i ratuju, ubijaju radi dobra, dok su ženski likovi tihi, plašljivi ili zli, te ubijaju u svrhu zla (zle vile, veštice, maćehe) ili ih uopšte nema zastupljenih.

U studiji, čiji je cilj bio da se ispita vrednovanje uticaja crtanih filmova na decu u ranom uzrastu od strane njihovih majki, autori Asije Ivrendi i Atije Adak Ozdemir (Asiye Ivrendi & Atiye Adak Özdemir, 2010: 2563) su došli do zaključka da majke smatraju da crtani filmovi „podržavaju učenje, menjaju ponašanje dece i sadrže predrasude." Prema navodu istih autora (2010: 2564) „rezultati istraživanja pokazali su da mišljenje majki o uticaju crtanih filmova na decu zavisi od njihovog stepena obrazovanja, uzrasta dece, dužine zajedničkog roditelj-dete dnevnog gledanja televizije i njihove percepcije televizije" (Ivrendi, Özdemir, 2010: 2564). S tim što majke visokog stepena obrazovanja evaluiraju više pozitivno uticaj crtanih filmova na decu, nego majke nižeg stepena obrazovanja (osnovna i srednja škola). Kada je reč o uticaju koje crtani filmovi imaju na decu u odnosu na njihov uzrast, majke dece uzrasta šest godina češće su smatrale da sadržaj crtanog filma menja ponašanje njihove dece, od majki čija deca imaju pet godina, jer se problemi u crtanom filmu rešavaju na nerealne načine, prikazujući nerealne scene, događaje i simbole, čime preusmeravaju funkcionisanje dece u stvarnom životu. Kako deca ne mogu u potpunosti napraviti razliku između stvarnosti i mašte, oni bez razlike imitiraju ono što vide u crtanim filmovima, a to može biti pozitivno ili negativno u zavisnosti od onoga što gledaju. Nije bilo značajnih statističkih razlika u pogledu vrednovanja uticaja predrasuda na decu između majki različitog nivoa obrazovanja. Što se tiče dužine zajedničkog gledanja televizije, pokazalo se da su majke koje su gledale sat ili dva crtane filmove zajedno sa decom smatrale da uticaj crtanih filmova može biti negativan i da menja ponašanje dece, u poređenju s majkama koje su zajedno s decom gledale crtani film manje od jedan sat. Kada je reč o percepciji televizije, majke koje su televiziju doživljavale kao zabavu podržavale su i učenje koje je nudio crtani

film, za razliku od majki koje su televiziju posmatrale kao informativnu i koje su smatrale da crtani filmovi menjaju ponašanje dece svojim sadržajem, skrećući ih sa stvarnog života u svet mašte. Moguće je da su ove majke televiziju posmatrale kao izvor informacija, a crtani filmovi imaju nedostatak informativnog sadržaja o realnim problemima (Ivrendi, Özdemir, 2010).

Irena Oroz Štancl (2014) u svom istraživanju navodi da se crtani filmovi upotrebljavaju i za prikriveno oglašavanje čime su deca od najranijeg uzrasta podvrgnuta potrošačkoj socijalizaciji, o čemu treba imati svest, jer kontinuirana izloženost dece ovoj markentiškoj tehnici kroz vizuelnu i slušnu kategoriju dobro uklopljenu u radnju filma ima znatno dublje implikacije. Autorka (2014) ne govori u radu o rodnoj stereotipiji, ali navodeći neke junake crtanih filmova kao primere uz pomoć kojih i kroz koje se skriveno oglašava, uočavaju se i ženski i muški likovi u rodno tipiziranim ulogama. Muški se javljaju u različitim rodnim ulogama (konzumenti hrane i pića, kupci skupih automobila) i obavezno su u javnoj sferi. Na primer, „Mornar Popaj" kojem spanać daje snagu i moć, osim što je povećao proizvodnju spanaća za 30% u SAD (Oroz Štancl, 2014: 82), eksplicitno predstavlja tradicionalno obojenu rodnu ulogu muškarca: konzument spremljene hrane, agresivnost, fizička snaga i moć. Homer Simpson ispijajući svoje omiljeno pivo, slično Mornar Popaju, ne samo što uveća promet brendiranog piva, već je u ulozi tipičnog tradicionalnog muškarca, dok Gustav kupujući automobil na kojem je logo poznatog proizvođača automobila, prolazi pored logo oznake poznatog lanca hotela. Za žene je rezervisana tradicionalno uloga deteta, negovateljice, majke, što se jasno uočava kroz lik junakinje Jagodice Bobice u epizodama istoimenog crtanog filma, koja je svojom pojavom pospešila prodaju već postojeće linije igračaka (Oroz Štancl, 2014).

Dafina Lemiš (2008) u svojoj opsežnoj studiji istražuje uticaj televizije na decu, između ostalog, i kao uticaj na oformljivanje rodnih uloga. U kontrolisanim uslovima istraživanja ona dolazi do rezultata koji ukazuju na to da deca mogu usvojiti nove rodne uloge gledanjem televizije, posebno ako su ti likovi koji šalju poruku istog pola kao i deca. Za razliku od dečaka koji se opiru prihvatanju novih uloga tradicionalno povezanih sa ženama, zapazila je da su devojčice prijemčivije za prihvatanje uloga koje su tradicionalno povezane s muškarcima. Da bi ta promena bila usvojena kao pozitivno ponašanje i bila trajnijeg karaktera neophodno je stalno pružati deci slike koje nisu stereotipne. Dafina Lemiš (2008: 167) pored navedenog ističe: „Važna je uloga okruženja u kojem dete raste i razvija se, koje bi trebalo da ohrabruje i podstiče nestereotipne sisteme vrednosti." Jer, ukoliko nema podsticaja za novo i drugačije od tradicionalnog, većina emitovanog sadržaja namenjenog deci, samo će održavati dominantne društvene obrasce. Tu spadaju i crtani filmovi koji ženske likove

prikazuju kao nemoćne i zavisne, koje muškarci moraju da brane i spašavaju, a koje vide kao povod za avanture. Sam položaj žena zavisi od značenja koje imaju za muške likove. Isto tako nudeći obrasce prihvatanja ljubavi i romanse koji odgovaraju tradicionalnom shvatanju, oblikuju dečju maštu.

Feminističke teorije ukazuju na to da su Diznijevi crtani filmovi rodno nesenzitivni, bogati rodnim stereotipima i ogledalo tradicionalnog diskursa. Međutim, uticaj koji je imao feminizam ipak se zapaža u Diznijevim crtanim filmovima, prema mišljenju Ejmi Mišel Dejvs (Davis Michele Amy, 2001). Diznijeva korporacija je prolazila kroz niz promena, shodno metamorfozama u stavovima u samom društvu prema ženi, odnosno prema mišljenju šta karakteriše dobru, a šta lošu ženu. Pa tako princeze jesu pomalo drugačije izgledale, ali je Dizni studio ostao i nadalje regenerator konzervativnih vrednosti. Princeze nisu više bile tihe, povučene već su postale prkosne, nezavisne, tvrdoglave, no u njihovu ličnost su ipak bile uključene osobine koje su odražavale izražen osećaj za negu, brigu i praštanje, što je ženu vraćalo u patrijahalni diskurs. Ejmi M. Dejvs (2001) se inače u svojoj knjizi bavila istraživanjem transformacije slike žene (da li se i kako menjala) u Diznijevim crtanim filmovima tokom vremena.

Maja Goc (Maya Götz, 2008) baveći se pitanjima dece, rodnosti i televizije, u svojoj studiji *A few reminders for more gender sensitivity in children's TV* („Nekoliko podsetnika za veću rodnu osetljivost u dečjoj televiziji") razmatrala je i pitanje, šta pojmovi „žena" i „muškarac" u Diznijevom diskursu označava. Autoka (2008) naglašava da su Diznijeve devojke i žene izuzetno privlačne i lepe, prikazane kao premršave, previsoke, one koje ne donose važne odluke, često zaokupljene kućnim poslovima, a jedini motiv koji ih pokreće javlja se samo kada je u pitanju romantika. Žene su obično stereotipizirane na dva načina: „kao plavuše – prikazane su kao drage djevojke ili pak kao plave kuje (zloca, eng. *bitch*); kao crvenokose – prikazane su kao tvrdoglave ili bezobrazne" (Götz, 2008: 4). Za razliku od njih dečaci i muškarci su prikazani kao vođe, često i kao usamljeni likovi, prinčevi, heroji. „Muškarci su obično stereotipizirani na četiri načina: prikazani su kao usamljeni kauboji, emocionalni mamini sinovi, pametni mali dečaci i kao glupani" (Götz, 2008: 4). Takođe, zapazila je da je u svega 32% slučajeva ženski lik u glavnoj ulozi, dok su muški likovi zastupljeni u 68% slučajeva, a u nekim slučajevima žene su izostavljene u potpunosti. Kao i da su devojke „prikazane u ograničenim ulogama, ali i da se malo pažnje posvećuje i pitanjima dečaka i krizama sa kojima se suočavaju" (Götz, 2008:2). Dečija televizija predstavlja mali svet u kojem postoji i pitanje rasa i nacionalnosti, te Goc (2008:3) zapaža da „72% svih glavnih uloga u dečjoj televiziji su belci". U animiranim filmovima gde je lik životinja, čudovište i drugo, u glavnoj ulozi, odnos zastu-

pljenosti muškaraca naspram žena je 87% na prema 13% koje otpada na učešće žena, navodi Goc (2008).

Dafina Lemiš i Maja Goc (Lemish Dafne i Götz Maya, 2017) u svom članku „Izvan stereotipa" (*Beyond the Stereotypes?)* ukazuju na postojanje rodnih stereotipa u emisijama i animacijama koje su namenjene deci, sa ciljem da otklone rodne nejednakosti prikazane u medijskim sadržajima koje konzumiraju deca. Lemiš i Goc (2017: 11) kažu da se rodna nejednakost ogleda u tradicionalnim reprezentacijama muškaraca i žena. Brojne studije pokazuju „dominaciju muških likova (najčešći nalaz je jedna žena i dva muškarca) i da je ova disproporcija još izraženija u animiranim nehumanim likovima (životinje, predmeti, „vanzemaljci"); potom, muški likovi su prikazani kao model hiper-maskuliniteta, nekada mišićavi, a danas češće kao majstori upravljanja i korišćenja tehnologija, nauke i oružja. Oni „deluju kao racionalni, hrabri, aktivni, snalažljivi i često kao lideri. Oni imaju tendenciju da se konflikti rešavaju agresivnom upotrebom fizičke sile, za koju su često nagrađeni divljenjem drugih. Oni ne pokazuju emocije ili ranjivost, ali pokazuju više snagu i odlučnost" (Lemish i Götz 2017: 11). Iste autorke (2017) navode da kada muški likovi krše rodne stereotipe onda su predstavljeni kao smešni, opuštenog karaktera, koji ne brinu mnogo o uspehu i postignućima i nisu savršeni u pogledu izgleda, akcije i karaktera.

Stereotipno su predstavljeni i ženski likovi u dečjim medijima. Ženski likovi su uglavnom hiperseksualizirani „preterano poprsje, uske u struku, duge noge, duga kosa, dugačke trepavice, crvene usne i naglašavaju svoju ženstvenost tako što nose odeću u ružičasto-ljubičastim pastelnim bojama, ukrašavaju se „devojačkim" dodacima i kreću se u koketnim pozama" (Lemish i Götz, 2017: 11). One su „previše emotivne, zavisne, usredsređene na svoje uloge i na potragu za romantičnom ljubavlju, sa kompetencijama „kučke" i drugim ženskim karakteristikama, usmerene u potrazi da privuku pažnju svog muškarca" (Lemish i Götz, 2017: 11). One nisu zainteresovane za nauku, tehnologiju, inženjering, matematiku, ali zato ulažu u razvoj veština i interesovanja koji su u okviru domaćinstva. One su pasivni posmatrači i negovateljice koje slede muškarce kao vođe i uglavnom su spašene od strane muškarca iz raznovrsnih nedaća koje ih u crtanim filmovima snalaze. U slučaju da je žena predstavljena kao jaka i sposobna, od nje se onda očekuje i da bude savršena: „lepa, pametna, uspešna, visoka, da ima nadprirodne ili veoma jedinstvene talente" (Lemish i Götz, 2017: 11). Zato nema modela devojaka koje su nesavršene, kojima je dozvoljeno da razočaraju ili da budu samo osrednje. Izuzetak od ovih stereotipa je crvenokosa devojka kojoj je dozvoljeno da razbije rodne norme. S toga navedene autorke (2017: 11) kažu da se „suština ovih razlika može obuhvatiti izrazom: dok muški

likovi „rade“ (fokusiraju se na akciju), ženski likovi „se pojavljuju“ (fokusirano na pasivno postojanje za druge, da se ugledaju - izgledaju)“.

Kao poseban element proizvodnje rodnih stereotipa u medijskim sadržajima Lemish i Götz (2017) vide tehničke mogućnosti koje televizije koriste i time naglašavaju i pojačavaju rodne nejednakosti. Manipulativno delujući „muzikom, zvučnim efektima, izborom boja, kadrovima kamera, uređivanjem, korišćenjem filtera fotoaparata pružaju podršku segregaciji devojaka od dečaka na ekranu“ (Lemish i Götz, 2017: 11,12).

Kada je reč o deci, emocijama i televizijskom sadržaju, valja istaći da postoji izvestan broj istraživanja koja se bave ovom problematikom. Međutim, uglavnom se posmatraju iz ugla medijskog sadržaja, koji, usled obojenosti određenim emocijama kao segment umetničkog filmskog koda, deluje na publiku. Na emocije se, dakle, gleda uopšteno kao na medijske resurse. Emocije svakako jesu resursi medijskog sadržaja čime se publika privlači i socijalizuje. Međutim, prikupljajući istraživanja koja su se bavila pitanjem emocija i medijskih sadržaja nisam uspela pronaći nijedan rad koji se odnosio na istraživanja koja bi se povezala sa rodnošću. Na primer, kao istraživačicu me zanimalo koje emocije su najčešće zastupljene kod muških, a koje kod ženskih likova i njihov uticaj kao faktora rodne socijalizacije na decu. Kao zaključak, na osnovu dosadašnjih naučnih radova, nameće se da su emocije u istraživanjima uvek bile zastupljene, ali kao nešto sporedno, posebno kada je reč o pozitivnim emocijama. S druge strane, negativne emocije su zastupljenije kao istraživačka pitanja, i to uglavnom u kontekstu nasilnih sadržaja koji podstiču agresivno ponašanje kod dece, naročito kod dece muškog pola.

Polazeći od činjenice da deca dosta snažno doživljavaju emocije dok gledaju crtane filmove i televizijske sadržaje, uranjajući u različita osećanja animiranih junaka ili često zamišljajući i sebe u scenama, Goc i Slot (Götz & Schlote, 2016: 2) navode da je pogrešno postavljati tabue kada je reč o izražavanju emocija, jer svako neizražavanje i potiskivanje emocija „smanjuje kvalitet života, eventualno vodi ka psihološkim poremećajima“. Ovo se dešava, navode iste autorke (2016: 2) „jer svaka emocija signalizira nešto“, s obzirom da „emocije formiraju bazu veza neke osobe sa njenom okolinom“ i omogućavaju održavanje veze sa okolinom ili je poremete.

Jedna od snaga televizije, naglašavaju Goc i Slot (Götz & Schlote, 2016: 3), kroz koju ona snažno utiče na publiku, jeste i „intenzivno emocionalno iskustvo” koje pruža korišćenjem umetničkih filmskih kodova. Time može pokrenuti „snažne emocije kao što su strah, ponos, radost, sramota”, bes i ljutnja. Televizija može dovesti do traumatičnih iskustava, jer deca kada ne razumeju sadržaj mogu kognitivno da se isključe, ali emocionalno ostaju uključena. Isto tako, koristeći

boje, muziku, scenografiju, dramaturgiju, odnosno umetničke filmske kodove i likove, a pri tom govoreći o drugim nacijama, rasama, etničkim zajednicama ili rodnosti, televizijski sadržaj može biti izuzetno moćno stereotipno sredstvo koje izaziva određene emocije. Način naracije emocija poput ljubavi, zavisti, bola, tuge ili stracha stvara realna iskustva, te televizija može doprineti poboljšanju razumevanja navedenih emotivnih stanja kod sebe ili drugih i promovisati prosocijalne načine emocionalnih izražavanja ili delovati u destruktivnom smeru (Götz & Schlote, 2016). Iste autorke (2016: 3) navode i da „stvar koje se prvo spontano sećamo su emocije koje je gledalac doživeo tokom gledanja emisije", te ako je „emisija bila emocionalno prijatno iskustvo, deca i adolescenti će je odabrati opet."

Jedno drugo istraživanje koje su sprovele Goc i Švarc (Götz & Schwarz, 2014) zajedno sa kolegama iz 16 drugih zemalja u sklopu IZI organizacije bilo je usmereno na prikupljanje podataka na osnovu samoevaluacije ispitanika, dece od 6 do 16 godina o njihovim emocijama. Pitanja su bila usmerena na saznavanje sledećih informacija: Koje emocije su osetili u poslednje vreme, koliko često su doživeli određene emocije u poslednjih sedam dana i do kog obima su te emocije pokazali drugima. „Kao dodatak, ispitanici su bili pitani da samoevaluiraju kako njihovi roditelji reaguju na demonstraciju emocija, koje emocije osećaju kada gledaju televiziju i do kojeg obima bi televizijski likovi ili ličnosti trebalo da iskreno prikazuju svoja osećanja" (Götz & Schwarz, 2014: 10).

Dakle, u 17 zemalja (Kanada, Malezija, Ukrajina, Bosna, Avganistan, Slovenija, Kina, Iran, Kuba, Nemačka, Australija, Španija, Holandija, Italija, Danska, Argentina i Tajland) u kojima su anketirana deca došlo se do rezultata da oni osećaju različite emocije i to najviše sreću u svim zemljama, iskazujući je svakodnevno osmehom, dok je u Kini veoma mali broj dece pokazuje ili je uopšte ne pokazuje. U svim zemljama roditelji odobravaju pokazivanje emocije sreće, osim u Avganistanu prema mišljenju dece (Götz & Schwarz, 2014).

Emociju ponosa u Maleziji i Hong Kongu deca uopšte ne ispoljavaju, na Kubi i u Bosni je najviše zastupljena, dok većina roditelja prema proceni dece odobravaju kada deca pokazuju svoj ponos (Götz & Schwarz, 2014).

Ljutnja i bes su emocije koje su u većini zemalja osetila samo dvoje od desetoro dece u poslednjih sedam dana. U Nemačkoj je zapaženo da dečaci više ispoljavaju pomenute emocije od devojčica, dok je u Bosni deca oba pola češće osećaju i ispoljavaju. Ni u jednoj od zemalja ispoljavanje besa i ljutnje roditelji ne odobravaju, osim u Avganistanu (Götz & Schwarz, 2014) .

Strah je u poslednjih sedam dana osetilo skoro 1/5 dece, s tim što deca u Maleziji misle da im roditelji brane iskazivanje straha, za razliku od dece u ostalim zemaljama (Götz & Schwarz, 2014).

Tugu su u poslednjih sedam dana u svim zemljama deca ispoljavala, dok razlika postoji u roditeljskom odobravanju ispoljavanja tuge, te „dok roditelji u Avganistanu i Nemačkoj cene da njihova deca prikazuju ovu emociju, prikazivanje tuge nije poželjno kod devet od deset roditelja u drugim zemljama kao što je Bosna i Malezija" (Götz & Schwarz, 2014: 11).

Kada je reč o plakanju dece, u poslednjih sedam dana deca su uglavnom plakala zbog tuge, ali i zbog fizičkog bola ili besa i ljutnje.

Zavist je emocija koja je najmanje zastupljena kod sve dece, ali i najmanje prihvatljiva za prikazivanje kod svih roditelja.

Na pitanje zašto postoje tolike internacionalne razlike među roditeljima u obimu ispoljavanja i prihvatanja navedenih emocija, pomenute autorke (2014: 13) navode da „neke od internacionalnih razlika mogu biti razumljive usled savremene političke situacije. Kao što je u Avganistanu ili u Ukrajini. U drugim zemljama razlike proizilaze iz kulturnih osobenosti, kao u socijalističkoj Kubi gde je mnogo manje kriminala i manje nesloge između socijalnih klasa što se tiče materijalnog bogatstva nego u drugim zemljama" (Götz & Schwarz, 2014: 13). Osnovna pretpostavka je da su južne zemlje, Južna Amerika i slovenske zemlje mnogo emocionalnije, dok su severne zemlje Nemačka i Holandija emocionalno rezervisanije, a jugoistočno-azijske kulture prikazuju izuzetno malo emocija.

Najčešće emocije koje su povezane sa gledanjem televizije su radost/sreća i tuga koju devojčice snažnije doživljavaju od dečaka, potom bes, zavist i ponos podjednako snažno doživljen kod oba pola dece (Götz & Schwarz, 2014).

Na pitanje „do kolikog obima bi trebali televizijski likovi ili ličnosti iskreno da pokažu kako se osećaju" (Götz & Schwarz, 2014: 10), deca širom sveta smatraju da likovi treba da iskreno pokažu kako se osećaju, više nego da ih demonstriraju (Götz & Schwarz, 2014).

Udruženje novinara Srbije i Unicef Srbija su 2014. godine objavili studiju *Analiza televizijskih programa za decu u Srbiji,* u okviru koje su analizirali sadržaje i stepen zastupljenosti crtanih filmova koji se emituju na javnim servisima i privatnim komercijalnim televizijama. Rezultati analize su pokazali da posmatrano prema sadržaju postoje crtani filmovi čija je suština zdravstveno-higijenske navike, zdrava ishrana, potom „da šalju pouke o prijateljstvu i vrednostima u ophođenju prema drugome" (Unicef, Udruženje novinara Srbije, 2014: 32), neki junaci crtanih filmova smešteni su u porodično okruženje, gde se porodica tretira kao pozitivna kategorija i utočište, a neki su smešteni u vanporodično okruženje (Nodi). U serijalima „Pingvini sa Madagaskara" zapaženo je podsticanje na stereotipna ponašanja na nacionalnoj osnovi, uzrečicom „´ba´, ti si gluplji i od nas" čime se pothranjuje stereotip o „glupim Bosancima", potom često korišćenje izraza koji se graniče sa pristojnošću „kraljevska guzetina" kao i podsticanje

predrasuda na primer, „moronomer“, kada se za nekog negativnog kaže da je na gornjoj granici imbecilnosti (Unicef, Udruženje novinara Srbije, 2014). Kada je reč o stereotipima, autori/ke su zapazili/e podelu animiranih filmova na „ženske i muške”, uglavnom na kablovskim kanalima (pet muških i sedam ženskih), mada postoji zastupljen i manji broj mešovitog sadržaja gde nema stroge podele u odnosu na pol. Borba protiv zla i nasilje su zastupljeni u šest crtanih filmova koji emituju kablovski emiteri, zastrašujuće scene (poput replika iz „Ben 10“ - „Mrzim kada je krv po mojoj testeri”) dominiraju u deset animiranih filmova koji se emituju na nacionalnoj frekfenciji (RTS) i u pet animiranih serijala koje emituju kablovski operateri. „U serijama Winx i Tottaly Spies negativci se najčešće pojavljuju u muškoj ulozi“ (Unicef, Udruženje novinara Srbije, 2014: 33), dok se u romantičnim dugometražnim animacijama, gde se radnja vrti oko ljubavi između prinčeva i princeza, glavne junakinje su oličenja lepote, dobrote, dok su ružne žene izvor problema i zle veštice. Primećeno je i naglašavanje jednakosti između sreće i bogatstva. Međutim, zapaženo je i nekoliko crtanih filmova (Planeta Šin, Mala princeza, Monster Haj (Monster High)) koji se na duhovit način suprotstavljaju uvreženim stereotipima i socijalnim problemima po nekoliko osnova. Na primer, u crtanom filmu „Planeta Šin” kralj planete je najniža osoba, princeza je ružna, majmun je inteligentniji od svog nespretnog prijatelja zemljanina, nijedan stanovnik ne liči na onog drugog, stiče se utisak kao da su različitih vrsta; u „Maloj princezi”, princeza nije oličenje lepote i nema uvrežene manire princeze; „Monster Haj” (Monster High) za glavne junakinje ima pozitivne likove iako su one čudovišta. Kada je reč o stepenu zastupljenosti crtanih filmova analize su pokazale da oni „čine 65% ukupnog programa za decu“ i to „44,8% emitovano od ukupnog programa na nacionalnim televizijama, a 79,30% na kablovskim platformama. Na svim kanalima zapažena je repriziranost crtanih filmova kako premijerno emitovanih tako i onih iz ranijih perioda i godina. Reprizni crtani filmovi uglavnom se ne uklapaju u savremenu kulturu, već promovišu stereotipnu kulturu koja se zbog datuma proizvodnje crtanog filma može okarakterisati kao podsećanje na običaje pređašnjeg vremena. Oni mogu biti emitovani, ali se sadržaji moraju prilagoditi sadašnjim kulturnim trendovima kao uostalom i sama animacija koja može iz „2D“ biti prenesena u „3D“.

Brinet, Melot i Vud (Brunette, Malloty and Wood, 1997) u svojoj studiji pod naslovom *Stereotipi i rasizam u dečjim filmovima* (Stereotypes & Racism in Children's Movies) iznoseći podatke Nacionalnog udruženja za obrazovanje dece (NAEYC) navode da deca u uzrastu od dve do pet godina počinju biti svesna postojanja pojma rase, etničke pripadnosti, pola i invaliditeta. Takođe navode da deca stereotipe uče od svojih roditelja, vaspitača, nastavnika i drugih osoba iz svog okruženja, gde pod okruženjem podrazumevaju mas-medije (knjige, te-

leviziju, filmove). Najveći proizvođač crtanih filmova za decu jeste korporacija Dizni i njihove crtane fimove svi doživljavaju kao nevine i zdrave, međutim, prema analizama brojnih istraživača/ica u mnogim od tih filmova uočeno je mnogo slučajeva rasizma, diskriminatornih scena invaliditeta, dominacije muškosti nad ženskošću i brojni neistiniti podaci. Ovo je posebno uočljivo u animiranim filmovima „Knjiga o džungli" (gde su crnci predstavljenji kao gorile sa niz loših osobina); „Maza i Lunja" (u kojem su kroz likove sijamskih mačaka negativno predstavljeni Azijati - kose oči, sa vrlo lošim akcentom, prikazani kao zlobni, lukavi, manipulativni); „Aladin" (predstavljen kao standardni američki dečak, jedan od zlih likova Džafar predstavljen je kao loš Arapin koji ima i loš akcenat, film koji ima i povremeno rasistički prizvuk pesme rečima: *Dolazim iz zemlje... gde su odsečene uši ako im se ne sviđa tvoje lice. To je varvarski, ali hej to je moj dom*), „Tarzan" i „Kralj lavova" (likovi negativno predstavljeni afroamerikanskim dijalektom); „Pokahontas" (kroz lik žene predstavljen pozitivan stereotip o ljubavi prema svojoj zemlji i negativan rodni kroz komunikaciju sa drvećem i životinjama, ali i uz istorijski netačan podatak o romantičnoj ljubavi između nje i Džona Smita, jer nije bilo romanse između njih).

Ipak, kako navode Brinet, Melot i Vud (Brunette, Malloty and Wood, 1997), moguće je sve negativne predstave diskriminatornog predstavljanja muževnosti, ženstvenosti, rase, kulture promeniti ako odrasle osobe objasne deci i poduče decu kako da izbegnu formiranje negativnih predrasuda i stereotipa predstavljajući im pozitivne slike dešavanja u gledanim filmovima tako što će im govoriti pozitivno o određenim fizičkim karakteristikama likova i kulturnog nasleđa, da im omoguće prilke da budu u interakciji sa decom drugih rasa i kulturološko drugačijih, sa decom koja imaju različite smetnje.

Takođe, jedan od načina prevazilaženja problema diskriminacije plasirane kroz dečje crtane filmove, jeste i menjanje medijske prakse pod uticajem naučnih istraživačkih radova, čemu i ova disertacija daje doprinos. Primer uticaja vidljiv je na odlukama Kompanije Dizni koja je tokom jeseni 2020. godine odlučila da stavi upozorenja o rasističkom sadržaju nekoliko kultnih crtanih filmova, poput „Petra Pana", „Damba", „Maze i Lunje"… Najpre, „na striming platformi Dizni+ dodata su upozorenja o sadržaju u manji prozor sa strane ekrana. Potom je kompanija odlučila da se pre početka filma pojavi upozorenje preko čitavog ekrana koje stoji oko 10 sekundi. „Ovaj program sadrži negativne prikaze ili loš tretman ljudi ili kultura. Ti stereotipi su bili pogrešni tada i pogrešni su sada."[8]

---

8 https://www.rts.rs/page/magazine/sr/story/411/film-i-tv/4115966/dizni-rasizam-stereotipi-maza-i-lunja-petar-pan-dambo.html

Dodaju i da ne žele da uklone ovaj sadržaj, već samo da upozore na ono što se u njemu nalazi." Tako „u novembru su uvedena kraća upozorenja na filmove poput: „Dambo" (1941) zbog rasističkih motiva; „Pesme sa Juga" (1946) koji sadrži rasistički mit o sreći robova na plantažama pamuka; „Petar Pan" (1953) da animirani klasik ismeva domorodačku kulturu; „Maza i Lunja" (1955) koji sadrže stereotipe o Azijatima; „Knjiga o džungli" (1968) zbog stereotipa o Afroamerikancima; „Mačke iz visokog društva" (1970) priča koja Azijate promoviše kroz stereotip „večitog stranca"". Konačno, 02.02.2021. godine, odjeknula je vest na medijima da je „platforma Dizni+ ukinula „Petra Pana", „Mačke iz visokog društva" i „Mazu i Lunju" zbog rasizma, a „Knjigu o džungli" i „Damba" zbog pogrešnog predstavljanja manjina."

Kada je reč o uticaju medija na decu, valja pomenuti jedno značajno istraživanje Dubravke Valić Nedeljković (2011) o tome koliko današnja deca, kako i u kojoj meri koriste medije, bilo da su tradicionalne ili neke nove platforme. Pomenuta autorka (2011: 343) navodi da je prema istraživanjima „Srbija na prvom mestu po gledanosti televizije u Evropi 2008. godine." Međutim, ono što je nju zanimalo bilo je pitanje kako deca u Vojvodini koriste svoj budžet slobodnog vremena, gde dolazi do rezultata da deca od ukupnog budžeta 7% slobodnog vremena upotrebe na gledanje sadržaja televizije, a 7% uz kompjuter. Preostalo vreme potroše na druženje sa drugarima, porodicom, spremanje sobe, čitanje, crtanje, igranje sa kućnim ljubimcima, spavanje, pevanje, slušanje muzike, pecanje, razmišljanje, učenje, vanškolske aktivnosti ili na neki vid umetnosti ili sporta. Valić Nedeljković (2011) dalje naglašava da ovi procenti dece koja provode uz neki od navedenih medija nisu sporni, koliko je alarmantna tematika tih sadržaja, potom činjenica da 47% dece niko ne kontroliše šta gledaju, dok je preostala kontrola raspoređena najviše na majke (28%), zatim na očeve (15%), onda na braću (6%), starije sestre (3%) i na nekog drugog (1%) koji/a kontroliše šta deca gledaju. Istraživanje je pokazalo i da deca u gradskim sredinama više troše budžet slobodnog vremena na neki od medija, nego deca u manjim mestima. Posebno su interesantne i zanimljive poruke, razmišljanja i utisci koje su deca imala prilike u ovom istraživanju da iskažu, kako navodi Valić Nedeljković (2011: 352, 353) pri čemu „izuzetnu zrelost za svoj uzrast pokazalo je 8% ispitanih. Neki od njih pružili su predloge za poboljšanje televizijskog programa, uglavnom za povećanje broja crtanih filmova."

5. CRTANI FILM

Prema mišljenju Ranka Munitića (2007) postoji više različitih definicija animacije i nijedna nije potpuna i celovita. Pokušavajući da pronađe što celovitiju najpre, navodi definiciju Rejmonda Spotisfuda (Raymond Spottiswoode, 1952) „animacija je tehnički termin za oživljavanje neživog u filmu" (Munitić, 2007:27), potom kao nešto bolju definiciju navodi definiciju Ralfa Stivensona (Ralph Stephenson, 1967), „animirani film je onaj koji se stvara sličicu po sličicu" (Munitić, 2007:29). Ipak, smatrajući ih nepotpunim, kao jedan od najvećih poznavalaca animiranog filma u bivšoj Jugoslaviji, pomenuti autor (2007: 25) navodi da se suština animacije i u lingvističkom pogledu mora definisati i to „dvostruko odrediti: s jedne strane kao pokretanje nepokretnog, s druge strane – kao oživljavanje neživog".

Posmatran kroz prizmu žanra, animirani film se danas sve više prepoznaje kao televizijski žanr. Posmatrajući pojam žanra iz televizijske perspektive, on predstavlja određenu vrstu medijskog proizvoda koji se odlikuje karakteristikama koje su prepoznatljive i predvidive, kao što su: likovi, zaplet, scenografija, kostimi, muzika, rasveta, tema, dijalog, vizuelni stil. Televizijski žanr je program karakterističan po „određenoj dramaturgiji, sadržaju, načinu prezentacije i nameni" (Radović, Jovanović, 2010: 295). Na primer, crtani film uvek najavljuje uvodna muzika, zatim se interpretira glasovno tema, pojavljuju se likovi, poreklo im se ne može odrediti na osnovu jezika koji govore jer su sinhronizovani, scenografija zavisi od mesta dešavanja radnje, vizuelni stil podrazumeva određen izgled likova (uglavnom veoma privlačan)…i sl. Ukoliko to ne bi bilo tako, već van standarda koji ne bi pružao osećaj poznatog i ne bi diferencirao taj proizvod od drugih (npr. da nema odgovarajuće špice koja najavljuje crtani film, a umesto vizuelno prijatnih animiranih likova da se pojave odrasle osobe koje čitaju bajku ili priču iz knjige), crtani film ne bi bio prepoznatljiv.

Ovaj primer pokazuje koliki je „ideološki značaj žanra. I dok se sadržaj, obrada i poruke žanrova pojačavaju stalnim ponavljanjem (…) kodovi i konvencije žanra, koji su inače u procesu stalnog prilagođavanja, u određenom trenutku mnogo kazuju o uverenjima i merilima društva koje ih stvara" (Mek Kvin, 2000: 44). Prema mišljenju Mek Kvina (2000: 45) „žanr odražava vladajuća merila određenog društva" ali kao i sama merila tako i žanrovi nisu nepromenljivi i nepomerivi.

Otuda ono što je „normalno" jedne ili niz godina, nekoliko godina kasnije može biti prevaziđeno i neprihvatljivo. Poslednjih godina likovi u dečjim crtanim filmovima sve manje su vizuelno nežni, privlačni, a sve više su robotizovani, ružni, izobličeni, čak zastrašujući, scenografija manje prirodna, a sve više virtu-

elna, što je posledica samih promena u društvu i procesa tehnicizacije. Ove postepene promene u standardima žanrova dozvoljavaju kreativnost što televiziji daje mogućnost da uspešne formule odbaci tek kada gledanost počne da opada.

U novom milenijumu paralelno sa razvojem novih medija razvija se i perceptivni aparat gledalaca. Osim toga danas je vreme „digitalnih urođenika i digitalnih pridošlica" (Prensky, 2005: 23-26), ali i „digitalnih izbeglica i voajera" (Wesley Fryer, prema Čikić Markov 2013:441), pa je nužno da žanr ima standardizaciju i osećaj poznatog, ali istovremeno i raznolikost proizvoda (Fiske, 1987 prema Mek Kvin, 2000: 45) kako bi zadržao svu svoju publiku. Gledaoci su danas zahtevniji, brži, zainteresovani za multimedijalne sadržaje i sposobni za pravilnu percepciju brze smene različitih žanrova. Novi žanrovi su pretežno kombinacije osnovnih žanrova ili uznapredovani bazični žanrovski modeli. Tradicionalna žanrovska klasifikacija bila je na izvestan način linearna i jednostavna.

Shodno rečenom, i sam status animiranog filma se bitno promenio.

Diskurs televizijskih žanrova je način da se obelodane i socijalizuju razne društvene pojave, kulturni fenomeni, ljudska iskustva. O jednom istom problemu se u medijima putem različitih žanrova može govoriti na različite načine (Pešić, 2012:19). Diskurs crtanih filmova je važan u (ne)predstavljanju rodnih uloga i standarda deci, posebno ranog uzrasta koja treba da učvrste i u potpunosti interiorizuju, asimiliraju i akomodiraju se na rodne uloge koje propisuje (ne)patrijarhalni obrazac ponašanja. Ali se rodne uloge mogu reprezentovati i u žanru komedija, s tim što je crtani film sasvim drugačiji diskurs od komedije, iako sadrži komične scene.

Žanr crtanog filma i filma uopšte danas je često teško odrediti, jer u jednom filmu se može preplitati više različitih žanrova. Zato se u određivanju žanra neretko polazi od fabule, preko teme do ikonografije. Prema fabuli (priči) se određuje tako što gledalac/teljka koristi važne detalje koji omogućavaju da stekne svoju sliku o junacima i događajima iz nekog (dela) filma. Inače fabula se koristi za opis kraćih tekstova, kako bi se dotakli glavni motivi i stekla predstava o tome koja je poruka. Na osnovu fabule prilikom analize lako se određuje tema. U fabuli se opisuju uzročno-posledični odnosi, ali i manje bitni događaji. Fabula nije sadržaj (Popović, 2010: 206-207), već priča koju film prenosi. Ponekada kada nije najjasnije fabulom odrediti žanr, onda je od pomoći ikonografija koja predstavlja splet prepoznatljivih slika u početnim kadrovima za određen žanr. „Ove nam slike ne izgledaju poznate samo zato što se tipski ponavljaju iz filma u film, nego i zato što nam se čini da sa sobom nose cijelo bogatstvo specifičnih konotativnih značenja uvjetovanih specifičnim žanrosvkim kontekstom u kojemu se varijantno, ali tipski prepoznatljivo, javljaju" (Turković, 2000: 9). Retki su filmovi koji su žanrovski čisti, uglavnom je to spoj više žanrova (Turković, 2000), te se

u određivanju žanrovske pripadnosti nekog serijala crtanog filma nekom žanru može rukovoditi najdominantnijom prisutnošću neke od dimenzija žanrovskog određenja. Kao najplodotvornijom u slučaju analize filmova te i crtanih filmova pokazala se ikonografija, naravno uz praćenje fabule i teme.

Posmatrano u kontekstu animiranog filma, može se reći da se on uglavnom svrstava u rod igranog filma u okviru dramskog žanra u kojem je "svijet, pun ozbiljnih problema i egzistencijalnih situacija kušnje" (Gilić, 2013: 64), dok kao podžanr animirani film može biti smešten u socijalnu dramu gde model „ljudske sudbine se definiraju društvenim problemima" (Gilić, 2013: 64). „Drama se još vidi i kao ozbiljan žanr koji uključuje jednu vrstu tragedije, koja prenosi neke normalne norme kroz emocije, i čija se priča odvija kroz dijaloge demonstrirajući i portretišući odnose između junaka" (Sigeti, 2019: 45). Takođe, svojom ljubavnom tematikom on može pripadati i žanru melodrame. Melodrama je žanr obeležen „ekstremnom emocionalnošću...a snaga filmske forme služi kako bi gledatelja uvukla u emocionalno jedinstvo s tankoćutnim likovima" (Gilić, 2013: 65). „Izraz melodrama obuhvata nekoliko različitih, ali srodnih vrsta filmova, uključujući ljubavnu priču i porodičnu dramu" (Brownrigg, 2003: 150), dakle bavi se pitanjima srca, romantike ili porodice. Crtani film svojom avanturističkom tematikom „o zanimljivim događajima (pustolovine), koji su često bizarni (fantastični, kriminalistički, ratni) odnosno bitno različiti od svakodnevna iskustva" (Gilić, 2013: 63) može biti svrstan i u avanturističke filmove. Često bez obzira na temu, crtani filmovi obiluju komičnim scenama što ih može svrstati i u žanr komedija.

Dakle, u zavisnosti od modela klasifikacije crtani filmovi mogu biti najpre svrstani u žanr dečjeg programa, ali i u jedan od žanrova koje navodi Gilić (2013), tek u svakom slučaju „animirani film je multimedijska umetnost zato što u sebi objedinjuje likovnu umetnost u svim njenim oblicima: crtežu, slici, ilustraciji, karikaturi, vajarstvu (kroz plastelin i lutka film), zatim filmsku umetnost, kroz komponovanu muziku za film, aranžiranu ili odabrana od već postojeće. Tu treba dodati i književnost, sa bogatom riznicom dela koja mogu poslužiti kao predložak za animirani film, specijalno napisanu priču, kao i dramsku umetnost, kojom se kroz dijaloge i glasove upotpunjuje filmska celina" (Vlajić, 2000: 95).

5.1. Kodovi filmske umetnosti u crtanim filmovima

Osnovni principi funkcionisanja TV reklame su na *slikovnom* i *neslikovnom* nivou, koji u suštini podrazumevaju zasnovanost većim delom na neverbalnoj komunikaciji, dok se verbalna komunikacija odnosi na jezički kod.

Kodovi „predstavljaju određene standardizovane znakovne elemente, radnje" ili sredstva izražavanja koja „pripadaju filmskoj umetnosti sama po sebi ili nekim drugim izražajnim formama, a pri tom se koriste u televizijskoj reklami kao i u filmu u celini" (Tadić, 2006: 85).

5.1.1. Slikovni kodovi filmske umetnosti crtanog filma

Kod fotografije prema Tadiću (2006: 85) podrazumeva isticanje i bogatstvo sadržaja koje se postiže načinom kadriranja i scenskim rasporedom likova i objekata u kadru, čestom prisutnošću naglašavanja detalja, krupnog plana i krupnog kadriranja, upotrebom posebnih tehnika osvetljavanja, čestim pokretima kamere i neobičnih uglova snimanja uz upotrebu posebne optike. Televizija trijumfuje u krupnom planu jer on naglašava važnost lika „i tako se priključuje težnji ka bliskosti, intimizmu i kontaktu sa ličnostima, što je jedna od odlika televizije" (Gavrić, 2010: 66). Isti autor (2010), naglašava da krupni plan kao najprirodnija podrška reči, uspostavlja ravnotežu između dejstva reči i slike te se gledaocima uvek prikazuje u krupnom planu ono na šta se očekuje odgovor. Marko Babac (prema Gavrić, 2010: 66) smatra da upotreba krupnih planova može biti i veoma zgodno sredstvo za smišljenu manipulaciju jer „u krupnom planu, najdiskretniji gubitak daha, pojava suza u očima, glas koji zadrhti zbog neke emocije, ili nedostatak bilo kakvog izraza i pored suočavanja sa očiglednim teškoćama, sve to nije hladna informacija, već komunikacija koja stvara osećajnost". Gimboš (2012) ističe da rastojanja između publike i aktera mogu biti beskonačna, ali kako bi se manipulativno delovalo najčešće se upotrebljavaju pored krupnog, srednji i opšti plan. I dok krupan plan kadrirajući uglavnom lice, teži jačem izazivanju emocija i time manipuliše publikom da saoseća sa junakom, srednji plan kadrirajući telo junaka, teži da publici pruži mogućnost da jasno "fizički analizira junaka od oblačenja preko držanja tela" (Gimboš, 2012: 115), te otkrije „i neki nedostatak aktera, naročito ako je pre toga prikazivan samo u krupnom kadru" (Gimboš, 2012:115). Opšti kadar prikazuje celu scenu, te je publici „omogućeno ne samo da posmatra aktera već i njegovo teritorijalno ponašanje kao i da bolje uoči distance između više učesnika" (Gimboš, 2012:115). Većina animacija počinje „opštim kadrom", ističe isti autor (2012:115) kako bi se publika upoznala sa vizuelno uočljivim odlikama scene, što je uvod u ono što će se u njoj dalje dešavati.

Kod boje se koristi pre svega promišljeno, jer prema mišljenju Tadića (2006: 87) boje „imaju psihološku osnovu u iskustvima i percepiranju boja, kao utiska i uticaja na gledaočevo raspoloženje." Da bi se istaklo i potenciralo dobro raspoloženje Tadić (2006) navodi da se uglavnom koriste jake transparentne kombina-

cije osnovnih boja, dok se nežna i istančana osećanja izazivaju upotrebom mekih pastelnih boja. Kada se žele naglasiti ključni i važni moment i apeli upotrebljava se uglavnom svedeni kolor (nekoliko osnovnih boja) ili crno – beli kolor slike ili kolor nekih njenih delova, uz njihovo oštro kontrastiranje kako bi se osnovna poruka još više istakla i podvukla. Isti autor (2006: 87) zaključuje da ovakva upotreba kolora „daje dozu bajkovitosti, ulepšane i maštovite slike sveta".

Neki drugi autori (Mandić, 2003; Moris, 2005c; Gesell i sar., 2008; Lišer & Skot, 1988; Bühler, 1937; Pogačnik Toličič, 1964; Smiljanić & Toličič, 1983) govoreći sa psihološkog aspekta o boji i komunikaciji bojom navode da se uz pomoć boje može ustanoviti ekstravertnost i introvertnost, smetnje koje mogu biti socijalnog ili fiziološkog porekla kod deteta, izraziti uživanje, emocionalno stanje, povezati se sa svetom odraslih, upotrebiti ih kao psihoterapeutsko sredstvo, dakle, govoriti o uticaju na ponašanje osobe. Gesell (2008); Bühler (1937), Smiljanić & Toličič (1983), Pogačnik Toličič (1964) analizirajući ulogu boja u crtežima dece ustanovili su da su boje veoma važne za uočavanje i upoznavanje emotivnog stanja deteta i da deca povezuju emocionalno i estetsko. Zapazili su da ono što dete voli predstavlja svetlijim bojama, dok ono što na njega ostavlja negativan utisak, tamnijim.

Kod oblika: se koristi prema Tadiću (2006: 88) u procesu komponovanja fotografskog prostora i oblika gde je naglašeno isticanje kvadratnih i kružnih oblika. Ova dva oblika se kao dominantni koriste jer ih ljudsko oko najlakše percepira. Česta pojava prema istom autoru (2006: 88) je i upotreba podeljenog ekrana (split screen), pa se tako u levom delu ekrana emituju slike, a u desnom tekstualne poruke ispisane na kontrasnoj podlozi, jer su neka istraživanja utvrdila da: „desna hemisfera mozga bolje obrađuje ovaj tip informacije, dok leva hemisfera ostaje prijemčiva za primanje vizuelnih utisaka".

Kod ritma sličan je muzičkoj formi ritma koju karakteriše vremenska dominanta, te se određeni kadrovi naglašavaju dužinom trajanja, ili se akcentuju ključni momenti sudarom dužih i kraćih kadrova, ili se naglašavanje nekih kadrova izvodi upotrebom posebnih efekata kao što su pretapanje, preklapanje (overlapping) i sl. (Tadić, 2006: 90, 91).

Kod tempa pruža finalnu podršku percepciji željenog užitka za razliku od ritma koji je dominantni nosilac. Uloga tempa je da bude katalizator u funkciji ritmičke dominacije komponovanja vremenske dimenzije. Uticaj tempa ogleda se u brzini kretanja objekata ili kamere u kadrovima.Tempo najčešće sledi ritam, pa tako „brzu ritmičku pulsaciju prati i odgovarajući tempo i obrnuto" (Tadić, 2006: 91).

Kod glume omogućava ubedljivost koja podrazumeva da likovi u crtanim filmovima moraju „odražavati koncentraciju tipskih karakteristika jedne tipič-

ne domaćice, profesora, radnika ili sportiste" (Tadić, 2006: 93) muškarca, žene, deteta. Zato se za tonske uloge junaka u crtanim filmovima „biraju glumci sa izražajnim glasovnim sposobnostima, kako bi se putem ekspresivnog ljudskog govora saopštila određena informacija, ili dočarala efikasna ideja propagandne poruke" (Tadić, 2006: 93) kroz lik junaka crtanog filma.

Kod scenografije „vrši dopunu značenjske strukture koja je organizovana" (Tadić, 2006: 94) u pozadini oko lika junaka crtanog filma, dok *kod kostima* sam kostim svodi „na ilustrativnu funkciju, u nešto možda većem obimu nego scenografija" (Tadić, 2006:94). Na taj način kostim postaje čak i nosioc glavne propagandne poruke, posebno u crtanim filmovima gde su uloge likova zasnovane na kostimima kao nosiocima glavne propagandne poruke. Kostim „ima funkciju podrške" (Tadić, 2006: 94) osnovne ideje propagandne poruke crtanog filma „sa naglaskom na vizuelnom dizajnu i utisku" (Tadić, 2006: 94).

Kod režije „obuhvata kreativno organizovanje slikovnog i neslikovnog materijala i njegovo uobličavanje" (Tadić, 2006: 95) u završen i celovit crtani film.

5.1.2. Neslikovni kodovi filmske umetnosti ili kod muzike i verbalne komunikacije u crtanim filmovima

Kod muzike: U procesu medijske komunikacije, *kod* muzike „pretpostavlja upotrebu muzičkih kompozicija i šumova kao dopunskih načina izražavanja" (Tadić, 2006: 98). Muzika kao komunikaciono sredstvo korišćena je od postanka sveta. Prema mišljenju Merijem (Merriam, 1964) verovatno ne postoji nijedna ljudska kulturna aktivnost koja je toliko prožimajuća i koja zalazi, oblikuje i često kontroliše ljudsko ponašanje koliko to čini muzika. Kao veliki pobornik i obožavatelj umetnosti, filozof Niče (Nietzsche, prema Sacks, 2012) bavio se i proučavanjem uticaja muzike na ljudsku psihu. U svojim istraživanjima govorio je o sposobnosti muzike da pobudi nervni sistem. Govorio je o „dinamičkim" sposobnostima muzike jer muzika ima moć da pokrene, izazove i usmeri pokret, a takva svojstva ujedinjenja pokreta i muzike prema njegovom mišljenju najbolje se odražavaju u plesu (Sacks, 2012).

„Prvi dodir deteta i muzike dešava se u vrlo ranoj fazi razvoja dok je dete još u utrobi majke u periodu od nekoliko nedelja" (Đekić, 2019: 53). „Čulo sluha kod fetusa u potpunosti funkcioniše već oko dvadesete nedelje po začeću" (Levitin, 2011:248). U kasnijim fazama trudnoće razvijaju se oni delovi mozga koji se bave preradom muzike. Oni se sastoje od razgranatog neurološkog sistema koji je raširen po celom mozgu. Sam sistem ima određene specijalizovane oblasti koje se bave raznim oblicima muzičkog ponašanja. Nalazima studije, Donald Še-

tler (Shetler 1985, prema Matić & Marinković Radoš, 1986: 9 – 12), proučavajući prenatalne reakcije fetusa na muzičke sadržaje (ne na izolovane akustičke draži) ukazuje na izuzetan značaj osmišljene prenatalne muzičke stimulacije. Prema navodu Matić i Marinković Radoš (1986), slično je još šezdesetih godina XX veka govorio i japanski pedagog Suzuki sugerišući trudnicama intenzivno izlaganje muzici zbog značajne koristi za budući razvoj nerođenog deteta. Istraživanja koja su usledila donela su zaključak da se kritični, odnosno optimalni period učenja, kao i faze najveće prijemčivosti za muzičke utiske, nalaze između 6. i 24. meseca, a zatim između 5. i 6. godine života. Ove periode treba iskoristiti za učenje, jer izuzetna muzička senzitivnost i mogućnost brzog razvoja omogućavaju lakoću učenja, kako navodi Mišel (Michel 1973, prema Matić, Marinković Radoš 1986). Neki drugi autori kao na primer, Dobrota & Ćurković (2006), ističu kao kritični period za muzički razvoj razdoblje od treće do šeste godine detetovog života, pa je stoga potrebno planirati muzičke aktivnosti koje bi podstakle takav razvoj.

Dakle, muzička stimulacija je značajna od samog začeća jer vibracije zvuka deluju na sve procese u mozgu. Time direktno utiču na kognitivne (saznajne), emocionalne i telesne funkcije, što muziku svrstava u delotvorno terapijsko sredstvo (Kembel 2004, Dobrota & Ćurković 2006). Naučna istraživanja su dokazala da zvuk utiče na ćelije i organe, a samim tim deluje i na stanje svesti, harmonizaciju leve i desne strane mozga, krvni pritisak, cirkulaciju, disanje i druge procese koji se odvijaju u telu (Kembel, 2004).

Za procesuiranje jezika kao što su govor, čitanje, pisanje i računanje aktivnija je leva hemisfera mozga, dok je desna hemisfera superiorna u muzičkim sposobnostima, emocionalnoj percepciji, te snalaženju u prostoru (Pinel, 2002). Međutim, Danijel Levitin (2011) u svojoj knjizi „Muzika i mozak" opisuje puteve kojima mozak procesuira muziku, naglašavajući da postoje specifični putevi za svaku komponentu posebno, kao što su visina tona, boja zvuka, melodija, tempo i ritam, te da se dodatno muzika obrađuje u celom mozgu. Negirajući ovim da je za muziku zadužena samo nedominantna hemisfera, kao što se do skora mislilo. „Muzika je umjetnost koja tonovima odražava čovječje osjećaje, misli i doživljaje" (Manasteriotti, 1971: 7), te nije slučajno što se ona sve više primenjuje u terapijama isceljivanja zvukom, kako tela tako i duha.

Činjenica je da ne postoji nijedna druga ljudska kulturna aktivnost koja je toliko sveobuhvatna i koja zadire, oblikuje i veoma često kontroliše mnogo toga u ljudskom ponašanju kao muzika (Merriam, 1964). Muzika utiče na celokupni afektivni, socijalni, kognitivni i psihomotorni razvoj deteta (Krnić, Kodžoman Radan, 2016). Ona „može da poboljša naše pamćenje i učenje", ističe Kembel (2004: 72), navodeći na osnovu svojih istraživanja da, na primer, kompozicije

Mocarta i Vivaldija u pozadini pomažu dužoj koncentraciji. Slušanje barokne muzike tokom učenja čini nas sposobnijima da pamtimo kako se pišu i izgovaraju neke reči, poezija i strane reči. „Ponekad zvuk u filmu može da proizvede i održi napetost bolje nego sve ono što se odigrava na ekranu, prizivajući arhetipske simbole i obraćajući se gledaočevom nesvesnom" (Kembel, 2004: 75). Drugim rečima, ona ima uticaj na ljudsko ponašanje i taj uticaj se može meriti, predvideti i identifikovati, što je postavilo temelj za primenu muzike u medijske svrhe, a kasnije i naučnu primenu muzike u medicinske svrhe. Sama univerzalnost muzike kao medija, njena multidisciplinarnost, kao i razvoj i proučavanje njenog uticaja na pojedinca kroz istoriju, doprineli su razvoju psihoterapije, psihologije muzike, etnomuzikologije, sociologije, medicine, psihologije, genetike, biologije, edukacijsko-rehabilitacijskih nauka, kompjuterske tehnologije i drugih oblasti (Thompson WF, Schellenberg EG, Husain G., 2001). Muzika povezuje ljude i situacije, pomaže da se iskažu ali i prime osećanja. Može slušati aktivno ili pasivno i u oba slučaja ona utiče na nas. Kao što je već rečeno u ovom radu, status crtanog filma je imao putanju od reklame, preko lutka-filma do današnje umetničke forme grafičkog animiranog filma, koji stvara iluziju kretanja nacrtanih likova. Bilo da je crtani ili lutkarski način izražavanja, umetnost animacije manifestuje se i kroz umetničku formu muzike. Muzika se može koristiti na dva načina u igri sa lutkom navodi Bojović (2010). Ona može biti funkcionalno ugrađena u dramsku radnju lutkarske igre i tada lutke pevaju, plešu, pokreću se uz muziku. Drugi način korišćenja muzike u igri s lutkom je da ona bude ilustrativnog karaktera kao zvučna pozadina koja se javlja kako bi naglasila određenu radnju, atmosferu ili raspoloženje. Dakle, prvi način odgovara aktivnom, dok drugi pasivnom slušanju muzike i njenom delovanju na nas.

Pasivno slušanje je najzastupljenije, ali toga često nismo ni svesni, jer je to sva ona muzika prisutna oko nas na TV-u, radiju, mobilnom telefonu i sl. Ona se uobičajeno koristi kao podloga u emisijama, dramskim prikazima, intermecima, reklamama, deo je filmova, reportaža, ali i dečjih crtanih filmova. Iako je gotovo kontinuirano prisutna, na nju ne obraćamo pažnju, tj. ne percepiramo je na aktivan način. „Pasivno je slušanje, slušanje glazbe kao kulise, bez svjesno upravljene pažnje" (Rojko, 2012: 75). Tu je kako bi se ispunile moguće praznine, pružila utehu ili mali odmor dok smo zaokupljeni drugim poslom.

„Pri aktivnom slušanju muzike sudjeluju intelekt i fantazija. Samo takvo slušanje stvara doživljaj muzike, odnosno pozitivan ili negativan odnos prema muzičkom djelu. Najjači pokretač aktivnog slušanja je pobuđen interes" (Manasteriotti, 1978: 127). Primer za ovaj vid slušanja u crtanim filmovima je kada nas likovi iz crtanog filma svojin pevanjem, općine i dovedu u pozitivan ili negativan odnos prema muzičkom delu.

Koliko je muzika značajna kao moćno sredstvo kojom se putem crtanih filmova može uticati na publiku, govori i činjenica da muzika nakon pedesetih godina XX veka, postaje sve manje pozadinska, a sve češće dobija funkcionalno komentarišuću ulogu radnje stapajući se sa šumovima (Peterlić, 1982). Tako implementirana ona vodi lik kroz radnju i muzički naglašava svaki njegov izraz i pokret (Marinčić Majdak 1958, prema Munitić, 1978). Muzika za crtani film najčešće je komponovana ili pre ili nakon završene animacije, isključivo za dati animirani film (Dovnković Bordo, 1982), ali veliki broj crtanih filmova poput onih iz produkcije Volt Diznija i Vorner Braders (Warner Brothers), krase „klasične" teme vrhunskih kompozitora (Munitić, 1986: 239). Muzičkim numerama se posebno naglašavaju ili izdvajaju određeni delovi crtanog filma koji se žele posebno naglasiti, kako bi gledalac na njih obratio posebnu pažnju i one bilo da se posebno komponuju ili biraju, za cilj imaju da kod auditorijuma izazovu emocije. Jer, „po svojoj prirodi muzička percepcija se, pre svega, odvija na planu emocija, s obzirom da zvučne vibracije direktno utiču na stvaranje odgovarajućih mentalnih raspoloženja primaoca" (Tadić, 2006: 98).

O značaju muzike govori i sama činjenica da je, pre pojave zvučnih filmova, muzika uvek bila prisutna kao pratnja nemom filmu, jer je zvuk obavezna dimenzija slike. Ona je bila pridodata filmu „spolja" kako bi ispunila svoju važnu ulogu koja joj je dodeljena, a to je emocionalno bojenje radnje filma. Muzika komponovana za crtani film je „fragmentirana muzika" i njeno „slušanje bez slike stvorilo bi dojam niza komadića priljepljenih jedan uz drugi oni bi delovali potpuno besmisleno" navodi autorka Paulus (2002: 385) i dodaje da tek „u kombinaciji sa slikom dobiva formu, lajtmotivičko značenje i ritamsku posebnost.... vezana sa slikom...postaje smislen i neodvojiv dio jedne doista iznimne filmske cjeline" (Paulus, 2002: 385). Gledalac muziku uz sliku na ekranu prima tako prirodno da je ne primećuje sve do trenutka njenog odsustva, „s obzirom na to da zvuk i muzika dopunjuju sliku, tako da je njihovo prisustvo neprimetno, dok je odsustvo upadljivo." (Baronijan, 1981: 49).

Muzika i slika mogu biti povezani na različite načine, gde svaki od pomenutih elemenata preuzima svoj deo slikovnog i narativnog i sinhronizovano deluju, bez obzira da li prate jedan drugog, dopunjuju, protivureče jedno drugom ili se udvajaju. Tipični primeri za „povezivanja muzike i slike sinhronim praćenjem radnje muzičkim prelazima su, podizanje i spuštanje po lestvici kao po nekom toboganu, i muzička interpunkcija svih događanja udarci, padovi, vrata koja se zatvaraju" navodi Šion (2007: 108) i dodaje, da nije muzike, nemi likovi u crtanom filmu bi delovali kao da se sudaraju i zaista bi se slabo utiskivali u našu percepciju jer se prebrzo kreću.

Njena osnovna upotreba prema Tadiću (2006: 99) je interpretacija vizuelnog sadržaja „bilo da potencira određena značenja ili da im kontrasno oponira, čime se još više podvlače željeni efekti." Pa tako na primer, muzika se može „upotrebljavati da omalovažava ljude, proizvode ili institucije, kao ironija dodavanjem filtera za izobličavanje zvuka, ili pojačavanjem decibela sve do bolne čulnosti. Zatim kao humor ili satira, korišćenjem sinhronizacije primitivnih muzičkih tema i pokreta predmeta koji poseduju određeno dostojanstvo, za veličanje ili ponižavanje psiholoških i fizičkih osobina ljudi i predmeta, ali i kao vid posebne komunikacije dodavanjem specifičnih kulturoloških elemenata u pozadini" (Tadić, 2006: 99) crtanih filmova.

Muzikom se može delovati na razne načine, kod slušalaca ona može uticati na promenu raspoloženja, izazvati osećaj ravnoteže, sreće, prijatnosti, ali i nemira, neprijatnosti i tuge (Rojko, 1982).

„Glazba je jezik bez riječi. Zajedno s drugim jezicima, nameće poredak, strukturu, vrijeme, ritam i diskriminaciju zvučne frekvencije slučajnih zvukova. Ona, u stvari, daje značenje zvuku" (Goddard, 2008: 79). Kao takvi, muzika i jezik usko su povezani te zato uz pomoć muzike lako utičemo na razvoj govora kod djece, navodi ista autorka.

„Moć reči menja se sa intoniranom muzikom u jednoj kompoziciji, tako da reči mogu da učine da se osećate uplašenim ili ispunjenim lošim predosećanjem; dok u drugom slučaju, one mogu u vama da učvrste osećaj mira i zadovoljstva" (Kembel, 2004: 152).

„Zvučni film je, naime, omogućio da lik postoji kroz zvuk svoga glasa, čime mu je podarena posebna dimenzija" (Šion, 2007: 112). Ipak, najveći uticaj zvuka na film ogleda se u slici. Što bolje čujemo neki visoki ton to je percepcija zvuka brža i ostavlja snažniji utisak (Šion, 2007). Isto tako, „kako je zvuk na filmu postajao bogatiji visokim tonovima tako se ubrzavala percepcija onoga što vidimo (vid se mnogo oslanja na sluh), i podsticao filmski ritam načinjen od trenutnih utisaka, šokova, grčevitih događanja, na račun neprekidnog i ujednačenog protoka događaja" (Šion, 2007: 132).

Na pitanje kako muzika može biti moćna kada je reč o kreiranju određenih predstava, Ristivojević (2009) navodi: „Da bi neki koncept bio šire prihvaćen, neophodno je da se medijski promoviše, kako bi se što veći deo populacije upoznao sa njim i počeo da ga upotrebljava" (Ristivojević, 2009: 123). Kao društveni fenomen, muzika je pogodan primer za praćenje čitavog puta – „od muzike kao proizvoda određenog društva i kulture, do muzike kao konstitutivnog elementa iste te kulture" (Ristivojević, 2009: 128). Tako muzika uz pomoć medija, „postaje više od muzike, ona postaje simbol kulture, identiteta i upravo stoga ne bi trebalo potceniti moć koju ima. Njena moć je u tome što ona proizvodi određene pred-

stave, s obzirom na to da je i sama kulturni proizvod“ (Ristivojević, 2009: 129). Ovo je važno naglasiti, jer od nastanka crtanih filmova, a posebno savremene forme „muziku koriste najčešće za potenciranje odgovarajućih raspoloženja, ili kao neutralnu tonsku pozadinu odgovarajuće slikovne radnje, odnosno popunjavanje verbalnog iskaza“ (Tadić, 2006: 99). Goc i Slote (Gotz, Schlote, 2016) kažu da je televizija emocionalno intenzivno iskustvo zahvaljujući muzici. Muzika ih stimuliše da se uživljavaju u priče, saosećaju sa likovima, zamišljaju sebe u atmosferi scene koju gledaju, tako da deca zahvaljujući „muzici, dizajnu zvuka, pokretima kamere i osvetljenju” (Gotz, Schlote, 2016:10) mogu intenzivno osetiti bilo koju emociju, u čemu se i ogleda jedna od moći televizije.

Jezički kod obuhvata tekstualni i/ili govorni iskaz, gde tekstualni u vidu natpisa pretstavlja neku vrstu dodatnog pojašnjenja slike, a često i izgovorene reči čime vrši nadogradnju koja ima za cilj da gledaocu/teljki „ureže” u memoriju željenu poruku. Govorni iskaz kao dopuna vizuelnom načinu govora predstavlja izražajni govor, kako bi se putem ljudskog govora saopštila određena informacija ili dočarala jasnije ideja propagandne poruke (Tadić, 2006: 93-101). Iako se vizuelnom doživljaju više veruje nego verbalnom, ipak „posebno konstruisanim rečenicama, prećutkivanjem ili isticanjem samo nekih” (Tadić, 2006: 97) informacija gledaoca/teljku navode na „pogrešan ili „odgovarajući” zaključak u procesu ubeđivanja. „Uobičajena je upotreba kratkih, jezgrovitih i pamtljivih slogana, pa čak i celih pesmica, zgodnih rečenica kovanica i na sličan način oblikovanih poruka” (Tadić, 2006: 97). Imajući u vidu da muškarci i žene različito interpretiraju isti razgovor, jasno je da postoje mnoge dihotomije i drastične razlike u načinu komunikacije među polovima. Čak i kada govore na isti način, muškarci i žene su različito interpretirani. S toga je važno imati svest o rodnim razlikama u jeziku kao društvenom konstruktu, kako bi se lakše dekonstruisala vizuelna slika medija obojena rodnim stereotipom. Prve teorije o rodnim razlikama u jeziku pojavile su se početkom sedamdesetih godina, gde je kao najuticajnija teorija bila „teorija nedostatka / deficit theory” (Savić, 1995: 230) koja je podrazumevala da su muškarci superiorniji u svim oblastima života pa i u verbalnoj komunikaciji. Početkom osamdesetih godina, pojavile su se kritike teorije nedostatka, i kao rezultat kritičkog gledišta javlja se potpuno novi pristup: „teorija različitosti / difference theory” (Savić, 1995: 231), odnosno teorija socijalizacije. Teorija različitosti je opravdanje rodnih razlika tražila u različitom pristupu vaspitanju i obrazovanju muškaraca i žena, uz obrazloženje da su još od najranijeg detinjstva različito vaspitavani na osnovu njihovog pola. Socijalizacija muškaraca i žena tekla je različito, jer su vaspitavani, kako Debora Kameron (Deborah Cameron, 2003: 450) navodi, u različitom okruženju, sa „različitim očekivanjima” i „različitim pristupima”. Ovaj pristup čija je predstavnica Debora Tanen (Deborah

Tannen) naziva se još i „teorija o dve kulture / two cultures theorie" kako navodi Svenka Savić, (1995: 231), jer predstavlja razlike koje se mogu tumačiti i kao kulturološke, a ne samo rodne. Od početka devedesetih godina nastaje sadašnji pristup pitanju rodnih razlika u komunikaciji „teorije aktivizma" (Savić, 1995: 231), koji se ogleda u teoriji „društvene moći / social power theory" (Savić, 1995: 231). Njeni predstavnici veruju da se može pokazati kako društvene institucije u komunikaciji teže ukazati da nije bitan pol, već sposobnost govornika, čime „čuvaju dominaciju muške moći u razgovoru… To se pre svega može videti na primerima upotrebe naziva za zanimanja, zatim oslovljavanja, predstavljanja jedne osobe drugoj, ali i na nizu drugih sintaksičkih, konverzacionih, neverbalnih i gestovnih osobina razgovora. Jer mi se ocrtavamo kroz jezik, ali smo istovremeno i određeni jezikom i to svesno, ističu predstavnici ovog shvatanja" (J. Mey, 1984 prema Savić 1995: 231). Zato je neophodno govoriti o osobinama jezika i govora žene i muškarca u skladu sa aktivnostima koje oni u nekom trenutku obavljaju u datom kontekstu. „Tek kad se detaljno opiše ko, kada, zašto, kako, na koju temu govori (piše), može se objasniti verbalno ponašanje žene i muškarca, budući da rod, odnosno pol, ne može biti izdvojen od drugih aspekata društvenog identiteta neke osobe" (Savić, 1995: 231). Kada je reč o crtanim filmovima ova teorija je još uvek aktuelna, vrlo korisna i primenljiva u praksi, pa sam govor junaka dečjih crtanih filmova treba analizirati sa aspekta sredstva „za izgrađivanje društvene strukture, naročito onaj ostvaren u komunikaciji licem u lice" (Savić, 1995: 231). Dakle, jezički kodovi govore da se pri interpretaciji neke poruke, "pored onog što direktno izgovaramo, istovremeno obrađuju i mnoge druge pojedinačne informacije" (Andevski, 2008: 17), i to putem mnoštva kanala neverbalne komunikacije, kao što su: "kontakt pogledom, mimika/izraz lica, gestikulacija, držanje tela, osobine glasa (jačina glasa, modulacija, tempo govora, pauze), rastojanje između partnera u komunikaciji, ugao između partnera u komunikaciji i ostali situacioni uticaji" (Andevski, 2008: 17). Neverbalno ponašanje prenosi poruku o sklonosti prema nečemu ili nesklonosti, prihvatanju ili odbacivanju, zanimanje ili dosadu, ali i istinu ili laž (Škarić, 2000). U ljudskoj komunikaciji moguće je identifikovati prema Knap i Hol (Knapp i Hall, 2010) četiri glavne funkcije neverbalnog ponašanja: izražavanje emocija, izražavanje odnosa prema drugima, kao što je recimo sviđanje ili nesviđanje, predstavljanje sebe drugima i pratnja govora radi regulisanja sleda govorenja, povratnih reakcija, pažnje i sl. Većina neverbalne komunikacije je univerzalna, posebno kada je reč o facijalnoj ekspresiji o kojoj Darvin (Darwin, 1897) govori. Kasnija istraživanja (Ekman, 1972) su potvrdila Darvinove tvrdnje o univerzalnosti sedam primarnih emocija koje se mogu na osnovu izraza lica i gestikulacije zapaziti, a koje svi ljudi širom sveta koriste i razumeju: sreća, tuga, ljutnja, strah, gađenje, iznenađenje i stid.

Gestikulacija je osnovni oblik komunikacije, toliko univerzalna da je koriste i osobe koje su slepe od rođenja. Međutim, njihovu univerzalnost narušavaju načini na koje se neverbalni izrazi koriste, te samim tim i njihovo razumevanje (Ekman, 1972), a osnovni razlog tome je uticaj društvenog konstrukta koji teži proizvodnji kulturne i rodne različitosti (Savić, 1995). Većina komunikacijskih stručnjaka se slaže da pored fizioloških razlika između muškaraca i žena, koji se najčešće ogledaju u visini, dubini, volumenu glasa, anatomskoj građi tela i sličnih bioloških determinanti, ostale razlike koje se vezuju za neverbalnu komunikaciju su nastale kao rezultat socijalnog oblikovanja. Na primer, Moris (2005a) kaže da to što se žene obično više neverbalno izražavaju i bolje prepoznaju neverbalna ponašanja ima više veze sa lošijim socijalnim položajem žena kroz istoriju nego sa uticajem biologije: osobe sa podređenim položajem imaju bolje veštine dekodiranja, jer moraju da se izbore za svoj status. Kada se govori o facijalnoj ekspresiji u crtanim filmovima, animatori imaju potrebu da preuveličaju neki izraz i mimiku lica, a u postizanju jačeg efekta u animaciji, koriste celo telo animiranog junaka kako bi se naglasile emocije i osećanja. Na primer, emocija straha gde „se mišići na licu abnormalno zatežu, vilica izdužuje stvarajući utisak da je otpala" (Gimboš, 2012: 111), dok se u nekim slučajevima pri promeni facijalne ekspresije pored mišića menja i ceo oblik glave. U predstavljanju dobrog raspoloženja oblik glave i linije lica su meke zaobljene linije, dok u ispoljavanju agresije linije lica postaju oštrog ugla, a kod ispoljavanja straha celo lice se sužava i kosa postaje bodljikava (Gimboš, 2012).

„Istraživanja pokazuju da neverbalni signali imaju oko pet puta veći uticaj od verbalnog kanala, te da se dve nepodudarne osobe (…) oslanjaju na neverbalnu poruku i u potpunosti zanemaruju verbalni sadržaj" (Piz, 2009: 37).

Oči kao vid facijalne ekspresije, ostvarujući kontakt pogledom možda spadaju u najdelotvorniji kanal prenošenja neverbalnih signala. „Usmeravanje pogleda sastavni je deo animacije. Njegova svrha je višestruka i najčešće se koristi prilikom konverzacije više aktera, ali i naglašavanju osećanja uzbuđenosti ili straha" (Gimboš, 2012: 110). Prema istom autoru (2012: 111) postoji više usmeravanja pogleda koja se pominju u stručnoj literaturi, a koriste u animaciji: „Bacio je pogled", „Zagledanje" i „uzajamno gledanje oči u oči." Klasični primer u animaciji je scena u kojoj je simbol seksualno izgladnelog muškarca predstavljen vukom, a scena se odvija sledećim redosledom: pored melanholičnog vuka prolazi lepotica, on usmerava svoj pogled i baca oko na nju što je u animaciji predstavljeno da mu se oči izboče i to stanje traje nekoliko sekundi uz propratne efekte: od muzike i šumova, do pokreta lica kakvi su „ispadanje jezika iz usta, srce koje iskače iz grudnog koša itd. Nakon toga sledi zagledanje – pogledima na određene delove

tela – koje traje svega nekoliko sličica, a propraćeni su nekim od paralingvističkih znakova" (Gimboš, 2012: 111). Uzajamno gledanje oči u oči kao treći oblik može trajati kraće ili duže, „zavisno od situacije: osobina aktera, odnosa među njima, prostora u kojem se nalaze itd. Isto tako, više gledanja u oči koristi se i prilikom obmanjivanja nekih od junaka, ali to opet zavisi, kao i u stvarnom životu, od razvijene crte makijavelizma kod aktera" (Gimboš, 2012: 111). U animaciji, kao i u stvarnom životu, neke emocije i potrebe se mogu dočarati samo ekspresijom očima, navodi Gimboš (2012) i dodaje da prilikom animiranja facijalne ekspresije, animatori posvećuju najveću pažnju očima u animaciji.

„Reakcija na kontakt očima urođena je" (Andevski, 2008: 18) i čvrsto ugrađena u šemu ponašanja, uostalom kao i facijalna ekspresija, držanje tela i mnogi drugi kanali neverbalne komunikacije. Pokušaj da ovo mnoštvo kanala uredi i sistematizuje značenje formi izražaja preduzeo je među prvima osnivač moderne teorije evolucije Čarls Darvin (Charles Darwin, 1897) objavivši 1872. godine svoju knjigu o ekspresiji emocija kod ljudi i životinja. Polazeći od Darvinove teorije u proučavanju neverbalnih kanala Desmond Morris (Dezmond Moris, 2005b: 41) navodi da bebe ne samo što „imaju veće oči od odraslih, u odnosu na veličinu tela, već su im i zenice veće" jer na taj način „izgleda dopadljivija, što povećava izglede da bude pažena i negovana s više ljubavi" (Moris, 2005b: 41). Velike zenice su privlačnije onima koji ih posmatraju. Zenice su crna tačka u središtu oka koja se zatvara i otvara i na taj način kontroliše količinu svetlosti koja dopre u oko. Na blagom svetlu zenica se otvara i postaje veliki crni krug, dok pri jakoj svetlosti može da se zatvari do veličine vrha čiode. Pored reagovanja na intenzitet svetlosti, istraživanjima je zapaženo da zenice reaguju i na emocionalne podsticaje. „Kada vidimo nešto što nam se dopada, zenice se šire nešto više nego što bi se očekivalo s obzirom na trenutno osvetljenje. A kada vidimo nešto neprijatno zenice se sužavaju više nego što bi se inače suzile" (Moris, 2005b: 41). Ova emocionalna reakcija je potpuno nevoljna, drugi mogu da je registruju, ali ni oni nisu svesni čime su privučeni ili odbijeni. Široke zenice „prenose jake pozitivne signale" (Moris, 2005b: 42). Kada su u pitanju bebe, majke reguju na ove pozitivne signale grljenjem, nošenjem, maženjem bebe, te bebe mogu kontrolisati majku. Signali koje zenica upućuje, bolje se primećuju na svetlim očima (zelene, plave), nego na tamnim gde se zenica gotovo stapa sa dužicom oka. Zato nije nikakvo čudo „Bebeće plavetnilo" koje omogućava dodatnu privlačnost. Ovo je osobina, odnosno plava boja očiju, koja postoji od samog rođenja i karakteristična je za sve bebe. Ona im omogućava da, dok su nemoćne, privuku roditelje svojim plavim očima kako bi brinuli o njima. Oko šestog meseca bebine plave oči se blago „zamućuju" te kasnije kada beba malo poraste ona dobija smeđe oči. Ukoliko u ovom periodu transformacije boje dužice, njena boja ostane bistra,

jasna plava ili zelena, velika je verovatnoća da će tu boju imati do kraja života (Moris, 2005b).

Sada je jasno zašto su dužice crtanih junaka uglavnom plave ili zelene, znatno ređe smeđe i tamne, ako i jesu, uglavnom su tamnom bojom predstavljeni negativni likovi. Boja dužice oka je moćno sredstvo koje se koristi u animaciji i lako je uvideti „vizuelni komentar" (Vlahović Filipov, 2014: 102) koji se nameće gledaocima, u vidu vizuelnih doživljaja teksta koji izgovaraju junaci crtanih filmova sa odgovarajućom bojom očiju. U nizu "intenzivnih vizuelnih komunikacija" (Vlahović Filipov, 2014: 102) kada smo okruženi izuzetno velikim brojem vizuelnih poruka, animacija je izuzetno moćno sredstvo. Boja, zajedno sa ostalim neverbalnim znakovima u animaciji, je „samo srce komunikacije, potreba da se prenose poruke do ljudi koji možda govore drugačijim jezikom, imaju drugačije običaje" (Zappaterra, 1998: 8 prema Vlahović Filipov, 2014: 103) ili su deca. Dobra animacija „može prevazići sve ovo na način na koji to pisana komunikacija zasigurno nikada ne bi mogla" (Zappaterra, 1998: 8 prema Vlahović Filipov, 2014: 103).

Pored mimike/izraza lica, gestikulacije i boje očiju, važnu ulogu imaju i visina, mršavost, boja kose, držanje tela, osobine glasa, garderoba - moćna sredstva neverbalne komunikacije čije signale nesvesno primamo i kojima se utiče na mišljenje gledalaca. Na primer, Diznijeve devojke i žene su izuzetno privlačne i lepe, prikazane su kao premršave, previsoke, često zaokupljene kućnim poslovima, one su osobe koje ne donose važne odluke, a jedini motiv koji ih pokreće javlja se samo kada je u pitanju romantika (Matović, 2010). Prema mišljenju Goc (2008) o čemu je već bilo reči, žene su obično stereotipizirane na dva nacina - kao plavuše i kao crvenokose, a dečaci uglavnom sa kratkom tamnijom ili plavom kosom, ređe sa dugom kosom i crvenokosi. Dunjić (2010) slično govori o stereotipiziranosti analizirajući boju kose. Plavokose žene simbol su čednosti, vrline, senzualnosti, nežnosti, bespomoćnosti kojima je potrebna zaštita snažnog muškarca, dok su tamnokose žene bele kože više povezane sa seksualnošću, samostalnošću, stilom, lukavstvom, sofisticiranošću. Dok boja kose reklo bi se kod muških likova nema značajnijeg uticaja, jer „i plavokosi i crnokosi muškarci jednako se povezuju sa mišićavošću, a moćno muško telo metafora je za finansijsku sigurnost" (Dunjić, 2010: 134). Što se tiče rase u pogledu boje kože ista autorka (2010) ističe da postoji razlika u predstavljanju i da „postoji sličnost između prikazivanja ženskih tela i crnih muškaraca" (Dunjić, 2010:134). Ženski likovi uobičajeno imaju dugu kosu, što je odlika ženstvenosti, ređe kratku, što više asocira na muževnost, dok su muški likovi predstavljeni kratkom i uglavnom urednom kosom, ređe se pojavljuju sa dugom kosom. Ukoliko dugu kosu i nosi neki muški lik, ona je najčešće vezana u rep (Dunjić, 2010).

Držanje tela predstavlja pokrete i razne položaje tela koji, osim kretanja, omogućavaju izražavanje emocionalnog stava i karakteristika ličnosti. Otkako postoje mediji, takođe služi i kao podrška verbalnoj komunikaciji. „Umetnost animatora je da reči svede na minimum i sve prikaže kroz jasnu pantomimu, (…) treba se ponašati kao da telo jedino može da ispriča priču, slično principu nemih filmova" (Gimboš, 2012: 112). Pa tako „scene sa sporim pokretima mogu izražavati napetost, tugu, nežnost, dok brzi pokreti izražavaju bes, uzbuđenje, smeh" (Gimboš, 2012: 112), što govori da je držanje tela usko vezano za ritam. Baveći se ritmom u pogledu pokreta i držanja tela Wilis (Mandić, 2003: 89) u svojim istraživanjima „ritma muzike nalazi korelaciju između ritma, brzine, intenziteta i agresivne, ekstrovertne muške uloge", gde je brz, intenzivan pokret i ritam uz brz ritam muzike oslikava ekstrovertnu, agresivnu ili avanturistički usmerenu prirodu muškarca koja je stereotipno prihvaćena u našem društvu.

Osobine glasa tj. boja i intezitet spadaju u vokalne promene koje neverbalno mogu protivurečiti izrečenim rečima, ali i biti u skladu sa verbalnom komunikacijom, te tada pojačati značaj i važnost izrečenog rečima (Andevski, 2008).

Na primer, kada osoba pokušava prikriti strah i ljutnju, glas će najverovatnije biti viši i glasniji, što će i brzina govora pratiti te biti brža nego normalno. Tuga proizvodi suprotnu boju i intenzitet glasa, pa će glas biti tiši, manje odlučan, a govor će biti sporiji. Pored pojačavanja ili suprotstavljanja poruka iskazanih verbalno, boja i intenzitet glasa mogu uticati i na način na koji se doživljava govornik. Na primer, kada osoba govori glasno i bez zastajkivanja doživljava se kao pouzdanija osoba od one koja ima pauze u govoru i koja govori tiše. Međutim, istraživanja pokazuju i da osobe koje govore sporije imaju veću razgovornu kontrolu, od onih koji govore brže. Zapaženo je i da osobe sa privlačnijim glasom imaju više uticaja onim što govore, nego osobe čiji glas se ocenjuje kao neprivlačan (Mandić, 2003; Piz, 2009). Da li će neki glas biti atraktivan ili ne, prema mišljenju Morrisa (2005a) kultura može činiti razliku.

Iako se čini da se garderoba i ostali aspekti izgleda u vidu raznih telesnih ukrasa „nalaze pod kontrolom onoga ko ih nosi" (Mandić, 2003:89), ipak se neki telesni ukrasi, kao što su kosa, boja kože, boja i intenzit glasa, mogu samo delimično kontrolisati, dok su multilacije (sakaćenje ili unakažavanje tipična za rigidna društva) gotovo van kontrole osoba nad kojima se vrše. Kosa se može kratiti, vrat mirisati, nokti farbati, lice šminkati i puderisati, zubi turpijati, nakit skidati i stavljati, boja kože i glasa kratkotrajno izmeniti, mutilacije (sakaćenje ili unakažavanje tipična za rigidna društva) su trajni ukrasi i sl. Što kazuje da „neki od ovih telesnih ukrasa ostaju za ceo život, dok drugi traju samo po nekoliko sati" (Morris, 2005a: 270). Izgled oformljen garderobom i telesnim ukrasima manje više je svestan, obavezno kulturološki uslovljen (Morris, 2005a: 270, 271)

i poseduje snažan efekat na druge, ali i na samu osobu (Mandić, 2003: 90). Odeća označava kojoj društvenoj grupi neko pripada, ona je „ogledalo slike o sebi, profesionalnog identiteta i epohe u kojoj se živi" (Mandić, 2003: 95). Odelo je sredstvo, način komunikacije, a jezik komunikacije odelom može biti „direktan, indirektan, racionalan, iracionalan, bukvalan, simbolički, vidljiv, nevidljiv, rečiv, neizreciv, čitljiv ili nečitljiv" (Mandić, 2003: 96). Podela odeće na mušku i žensku je „kulturni iznalazak" (Morris, 2005a: 290), „jer su u početku svi nosili dugu košulju" (Mandić, 2003: 97), potom u kasnijem periodu „suknje su često bile muška odeća, a pantalone deo ženske nošnje" (Morris, 2005a: 290) da bi danas suknje bile deo ženske, a pantalone koliko deo ženske, toliko i muške nošnje. Pored podele odeće na žensku i mušku, kao „izmišljen znak" koji se vezivao za jedan ili drugi pol koji nikakvo opravdanje nije imao sa osnovnim anatomskim razlikama između polova (Morris, 2005a:290), jeste podela po bojama, posebno „plavo – rozi kanon", koji se pojavljuje od sredine XX veka (Milinović, Savić, 2011: 21). Ovaj društveni konstrukt uslovila je pojava „palete pastelnih boja" na tržištu početkom XX veka, kada je počela da se šije odeća za bebe (Milinović, Savić, 2011: 21), koja je zamenila dotadašnje isključivo bele tkanine.

Na samom početku „opšteprihvaćeno pravilo jest ružičasto za dječake i plava za devojčice" (Milinović, Savić, 2011: 21), jer u modnim časopisima se sugerisalo da je ružičasta snažnija i jasnije definisana te primerenija za dečake, dok nežna i dražesno plava bolje pristaje devojčicama. Potom je sugerisano da plava boja bolje pristaje deci plave kose i/ili plavih očiju, dok su ružičastu vezivali za smeđe oči i smeđu kosu. Današnji modni trend polno određene odeće plavo za dečake, roze za devojčice, kao i oblačenje dečaka kao očeva, a devojčica kao majki uspostavljen je četrdesetih godina prošog veka. Analizirajući boje odeće karakteristične za likove iz bajki, u Diznijevim crtanim filmovima Radović i Radulović (2016) navode da su pored bele, tamnije boje posebno tamnoplava, braon, bordo i crvena kao simbol moći, rezervisane za muške likove (prinčeve), dok su svetlije boje kao što je žuta, roze, svetloplava i ljubičasta namenjene ženama (princezama), a bela je u upotrebi kada je princeza odevena u venčanicu. Sredinom šezdesetih godina sa pojavom ženskog pokreta koji je preispitivao modne izražaje, uniseks odeća postaje hit, gde se devojčice oblače u maskulinu odeću lišenu bilo kakvih rodnih obeležja, čime su devojke imale priliku da izbegnu podređen položaj. Pojava testova koji su omogućavali saznanje o polu deteta pre samog rođenja, kao i porast konzumerizma među decom, što je odlika potrošačkog društva, dovela je oko 1985. godine do opadanja popularnosti polno neutralne odeće i vratila na scenu još drastičnije polnu podelu ružičastog za devojčice i plavog za dečake (Milinović, Savić, 2011: 21, 22). Ova podela odeće i sve veće uvođenje suknji kao polne karakteristike žena uslovila je i pojavu rodne razlike

u neverbalnoj komunikaciji između muškaraca i žena. Pa tako „nošenje sukanja takođe vrši očigledan uticaj na položaj tela pri sedenju. Sedenje sa razmaknutim nogama je tipično muško sedenje (…) kao što je tipično žensko ono ukrštanje nogu sa članko preko članka, (…) kako bi izbegle opasnost od izlaganja donjeg veša pogledima" (Morris, 2005a: 291).

Podela odeće i telesnih ukrasa nema biološka i psihološka opravdanja, jer „stručnjaci za razvoj djeteta smatraju kako se svijest o vlastitom polu javlja između treće i četvrte godine života no dijete ga ne percepira kao trajno obilježje sve do šeste ili sedme godine" (Milinović, Savić, 2011: 22). Međutim, to dete je svakodnevno izloženo sveprisutnim i „sofisticiranim reklamama" koje podržavaju i propagiraju društvene konvencije (Milinović, Savić, 2011: 22), što podrazumeva da na isti način vrši dejstvo i uticaj i crtani film, jer je u ovom radu definisan iz ugla reklame, obzirom da imaju izuzetno mnogo podudarnosti. Propagiranjem patrijarhalnih društvenih obrazaca „djeci se poručuje da su duga kosa i haljina ono što čini djevojčicu" (Milinović, Savić, 2011: 22), čime im se nameću rodne uloge, o čemu svedoči i zakonsko ukidanje crtanog filma Beti Bup (Betty Boop). 1939. godine. Crtani filmovi o Beti Bup kreacija braće Flajšerovih, „prekinuli su tišinu tokom dvadesetih i tridesetih godina u SAD" (Gnjatović, 2012: 201) pojavom fleper devojke sa velikim minđušama u ušima, odevena u „suknje i haljine visoko iznad kolena, naglašeno visoke štikle, podvezicu, a ispod grudi joj je uvek steznik koji naglašava klividž" (Gnjatović, 2012: 193). Dakle, lako je raspoznati stereotipne razlike u muškim i ženskim stilovima neverbalne komunikacije i njihovu društvenu konstruisanost.

6. KRATAK PREGLED DRUŠTVENO-POLITIČKOG KONTEKSTA U SVETU I KOD NAS

Kako bi se dobio uvid u to koliko pristrasno i stereotipno su likovi, vreme i mesto radnje prikazani u korpusno obuhvaćenim crtanim filmovima, kao i njihovi mogući stereotipni uticaji, neophodno je sagledati političke i društvene odnose u zemljama u kojima su proizvedeni, ali i u zemljama u kojima se prikazuju.

Korpusom obuhvaćene epizode serijala crtanih filmova za analizu u ovom radu proizvedene su u Francuskoj, Italiji i Sjedinjenim Američkim Državama (SAD). Društveno-politički kontekst ovih zemalja tokom druge polovine XX veka kada su proizvedene prve epizode nekih od serijala je približno sličan, kao što je međusobno sličan i u momentu objavljivanja novih epizoda istih i novih

serijala koje su se pojavljivale tokom prve dve decenije XXI veka, koje sam korpusom obuhvatila za analizu u ovom radu.

Radnje svih epizoda serijala smeštene su u osamdesete i devedesete godine XX veka i prve decenije XXI veka. To su periodi u kojem su Francuska, Italija i SAD sličnih političkih vrednosti, sve tri su članice NATO, Ujedinjenih nacija, a Francuska i Italija kao evropske zemlje su i članice Evropske unije. Sve tri zemlje imaju kapitalističko društveno uređenje i utemeljene zakonske regulative koje se precizno primenjuju, dok u pogledu strukture stanovništva imaju više etničkih i nacionalnih zajednica i prividno rešen problem njihovog položaja baziran na različitosti, što je posebno vidljivo u američkom društvu.

Medijska politika u Italiji, Francuskoj i SAD je definisina zakonskim regulativama koje mediji ovih zemalja primenjuju. Ona podrazumeva odgovarajuće mehanizme odgovornosti i kontrole uređivačke i programske politike, posebno u polju programskog sadržaja dečjeg programa. Autori/ke iz Udruženja novinara Srbije i Unicefa koji su se bavili analizom televizijskih programa za decu, na osnovu dostupnih podataka, uočili su razlike u regulativama koje se odnose na zastupljenost i sadržaj dečjeg programa Francuske, Italije i SAD. Najčešće razlike odnose se na postojanje obaveze da dečji program bude zastupljen u programskoj šemi i u kojem procentu u odnosu na ostali emitovani program, kao i na praćenje dečjih sadržaja - ko i kako prati program, ne samo u pogledu količine već i kvaliteta emitovanog sadržaja[9].

Kada je reč o Srbiji, zemlji u kojoj se emituju korpusom obuhvaćeni crtani filmovi, društveno-politička slika je prilično drugačija i obojena je tranzicionim procesima. Sama tranzicija prema mišljenju Godelijea (1989) je veoma značajan period u životu društva gde se dešava, jer novi socijalni i ekonomski odnosi koji se pojavljuju teže da zamene stare još uvek postojeće, sa tendencijom da postanu opšti uslovi funkcionisanja jednog novog društva. Tranzicija kod nas, ali i u tadašnjim zemljama Centralne i Istočne Evrope podrazumevala je preobražaj iz socijalističkog društva u kapitalističko, te se često ovaj proces zbog toga naziva i postsocijalističkom transformacijom. Specifičnost procesa postsocijalističke transformacije u bivšoj Jugoslaviji, prema rečima Ivana Kovačevića (2007: 22-23), odvija se istovremeno na društvenoj, ali i teritorijalnoj sceni i ogleda se kroz dve faze: „Period prve tranzicije (1985 - 2000)" i „Period druge tranzicije (2001 - ....)".

---

9 Analiza televizijskih programa za decu u Srbiji (2014: 38). Beograd: UNS, UNICEF. Pogledano: 2.06.2016. https://www.unicef.org/serbia/publikacije/analiza-televizijskih-programa-za-decu-u-srbiji

U društvenom pogledu, period prve transformacije i prva decenija druge transformacije karakteristični su po tome što su se u tom periodu „odigravali složeni i protivurečni procesi" koji su označili početak korenitih promena društvene transformacije, posebno u polju privatizacije i višepartijskog sistema (Antonijević, 2009: 24). Drugi period transformacije koji se odvijao od samog početka XXI veka, mada više nakon prve decenije, karakterističan je i po potpunoj privatizaciji i primeni preduzetničko-kapitalističke ekonomije koji je postepeno gasio ekonomiju zasnovanu na „društvenoj svojini" (Kovačević, 2007: 23).

Navedeni tranzicioni periodi su i periodi teritorijalnog raspada bivše Jugoslavije koji su se odrazili na sve segmente društva. Uprkos raspadu, jugoslovenski društveni, kulturni, politički i medijski prostor tretirao se, čak i početkom drugog perioda tranzicije, kao jedinstven. Posebno se težnja prema homogenizaciji više nego prema diversifikaciji kulturnog prostora osećala u medijima. Specifičnost i složenost karaktera ovog procesa uticali su na to da se od prvih koraka tranzicije u Srbiji kao jedno od ključnih pitanja postavi pitanje zakonske regulative o rodnoj ravnopravnosti.

U Republici Srbiji je tokom prethodnih godina doneto niz zakona koji čine pravni okvir za postizanje pune ravnopravnosti muškaraca i žena u društvu. Donošenje pomenutih dokumenata u Republici Srbiji uslovila je molba za članstvo u Evropsku uniju (podneta 22.12.2009. godine), kojoj je prethodilo ispunjenje izvesnih preduslova kako bi se uopšte i mogla razmatrati mogućnost Srbije za ulazak u EU.

Doneti set zakona koncipiran u skladu sa međunarodnim dokumentima, doprineo je da Republika Srbija uspostavi i mehanizme za postizanje rodne ravnopravnosti na svim nivoima. Ipak, još uvek se veoma sporo menja tretman prema ženama i ženskim pitanjima. Zakoni se retko ili uopše ne primenjuju, a razlog leži u samom „mešanom tipu patrijarhalnog društva u kojem je još uvek izražena muška dominacija" (Papić, 1993) u pogledu društvene moći.

Iz tog razloga u Srbiji (mada još uvek i širom sveta) feminističke medijske studije, kako liberalnog feminizma (prvi talas od sredine XIX veka do 1920-ih), tako radikalnog (drugi talas od 1965. do 1980-ih godina) i socijalnog (treći talas od 1980. godine do danas) „bavile su se pre svega temama koje su proizilazile iz tri istraživačka polja: a) stereotipima i socijalizacijom, b) ideologijom i c) pornografijom" (Valić Nedeljković, 2010: 448).

Dakle, ravnopravnost podrazumeva ravnopravni položaj, tretman i mogućnosti muškaraca i žena u društvu, bez neutralisanja bioloških razlika među njima (Dokmanović, 2013).

„Istraživanja stereotipa i socijalizacije" koje su sprovele feminističke medijske studije „ukazala su na medijsku praksu isključivanja žena, pre svega iz ozbilj-

nih televizijskih sadržaja (...). U medijima se prikazuju kao nekomponentne, inferiorne i uvek na usluzi muškarcu. Mediji ili ignorišu ili stereotipiziraju ženu" (Valić Nedeljković, 2010: 448).

Slična medijska slika žene je vidljiva i danas, posebno kada je reč o jeziku. Srpska javnost se još uvek deli tako da na jednoj strani postoje oni koji su protiv, a na drugoj strani oni koji su za upotrebu rodno osetljivog jezika. Široj javnosti rodno osetljiv jezik postao je poznat još odranije kroz upotrebu zvanja i zanimanja koja su prevedena iz muškog gramatičkog roda u ženski. Međutim, u delu Zakona o rodnoj ravnopravnosti [10] koji se primenjuje od 1. juna 2024. godine definisano je da se rodno osetljiv jezik (član 37, stav 4, tačka 3) koristi u: školskim udžbenicima, nastavnom materijalu, svedočanstvima, diplomama, licencama. Takođe, mediji kao sredstvo javnog informisanja, dužni su da primenjuju zakon (član 44, stav 3), jer i kako sam zakon definišući pojmove u članu 17 kaže: *rodno osetljiv jezik jeste jezik kojim se promoviše ravnopravnost žena i muškaraca i sredstvo kojim se utiče na svest onih koji se tim jezikom služe u pravcu ostvarivanja ravnopravnosti, uključujući promene mišljenja, stavova i ponašanja u okviru jezika kojim se služe u ličnom i profesionalnom životu*.

Dakle, jezička nevidljivost žena, odnosno podrazumevanje da su žene obuhvaćene imenicama i zamenicama u muškom gramatičkom rodu je neprihvatljivo i konačno, od 1. juna 2024. godine stupanjem na snagu novog Zakona o rodnoj ravnopravnosti iz 2021. godine ozakonjena je upotreba ženskog gramatičkog roda.

10 („Sl. glasnik RS", br. 52/2021) https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-rodnoj-ravnopravnosti.html

II EMPIRIJSKI OKVIR RADA

7. METODOLOŠKI DEO

7.1. Problem, predmet, cilj i zadaci

U ovom delu rada želim da ukažem na značaj crtanih filmova kao moćnog medijskog sadržaja namenjenog deci koji se emituju na drugom programu Radio-televizije Srbije, i uticaj koji imaju na decu kao marginalizovanu grupu u društvu, sa fokusom na rodne stereotipe u procesu rodne socijalizacije dece.

Problem istraživanja koji proučavam u ovom radu je *uticaj* crtanih filmova na decu i *poruke* koje oni nose jer oni predstavljaju važan faktor socijalizacije u dečjem odrastanju.

Predmet istraživanja kojim se bavim u ovom radu je crtani film kao *medij*, namenjen deci i *način* na koji on prenosi poruke koje deca usvajaju čime utiče na proces socijalizacije dece.

Cilj istraživanja je da utvrdim način *reprezentacije muškaraca i žena* u odabranim kratkometražnim crtanim filmovima koji su dostupni deci na drugom programu javnog servisa RTS-a, kao i da *dekonstruišem stereotipe i predrasude* i *kodove filmske umetnosti* kojima se implicitno implementiraju dominantne poruke u ovim kratkim animiranim formama čija su najbrojnija publika upravo mlađi uzrasti dece.

Ovaj cilj ću ostvariti realizujući **zadatke** istraživanja kroz tri diskursa:

1. Utvrditi postojanje rodnih stereotipa likova u dečjim crtanim filmovima kroz reprezentaciju muških i ženskih likova i uočiti (zlo)upotrebu kodova filmske umetnosti tj. verbalnih i neverbalnih sredstava kojim se privlači pažnja dece,

kako bi im određeni likovi bili privlačni i sa njima se identifikovali u procesu socijalizacije.

2. Utvrditi mišljenje roditelja o medijskim platformama, crtanim filmovima, kao i da li prepoznaju stereotipe i predrasude i njihov uticaj na decu.

3. Utvrditi mišljenje dece o medijskim platformama, crtanim filmovima, kao i da li prepoznaju stereotipe i predrasude, da li ih pamte i dalje reprodukuju.

7.1.1. Hipoteze istraživanja

Osnovno pitanje od kojeg polazim jeste da li se autori i kreativni timovi koji su proizveli crtane filmove obuhvaćene ovim istraživanjem služe stereotipima i predrasudama prilikom reprezentovanja muških i ženskih odnosa, karaktera likova, mesta njihove radnje i slično, kao i (zlo)upotrebom kodova filmske umetnosti kojima implicitno implementiraju stereotipne poruke.

H0: Osnovna hipoteza od koje polazim glasi: likovi u dečjim crtanim filmovima koji su predmet istraživanja ovog rada, rodno su stereotipni potpomognuti kodovima filmske umetnosti da implicitno implementiraju stereotipne poruke koje su u skladu sa patrijarhalnom matricom, tj. tradicionalnim društvenim konstruktima i predstavama o rodu, gde su muškarci aktivni, van kuće i imaju moć, kontrolu i dominaciju, a žene predstavljene kao zavodnice, seksualni objekti, potčinjene, pasivne, uglavnom u kućnom okruženju.

Pojedinačne hipoteze koje bi trebalo da budu potvrđene ili opovrgnute su:

H1. U analiziranim crtanim filmovima prisutni su rodni stereotipi.

H2. Kodovi filmske umetnosti koriste se kao sredstva i strategije marginalizacije u diskursu crtanih filmova.

H2.1. Neverbalni kodovi filmske umetnosti se koriste kao sredstva kojima se privlači pažnja, ali i kao odašiljači i prenosioci stereotipa i stereotipija kako bi se implicitno manipulisalo ciljanom publikom.

H2.2. Verbalni kodovi filmske umetnosti u većini analiziranih crtanih filmova koriste se kao strategija marginalizacije u diskursu koje je klasifikovao holandski naučnik Teun Adrianus van Dajk (2008).

H3. Roditelji imaju svoj stav o medijskim platformama, sadržaju koji one nude i kriterijume izbora crtanih filmova koje žele da njihova deca gledaju.

H4. Roditelji prepoznaju stereotipe, posebno rodne u crtanim filmovima i njihov uticaj na decu.

H5. Demografske karakteristike roditelja utiču na njihov stav o medijskim platformama, sadržaju koji one nude i kriterijume izbora crtanih filmova koje žele da njihova deca gledaju i sposobnost prepoznavanja stereotipa posebno rodnih u crtanim filmovima i njihov uticaj na decu.

H6. Deca imaju svoj stav o medijskim platformama, sadržaju koji one nude i kriterijume izbora crtanih filmova koje žele da gledaju.

H7. Deca prepoznaju stereotipe, posebno rodne u crtanim filmovima, pamte ih i reprodukuju.

H8. Krajnja poruka analiziranih crtanih filmova jeste diskriminatorna u pogledu rodnih stereotipa.

7.2. Izvori rada, osnovne i dopunske metode i instrumenti

U izradi ovog rada korišćeni su različiti izvori, metode i tehnike istraživanja.

U teorijskom delu rada korišćena je literatura iz više naučnih oblasti: teorija medija, teorija masovne komunikacije, teorije filmske umetnosti, sociologije, psihologije, pedagogije, metodologije istraživanja, rodne teorije. Metodološki rad je zasnovan na tri osnovne i četiri pomoćne metode.

U empirijskom delu rada primenjujem tri metode: feminističku metodu analizu sadržaja kvalitativnu i kvantitativnu (Reinharz, S. & Davidman, L., 1996), analizu diskursa i kritičku analizu medijskog diskursa (Van Dijk, 2008). Ovo su tri kompatibilne metode koje se često koriste za analizu medijskih sadržaja jer se međusobno nadopunjuju. Osim toga, korišćenje samo jedne od njih nije dovoljno kako bi se proučio medijski diskurs, posebno dekonstruisali rodni stereotipi koji su fokus ovog istraživanja. Kao dopunske metode koristila sam komparativnu metodu, metodu intervjuisanja (metoda fokus grupe, dubinskog intervja) i anketiranja (sa odraslima i sa decom) kako bih analizu podataka dobijenu primenom osnovnih metoda proširila analizom stavova dece i roditelja.

Kako bi se ostvario osnovni cilj rada, a to je utvrđivanje načina reprezentacije muškaraca i žena u odabranim crtanim filmovima dostupnim deci na drugom programu javnog servisa RTS-a, kao i dekonstruisanje stereotipa, predrasuda i kodova filmske umetnosti putem kojih se implicitno implementiraju dominantne poruke u ovim kratkim animiranim formama, neophodno je bilo kodirati likove i istražiti stavove, mišljenja, osećanja i iskustva odraslih (roditelja) i dece (uzrasta od četiri do devet godina) o likovima, sadržajima dečijih crtanih filmova i medijima. Konstruisana su dva kodna protokola (jedan upotrebljen u analizi sadržaja, drugi u kritičkoj analizi diskursa), dva fokus grupna intervjua (jedan namenjen deci uzrasta od tri do sedam godina, a drugi namenjen odra-

slima), jedan upitnik za dubinski intervju (namenjen deci uzrasta tri do sedam godina), dva anketna upitnika (jedan namenjen deci uzrasta od devet godina i drugi za prikupljanje osnovnih demografskih podataka namenjen odraslim ispitanicima).

7.2.1. Prvi kodni protokol

Prvi kodni list

1. Utvrditi *osnovne podatke* o crtanim filmovima,
2. Utvrditi *identitet, pol, ko zauzima glavne i sporedne uloge*, u kom *obliku* su likovi *predstavljeni* (ljudskom, životinjskom),
3. Utvrditi *ko govori* u epizodama serijala (ljudska bića, životinje, biljke, predmeti, muški, ženski likovi).

Drugi kodni list

1. Utvrditi koji likovi su prikazani u *pozitivnom svetlu*,
2. Utvrditi *identitet* pozitivnih likova,
3. Utvrditi koji likovi su prikazani u u *negativnom svetlu,*
4. Utvrditi *identitet* negativnih likova.

Treći kodni list

Utvrditi i definisati rodne stereotipe polazeći od kategorija:

1. Utvrditi *na koji način su likovi vizuelno predstavljeni,*
2. Utvrditi prikaz *boje garderobe* koju nose likovi u serijalima,
3. Utvrditi prikaz *boje kose* likova u serijalima,
4. Utvrditi prikaz broja likova koji *nose nakit* u serijalima,
5. Utvrditi prikaz *boje očiju* likova u serijalima,
6. Utvrditi prikaz *specifičnih telesnih atributa* likova u serijalima,
7. Utvrditi prikaz *zanimanja i uloga* likovi u serijalima,
8. Utvrditi prikaz *uloga* u kojima se likovi najčešće javljaju u serijalima,
9. Utvrditi da li se *radnja dešava u kući ili van kuće* u serijalima,
10. Utvrditi da li su uloge ženskih i muških likova *aktivne ili pasivne* u serijalima,
11. Utvrditi *oslovljavanje* ženskih i muških likova u serijalima,

12. Utvrditi *vrednosti* koje promovišu serijali,
13. Utvrditi *negativne vrednosti* koje se promovišu,
14. Utvrditi postoje li *verbalne uvrede* - rečnik uvreda,
15. Utvrditi koje *emocije* izražavaju muški i ženski likovi serijalima,
16. Utvrditi postoji li (zlo)upotreba *muzike* radi promovisanja rodnih stereotipa.

7.2.2. Drugi kodni protokol

Kategorije i varijable kodnog lista

1. *Opis drugog kroz* - naziv epizode, specifične scene, trajanje, formu,
2. *Negativni vizual* - stereotipna slika, ponižavajući gest, nešto drugo (prisutan/nije prisutan),
3. *Zvuk* - neprijatna intonacija, glasan govor, glasna muzika, buka (nije diskriminatoran/diskriminatoran (stereotipan)),
4. *Sintaksa* - upotreba pasiva (nije prisutno/prisutno),
5. *Leksika* - pozitivno/negativno značenje „nas" i „njih" (prisutno/ nije prisutno),
6. *Pristrasnost* - isticanje negativnih osobina drugih (prisutno/nije prisutno),
7. *Tema* (pozitivno/negativno/neutralno obojena),
8. *Poštovanje standarada organizacije diskursa* - redosled nečega, kršenje redosleda (nije prisutno/prisutno),
9. *Stilska figura* - poređenje, epitet, metafora, metonimija, hiperbola, eufemizam, oksimoron, ironija, kontrast, simbol (prisutno/nije prisutno),
10. *Govorni činovi* - deklarativni, reprezentativni, ekspresivi, direktivi, komisivi (prisutno/nije prisutno),
11. *Poštovanje pravila u interakciji* - prekidanje drugog, jednako obraćanje i dominantnim i nedominantnim, iskazivanje saglasnosti sa mišljenjem i drugog, odgovaranje na pitanje drugog, istovremeno pričaju, dobijanje jednako vremena da iskažu svoj stav obe strane, etikecije (nije prisutno/ prisutno).

7.2.3. Fokus-grupni intervjui, dubinski intervju i anketni upitnici

Fokus-grupni intervjui

1. Fokus-grupni intervju konstruisan za decu

Utvrditi mišljenje dece o crtanim filmovima i medijima:
Mišljenje dece uzrasta 3 do 5 godina
Mišljenje dece uzrasta 5 do 7 godina
Mišljenje dece uzrasta 6 do 7 godina

2. Fokus-grupni intervju konstruisan za odrasle
Utvrditi stavove roditelja kada su u pitanju njihova deca, crtani filmovi i mediji

3. Dubinski intervju
Utvrditi razumevanje filmske naracije crtanih filmova kod dece sa fokusom na rodne stereotipe

4. Anketni upitnici
Anketni upitnici konstruisani za decu
Utvrditi mišljenje dece o crtanim filmovima i medijima:
Mišljenje dece uzrasta 9 godina

Anketni upitnik konstruisan za odrasle
Osnovni demografski podaci

7.3. Korpus istraživanja

Korpus istraživanja čine različite epizode više različitih serijala crtanih filmova 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 je produkcijska kuća „Gaumont“, zemlja porekla Francuska,
3. 10 epizoda „Lav Leon“ serijala (30 min.), proizveden tokom 2009. godine, proizvođač „Studio Hari“, Pariz, zemlja porekla Francuska,
4. 10 epizoda „Kloin ormarić“ serijala (110 min.), proizveden u periodu 2009-2013. godine, proizvođač „Mike Young Productions“, zemlja porekla SAD,
5. 20 epizoda „Džoni Test“ serijala (220 min.), proizveden tokom 2005. godine, proizvođač „Warner Bros. Studios Burbank“, zemlja porekla SAD,
6. 4 epizode „Zozonci“ serijala (48 min.), proizveden u periodu 2009-2015. godine, proizvođač i zemlja porekla Italija i

7. 1 epizoda iz serijala crtanog filma „Bio jednom jedan život" (26 min.) proizvedena 1983. godine, proizvođač „Procidis", Pariz, zemlja Francuska.

Sve epizode kao i sam serijal crtanih filmova slučajno je odabran. Svi analizirani crtani filmovi namenjeni su deci uzrasta od dve do dvanaest godina starosti. Glavni akteri u crtanim filmovima su ljudska bića i likovi životinja koji najčešće imaju ljudske osobine (antropomorfni), nasuprot crtanim filmovima koji se sastoje od likova kao što su automobili, kompjuteri, roboti i sl. Ukupan broj analiziranih epizoda je 65, s tim što se od tog broja 35 epizoda pojavljuju kao nove, dok su preostali broj od 30 epizoda reprize pojedinih epizoda od navedenih 35 epizoda. Ipak, bilo da su emitovane u dvočasovnom bloku premijerno ili kao reprizirane, one su odašiljale određene (ne)stereotipne poruke, te su i sve reprizirane epizode posmatrane kao potpuno nove epizode, tj. kao premijerne bez obzira što su repriza već neke od emitovanih.

Ukupno trajanje posmatranog materijala zbirno svih 65 epizoda, odnosno svih sedam serijala iznosi 37.080 minuta, odnosno oko 10,30 sati.

Subota kao dan u sedmici je namerno odabran, jer se pošlo od toga da su deca uglavnom u krugu porodice, s obzirom da je subota dan vikenda kada većina firmi ne radi, kao ni školske i predškolske ustanove.

Uzorkovanje je sprovedeno u martu i aprilu 2016. godine. Prema programskoj šemi i najavama programa koje su bile dostupne na internet portalu RTS[11], emitovanje serijala crtanih filmova (u okviru kojih je odabran korpus za analizu) započeto je od 01. 02. 2016. godine na drugom programu javnog servisa Radio-televizije Srbije svakog dana tokom sedmice, u jutarnjim satima od 8.00 do 10.00 časova, ali i u repriznim popodnevnim terminima od 14.00 do 16.00 časova. Dvočasovni blok navedenog serijala crtanih filmova pratila sam i snimala epizode svake subote na RTS 2 u periodu od 12. 03. 2016. do 2. 04. 2016. godine (prilog broj 1.). Uzorak je bio cikličan tako da obuhvati svaku subotu u mesecu, a odabrani su sledeći datumi: subota - 12. mart, subota - 19. mart, subota - 21. mart, subota - 26. mart i subota - 2. april 2016. godine.

Serijali su namenjeni prvenstveno deci predškolskog uzrasta, ali privlačan je i deci školskog uzrasta. Neki crtani filmovi iz korpusa dostupni su i na internetu, ali ne kao serijal, već kao pojedinačne epizode gde je dovoljno ukucati naziv crtanog filma na YouTube pretraživaču. Dostupni su kako na srpskom jeziku tako i na drugim svetskim jezicima, posebno zemalja iz kojih potiču. Snimljene epizode serijala *Snupi*, *Kloin ormarić*, *Džoni Test* i *Bio jednom jedan život* su obrađene

11 https://www.rts.rs/ Pogledano: 23. 02. 2016.

u 2D tehnologiji, dok su emitovane epizode *Kalimero, Leon, Zozonci*, obrađene u digitalnoj 3D tehnologiji.

Prve epizode serijala navedenih crtanih filmova nastajale su tokom 1950. godine (Snupi), 1963. (Kalimero), 2013. (Kloin ormarić), 2009. (Leon), 2005. (Džoni Test), 2003. (Zozonci), 1978. (Bio jednom jedan život). Valja naglasiti da uvodne i završne špice korpusom obuhvaćenih crtanih filmova imaju prilično nejasan tekstualni zapis (nemaju potrebnu oštrinu), kao i izostavljene relevantne podatke kao što su godina proizvodnje i zemlja proizvodnje.

Neophodne podatke koji su mi nedostajali (vezano za tekstualne podatke, godinu proizvodnje i zemlju porekla epizoda) dobila sam od koordinatorke Redakcije dečjeg programa koja pripada sektoru Kulturno-umetničkog programa RTS 2, Zorice Matić. Pomenuta koordinatorka je navela da poseduje podatke koje su dostavili distributeri koji su prodali crtane filmove.

Primetno je da su prve epizode crtanih filmova „Snupi", „Kalimero" i „Bio jednom jedan život" nastajale u zemljama u kojima dominira kapitalizam kao oblik društvenog uređenja i demokratsko društvo. Za razliku od njih, Srbija je (tada u sastavu SFRJ), u kojoj su emitovane iste epizode u drugoj polovini XX veka, imala socijalističko uređenje sve do početka XXI veka. Tokom prve i druge decenije XXI veka, Zapad produkuje nove epizode starih serijala (Snupi, Kalimero, Bio jednom jedan život) i proizvodi potpuno nove serijale crtanih filmova (Kloin ormarić, Leon, Džoni Test, Zozonci). U navedenom periodu Srbija postaje zemlja u tranziciji na putu ka kapitalističkom društvenom uređenju i demokratskoj zajednici, koju prate velika previranja i promene na svim nivoima društvenih struktura, što je podrazumevalo ukidanje osnovnih principa 'socijalističke reprodukcije društva' (Lazić, 2011: 125). Treba naglasiti da se i u drugoj deceniji XXI veka u Srbiji nove mlade generacije socijalizuju uz iste serijale, ali nove epizode sa temama koje imaju prizvuk iz vremana kada su se prve epizode pojavile, emituju se na srpskim televizijskim kanalima, a neki od njih (Kalimero, Leon, Zozonci) uz potpuno nov i kvalitetniji audio-vizuelni zapis u 3D formatu.

7.4. Uzorak roditelja (odraslih osoba)

Uzorak odraslih osoba činili su roditelji koji su imali mesto prebivališta u gradskoj sredini u Šapcu, kao i u varoši i seoskoj sredini Vladimircima, čija deca pohađaju vrtić. Svi ispitanici su namerno uzorkovani iz ciljane populacije, što omogućava generalizaciju nalaza na širu populaciju kojoj uzorak pripada kao deo skupa. Jedina zajednička karakteristika odraslih ispitanika je to što su roditelji.

Ukupno dvanaest roditelja (100%) učestvovalo je u fokusgrupnom intervjuisanju i popunjavanju anketnog listića i to šest muškaraca (50%) i šest žena (50%), proporcionalno raspodeljenih u odnosu na mesto stanovanja. Četvoro iz grada (33,33%), četvoro iz varošice (33,33%) i četvoro iz sela (33,33%), sa visinom primanja ispod proseka: njih četvoro (33,33%), šestoro sa prosečnom zaradom (50%) i njih dvojica (16,67%) sa visinom ličnog dohotka iznad proseka. Starost ispitanika i uzrast njihove dece koja idu u vrtić predstavljena je takođe tabelom broj 3, te se zapaža da je više roditelja dece ženskog pola, njih sedmoro (58,33%), a muškog pola njih petoro (41,67%), dok uzrast dece varira tako što jedan roditelj (8,33%) ima dete od dve godine, dvoje roditelja (16,67%) ima decu od četiri godine, četvoro njih (33,33%) ima decu uzrasta pet godina i petoro roditelja (41,67%) ima dete uzrasta šest (50%) godina.

Tabela broj 1 sadrži podatke o zanimanjima roditelja koja su stekli završetkom obrazovanja u školama, kao i podatke o stepenu formalnog obrazovanja te se može uočiti da jedan (8,33%) muškarac ima osnovnoškolski stepen obrazovanja, njih četvoro (33,33%) ima srednju stručnu spremu, četvoro (33,33%) ima visoku strukovnu školu i svega troje (25%) fakultetsko obrazovanje. Ostale varijable (sektor zaposlenja i pol dece) nisu u proporcionalnom odnosu, pa je tako većina roditelja zaposlena u privatnom sektoru: njih četvoro (33,33%), troje (25%) u državnim firmama, jedan muškarac (8,33%) je vlasnik firme u kojoj radi, jedan muškarac (8,33%) je nezaposlen, dok se troje njih (25%) bavi poljoprivredom.

7.5. Uzorak dece

Uzorak dece činilo je pet grupa dece. Prve tri kao i peta grupa uzorka činila su deca predškolskog uzrasta, koja su pohađala PU „Suncokreti" u Vladimircima i Debrcu, četvrta grupa je uzorak dece osnovnoškolskog uzrasta koja su pohađala treći razred OŠ „Nikolaj Velimirović" u Šapcu. Prve dve grupe dece pohađale su vrtić u Vladimircima, mlađa vaspitna grupa celodnevnog boravka uzrasta tri do pet godina (njih 11) i pripremna predškolska grupa uzrasta šest do sedam godina (njih 13), dok je treću grupu dece činila starija vaspitna grupa koja je pohađala vrtić u Debrcu uzrasta pet do sedam godina (njih 13). Četvrtu grupu dece činilo je 23 školske dece kalendarskog uzrasta oko devet godina koja su pohađala treći razred i nalazila su se u Šapcu. Petu grupu dece činio je prigodan uzorak dece predškolskog uzrasta odabran tako da odgovara Pijažeovim stadijumima kognitivnog razvoja i činilo ga je 12 dece. Deca su odabrana iz skupine fokus--grupa u kojima su učestvovala, a neka potpuno nova su pridodata iz navedene

Kodni broj ispitanika	Stepen obrazovanja				Zaposleni u:					Školovao/la se za:
	OŠ	SSS	VŠS	VSS	Državna firma	Privatna firma	Vlasnik privatne firme	Poljoprivrednik/ca	Nezaposlen	Zanimanje
I1M			1						1	sportski trener
I2M	1					1				majstor
I3Ž			1					1		vaspitač
I4Ž		1						1		ekonomski tehničar
I5M		1						1		mašinski teh.
I6Ž			1		1					saobraćajni inženjer
I7Ž		1				1				ekonomski tehničar
I8M				1		1				programer
I9M		1			1					veterinarski tehničar
I10M				1			1			mašinski inž.
I11Ž			1			1				kuvarica
I12Ž				1	1					farmaceut
frekventnost: (f) (%)	1 8,33%	4 33,33%	4 33,33%	3 25%	3 25%	4 33,33%	1 8,33%	3 25%	1 8,33%	
Ukupno:	12 (100%)				12 (100%)					

Tabela broj 1. Prikaz demografskih podataka koji se odnose na zanimanja i stepen obrazovanja roditelja

PU „Suncokreti", i to ona koja su zadovoljavala kriterijume uzrasta i želela da učestvuju u dubinskom intervjuu. Cilj je bio da za svaki stadijum razvoja bude po jedan dečak i devojčica, kako bi se lakše uočili mogući različiti stereotipni pogledi i mišljenja uslovljeni konstruktom roda. Tako ih je dvoje uzrasta od dve godine i devet meseci, jedno od dve godine i 11 meseci, dvoje uzrasta od tri godine i 0 meseci, dvoje uzrasta četiri godine i tri meseca, jedno dete uzrasta pet godina i jedan mesec, jedno dete uzrasta pet godina i dva meseca, dvoje dece uzrasta šest godina i šest meseci, i jedno dete uzrasta sedam godina i 0 meseci. Grupe su namerno odabrane kako bi se mogao sagledati (u zavisnosti od uzrasta dece) uticaj kognitivne zrelosti, na stavove, mišljenja i uviđanja rodnih stereotipa i doživljaja poruke koje im likovi crtanih filmova odašilju. Podaci o deci navedeni su u tabeli broj 2. Prve tri navedene grupe su učesnici/e fokus-grupnog intervjuisanja, četvrta grupa dece školskog uzrasta učestvovala je u anketnom istraživanju popunjavajući upitnik u pisanoj formi, dok je peta grupa dece intervjuisana dubinskim intervjuom.

Vaspitna grupa dece i mesto vrtića	Uzrast dece	Ukupan broj dece učesnika istraživanja	Broj dece muškog pola	Broj dece ženskog pola
Mlađa vaspitna grupa dece - Vladimirci	3 do 5 godina	11 100%	5 45,45%	6 54,55%
Pripremna predškolska grupa - Vladimirci	6 do 7 godina	13 100%	5 38,46%	8 61,54%
Starija vaspitna grupa dece - Debrc	5 do 7 godina	13 100%	6 46,15%	7 53,85%
Školska deca - Šabac	9 godina	23 100%	10 43,48%	13 56,52%
Prigodna grupa dece - Vladimirci i Debrc	Od 2 godine i 9 meseci do 7 godina	12 100%	6 50%	6 50%
Ukupno		72 100%	32 44,44%	40 55,56%%

Tabela broj 2. Osnovni podaci o deci

U fokus-grupnom istraživanju dece, pored lica koje je bilo zaduženo za snimanje kamerom, vaspitačice su pomagale u beleženju dečjih odgovora. Snima-

nje je obavljeno kamerom sa fotoaparata[12], dok sam ja, kao istraživačica bila u ulozi medijatora. U grupi dece uzrasta devet godina koja je anketirana, moja uloga bila je da podelim upitnike i pružim neophodna objašnjenja u vezi sa ciljem samog anketiranja i popunjavanja upitnika, kao i da po potrebi saopštim dodatne informacije tokom procesa popunjavanja. Istovremeno, učiteljica je bila logistička podrška koja je unapred pripremila decu za sam proces anketiranja i bila prisutna u učionici tokom dečjeg popunjavanja upitnika. U petoj grupi dece koja su intervjuisana dubinskim intervjuom, takođe sam imala pomoć vaspitačica u emitovanju crtanih epizoda, beleženju i snimanju odgovora pored lica koje je bilo zaduženo za snimanje kamerom. Moja uloga je bila uloga istraživačice, koja je intervjuisala i prethodno donosila odluke zajedno sa decom o izboru materijala (epizoda crtanog filma) koji će se emitovati. Vaspitačice nisu bile prisutne u prostoru sobe u kojoj se odvijao proces intervjuisanja, ali su iza paravana aktivno učestovale u beleženju i tonskom snimanju intervjua. Lice koje je bilo zaduženo za snimanje celokupnog procesa kamerom takođe nije bilo prisutno u vremenskom intervalu intervjuisanja, ali je pre i nakon svakog obavljenog intervjua, tehnički kontrolisao snimke i rad samog uređaja za snimanje.

7.6. Plan, scenario i tok istraživanja

U uvodnom delu, pre nego što je pristupljeno fokus grupnom intervjuisanju i popunjavanju anketnog upitnika, ispitanike – decu i roditelje, shodno uzrastu, upoznala sam sa tim da se istraživanje sprovodi radi izrade doktorske disertacije. Takođe, naglasila sam da će diskusija biti snimana tonskom kamerom/foto-aparatom i da audio-vizuelni snimci neće biti emitovani. Snimanje kamerom mi je bilo neophodno kako bih prikupila, obradila i prilagodila lakše podatke za prezentaciju u disertaciji. Sam proces istraživanja sastojao se od niza pitanja na koje su ispitanici odgovarali usmeno, diskutujući međusobno, tj. iznoseći i argumentujući slobodno svoje stavove, mišljenja, iskustva, osećanja, doživljaje. Celokupno istraživanje je anonimnog karaktera, o čemu su obavešteni ispitanici,

---

12 Snimanje fotoaparatom u odnosu na profesionalnu kameru odabrano je iz više razloga. Najpre, vaspitačice su, kada se ukazala potreba za audio ili vizuelnim dokumentovanjem proizvoda dečjeg rada i angažovanja u određenim vaspitno-obrazovnim aktivnostima tokom boravka u vrtiću, već koristile isti uređaj za snimanje i fotografisanje. Tako su deca bila priviknuta na proces snimanja foto-aparatom. Osim toga, odabir ovog uređaja zasnovan je i na činjenici da bi potpuno nov aparat (kamera) i prisustvo nepoznate osobe (snimatelja) mogli izazvati povećanu radoznalost kod dece, ali i skrenuti njihovu pažnju na prisustvo te nepoznate osobe. To bi moglo dovesti do manje kvalitetnih dečjih odgovora, smanjenog učešća, kao i smanjenja pažnje i opuštenosti u odgovorima.

roditelji i deca osnovnoškolskog uzrasta. Pre nego sam počela zajedničku diskusiju, odraslim ispitanicima (roditeljima) sam podelila upitnike koje su popunili. Upitnici su se odnosili na osnovne demografske varijable.

Popunjavanje anketnog upitnika namenjenog školskoj deci OŠ „Nikolaj Velimirović“ iž Šapca trajao je jedan školski čas, uzimajući u obzir da je oko trideset minuta utrošeno na popunjavanje ankete, dok je preostalo slobodno vreme upotrebljeno za pružanje osnovnih informacija u vezi sa istraživanjem.

Nakon izvršene transkripcije audio-podataka iz snimljenih materijala fokus--grupa roditelja i dece i intervjuisanja dubunskim intervjuom dece, svi snimci su uništeni. Snimanju dece u vrtiću i intervjuisanju u osnovnoj školi prethodilo je dobijanje saglasnosti direktora navedenih institucija i roditelja snimane i intervjuisane dece, kako bi se dobile dozvole da se istraživanje može obaviti sa decom, ali i u prostoru institucija koje su deca pohađala.

7.7. Jedinica analize

Svaka epozoda crtanog filma smatrana je osnovnom jedinicom analize bez obzira na dužinu trajanja. Celokupna analiza izvršena je na osnovu gledanja i pristupa snimanja u vreme emitovanja odabranog dana u sedmici (subota), tokom pet sedmica uzastopno na drugom programu javnog servisa RTS-a.

8. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

8.1. Prvi zadatak

Prvi zadatak istraživačkog dela rada bio je utvrditi postojanje rodnih stereotipa likova u dečijim crtanim filmovima kroz reprezentaciju muških i ženskih likova i uočavanje postojanja filmskih i (raz)govornih sredstava kojim se privlači i usmerava pažnja dece na gledanje određenih likova sa kojima se ista identifikuju u procesu socijalizacije. Realizacijom prvog zadatka potvrđujem ili opovrgavam postavljene hipoteze:

1. U analiziranim crtanim filmovima prisutni su rodni stereotipi.

2. Kodovi filmske umetnosti koriste se kao sredstva i strategije marginalizacije u diskursu crtanih filmova.

2.1. Neverbalni kodovi filmske umetnosti se koriste kao sredstva kojima se privlači pažnja, ali i kao odašiljači i prenosioci stereotipa i stereotipija kako bi se implicitno manipulisalo ciljanom publikom.

2.2. Verbalni kodovi filmske umetnosti u većini analiziranih crtanih filmova koriste se kao strategija marginalizacije u diskursu koje je klasifikovao holandski naučnik Teun Adrianus van Dajk (Teun Adrianus van Dijk).

3. Krajnja poruka analiziranih crtanih filmova jeste diskriminatorna u pogledu rodnih stereotipa.

Ovaj zadatak sam realizovala primenom dva kodna protokola: Kodni protokol upotrebljen u okviru kvantitativno - kvalitativne analize sadržaja i kodni protokol zasnovan na zapažanjima merljivih kategorija i varijabli van Dajka (2008). Svaki od kodnih protokola sastojao se iz kodnih listova koji su sadržali određen broj setova tvrdnji/pretpostavki sa različitim brojem kategorija unutar svakog seta.

8.1.1. Prvi kodni protokol

8.1.1.1. Prvi kodni list

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

Posmatrano po serijalima, kao što je predstavljeno u tabeli broj 3, zapazila sam da je od ukupnog broja likova, koji iznosi 1331 (100%), zastupljeno više od tri četvrtine muškaraca, odnosno 1047 (78,66%), dok žena ima oko četvrtine, tj. 284 (21,3%) od ukupnog broja likova. Primetna je veća zastupljenost muških likova u odnosu na ženske, što ide u prilog patrijarhalnom obrascu, kao sistemu različitih odnosa koji unutar sebe sadrži različite forme i oblike komplementarnosti između muškaraca i žena. Danas je njegov pojavni oblik takav da žene u većini društvenih zajednica beleže značajna poboljšanja u društvenom položaju, kako u privatnom, tako i u javnom domenu, iako još uvek postoje brojne forme i domeni u kojima muškarci imaju premoć. Diskurs premoći, u kojem su muškarci dominantniji u odnosu na žene, dodatno se potvrđuje slikom veće zastupljenosti muških likova u crtanim filmovima u odnosu na ženske. Ovo se posebno zapaža kroz strukturu odnosa zastupljenosti muških i ženskih likova u glavnim i sporednim ulogama, o kojima je već bilo reči. Veća zastupljenost muških likova primetna je i kada se pojedinačno posmatra njihova zastupljenost u strukturi glavnih, kao i sporednih uloga. U analizi glavnih uloga, primetila sam da ima 209 (65,3%) muškaraca u odnosu na žene, kojih je duplo manje – 111 (34,6%). U sporednim ulogama razlika je još veća: 835 (82,5%) muškaraca i 176 (17,4%) žena.

Likovi	Ukupno likova		Glavni likovi		Sporedni likovi		Ljudska bića				Životinje			
							odrasli		deca		odrasli		deca	
serijal	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Snupi	44 64,71%	24 35,29%	20 58,82%	14 41,18%	24 70,59%	10 29,41%	/ /	/ /	24 50%	24 50%	/ /	/ /	20 100%	/ /
Kalimero	68 76,40%	21 23,60%	27 72,97%	10 27,02%	41 78,85%	11 21,15%	5 62,50%	3 37,50%	/ /	/ /	14 70%	6 30%	49 80,33%	12 19,67%
Kloin ormarić	86 56,58%	66 43,42%	37 59,68%	25 40,33%	46 51,11%	44 48,89%	4 33,33%	8 66,67%	10 31,25%	22 68,75%	17 33,33%	34 66,67%	55 96,49%	2 3,51%
Leon	45 91,84%	4 8,16%	15 83,33%	3 16,67%	30 96,77%	1 3,23%	/ /	/ /	/ /	/ /	40 90,91%	4 9,91%	5 100%	/ /
Džoni Test	311 68,05%	146 31,95%	66 58,41%	47 41,59%	245 71,22%	99 28,78%	170 75,56%	55 24,44%	110 57,59%	81 42,71%	30 75,00%	10 25,00%	1 100%	/
Zozonci	63 82,89%	13 17,11%	25 67,57%	12 32,43%	38 97,44%	1 2,56%	8 100%	/ /	4 100%	/ /	30 85,71%	5 14,29%	21 75,76%	8 24,24%
Bio jednom jedan život	430 97,73%	10 2,27%	19 100%	/	411 97,62%	10 2,38%	116 100%	/	5 55,56%	4 44,44%	176 99,44%	1 0,56%	133 96,37%	5 3,62%
Ukupan broj likova po polu i (%)	1047 78,66%	284 21,34%	209 65,31%	111 34,69%	835 82,59%	176 17,41%	303 82,11%	66 17,89%	153 53.87%	131 46,13%	307 83,65%	60 16,35%	284 91,32%	27 8,68%
Ukupan broj likova po polu(%)	1331 100%		320 24,04%		1011 75,96%		369 (56,32%)		284 (43,28%)		367 (54,13%)		311 (45,87%)	
							653 (49,06%)				678 (50,94%)			
Ukupno(broj/%)	1331 (100%)		1331 (100%)				1331 (100%)							

Tabela broj 3. Prikaz identiteta, glavnih i sporednih uloga i oblika u kojem su likovi predstavljeni

Ako se posmatra u kojem obliku su likovi zastupljeni – kao ljudska bića ili životinje – uočava se da je odnos gotovo izjednačen: 653 (49,06%) likova je u ljudskom obliku, dok je 678 (50,49%) u životinjskom obliku.

Razlika je primećena kada je reč o zastupljenosti između dece i odraslih u ljudskom obliku: dece je 284 (43,28%), a odraslih 369 (56,32%). Sam odnos između dečjih muških i ženskih likova takođe ide u korist veće zastupljenosti muških likova; dečjih muških likova ima 153 (53,8%), dok dečjih ženskih likova ima 131 (46,1%). Razlika je znatno izraženija među odraslim likovima, gde su muški likovi zastupljeni sa 303 (82,1%), u odnosu na znatno manji broj ženskih likova, kojih je svega 66 (17,8%).

Razlika u korist muških likova je primetna i kada je reč o zastupljenosti između dece i odraslih koji se pojavljuju u životinjskom obliku, dece je 311 (45,87%), a odraslih 367 (54,13%). Međutim, i sam odnos zastupljenosti muškaraca i žena kako kod odraslih, tako i kod dece u životinjskom obliku je značajno u korist muškaraca: muških odraslih je 307 (83,65%), ženskih 60 (16,35%), a dečji muških likova je 284 (91,32%), a ženskih likova svega 27 (8,68%).

Dakle, i u ovom odnosu (oblik pojavnosti) uočava se patrijarhalni obrazac i marginalizovanost ženskih u odnosu na muške likove, ali i dečijih likova u odnosu na odrasle.

Posmatrano po serijalima (tabela 3), može se videti da su u svim serijalima muški likovi više zastupljeni u odnosu na ženske. Takođe, nije došlo do promene u stereotipnom prikazivanju žena kada se uporede sadržaji epizode crtanog filma serijala „Bio jednom jedan život: neverovatna istorija ljudskog tela", proizvedenog 1983. godine, sa epizodama analiziranih crtanih filmova proizvedenih u XXI veku, u rasponu od 2005. do 2015. godine. Takođe, u istoj tabeli može se videti i da nije došlo do promene u stereotipnom prikazivanju žene ni kada se uporede međusobno sadržaji epizoda proizvedenih u XXI veku u rasponu od 2005. do 2015. godine. Ipak, u poređenju serijala proizvedenih u XXI veku slika odnosa zastupljenosti muških i ženskih likova je znatno bolja u pogledu zastupljenosti žena nego što je to u crtanom filmu *Hormoni* iz serijala *Bio jednom jedan život: neverovatna istorija ljudskog tela* koji je proizveden 1983. godine. U serijalu iz XX veka prema podacima u tabeli broj 3, žene su prisutne u svega 2,27% i njih nema prikazanih u glavnim ulogama, ali ni kao odraslih ljudskih bića.

Dobijeni rezultati nedvosmisleno ukazuju na patrijarhalni obrazac, odnosno stereotipno prikazivanje žena, prema kojem je muškarcima namenjena glavna uloga i veći stepen zastupljenosti u odnosu na ženske likove i decu. Ovi rezultati se poklapaju sa onima iz nekih ranijih istraživanja medijskog diskursa, među kojima su svakako istraživanja Tomsona i Zerbison (Thompson & Zerbinos, 1995),

Ahmeda Abdul Vahaba (Ahmed & Abdul Wahab, 2014), kao i istraživanje Anđelkovića (2009), koje je realizovao Ženski INDOK Centar. Ipak, kao zaključak, valja naglasiti da prezentovana struktura odnosa veće zastupljenosti muškaraca u odnosu na žene šalje poruku deci da moć i status u društvu povezuju sa muškarcima, dok za žene važi suprotno. One imaju manje uloge, a uglavnom su to manje važne uloge. Često se ženski likovi u analiziranim crtanima ne prikazuju samo kao manje značajni, već su češće stereotipno predstavljeni kao destruktivni i zli, bilo u ljudskom ili životinjskom obliku (kao što su vrana veštica, deda Mladenove kuce, majka noj).

8.1.1.1.2. Ko govori u serijalima

Posmatrajući ko govori u epizodama serijala (ljudska bića, životinje, biljke, predmeti, muški, ženski likovi) zapazila sam (tabela broj 4) da su muški likovi više govorili nego ženski likovi, od ukupno 1331 lika oba pola, 1047 čine muški likovi (78,66%) koji češće i više govore u odnosu na 284 ženska lika (21,34%). Ako se posmatraju samo likovi oba pola koja ne govore tj. verbalno se ne izražavaju u crtanim filmovima, taj odnos je 688 muških likova (51,69%) naspram 118 ženskih likova (8,87%). Međutim, valja imati u vidu da su se likovi oba pola ipak izražavali i to neverbalno, tako da se i ovde zapaža patrijarhalna obojenost koju karakteriše dominacija muškaraca, jer više pričaju, čak i neverbalno. Prema van Dejku (2008), dominantna grupa uvek više govori, tj. grupa koja ima moć. Posmatrano prema obliku pojavnosti, zapazila sam da najviše pričaju muški 157 (11,80%) i ženski 126 (9,47%) ljudski likovi, potom životinjski - muški 145 (10,89%) i ženski 32 (2,40%) i likovi u obliku predmeta, muški 57 (4,28%) i ženski 8 (0,60%). Ovo ukazuje da su najviša u hijerarhiji ljudska bića i to muškarci kojima je dato da najviše govore, dok su životinje, biljke, predmeti i ženski likovi u bilo kojem obliku pojavljivanja u potčinjenom položaju u odnosu na ljudski oblik. Takođe, posmatrano iz ugla muško-ženskih odnosa u govoru, čak i kada su junaci isključivo životinje i predmeti, muškarci su brojniji. To je posebno vidljivo u nekim analiziranim crtanim filmovima, kao što su „Kalimero“ i „Leon“, gde se svi likovi pojavljuju u obliku životinja. Primetno je da muški likovi dominiraju kako u verbalnoj, tako i u neverbalnoj komunikaciji: u „Kalimero“ ima 68 muških (76,40%) i 21 ženskih (23,60%) likova, dok u „Leonu“ ima 45 muških (91,84%) i 4 ženska lika (8,16%).

Rezultati analiziranih kategorija pokazuju da je muška dominacija prisutna kako u verbalnoj tako i u neverbalnoj komunikaciji kao i da je najdominantniji muški ljudski oblik pojavnosti, pa životinjski, i konačno predmetni. Lako je uo-

Ko govori	ljudska bića		životinje		biljke		predmeti		oni koji ne govore		ukupno u epizodi		ukupno likova
Serijali	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M+Ž
Snupi	15 22,06%	24 35,29%	/	/	/	/	/	/	29 42,64%	/	44 64,71%	24 35,29%	68 100%
Kalimero	/	/	60 67,42%	19 21,35%	/	/	/	/	8 8,99%	2 2,25%	68 76,40%	21 23,60%	89 100%
Kloin ormarić	14 9,21%	30 19,74%	27 0,18%	4 2,63%	/	/	12 7,89%	/	33 21,71%	32 21,05%	86 56,58	66 43,42%	152 100%
Leon	/	/	/	/	/	/	/	/	45 91,84%	4 8,16%	45 91,84%	4 8,16%	49 100%
Džoni Test	97 21,22%	71 15,54%%	20 4,38%	/	/	/	32 7,00%	3 0,66%	162 35,45%	72 15,75%	311 68,05%	146 31,95%	457 100%
Zozonci	12 15,79%	/	38 50%	9 11,84%	/	/	/	/	13 17,11%	4 5,26%	63 82,89%	13 17,11%	76 100%
Hormoni	19 4,32%	1 0,22%	/	/	/	/	13 2,96%	5 1,14%	398 90,45%	4 0,91%	430 97,73%	10 2,27%	440 100%
Ukupno u svim serijalima	157 11,80%	126 9,47%	145 10,89%	32 2,40%	/	/	57 4,28%	8 0,60%	688 51,69%	118 8,87%	1047 78,66%%	284 21,34%	1331 100%

Tabela broj 4. Svih 65 epizoda serijala – Ko govori u serijalima

čiti da do izražaja dolazi hijerarhija na čijem vrhu je muškarac, izdvojivši se kao grupa koja ima moć, dominirajući u bilo kojem pojavnom obliku u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji. Ovi rezultati se poklapaju sa rezultatima do kojih su došle Tomson i Zebinos (Thompson & Zerbinos, 1995) u svojim istraživanjma, koje su zapazile da su muški likovi dominantniji, da više govore, da su u glavnim ulogama kao i da muškarci češće pokazuju liderstvo, bes, nezavisnost, agresiju.

8.1.1.2. Drugi kodni list

8.1.1.2.1. Likovi koji su prikazani u pozitivnom svetlu

Serijali POZITIVNI	Snupi	Kalimero	Kloin ormarić	Leon	Džoni Test	Zozonci	Hormoni	Ukupno
ratnik / ratnica (vojnik)						14 23,33%		14 1,37%
Superheroj / superheroina			13 9,35%		18 4,96%	32 53,33%		63 6,14%
Čarobnjak / veštica						4 6,66%		4 0,39%
Životinja	18 40,91%		81 58,27%	10 41,66%	21 5,79%			130 12,68%
Deca/učenici	5 11,36%				74 20,39%			79 7,71%
Mladi					2 0,55%			2 0,20%
Roditelji (mama, tata)		6 10,00%	10 7,19%	4 16,66%	40 11,02%			60 5,85%
Vaspitači/ce i učitelji/ce		2 3,33%						2 0,20%
Oživljeni predmeti			12 8,63%					12 1,17%
Gubitnik	6 13,64%	10 16,67%		10 41,66%		6 10,00%		32 3,12%
Profesori/ke i naučnici/e					13 3,58%		9 2.68%	22 2,15%
trgovci/kinje		2 3,33%						2 0,20%

Serijali POZITIVNI	Snupi	Kalimero	Kloin ormarić	Leon	Džoni Test	Zozonci	Hormoni	Ukupno
trener/ica					2 0,55%			2 0,20%
domaćin/ca		2 3,33%			20 5,51%			22 2,15%
baštovan/ka		2 3,33%						2 0,20%
negovateljica, bebisiterka, utešiteljka, hraniteljica	2 4,55%	5 8,33%	2 1,43%					9 0,88%
gusar/ka			8 5,76%					8 0,78%
pomoćnik čarobnjaka						4 6,66%		4 0,39%
sportista/kinja	4 9,09%	7 11,66%						11 1,07%
psihoterapeut/ kinja	2 4,55%							2 0,20%
nedefinisa-na uloga i zanimanje								
učenik/ica	3 6,81%	10 16,66%						13 1,27%
novinar/ka		2 3,33%			2 0,55%			4 0,39%
muzičar/ka	4 9,09%							4 0,39%
penzioner/ka					5 1,38%			5 0,49%
direktor/ka					20 5,51%			20 2,06%
zaljubljena devojka		2 3,33%			5 1,38%			7 0,68%
radnik/ica		4 6,67%			4 1,10%			8 0,78%
gradona-čelnik/ ica		2 3,33%						2 0,20%
lopov/ kradljivica		2 3,33%						2 0,20%

Serijali POZITIVNI	Snupi	Kalimero	Kloin ormarić	Leon	Džoni Test	Zozonci	Hormoni	Ukupno
student/kinja					16 4,40%			16 1,56%
agent/ica					6 1,65%			6 0,59%
medicinska sestra					2 0,55%			2 0,20%
graditelji/ke, zidari/ke					10 2,75%			10 0,98%
životinje borci					1 0,27%			1 0,01%
izumitelj imaginarnog bića					2 0,55%			2 0,20%
deca radnici na farmi			3 2,16%					3 0,29%
meda dostavljač hrane			2 1,43%					2 0,20%
životinja vođa			2 1,43%					2 0,20%
Šumske vile/ vilenjaci			6 4,32%					6 0,59%
supruga gradonačelnika		2 3,33%						2 0,20%
turisti					100 27,55%			100 9,75%
spasioci (Eritrociti) - odrasle jedinke							77 22,99%	77 7,51%
spasioci (eritrociti, hormoni, šećeri, kućni ljubimci) - deca							134 40,00%	134 13,07%
naučnici, laboranti, tehničari, čuvari... -odrasle osobe							115 34,33%	115 11,22%
Ukupno	44 100%	60 100%	139 100%	24 100%	363 100%	60 100%	335 100%	1025 100%

Tabelarni prikaz broj 5. Akteri koji su prikazani u pozitivnom svetlu - svi serijali

Likovi prikazani u pozitivnom svetlu, poredeći sve serijale prikazane u tabeli broj 5, najčešće su u ulogama superjunaka/heroina (63, odnosno 6,14%), antropomorfnih životinja (130, odnosno 12,68%), zatim u ulozi dece i učenika/ca (79, odnosno 7,71%), potom u ulozi turista/kinja (100, odnosno 9,79%), i konačno u ulozi odraslih spasioca (77, odnosno 7,51%). Deca u ulozi spasioca čine 134 (13,07%), dok u ulogama naučnika, laboranata, tehničara i čuvara ima 115 (11,22%).

Treba napomenuti da su likovi u crtanim filmovima uglavnom antropomorfne životinje, dok su deca i odrasla ljudska bića pored životinja zastupljena u „Snupiju", „Kloinom ormariću", serijalu „Bio jednom jedan život" i „Džoni Testu".

Rezultati analize pokazuju da „televizija promoviše dominantnu ideologiju kao što su patrijarhalne vrednosti koje održavaju postojeći društveni poredak" (Ahmed & Abdul Wahab, 2014: 46). Pozitivna svetlost najčešće stavlja značaj na junaštvo, hrabrost, spašavanje nemoćnih iz opasnih i komplikovanih situacija, što su u crtanim filmovima zadaci dodeljeni uglavnom muškim likovima. Čime sve navedeno nosi tradicionalni obrazac aktivnih uloga muških likova koji „preokreću lošu situaciju i dovode do srećnog kraja" (Pešić, Đekić 2017: 155). Dakle, rezultati se poklapaju sa razultatima nekih ranijih istraživanja do kojih su došle Matović (2010), Pešić i Đekić (2017), Radović i Radulović (2016) i dr.

8.1.1.2.2. Identitet pozitivnih likova

Serijali POZITIVNI	Snupi	Kalimero	Kloin ormarić	Leon	Džoni Test	Zozonci	Hormoni	Ukupno
Muški	39 88,64%	48 80,00%	73 52,52%	20 83,33%	226 62,26%	51 85,00%	327 97,61%	784 76,49%
Ženski	5 11,36%	12 20,00%	66 47,48%	4 16,67%	137 37,74%	9 15,00%	8 2,39%	241 23,51%
Mešoviti (grupni subjekti)	/	/	/	/	/	/	/	/
Neidentifikovani	/	/	/	/	/	/	/	/
Ukupno:	44 100%	60 100%	139 100%	24 100%	363 100%	60 100%	335 100%	1025 100%

Tabela broj 6. Personalizacija pozitivno prikazanag aktera - pol prikazanog aktera

Prema tabelarnom prikazu broj 6, najviše zastupljenih pozitivno prikazanih likova su muški (784, odnosno 76,49%), u odnosu na ženske likove kojih je svega 241, odnosno 23,51%. To je još jedna karakteristika tradicionalnog koja se nije promenila čak ni u XXI veku. Ova slika se poklapa sa ranijim istraživanjima, posebno Ahmeda i Abdul Wahaba (2014: 52), koja su otkrila da je razlog veće zastupljenosti muškaraca to što su crtani filmovi „sadržajno orijentisani više ka muškarcima nego prema ženama", pa su muške uloge samim tim brojnije i više zastupljene od ženskih uloga. Zbog toga savetuju da treba izbegavati stereotipno predstavljanje muških i ženskih likova i prikazivati ih uravnoteženo u rodno osetljivim okolnostima, odašiljući deci poruku o ravnopravnim ulogama i položaju muškaraca i žena u društvu (Ahmed & Abdul Wahab, 2014).

8.1.1.2.3. Likovi koji su prikazani u negativnom svetlu

Serijali NEGATIVNI	Snupi	Kalimero	Kloin ormarić	Leon	Džoni Test	Zozon-ci	Hormoni	Ukupno
ratnik / ratnica (vojnik)								
super heroj/ superheroina				7 28,00%	4 4,26%			11 3,56%
čarobnjak/ veštica						4 25,00%		4 1,30%
Imaginarno/ mitološko biće (strašilo, robot, aždaja)					2 2,13			2 0,65%
životinja	2 8,33%	12 41,38%	3 23,08%	6 24%	7 7,44%			30 9,80%
starci					2 2,13%			2 0,65%
deca/učenici	6 25,00%							6 1,96%
gubitnik	4 14,66%							4 1,30%
farmer			2 15,38%					2 0,65%
gusar/ka			8 61,54%					8 2,61%

član družine						12 75,00%	12 3,92%
policajci/ke					36 11,76%		36 11,76%
posmatrač/ica	4 16,66%						4 1,30%
učenik/ica	2 8,33%	3 10,34%					5 1,63
arhitekta/ica		2 6,90%					2 0,65%
zaljubljena devojka	2 8,33%	2 6,90%					4 1,30%
lopov/ kradljivica		6 20,69%			6 1,96%		12 3,92%
zatvorenik					4 1,30%		4 1,30%
vojska	4 16,66%				14 14,89%		18 5,88%
čuvar reda u luna-parku					2 2,13%		2 0,65%
vođa bande					1 1,06%		1 0,32%
pomoćnici vođe bande					1 1,06%		1 0,32%
životinje borci					5 1,63%		5 1,63%
agresivan igrač iz igrice					2 2,13%		2 0,65%
turizmolog					2 2,13%		2 0,65%
zavodnik/ica		4 13,79%			6 6,38%		10 3,26%
mladunce životinje u jajetu (aligator i noj)				8 32,00%			8 2,61%
buba balegar				4 16,00%			4 1,30%
negativci (bakterija, eritrociti - odrasle jedinke)						100 95,24%	100 32,67%

neozbiljni spasioci (eritrociti, hormoni, šećeri, kućni ljubimci - deca)							4 3,81%	4 1,30%
Naučnici, laboranti, tehničari, čuvari... -odrasle osobe							1 0,95%	1 0,32%
Ukupno	24 100%	29 100%	13 100%	25 100%	94 100%	16 100%	105 100%	306 100%

Tabelarni prikaz broj 7. Akteri koji su prikazani u negativnom svetlu - svi serijali

U negativnom svetlu, prema tabelarnom prikazu broj 7, najviše je prikazano negativaca: bakterija (100, odnosno 32,67%), nasilnih policajaca/ki (36, odnosno 11,76%), životinja (30, odnosno 9,80%), nasilnih vojnika (18, odnosno 5,88%), lopova/kradljivaca (12, odnosno 3,92%) i superjunaka/heroina (11, odnosno 3,56%). Ovaj prikaz tipično odražava patrijarhalni obrazac predstavljanja kao lošeg, nasilnog, dominantnog i napadačkog, a uključuje i policiju, vojsku i bakterije kao sredstva demonstriranja moći. Većina „nasilnih scena uopšte nisu predstavljene kao zlo već kao normalne reakcije ljutih muškaraca" (Matović, 2010: 117), što govori u prilog implicitnosti prikazivanja negativnog, te ih je teško prepoznati kao nasilne. Tako u epizodi *Hormoni* iz serijala "Bio jednom jedan život", bakterije iako nasilne i ubice koje proždiru bela i crvena krvna zrnca, nisu predstavljene kao zle, već je njihovo nasilništvo predstavljeno kao normalna reakcija. Valja imati u vidu i da uloge zlikovaca mogu biti karakteristične u crtanim filmovima i pre svega poslužiti kako bi publiku podučile moralu. One će u službi moralnog biti u situacijama kada prenose na primer poruku da „ukoliko činiš loše, loše će se i tebi desiti" (Pešić, Đekić 2017: 154), a publika će to prihvatiti i razumeti kada nakon zlog dela za junaka postoji i sankcija za učinjeno delo. Kazne za zle aktivnosti u crtanim filmovima koje analiziram mnogo su češće rezervisane za ženske nego za muške likove. Tako je u crtanom filmu *Mersi* iz „Snupi" serijala, dat prikaz vršnjačkog nasilja sa povratnom spregom, u sceni gde su se učenice i najbolje drugarice Mersi i Peti potukle, ali i bile kažnjene. Žene u crtanim filmovima uglavnom su predstavljene kao zle, sa velikom i strašnom moći, poput Vrane veštice u serijalu „Zozonci", ili kao užasna bića koja su tokom većeg dela godine loše raspoložena, viču, napadaju i guše, kao što je Lusi predstavljena u serijalu „Snupi" u epizodi „Loše raspoloženje". Ženski lik u navedenoj epizodi je predstavljen kao negativan zbog svog raspoloženja, što generalno teži da devojčice i žene prikaže stereotipno kao loše raspoložene, ljute,

besne, namćoraste i agresivne, pri čemu se čini da su takve same po sebi, bez vidnog razloga, što verbalno potvrđuju muški likovi. Muškarci su u takvim scenama predstavljeni kao osobe koje trpe negativne emocije upućene od žena, te se smireni, šokirani i pribrani u opisanim situacijama pojavljuju uglavnom kao oni koji nude rešenje. Na primer, u scenama epizode „Loše raspoloženje" serijala „Snupi", gde su žene predstavljene kao agresivne, histerične i nasilne, muški lik nudi rešenje da ženama treba napraviti kalendar raspoloženja, tvrdeći da je to jedini način da se umanji destruktivna energija žena. Ovim se odašilje poruka da žene moraju biti pod kontrolom i da treba postupati po određenom protokolu koji za njih sačini muškarac. Pojačavajući negativnu sliku o ženama, Lajmus u navedenoj epizodi, ukazujući na strpljenje Lusi, koja je u ulozi histerične žene, opisuje je rečima: „ima strpljenja kao čajnik na paru." Čak i Snupi, iako je pas, u istoj epizodi biva uznemiren, tužan i besan kada dobije pismo od devojčice Lajle, koja mu je bila vlasnica pre nego što je prodat Čarli Braunu. U istoj sceni, agresija Čarlija, koja se negativno prikazuje, predstavljena je kao „normalna reakcija ljutog muškarca" u trenucima kada ne može da sazna odgovor od Snupija na pitanje zašto ga je uznemirilo pismo Lajle. Ovakvom reprezentacijom ženskog i muškog lika samo se pojačava isticanje negativnog kod „njih" i pozitivnog kod „nas". Ova slika o ženi kao negativnom „njih" u sceni pojačana je ne samo facijalnom ekspresijom ljutog lica muškog lika Čarlija Brauna i njegovom verbalnom reakcijom, već i pesnicom koju Čarli steže i njome udara o krov kućice psa dok izražava svoje nezadovoljstvo zbog pisma Lajle, okrivljujući je za uznemirenost svog psa. Serijal Snupi sadrži i epizodu u kojoj je zaljubljena žena predstavljena kao negativna u trenucima kada joj je dosadno, gde dosada čini da pokazuje svoj „namćorluk", osvetničku notu ličnosti čak i kada je sve „idealno". Ženski lik je reprezentovan tako da biva podstaknuta na ovakav korak kada joj muškarac ne posvećuje pažnju koju ona očekuje. U sceni, pažnju joj nije pružio jer je zauzet poslom koji obavlja (komponovanjem) za razlku od nje koja se izležava dok on radi. Ona prekida vezu, čime jasno šalje poruku da su žene generalno krive za prekid emotivnih veza i razvode brakova, bez da je u sceni bilo i jednog trenutka upitno možda loše postupanje muškog lika. Tako da su žene u negativnom svetlu predstavljene kao osobe koje izazivaju agresivnost svojim ponašanjem kod muškaraca i krivci su za muška osećanja. Na ovakav način raspiruje se mržnja i netrpeljivost prema ženama jer su reprezentovane kao osnovni krivci za muškarčev bes i nesreću. Izdvojila bih američke vojnike u epizodi „Čudovište iz jezera" iz serijala „Džoni Test", koji su predstavljeni kao izuzetno agresivni i koji ne poštuju čak ni osnovna prava ljudskih bića zagarantovana Univerzalnom deklaracijom

o ljudskim pravima (1948) [13] odnosno kasnije Konvencijom o ljudskim pravima (1950)[14], već bombarduju i odrasle i decu u luna-parkovima, kako bi potvrdili svoju silu. Rezultati analize se poklapaju sa rezultatima ranijih istraživanja o kojima je pisala Dafina Lemiš (2008) u svojoj istraživačkoj studiji „Deca i televizija", potom Burguera (2011), Gotz (2008), a kod nas, na primer, Matović (2010) kada govori o rodnim stereotipima u crtanim filmovima Volta Diznija, gde su muškarci uglavnom predstavljeni kao negativni likovi, a žene kao mrzovoljne i strašne veštice koje su uzrok loših osećanja, besa i opšte nesreće muškaraca.

8.1.1.2.4. Identitet negativnih likova

Serijali NEGATIVNI	Snupi	Kalimero	Kloin ormarić	Leon	Džoni Test	Zozonci	Hormoni	Ukupno
Muški	5 20,83%	20 68,97%	13 100%	25 100%	85 90,43%	12 75,00%	103 98,10%	263 85,95%
Ženski	19 79,17%	9 31,03%	/	/	9 9,57%	4 25,00%	2 1,90%	43 14,05%
Mešoviti (grupni subjekti)	/	/	/	/	/	/	/	/
Neidentifikovani	/	/	/	/	/	/	/	/
	24 100%	29 100%	13 100%	25 100%	94 100%	16 100%	105 100%	306 100%

Tabela broj 8. Personalizacija negativno prikazanag aktera - pol prikazanog aktera

Identitet negativno prikazanih likova je predstavljen u tabeli broj 8 koja pokazuje da je više muškaraca zastupljeno (263, odnosno 85,95%) u odnosu na znatno manji broj žena (43, odnosno 14,05%). Prikaz veće zastupljenosti muškaraca u negativnom svetlu u crtanim filmovima takođe ukazuje na stereotipni prikaz muških i ženskih likova i poklapa se sa istraživanjima Matović (2010) i Ahmed & Abdul Wahab (2014). Pri tome, kako Burdije (2001: 84) primećuje,

13 Usvojena i proglašena rezolucijom Generalne skupštine Ujedinjenih nacija 217 (III) od 10. decembra 1948. godine: 48 država je glasalo za, nijedna protiv, dok je osam bilo suzdržano (uključujući Jugoslaviju, Saudijsku Arabiju, Južnu Afriku i SSSR). Pogledano 12. 12. 2017. https://ljudskaprava.gov.rs/sites/default/files/fajlovi/univerzalna-deklaracija-o--ljudskim-pravima_1948.pdf

14 Konvencija o ljudskim pravima. Pogledano:12. 12. 2017. https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SRP.pdf

žensko se javlja kao pasivno, manje vredno, isključeno iz javnosti, dok muškarci prema istom autoru (2001: 70-72) imaju povlašćen status, i moraju biti suprotno od onoga što je žensko. Ovim ideal muškosti stvara "princip ogromne ranjivosti" jer će muškarac ako ne dokazuje svoju muškost biti prezren od drugih muškaraca i nazvan slabićem, mlakonjom i slično (Burdije, 2001: 70-72). U patrijarhalnoj matrici muškost je oličenje nasilnog, borbe, agresije, moći u svakom smislu.

8.1.1.3. Treći kodni list

Da bih utvrdila postoje li rodni stereotipi u tabelarno iskazanim kategorijama: boje, izgled, rekviziti, rodno markirane uloge, emocije (tabela broj 9) i na koji način i kojim sredstvima se implicitno i eksplicitno plasiraju deci, bilo je neophodno da sagledam njihovu zastupljenost u epizodama svih serijala.

8.1.1.3.1. Definisanje rodnih stereotipa polazeći od kategorija

Rodni stereotipi po epizodama u serijalima	Snupi	Kalimero	Kloin ormarić	Leon	Džoni Test	Zozonci	Hormoni	Ukupno
Boje	10 25%	10 20%	10 20%	/	20 20%	4 20%	1 25%	55 19,37%
Izgled /odeća, kosa, telesni atributi/	10 25%	10 20%	10 20%	/	20 20%	4 20%	1 25%	55 19,37%
Rekviziti / prać-ka, mač - cveće, mašna.../	/	10 20%	10 20%	/	20 20%	4 20%	/	44 15,48%
Rodno markirane uloge /hobi, fizička snaga/aktivna, pasivna, privatno / javno....	10 25%	10 20%	10 20%	10 50%	20 20%	4 20%	1 25%	65 22,89%
Emocije /suze, saosećanje.../	10 25%	10 20%	10 20%	10 50%	20 20%	4 20%	1 25%	65 22,89%
Ukupno	40 100%	50 100%	50 100%	20 100%	100 100%	20 100%	4 100%	284 100%

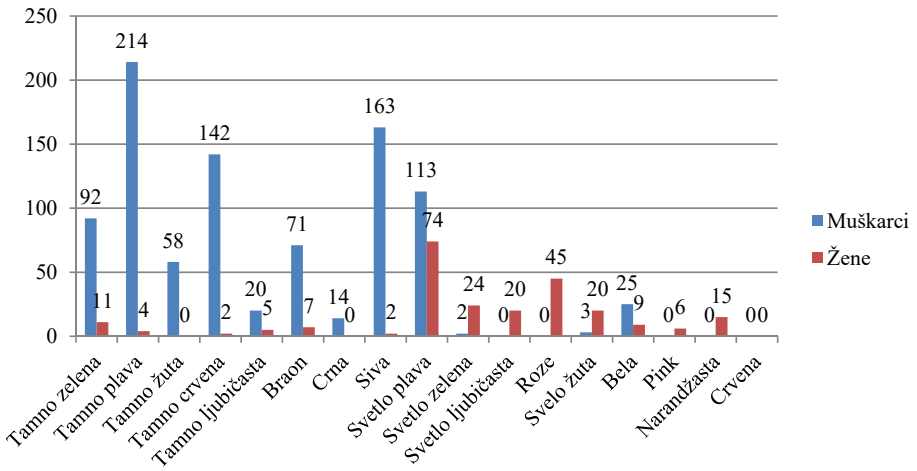
Tabela broj 9. Rodni stereotipi i njihova zastupljenost u epizodama u svim serijalima

Prikaz rezultata do kojih sam došla predstavila sam u tabeli broj 9 gde se može videti da su gotovo sve epizode obojene nekim od stereotipa, ali i da postoje epizode iz serijala među kojima je i serijal „Leon" gde neki stereotipi nisi zastupljeni. U serijalu „Leon" nema stereotipa u pogledu boje, izgleda garderobe i rekvizita, jer su likovi predstavljeni poput realnih životinja s verno prikazanom bojom dlake i fizičkim izgledom. Njihovi osnovni rekviziti uključuju čeljusti, udove, surle, rogove i druge karakteristike. Ostali serijali poput Snupija u svih deset (10) epizoda imaju zastupljene rodne stereotipe, Džoni Test u svakoj od dvadeset epizoda, itd.

Potom sam svaku od kategorija (boje, izgled, rekviziti, rodno markirane uloge, emocije) razložila na potkategorije (varijable) i izradila kodne listove za svaku od njih na osnovu kojih sam kodirala sa ciljem da ustanovim na koji način se manifestuju i plasiraju rodni stereotipi koje ću u daljem tekstu predstaviti i opisati.

Kako bih utvrdila i definisala rodne stereotipe polazeći od navedenih kategorija, najpre sam utvrdila na koji način su likovi vizuelno predstavljeni kroz sledeće potkategorije: prikaz boje garderobe, boje očiju, boje i dužine kose, pol i broj likova koji nose nakit, specifične telesne atribute.

8.1.1.3.1.1. Boja garderobe koju nose likovi u serijalima



Grafikon broj 1: Odnos boja garderobe koje preovlađuju kod muških i ženskih likova

Kako bih uvidela boje garderobe koju likovi nose i da li određena boja podržava stereotipnu sliku, tj. podelu na mušku i žensku odeću, izradila sam kodne listove na osnovu kojih sam pratila koja je najfrekventnija boja koju nose muški, odnosno ženski likovi. Rezultati grafikona broj 1 pokazuju da je najfrekventnija

Slika 1 – kadar iz serijala "Kalimero", epizoda *Mikrofon*

boja kod muškaraca tamnoplava, (njih 214, odnosno 37,28%), siva (163, odnosno 28,40%), potom tamnocrvena (142, odnosno 24,74%), svetloplava (103, odnosno 17,94%), tamnozelena (92, odnosno 16,30%) i bela (25, odnosno, 4,57%). Za razliku od njih kod žena je najfrekventnija svetloplava (njih 74, odnosno 30,58%), svetloroze (45, odnosno 18,60%), svetlozelena (24, odnosno, 9,92%), svetloljubičasta (20, odnosno 8,26), svetložuta (20, odnosno, 8,26%), tamnozelena (11, odnosno 4,55%), i narandžasta (15, odnosno 69,20%). Boje komada odeće muškaraca i žena u serijalima pokazuju da je garderoba prema bojama stereotipna i rodno diferencirana.

Analizirajući modele i vrstu garderobe zapazila sam da kod muških likova uglavnom preovlađuju pantalone, patike, majice, zaštitna i radna odela u beloj boji, ali i elegantna odela, tamnih boja, dok su kod ženskih likova to suknje i haljine različite dužine, što je lik mlađi, suknja je kraća, a potom dužina se povećava sa godinama te doseže do članaka nogu (slika 1 i 2).

Dakle, postoji koleracija između starosti i dužine suknje. Zapaženo je dosta likova i u pantalonama i radnim odelima/mantilima, košuljama i majicama svetlije, tj. pastelne boje.

Znači, rezultati ukazuju da razlike postoje i kod odevanja i u koloritu garderobe: ženski likovi su obučeni u model haljine/suknje, a koloritno su najviše zastupljene svetloplava i roze boja što tradicionalno jesu ženske boje. „Za plavu boju može se pomisliti da nije stereotipno ženska (...) slikari još od X veka Devicu Mariju predstavljaju u odeći ove boje (...) pa ona simbolizuje ženstvenost i nevinost koja ima korene u hrišćanskoj mitologiji" (Radović, Radulović, 2016: 96). Roze boja postaje kanon ženskosti „od sredine XX veka, kada se na tržištu pojavila cijela paleta pastelnih boja za bebe" (Milinović, Savić, 2011: 21), mada se već uoči Prvog svetskog rata roze boja pojačano promoviše. Muški likovi su obučeni u pantalone/majice, a koloritno preovlađuje tamnoplava, siva i tamnocrvena, što su, kako Radović i Radulović (2016: 96) navode, „simboli snage i moći". Dobijeni rezultati analize se poklapaju sa rezultatima ranijih istraživanja do kojih su došli Radović, Radulović (2016), Đekić (2016a) i Pešić, Đekić (2017) i drugi autori/ke.

Slika 2 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Supersonični Džoni*

Likovi		Snupi		Kalimero		Kloin ormarić		Leon		Džoni Test		Zozonci		Hormoni		Ukupno	
Pol likova		M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Boja kose	Plava	10 22,73%	8 33,33%	8 33,33%	8 38,09%	/	14 21,21%	/	/	156 50,16%	60 41,09%	/	4 30,77%	1 0,23%	1 10%	175 27,85%	95 41,85%
	Crna	4 9,09%	11 45,83%	10 14,70%	/	1 1,16%	/	/	/	43 13,83%	14 9,59%	/	/	8 1,86%	2 20%	66 10,20%	27 11,89%
	Braon	/	4 16,67%	3 4,41%	5 23,81%	25 29,07%	17 25,76%	/	/	40 12,86%	20 13,70%	8 12,70%	/	101 23,49%	5 50%	177 27,36%	51 22,47%
	Crvena/ eritrociti	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Tamno zelena	/	/		3 14,28%	/	/	/	/	/	/	4 6,35%	/	/	/	4 0,62%	3 1,32%
	Riđa	/	1 4,17%	3 4,41%	/	/	9 13,64%	/	/	4 1,29%	30 20,55%	/	/	/	/	7 1,08%	40 17,62%
	Vrlo malo kose, ne vidi se ili čuperak, uglavnom crn	10 22,73%	/	/	/	/	/	/	/	6 1,93%	/	/	/	10 2,33%	/	26 4,02%	/
	Nema kose	20 45,45%	/	43 63,24%	5 23,81%	55 63,95%	26 39,39%	45 100%	4 100%	56 18,00%	22 15,07%	51 80,95%	9 69,23%	300 69,77%	2 20%	575 88,87%	64 28,19%
	Seda	/	/	1 1,47%	/	/	/	/	/	6 1,93%	/	/	/	10 2,33%	/	17 2,63%	/
Ukupno likova koji nemaju perje ili dlaku tj. imaju kosu		24 54,55%	24 100%	24 35,29%	16 76,19%	41 47,67%	38 57,57%	/	/	255 81,99%	138 94,52%	12 19,05%	4 30,77%	301 70%	2 20%	647 61,80%	227 79,93%
Ukupno	Svi likovi u serijalu	44 100%	24 100%	68 100%	21 100%	86 100%	66 100%	45 100%	4 100%	311 100%	146 100%	63 100%	13 100%	430 100%	10 100%	1047 78,66%	284 21,34%
																1331 (100%)	

Tabelarni prikaz 10. Boja kose likova u svim serijalima

8.1.1.3.1.2. Boja kose likova u serijalima

Kada je boja kose kod ženskih likova (tabela broj 10) u pitanju, rezultati analize pokazuju da najviše ima plavokosih (95, odnosno 41,85%), potom smeđokosih (51, odnosno 22,47%), riđokosih (40, odnosno 17,42%), a najmanje crnki (27, odnosno 11,89%).

Rezultati pokazuju (tabela broj 10), kada su muškarci u pitanju, da 175 njih (27,85%) je plave kose, 66 (10,20%) ih ima crnu kosu, 177 (27,36%) ima smeđu kosu, a bez kose ili sa vrlo malo kose ih ima 26 (4,02%).

Analizirajući dužinu kose (tabela broj 10a) zapazila sam da je kod ženskih likova u 207 slučajeva (91%) kosa duga, dok je kratka kosa zapažena samo kod 20 ženskih likova (9%) koji se pojavljuju u serijalu „Džoni Test". Odnos dužine kose kod ženskih likova prikazan je grafikonom broj 2. Svi muški likovi imaju kratku kosu.

Dužina kose	Duga kosa		Kratka kosa	
Pol	M	Ž	M	Ž
Snupi	/	24 11,59%	24 3,71%	/
Kalimero	/	16 7,73%	24 3,71%	/
Kloin ormarić	/	38 18,36%	41 6,34%	/
Leon	/	/	/	/
Džoni Test	/	118 57,00%	255 39,41%	20 100%
Zozonci	/	4 1,93%	12 1,85%	/
Hormoni	/	2 0,97%	301 46,52%	/
Ukupno	/	207 100%	647 100%	20 100%

Tabela broj 10a: Prikaz likova koji imaju dugu/kratku kosu

Boja kose ima uticaja kada je dužina u pitanju, kratka kosa kod svih likova koji je nose je smeđa, dok kada je reč o dugoj kosi najviše je plave boje, potom riđe, smeđe, a najmanje crne. Svi ženski likovi imaju kosu.

Grafikon broj 2. Odnos ženskih likova koji ima kratku/dugu kosu

Primetno je da postoji stereotipan prikaz ženskih i muških likova. Promena koja je postojala u odnosu na ranije ženske likove po pitanju dužine i boje kose počela se dešavati još devedesetih godina XX veka, do kada su one uglavnom imale dugu i crnu kosu. Međutim, tokom devedesetih pojavljuju se ženski likovi koji imaju kratku kosu i boja kose varira (plava, riđa, smeđa, crna). Sve više ženski likovi imaju plavu i riđu boju kose, čime se ističe njihova seksipilnost, posebno ako je ona još i duga kosa što se jasno vidi u crtanom filmu „Kalimero" kod likova zaljubljene riđokose Suzane u epizodi „Mikrofon" i plavokose Prisile koja je prisutna u svakoj epizodi serijala. Dunjić (2010) navodi da su žene plave kose simbol čednosti i vrline, što je predstavljeno u serijalu „Kloin ormarić", gde plavu kosu nose likovi devojčice i njene majke. Njihove uloge, koje im je dodelio crtani film, apsolutno odgovaraju patrijarhalnom obrascu, dok su tamnokose žene, bele i žute kože, više povezane sa samostalnošću, lukavstvom, sofisticiranošću, poput Mersi i Lusi u serijalu „Snupi".

Međutim, Goc (Götz, 2008) navodi u svom istraživanju da boju kose mogu imati i u zavisnosti kako su želeli da ih predstave, kao plave kučke koje odišu seksipilnošću i glupošću ili riđokose tvrdoglave i bezobrazne devojke, što se posebno može primetiti u epizodi *Mikrofon* u serijalu „Kalimero", gde je novinarka plavuša koja (slika 3) ne samo što zaboravlja mikrofon kao osnovno sredstvo za rad, već pokušava i da nadmudri pitanjima muški lik narcisoidnog arhitekte. Reditelj je zbog toga kažnjava izazivajući stid kod nje, dodajući težinu situaciji i njenim dodatnim ulepšava-

Slika 3 – kadar iz serijala "Kalimero", epizoda *Mikrofon*

Slika 4 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Džonilend*

njem kako bi bila još privlačnija i zavodljivija, popravkom šminke pred malim ogledalom neposredno pred samo snimanje i podseća na ulogu majke u trenutku kada joj sin donosi zagubljeni mikrofon na mesto snimanja intervjua. Za to vreme muški lik arhitekte se šepuri poput pauna, ostavljajući utisak bitnosti i važnosti, odnosno nedostižnosti i nedodirljivosti, jer je on muškarac i još arhitekta. Stidom, šminkanjem i naglašavanjem majčinstva, ženski lik se jasno smešta u sferu privatnog i uloge majke, koja treba da brine o deci i muškarcu unutar doma, ali i kao seksualni objekat koji treba da zavodi i zabavlja muškarca, jer nije dorasla poslovnosti i javnoj sferi. Iako se u jednom trenutku pojavljuje kao novinarka, obučena u belu košulju, svetlo roze suknju ispod kolena, na potpeticama, sa crvenim sakoom i ešarpom oko vrata, njena prezentacija ipak ističe simbole ženstvenosti: uski struk, naglašene grudi, obavezno našminkano lice, dugu plavu kosu, nakit i loše snalaženje u ulozi novinarke, čime je čini stereotipnim modelom žene zavodnice.

Riđokose devojke sa dugom kosom predstavljene kao tvrdoglave i bezobrazne, zapažene su u serijalu „Džoni Test" (slika 4), Džonijeve sestre (slika 5), crvenokose Mara i Suzana učenice koje u slobodno vreme vežbaju u svojoj laboratoriji, kako bi postale naučnice čime se čini da iskaču iz stereotipnog patrijarhalnog koda. Međutim, naglašena tvrdoglavost, zaljubljivost, fizički izgled od duge lepe uredne riđe kose, preko ukosnica, mašnica u kosi i obučenih ispod belog mantila tako da nose kratke suknje, pantalone i majice koje naglašavaju uzan struk i grudi, sa šminkom na licu i priličnim greškama usled nepromišljenosti u izvođenju eksperimenata, vraća ih u tradicionalni pogled na ženu, koje nisu sposobne za ozbiljne poslove, i da one treba du budu zavodnice. Da je njihov privatni život u kući značajan prikaz njihovog svakodnevnog postojanja, pokazuje činjenica da većinu svog vremena provode u laboratoriji smeštenoj u njihovoj porodičnoj kući. Ovako predstavljene, one odaju utisak tinejdžerki koje su neozbiljne, čija je uloga da pomažu muškarcima kako bi oni zauzeli svoje pozicije u društvu. To se jasno zapaža kroz proizvode njihovih eksperimenata, koji su usmereni na pomoć njihovom bratu Džoniju Testu i njegovom psu Dukiju da reše svoje probleme. Dakle, one

Slika 5 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Džoni nizbrdo*

su na usluzi muškarcu, predstavljene kao osobe koje sanjaju o svojoj srećnoj ljubavi i svom šarmantnom princu Giletu, za kojeg su u svakom trenutku doterane, našminkane i kojeg u stvari proganjaju pokušavajući da eksperimentima učine da se zaljubi u njih dve, kako bi ga privolele da bude sa njima. Sva njihova lepota i inteligencija je radi muškarca Gileta, što jeste rodno stereotipno posmatranje žene.

Slika 6 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Džoni nizbrdo*

I dok je kratka kosa smeđe boje rezervisana za mame i poslovno ostvarene žene srednjih godina osobe u serijalu, situacija (slika 5) sa muškim likovima je značajno drugačija. Muškarci u serijalu uglavnom imaju privlačnu plavu kosu, a ne znatno više u smeđoj 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 (slika 6), dok su zloće, agresivci uglavnom sa crnom bojom, ali i osobe koje etnički i rasno pripadaju drugoj marginalizovanoj zajednici. Etnička marginalizovanost je veoma vidljiva u serijalu „Džoni Test", posebno u epizodi *Džoni i kupanje*, gde se pas Duky, koji tuguje jer mu vlasnik Džoni nije čestitao rođendan, uvodi u scenu zajedno sa crnom decom koja imaju tamnu put i crnu kosu. Ova deca proslavljaju rođendan, dok Duki to iskustvo nema. Kadar prikazuje bezličnu crnu decu koja neverbalno komuniciraju, slaveći rođendan uz tortu, duvanje svećica i skromnu proslavu. Ovom scenom postignut je ponižavajući prikaz rase koja se smatra građanima drugog reda; predstavljeni su toliko beznačajni da izgledaju kao stvari, jer među njima nema komunikacije, a znatno su drugačiji po boji kože i kose. Njihova marginalizovanost dodatno je pojačana time što je psu iz porodice belaca, koji bi trebao da slavi rođendan, ukazano na nepoštovanje, stavljajući ga čak i na nižu lestvicu, izjednačavajući ga sa crnačkom porodicom koja, iako drugačija, ipak proslavlja rođendan svog najmlađeg deteta. Plavokosi momci su uglavnom predstavljeni kao vođe ili zavodnici o čemu izveštava i Goc (Götz 2008) u svojim istraživanjima, dok smeđu kosu imaju prosečni likovi i sredovečni muškarci.

Slika 7 – kadarovi iz serijala "Džoni Test", epizoda *Povratak Džoni X*

Seda kosa je rezervisana za starije muškarce i žene, uz obavezno rodno primereno odevanje (slika 7). Muškarci obavezno siva, zelena ili plava košulja, sivi ili zeleni prsluk,

Slika 8 – kadar iz serijala "Kalimero", epizoda *Davinčijeva šifra*

štap kao rekvizit, a žene odevene u suknje do članaka uglavnom ljubičaste boje, sive majice, džemperi i košulje uglavnom sive ili plave kao i kod muškaraca.

Rezultati analize poklapaju se sa nalazima nekih ranijih istraživanja Pešić, Đekić (2017), Radović, Radulović (2016), Maya Götz (2008), Dunjić (2010).

8.1.1.3.1.3. Boja očiju likova u serijalima

Rezultati analize (tabela broj 11) pokazuju da najviše crtanih likova imaju crnu boju očiju (496, odnosno 47,37%), potom plavu (267, odnosno 25,50%), braon (75, odnosno 16,71%) i zelenu (65, odnosno 6,21%) kada su muškarci u pitanju, dok ženski likovi najviše imaju zelenu boju očiju (njih 107, odnosno 37,68%), plavu (88, odnosno 30,99%), crnu (68, odnosno 23,94%), a najmanje braon (19, odnosno 6,69%).

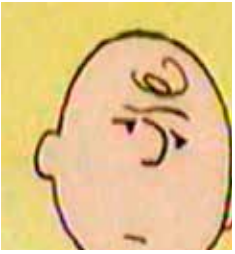
Neke emocije i potrebe prema Gimboš (2012) mogu se dočarati samo ekspresijom očiju, pa je dužica očiju moćno sredstvo koje se koristi u animaciji kao intenzivna vizuelna komunikacija, kako je Vlahović Filipov (2014) naziva. Široke zenice se lakše primete na svetlijim očima (zelenim i plavim), nego na tamnijim gde se zenica stapa sa dužicom. Moris (2005b) je u svojim istraživanjima zapazio da široke zenice prenose jake pozitivne emocije. Zato kada deca gledaju crtane likove svetlijih očiju budu neprimetno privučena i fascinirana upijaju svaki pokret i reč koju likovi kažu i načine, dok ih tamnije boje odbijaju, jer zenice se ne vide, pa u deci bude neprijatne ili negativne emocije. Stoga nikakvo čudo što su svetlije oči zastupljenije od tamnijih, i što su kod likova u crtanom filmu zenice široke. Imajući navedeno u vidu, treba reći da su ljudi nesveno prihvatali tokom vremena svetlije oči kao simbol nežnosti, lepote, uzvišenosti, dok su za tamnije oči obično vezivali negativne emocije, posebno kada je u pitanju doživljaj ženskih očiju (slika 8 i 9). Osim toga i sama veličina oka ima uticaja, što je dužica veća to je i zenica šira.

Slika 9 – kadar iz serijala "Zozonci", epizoda *Leteći vitez*

Kako se muškarac u patrijarhalnom kodeksu zamišlja kao snažan, korpulentan, zaštitnički nastrojen, ali i agresivan, sasvim je očekivano da ima tamniju boju očiju, po-

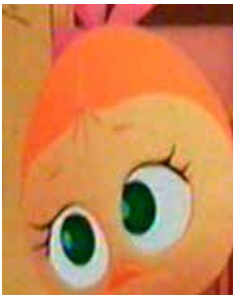
Likovi		Snupi		Kalimero		Kloin ormarić		Leon		Džoni Test		Zozonci		Hormoni		Ukupno	
Veličina očiju		sitne		krupne		krupne		sitne		krupne		krupne		sitne			
Pol likova		M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Boja očiju	plave	/	/	32 47,06%	/	6 6,98%	14 21,21%	/	/	114 36,65%	68 46,57%	10 15,87%	4 30,77%	105 24,42%	2 20%	267 25,50%	88 30,99%
	Zelene	/	/	6 8,82%	21 100%	11 12,79%	11 16,67%	/	/	37 11,88%	67 45,89%	11 17,46%	5 38,46%	/	3 30%	65 6,21%	107 37,68%
	Braon	/	/	26 38,23%	/	64 74,42%	14 21,21%	/	/	42 13,50%	1 0,68%	38 60,32%	4 30,77%	5 1,16%	/	175 16,71%	19 6,69%
	Sive	/	/	/	/	/	/	/	/	2 0,64%	/	/	/	/	/	2 0,19%	/
	Crne	44 100%	24 100%	4 5,88%	/	5 5,81%	27 40,90%	45 100%	4 100%	74 23,79%	8 5,48%	4 6,35%	/	320 74,42%	5 50%	496 47,37%	68 23,94%
	Crvene	/	/	/	/	/	/	/	/	42 13,50%	2 1,37%	/	/	/	/	42 4,01%	2 0,70%
Ukupno	Svi likovi u serijalu	44 100%	24 100%	68 100%	21 100%	86 100%	66 100%	45 100%	4 100%	311 100%	146 100%	63 100%	13 100%	430 100%	10 100%	1047 100%	284 100%

Tabelarni prikaz 11. Boje očiju likova u svim serijalima



Slika 10 – kadar iz serijala "Snupi", epizoda *Falširanje*

Slika 11 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Džoni protiv Bling Blinga*



Slika 12 – kadar iz serijala "Kalimero", epizoda *Zapušena cev*

Slika 13 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Neverovatni Džoni*

sebno kada je u pitanju bela boja kože. Nasuprot tome, muškarci sa svetlim očima se obično vezuju za romantičnu dušu, nežnu i krhku prirodu, lepotana, kraljevića ili dobrodušnog princa. Takođe, tokom druge polovine XX veka u crtanim filmovima nije se mnogo obraćala pažnja na veličinu zenice (slika 10), jer se nije znalo za njen uticaj. Zbog toga su svi likovi (poput Snupija i likova iz serijala „Bio jednom jedan život") imali crne ili braon oči, što objašnjava veću zastupljenost crnih očiju, posebno kod muških likova u analiziranim crtanim filmovima.

Osim toga, televizori u boji su se oko pedesetih godina XX veka tek počeli pojavljivati, što je bio još jedan razlog zbog kojeg se nije obraćala velika pažnja na uticaj boje očiju. Crtani filmovi nakon 2000. godine često su obrađeni u 3D formatu, što je omogućilo veće varijacije boje očiju, kao i verniji prikaz dužice. Valja naglasiti da nove tehnologije koje su dovele i do pojave novog formata 3D dimenizije nakon 2000. godine, su doprinele da u korpusom obuhvaćenim animacijama najviše ima zelenih, pa plavih očiju izuzetno krupnih, sa dugim trepavicama na prelepom licu junakinja, a taj trend kod muškaraca ima nešto drugačiji redosled, pa je najčešća boja dužice crne, a onda plava.

Rezultati analize ukazuju na to da se žena posmatra kao objekat koji mora biti dopadljiv i privlačan muškarcu, ili kao oličenje zla, što se postiže ekspresijom očiju. S druge strane, muškarci treba da budu oličenje snage, ratnika, zaštitnika, besa i ljutnje, što tamnija boja dužice obezbeđuje, dok je romantičnost i nežnost rezervisana za svetliju boju očiju. Pored stereotipnog prikaza fizičkog izgleda očiju muških i ženskih likova, kako bi lik bio privlačniji deci, oni deluju tako što raširenim zenicama prenose jake pozitivne emocije, dok skupljene zenice izražavaju negativne emocije, delujući na dečju podsvest. Tako deca ne samo da ih gledaju jer su im privlačni, već internalizuju poruke koje im se šalju. Osvojeni likom, počinju i da se ponašaju poput njega, imitujući crtanog junaka, čime se pokreće proces socijalizacije.

Tokom izrade ovog rada nisam uspela da pronađem rad koji se bavio tematikom očiju animiranih likova tj. njihovom (zlo)upotrebom, a da je u kontekstu održavanja patrijarhalnog obrasca ponašanja, te rezultate do kojih sam došla nisam u mogućnosti uporediti.

8.1.1.3.1.4. Specifični telesni atributi likova u serijalima

Rezultat analize upotrebe specifičnih telesnih atributa (tabela broj 12) pokazuje prisutnost stereotipa, iako su likovi u većini serijala antropomorfne životinje. Zapaža se da najviše ženski likovi imaju specifična telesna obeležja i to: od ukupnog broja ženskih likova koji imaju neki telesni atribut njih 186 (88,57%) ima duge trepavice i našminkano lice (slike 11, 12, 13). Ovo je posebno karakteristično za serijal "Džoni Test" gde je 126 (86,30%) ženskih likova, ali značajno primetno je i u serijalima "Kloin ormarić" njih 12 (100%) i "Kalimeru" njih 13 (100%). Vitko telo i naglašen Barbi-struk (slike 14, 15) poseduje njih 20 (9,52%), dok 2 (0,95%) muškarca imaju mišićavo telo, a 14 (41,18%) muškaraca ima sedu urednu bradu koja je simbol ozbiljnosti i mudrosti.

Analiza likova sa specifičnim telesnim atributima u odnosu na ukupan broj likova u svim serijalima pokazuje da su kod žena prisutniji telesni atributi čiji je cilj da privuku i zavede muškarce. Od ukupno 284 (100%) ženskih likova, njih 210 (73,94%) ima neki od specifičnih atributa, dok od 1047 muških likova koji se pojavljuju u svim serijalima samo 34 (3,25%) ima neki od tih atributa, najčešće bradu, debele obrve ili mišićavo telo. Iako mali broj muških likova sa telesnim atributima koji odražavaju tradicionalna shvatanja o muškosti, oni su prikazani u krupnom planu kao junaci i zaštitnici. Njihove rodne uloge dodatno su pojačane mišićavim telom, koje simbolizuje fizičku snagu, ili urednom, sivom bradom, koja simbolizuje mudrost i ozbiljnost (slike 16, 17). Ovi atributi snažno impliciraju njihovo junaštvo, mudrost i zaštitničku snagu.

Slika 14 – kadarovi iz serijala "Džoni Test", epizoda *Super sonični Džoni, Džonilend, Povratak Džoni X*

Slika 15 – kadar iz serijala "Kalimero", epizoda *Slučaj muzičke kutije*

Likovi		Snupi		Kalimero		Kloin orm		Leon		Džoni Test		Zozonci		Hormoni		Ukupno	
Pol likova		M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
telesni atributi																	
duge trepavice, šminka,		/	/	/	21 100%	/	12 100%	/	4 100%	/	126 86,30%	/	13 100%	/	10 100%		186 88,57%
brada		/	/	/	/	/	/	/	/	4 19,05	/	/	/	10 100%	/	14 41,18%	
specifične debele obrve		/	/	/	/	/	/	/	/	13 61,90%	/	/	/	/	/	13 38,24%	
pegice po licu		/	4 100%	/	/	3 100%	/	/	/	2 0,95%	/	/	/	/	/	5 14,76%	4 1,90
mišićavo telo		/	/	/	/	/	/	/	/	2 0,95%	/	/	/	/	/	2 5,88%	
vitko telo, naglašen struk - Barbi telo		/	/	/	/	/	/	/	/	/	20 13,70%	/	/	/	/		20 9,52%
ukupno likova sa telesnim atributima		/	4 100%	/	21 100%	3 100%	12 100%	/	4 100%	21 100%	146 100%	/	13 100%	10 100%	10 100%	34 100%	210 100%
Prikaz likova koji imaju specifične telesne atribute i likova koji ih nemaju u odnosu na ukupan broj likova u svim serijalima																	
ukupno likova sa telesnim atributima		/	4 16,67%	/	21 100%	3 3,49%	12 18,18%	/	4 100%	21 6,75%	146 100%	/	13 100%	10 2,33%	10 100%	34 3,25%	210 73,94%
nemaju specifične telesne atribute		44 100%	20 83,33%	68 100%	/	83 96,51%	54 8182%	45 100%	/	290 93,25%	/	63 100%	/	420 97,67%	/	1013 69,75%	74 26,06%
Ukupno	Svi likovi u serijalu	44 100%	24 100%	68 100%	21 100%	86 100%	66 100%	45 100%	4 100%	311 100%	146 100%	63 100%	13 100%	430 100%	10 100%	1047 100%	284 100%

Tabela broj 12. Prikaz specifičnih telesnih atributa likova u svim serijalima

Rezultati analize se poklapaju sa rezultatima ranijih istraživanja o kojima izveštavaju Ahmed & Abdul Wahab (2014), Amy M. Davis (2001), do kojih je došla i Đekić (2016a: 88) koja navodi da su „likovi oba pola vizuelno veoma privlačni, i primetno je postojanje ženskih, odnosno muških crta lica kod odraslih: muškarci imaju bradu, dok žene naglašene oči dugim trepavicama i ruž na usnama." Takođe, u jednom drugom radu koji Pešić i Đekić (2017: 154,155) analizirajući rodnu stereotipnost likova u crtanim filmovima naglašavaju, da „iako su likovi većinom antropomorfni, pristni su stereotipi u upotrebi specifičnih telesnih atributa. Ženski likovi su prikazani u skladu sa konvencionalnim shvatanjem lepote žene. Muški likovi su krupnije, mišićave građe koja implicira snagu."

Konačno, zaključujem da je upotreba nakita i isticanje telesnih atributa na telu žena i muškaraca potpuno stereotipna i u saglasnosti sa tradicionalnim shvatanjima o muškosti i ženskosti.

Slika 16 – kadar iz serijala "Bio jednom jedan život", epizoda *Hormoni*

Slika 17 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Neverovatni Džoni*

8.1.1.3.1.5. Likovi koji nose nakit u serijalima

Tabelarni prikaz broj 13 sadrži broj likova koji nose nakit u svim serijalima. Primetno je da ženski likovi nose ukrase na telu koji treba da doprinesu njihovoj zavodljivosti i lepoti što jeste stereotipno posmatranje žene u okovima patrijarhalnog. Najčešći nakit jesu ukosnice, marame, minđuše, prstenje, ogrlice i narukvice koje najviše nose ženski likovi u serijalu „Džoni Test" (slika 18) njih 129, odnosno 95,56%. Dosta su zastupljene i u serijalu "Kalimero", njih 16 (100%), gde je svaki ženski lik koji je ubrojen nosio nešto od navedenog nakita, a slično je i u Zozoncima (njih 13, odnosno 100%), s tim što je upečatljivo nošenje ogrlica (slika 19).

Slika 18 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Džoni Test protiv Bling Blinga*

Muški likovi takođe imaju određenu vrstu nakita koji više ima elemente zaštite od sunčeve svetlosti, toplote ili hladnoće, eventualno oznake radne ili sportske uniforme kao što su kačketi u serijalu „Džoni Test" koje nose radnik parking servisa, radnik vodovoda i deca koja igraju ragbi i njihovi gledaoci, kao i turisti. U serijalu "Kalimero", na pri-

Slika 19 – kadar iz serijala "Zozonci", epizoda *Kraljičini dijamanti*

Likovi		Snupi		Kalimero		Kloin orm		Leon		Džoni Test		Zozonci		Hormoni		Ukupno	
Pol likova		M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Nakit	Minđuše, ogrlica, narukvica, prstenje	/	/	/	16 100%	/	/	/	/	/	129 95,56%	/	13 100%	/	/	/	158 91,86%
	Naočari, šešir, marama, leptir-mašna	/	2 66,67%	28 100%	/	/	/	/	/	3 60%	4 2,96%	/	/	/	/	31 8,81%	6 3,49%
	Kačket	2 100%	1 33,33%	/	/	/	/	/	/	2 40%	2 1,48%	/	/	317 100%	5 100%	321 91,19%	8 4,65%
	Ukupno likova koji imaju neki nakit	2 4,54%	3 12,50%	28 41,18%	16 76,19%	/	/	/	/	5 1,61%	135 92,46%	/	13 100%	317 73,72%	5 50%	352 33,62%	172 60,56%
	Nemaju nikakav nakit	42 95,45%	21 87,50%	40 58,82%	5 23,81%	86 100%	66 100%	45 100%	4 100%	306 98,39%	11 7,53%	63 100%	/	113 26,28%	5 50%	695 66,38%	112 39,44%
Ukupno	Svi likovi u serijalu	44 100%	24 100%	68 100%	21 100%	86 100%	66 100%	45 100%	4 100%	311 100%	146 100%	63 100%	13 100%	430 100%	10 100%	1047 100% 1331	284 100%

Tabelarni prikaz 13. Broj likova koji nose nakit u svim serijalima

mer, šeširi, leptir-mašne i ešarpe (slika 20) posebno su zastupljene odražavajući sliku elegancije, ozbiljnost i statusni položaj, te se najčešće kao rekviziti viđaju kod trgovaca, arhitekata i gradonačelnika. Valja istaći i da su u serijalu „Džoni Test" interesantne i naočare sa zatamljenim staklima (slika 21), koje se mogu posmatrati kao sredstvo čija je uloga da zaštite od sunčeve svetlosti, zatim kao sportsko obeležje, eventualno kao modni detalj ili sredstvo skrivanja, te u svakom slučaju stereotipni detalj koji nose tajni federalni agenti. Ženski likovi u serijalima takođe nose naočare, ali iz zdravstvenih razloga, kao sredstvo koje im poboljšava vid.

Slika 20 – kadrovi iz serijala Kalimero, epizoda *Slučaj muzičke kutije*

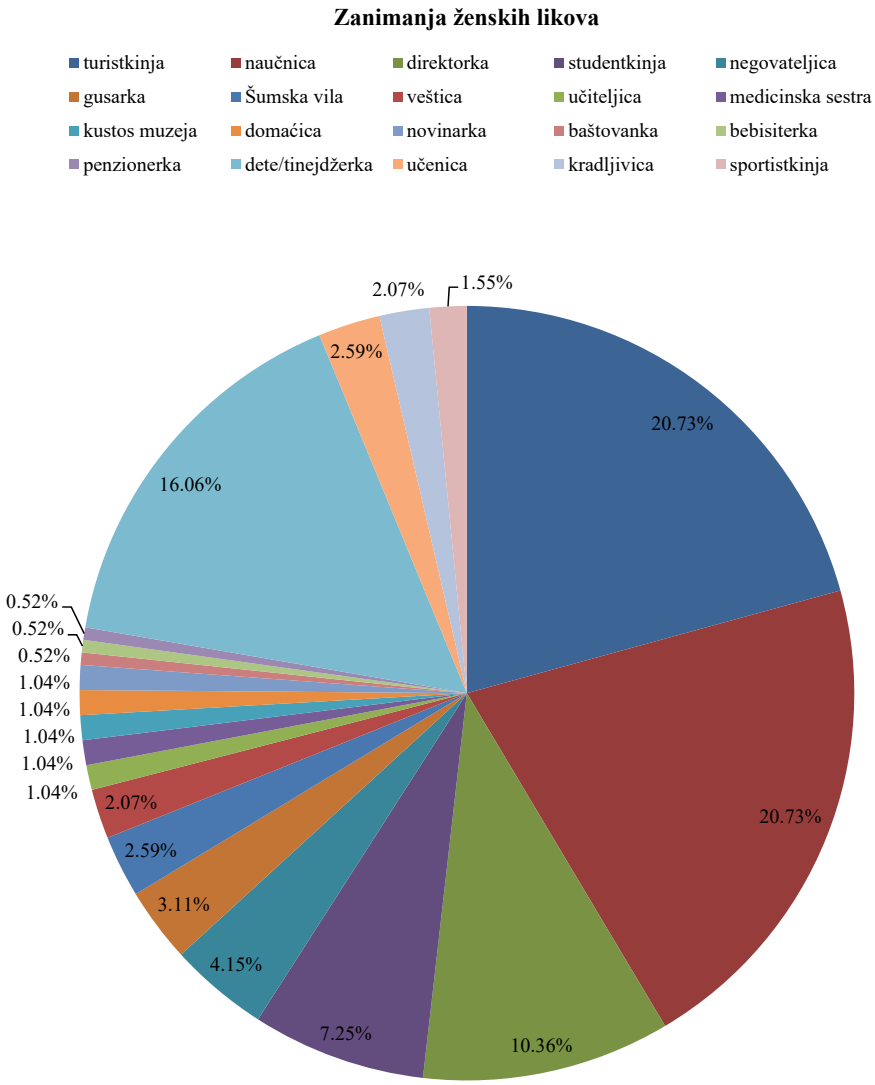
Slika 21 – kadar iz serijala Džoni Test, epizoda *Džoni Test protiv Bling Blinga*

Rezultati analize stereotipne upotrebe nakita na telu žene i muškarca potpuno su u saglasnosti sa istraživanjima koja su sprovedena ranije (Matović 2010, Đekić 2016a, Đekić 2016b, Pešić i Đekić 2017, Götz 2008) koja su pokazala patrijarhalni obrazac upotrebe i nošenja nakita. Tako prema navedenim istraživanjima upotreba nakita kod žena ima ulogu ulepšavanja zarad privlačnijeg izgleda žene, a kod muškaraca izražavanje statusnog položaja, elegancije, ozbiljnosti, eventualno zaštitnu funkciju usled vremenskih (ne)prilika.

8.1.1.3.2. Zanimanja likova u serijalima

Grafikon broj 3 prikazuje da se žene najčešće pojavljuju u nedefinisanim zanimanjima, pri čemu 40 žena (20,72%) spada u ovu kategoriju. Takođe, 40 žena (20,72%) su naučnice, 20 (10,36%) su direktorke, 14 (7,72%) studentkinje, 8 (4,14%) negovateljice, 6 (3,10%) gusarke, 5 (2,59%) šumske vile, 5 (2,59%) učenice, 4 (2,07%) veštice i 4 (2,07%) kradljivice.

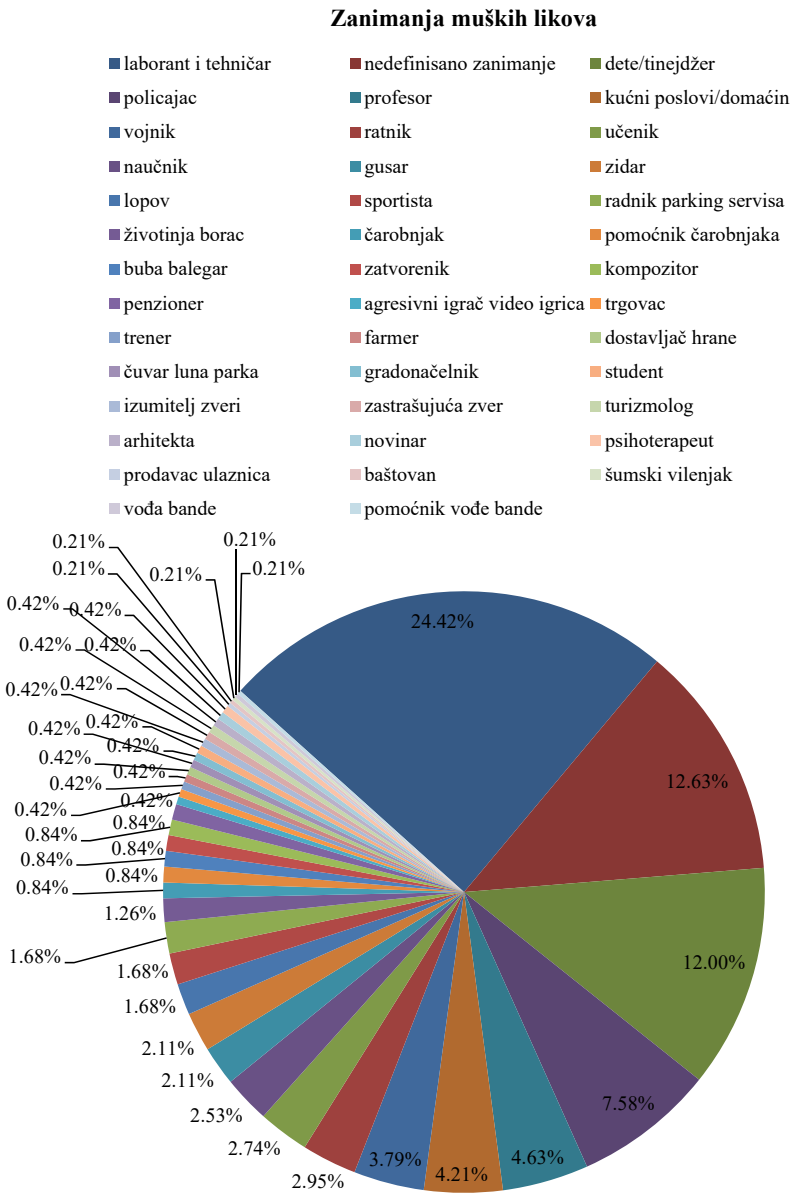
Pored toga, tri žene (1,55%) su sportistkinje, dok po dve žene (1,03%) pripadaju grupama učiteljica, medicinskih sestara, kustosa muzeja, domaćica i novinarki. Na kraju, po jedna žena (0,50%) pojavljuje se u ulogama baštovanke, bebisiterke i penzionerke.



Grafikon broj 3. Prikaz zanimanja ženskih likova u svim serijalima

Grafikon broj 4 prikazuje da su muški likovi najčešće prikazani kao laboranti i laborantski tehničari (116, odnosno, 24,11%), potom u nedefinisanom zanimanju (60, odnosno 12,47%), zatim kao deca/tinejdžeri (57, odnosno11,85%), policajci (36, odnosno 7,48%), profesori (22, odnosno 4,57%), njih 20 obavlja kućne poslove/domaćin (4,15%), 18 (3,70%) vojnika, njih 14 (2,91%) su ratnici, 13 (2,70%) su učenici, 12 (2,49%) su naučnici, po 10 (2%) su gusari i zidari, po 8 (1,66%) su lopovi, sportisti i radnici parking servisa/komunalnog preduzeća, 6 (1,24%) životinje borci, po 4 (0,80%) se pojavljuju kao čarobnjaci, pomoć-

nici čarobnjaka, bube balegari, zatvorenici, kompozitori i penzioneri, po dvoje (0,41%) ih je agresivnih igrača video-igrica, trgovaca, trenera skijanja, farmera, dostavljača hrane, čuvara luna-parka, gradonačelnika, studenta, izumitelja zveri, zastrašujućih zveri, turizmologa, arhitekata, novinara i psihoterapeuta, dok se po jedan (1,02%) pojavljuje u zanimanju prodavac ulaznica, baštovan, šumski vilenjak, vođa bande i pomoćnik vođe bande.



Grafikon broj 4. Prikaz zanimanja muških likova u svim serijalima

Valja naglasiti da od ukupnog broja likova u svim serijalima, muških likova ima 1047 (78,66%), dok je ženskih svega 284 (21,35%), što je već predstavljeno u tabeli broj 7 (str. 190). Zbog toga je značajno veći broj muških likova u određenim ulogama i zanimanjima, posebno onih koji se pojavljuju u nedefinisanim zanimanjima. Pod nedefinisanim zanimanjima podrazumevam sve likove koji se pojavljuju u određenom kontekstu, ali bez jasne naznake o svom zanimanju, kao što su turisti/kinje, gledaoci, posmatrači, prolaznici itd.

Profesije i zanimanja se u većini serijala retko pominju, ali gde se pominju, pomenute su u skladu sa patrijarhalnim shvatanjem muških i ženskih poslova. Tako u crtanom filmu "Snupi" muškarci se pojavljuju kao trgovaci, psihoterapeuti, sportisti, vojnici, muzičari, dok ženski likovi kao hraniteljice, učiteljice, deca, učenice. U serijalu "Kalimero" ženski likovi su učiteljice, domaćice, bebisiterke, novinarke, upravnice muzeja, deca, dok se muškarci pojavljuju kao trgovci, baštovani, radnici različitih profila, učenici, potom u uglednim reprezentativnim zanimanjima kao što je gradonačelnik i arhitekta, ali i sa zanimanjem koje je van zakona kao što je lopov i dr.

Primetila sam i da se u nekim zanimanjima, rezervisanim za muškarce, žene, poput Džonijeve i Evgenijeve majke, pojavljuju iz epizode u epizodu u serijalu "Džoni Test". Iako zauzimaju muške uloge i imaju titule privilegovanih muškaraca, one su pasivne i nemaju jasne naznake zanimanja. Tako, Džonijeva majka, koja zauzima poziciju direktorke, što je još uvek uglavnom rezervisano za muškarce, prikazana je samo u jednoj epizodi, "Džoni nizbrdo", na svom radnom mestu, kako sedi za radnim stolom i obavlja poslovni razgovor telefonom, bez jasnog naglašavanja svog zanimanja, gde tačno radi, da li je van kuće ili joj je kancelarija smeštena u porodičnoj kući. S druge strane, bogata, ali pasivna Evgenijeva majka, čije je zanimanje nejasno, prikazana je van privatnog prostora, ostavljajući gledaocu da naslućuje da se možda bavi prestižnim zanimanjem ili da živi od rada i materijalnih prihoda supruga, s obzirom na materijalno bogatstvo u čijem svetlu je predstavljena. Oba lika su stereotipno elegantno i poslovno obučena u kostime, koji se sastoje od sakoa ispod kojeg je bela košulja i svedene suknje. Suknja direktorke je u „mini izdanju", daleko iznad kolena, dok je suknja Evgenijeve majke, koja je starija, do ispod kolena, bliže člancima nogu. Međutim, Džonijeva majka je vitka, sa istaknutim uskim strukom, dugim nogama i naglašenim grudima. Ona se najčešće pojavljuje na porodičnim okupljanjima povodom večere, gde u razgovoru naglašava da je prezauzeta poslovnim obavezama i telefonskim razgovorima kao direktorka. S druge strane, Evgenijeva majka predstavlja suprotnost: ona je deblja i manje interesantna, čije zanimanje nije jasno, ali se može naslutiti da pripada visokom staležu i da se možda bavi nečim

ili živi na račun muža. Za razliku od prvog lika, ona se pojavljuje u fragmentima, jedva u tri epizode serijala, i to u situacijama kada izriče kritike sinu.

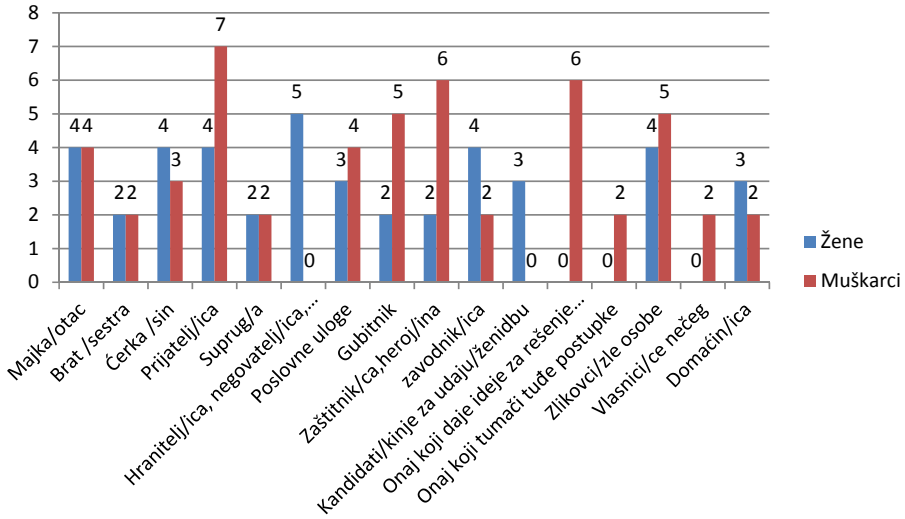
Jasan je pokušaj iskoraka iz patrijarhalnog modela podele rodnih uloga time što su obe žene predstavljene kao poslovne i kao one koje upravljaju novcem. Međutim, njihova pasivnost, kao i brojne nedorečenosti i nejasnoće u vezi sa njihovim zanimanjem, zajedno sa redovnom prisutnošću u trenucima kada treba da brinu o deci i rešavaju ozbiljne probleme u koje su deca „upala", reditelj ih vraća u okvire tradicionalnog. Patrijarhalni obrazac prepoznaje se i u drugim analiziranim serijalima, kroz predstavljanje ženskih likova sa zanimanjima poput lopova, negovateljica, bebisiterki i domaćica."

Ipak pokušaj iskoraka iz senke patrijarhalnog je učinjen na više načina u serijalima. Na primer, zanimanjem muškarca, Džonijevog oca, u ulozi domaćina i kuvara, brižnog zabavljača i bebisetera dece, potom i ženskim ulogama Džonijevih sestara sa zanimanjem laborantkinja i naučnica u serijalu „Džoni Test", ulogom ženskog lika Kloi i njenih prijateljica kao gusarki u serijalu „Kloin ormarić", ženskih likova Mersi i Peti kao poznavalaca muzike i Sare kojoj je dopušteno da uči da igra fudbal u serijalu „Snupi". Međutim, Džonijev tata, bez obzira na rodni iskorak, pojavljuje se kao dominantna patrijarhalna figura koja postavlja uslove, oslobađa, štiti i kažnjava decu. Džonijeve sestre, Suzana i Mara, uprkos svojoj inteligenciji, ograničene su svojom slepom zaljubljenošću i čežnjom za udajom za šarmantnog Gileta, kao i čestim i naglašenim laboratorijskim greškama. One su zapravo tokom celog vremena u ulozi pomagačica i podrške uspehu muškarca. Kloi, iako žena-pirat, na kraju biva smeštena u ulogu vaspitačice i majke koja podučava gusare sa Kariba, dok su ti gusari predstavljeni kao majmuni. Mersi i Peti iz serijala „Snupi" prikazane su kao žene koje su veliki poznavaoci ozbiljne muzike, ali su ograničene lošom kulturom ponašanja, te na koncertu zaspe. U sportu, Sara iz serijala „Snupi" predstavljena je kao autsajder i problem jer ne zna da uhvati loptu, što je čak dovodi do povrede kada je lopta udari.

Što se tiče ostalih muških likova očekivano su zastupljene tipično muške uloge i zanimanja: vojnici, agresivni momci, policajci, naučnici, vlasnici radnji, gradonačelnici, arhitekte i drugi. Međutim, iskorak čini zanimanje domaćina u kojem se pojavljuje 21 (2,01%) muški lik, to su uglavnom porodični muškarci u privatnoj sferi (Džoni Test i Snupi) koji se istovremeno pojavljuju i kao kuvari i u ulozi obavljanja svih kućnih poslova. Dakle, iz okvira tradicionalnog pomenuti muški likovi izlaze, jer nisu samo konzumenti u kuhinji već hranu i pripremaju. U epizodi „Pripovedanje" u serijalu "Snupi" sam Snupi, iako je tokom epizode isključivo konzument i degustator hrane, na kraju epizode udružen sa Sarom priprema sebi obrok u kuhinji, kao što u serijalu "Džoni Test" Džonijev tata ne samo što priprema ukusne večernje obroke, već se bavi i svim ostalim kućnim

poslovima, čuva, zabavlja i brine o deci. Reprezentovani u ravnopravnoj ulozi sa ženskim likovima u obavljanju kućnih poslova, poput rada u kuhinji i brige o deci, muški likovi odašilju rodnu osetljivost i doprinose stvaranju savremene rodno osetljive egalitarne porodice, koja zamenjuje patrijahalno uređenu porodicu.

Do sličnih rezultata došli su i neki drugi autori u svojim istraživanjima: Pešić, Đekić (2017), Đekić (2016a), Matović (2010).



Grafikon broj 5. Prikaz najzastupljenijih uloga u kojima se likovi pojavljuju

Radi lakšeg pregleda, rodno markirane uloge sam grafički predstavila (Grafikon br. 5) u odnosu na broj serijala u kojem se određena uloga pojavljuje, s obzirom da se neke uloge pojavljuju u svakoj od epizoda nekog serijala, a neke samo u nekoj od epizoda. Posmatrajući rodno markirane uloge u serijalima, želela sam da uočim u kojim ulogama se likovi najčešće pojavljuju i da li istovremeno imaju više od jedne uloge. U većini serijala u epizodama zapazila sam da se uloge diferenciraju na muške i ženske i to na uloge oca, sina, majke, kćerke, supruga/e, prijatelja/ce i mnoge druge. Ipak, kako su primarne teme serijala „svakodnevne aktivnosti porodice bilo je očekivano i da uloge budu shodno temi koncipirane" (Đekić 2016a: 86), čime su ženske uloge „ostale 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 koji se pojavljuju - prijatelji/ce, heroji/ine, zavodnik/ica, zloća, zaštitnik/ica, i sl. Veoma je teško samo na osnovu teme diferencirati uloge jer se one prepliću i jedne te iste se pojavljuju kod više likova u ra-

zličitim epizodama. Diferencirano po polu zapazila sam (Grafikon broj 5), da je najviše muškaraca zastupljeno u ulozi prijatelja, čak u sedam (100%) serijala, u ulozi zaštitnika u šest (85,71%) serijala, isto toliko ih je zastupljeno u i ulozi onog koji daje ideje za rešenje problema. U ulozi gubitnika ih je zapaženo u pet (71,43%) serijala, u ulozi zlikovaca takođe u pet (71,43%) serijala, u ulozi oca ih je zastupljeno u četiri (57,14%), a isto toliko ih je zastupljeno u različitim poslovnim ulogama - u ulozi sina ih je zastupljeno u tri serijala (42,86%), u ulozi brata, supruga, zavodnika, domaćina koji obavlja i kućne poslove u dva serijala (28,57%), onoga koji tumači tuđa stanja i postupke i vlasnika lokala ili nečega u poslovnom smislu ih je zastupljeno u dva serijala (28,57%).

Žene su najčešće zapažene u ulozi hraniteljice, negovateljice, bebisiterke i to u pet serijala (71,43%), u ulozi majke, ćerke, prijateljice, zavodnice u četiri serijala (57,14%), zle osobe u četiri serijala (57,14%), kao kandidatkinje za udaju, domaćice i u poslovnoj ulozi pojavljuju se u tri serijala (42,86%), u ulozi sestre u dva serijala (28,57%), supruge u dva serijala (28,57%), gubitnice u dva serijala (28,57%) i u ulozi zaštitnice zapažene su u dva serijala (28,57%). Nisu zastupljene u ulogama davalaca ideja za rešenje problema, tumačenja tuđih osećanja i postupaka i vlasnica poslovnog prostora ili vlasnica bilo čega drugog ni u jednom serijalu.

Dakle, stereotipi o ženskim i muškim ulogama vidljivi su u epizodama crtanih filmova svih serijala.

Tradicionalna podela uloga uočljiva je i u prijateljskim odnosima. Na primer, muški likovi češće su prikazani u prijateljskim odnosima jedni prema drugima, za razliku od ženskih likova koje se češće prikazuju u odnosima međusobnog rivalstva. Međutim, kada je reč o odnosu između muškaraca i žena, zapazila sam da su žene uglavnom prikazane kao prijateljski i utešiteljski oslonac muškarcima.

Uloge su tradicionalno zastupljene i u pogledu sfere javno/privatno, te su muški likovi uglavnom prisutni u javnoj sferi na primer, oni su vlasnici nečega ili su u javnoj sferi usled poslovnih obaveza, bez obzira da li su zaštitnici, zlikovci, očevi, sinovi, braća, poslovne osobe, dok je privatna sfera rezervisana za ženske likove gde se one pojavljuju najćešće u ulogama majke, zavodnice, supruge, utešiteljke, sestre, ćerke, bebisiterke ili zle osobe.

Gotovo svi muški i ženski likovi u epizodama serijala imaju istovremeno nekoliko značajnih uloga s tim što u svima njima nisu podjednako zastupljeni. Na primer, očevi se deklarišu i sa paralelnom ulogom junaka, heroja, neustrašivog zaštitnika dece i svoje porodice kao što je to slučaj u serijalu „Džoni Test" i „Kalimero", ali i kao fantastični kuvari i osobe posvećene kućnim poslovima, kakav je tata Džoni Testa. Uloge zlikovaca, poput Vrane veštice u serijalu „Zozonci", dečaka iz video-igrice u serijalu „Džoni Test", bube balegara, hijene i majmuna

iz „Leona", bakterije u „Bio jednom jedan život", karakteristične su u crtanim filmovima. U prezentacijama ženskih likova, to su žene koje više nisu mlade i mladalački lepe da bi bile zavodnice, već koriste magiju kako bi postigle ono što žele ili je zloupotrebljavaju, čineći drugima zlo, poput Vrane veštica. Kako bi se negativne osobine o njoj još više naglasile, ona ne samo što je odevena u tamne boje i izgleda kao ptica vrana, već nosi i ime ptice „vrana" i mitskog bića „veštica" koje su okarakterisane kao nešto loše, štetočine, magijsko i zlo. Ipak nije svaki zlobni lik prisutan u crtanom filmu da bi poput ženskih likova opisivao zlu suštinu žene, pa tako muški likovi, uglavnom, pre svega služe kako bi publiku učile moralu, ali samo ukoliko su za svoja dela kažnjeni..

Ženski likovi takođe imaju više uloga istovremeno; na primer, ulogu poslovne žene, ali i uloge majke, ćerke, sestre i prijateljice, koje su prisutne kroz ceo serijal. Uloga majke definisana je osnovnom brigom, to je briga o deci. Ovakvo ograničavanje uloga žena u crtanim filmovima nije retkost, te žene, čak i ako nisu majke, tj. nemaju biološku decu, preuzimaju brigu o drugima. Pešič i Đekić (2017: 153) navode „Briga o deci njihov je primarni zadatak", ali kada deca „upadnu" u nevolje, one nisu sposobne da ih spasu. „Vidljiva je potreba za muškarcem, koji bi na sebe preuzeo ulogu oca i glave porodice" - navode Pešić i Đekić (2017: 153).

Kćerke su nežna, poslušna, plašljiva, romantična bića. Stalno upadaju u nevolje iz kojih nisu sposobne da se spasu (Pešić, Đekić 2017). Takav primer je posebno primetan u serijalu „Džoni Test", gde bliznakinje Suzana i Mara iako uspešne naučnice često pogreše u eksperymentu, pa im je neophodna pomoć brata, ali i oca kako bi mogle nabaviti novi laboratorijski materijal. Patrijarhalni kodeks je uočljiv, one su ipak, iako savršene u svom naučnom radu, pod kontrolom oca koji umesto njih odlučuje o nabavci neophodnog materijala za njihov rad u laboratoriji i brata koji ih često ucenjuje zarad svojih ličnih ciljeva. Gotovo nikada ne napuštaju siguran prostor svoga doma, tj. laboratoriju koja je smeštena u porodičnoj kući. Tako, u epizodi „Supersonični Džoni", prikazane su kao starice u staračkom domu. Kada se njihov brat raspituje za njih kako bi ih pronašao, medicinska sestra kaže: ‚Misliš na one dve lude naučnice?!' Već u sledećoj sceni, oslobođene uz pomoć brata, prikazane su kako lete na invalidskim kolicima, simbolički predstavljene kao veštice na metli, dok se vraćaju u svoju porodičnu kuću, gde zatiču ostarelog oca, koji je u ulozi kontrolora u porodičnom okruženju. „Džoni nizbrdo" je epizoda u kojoj sestre protiv svoje volje odlaze na skijanje jer ih je brat ucenio. On im je obećao nekoliko nezaboravnih dana na planini, gde će moći lako da dođu do materijala za kloniranje Gileta, jer će na istoj stazi skijati i njihov muškarac Gile u kojeg su zaljubljene. Džoni Test ih sve vreme posmatra i kontroliše njihovo kretanje, isto koliko je to činio i unutar

porodičnog doma, naizgled pomažući im, kako bi se prikrila stvarna slika muške kontrole. Uočljivo je da se bez kontrole i pomoći muškarca van laboratorije sestre teško snalaze.

Sestre su „tipične" devojčice, imaju roze mašnicu, šnalicu ili ukosnicu u boji garderobe, zaljubljene su, paze na izgled, lepo su vaspitane, paze na manire. Uglavnom i majke i ćerke, ali i sve ženske osobe u korpusom obuhvaćenim crtanim filmovima su „dame u nevolji". One same iz problema ne mogu da se izvuku, te prepuštene same sebi ne umeju da se snađu. Preplašene su i nesigurne čim napuste siguran prostor svog doma u kome drugi brinu o njima (Pešić, Đekić 2017).

Do sličnih rezultata došli/e su i drugi/e istraživači/ce u svojim studijima i istraživanjima među kojima treba pomenuti i istraživanja Radović i Radulović (2016), Pešić i Đekić (2017), Matović (2010), Dunjić (2010) i dr.

8.1.1.3.4. Mesto dešavanja radnje

Red. broj	Naziv serijala	Ukupan broj analiziranih epizoda u svakom serijalu	Dešavanje radnje (ukupno u koliko epizoda u serijalu)			
			U kući		Van kuće	
			M	Ž	M	Ž
1.	Snupi	10 (100%)	5 (50%)	4 (40%)	5 (50%)	6 (60%)
2.	Kalimero	10 (100%)	5 (50%)	5 (50%)	9 (90%)	9 (90%)
3.	Kloin ormarić	10 (100%)	10 (100%)	10 (100%)	10 (100%)	10 (100%)
4.	Leon	10 (100%)	/	/	10 (100%)	2 (20%)
5.	Džoni Test	20 (100%)	20 (100%)	20 (100%)	20 (100%)	8 (40%)
6.	Zozonci	4 (100%)	/	4 (100%)	4 (100%)	/
7.	Bio jednom jedan život	1 (100%)	1 (100%)	1 (100%)	1 (100%)	/
8.	Ukupno:	65 (100%)	41 (64,06%)	44 (68,75%)	59 (92,19%)	35 (54,68%)

Tabela broj 14 . Mesto dešavanja radnje u kući ili van kuće - ukupno u koliko epizoda u serijalu

Radnje crtanih filmova prema tabeli broj 14 dešavaju se i u zatvorenom i u otvorenom prostoru, s tim što su ženski likovi više smešteni unutar privatnog u 44 epizode što je 68, 75%, u odnosu na muške likove koji su uglavnom u javnoj sferi u 59 epizoda što je 92,19%, u odnosu na ukupan broj epizoda u svim korpusom obuhvaćenim crtanim filmovima. U većini epizoda likovi se istovremeno

pojavljuju i u otvorenom i u zatvorenom prostoru, što rezultira nesrazmerno većim brojem epizoda u odnosu na korpus koji je obuhvaćen, a prema kojem je izračunat procenat epizoda u kojima se likovi pojavljuju u zatvorenom, odnosno otvorenom prostoru.

Valja naglasiti o serijalu "Leon", s obzirom da je reč o prezentaciji predatora i lovine, da se izdvaja od drugih serijala, kada je u pitanju mesto radnje jer su radnja i likovi u svim epizodama smešteni napolju. Radnje ostalih crtanih filmova koji pripadaju nekom drugom serijalu dešavaju se i u javnoj i u privatnoj sferi. Međutim, treba imati u vidu da je *Leon* serijal u kojem su svi protagonisti afričke životinje, smeštene u prirodnu sredinu neke od savana u Africi kojoj inače pripadaju i u realnom svetu. Za ove likove ne može se reći da su u potpunosti antropomorfne, jer fizički izgled (lice, telo), kao i činjenica da ne koriste verbalnu komunikaciju već isključivo neverbalnu, ukazuje da nema specifičnih ljudskih karakteristika. Ipak one tumače ličnosti sa ljudskim motivima i što je posebno vidljivo svi likovi su muški osim četiri ženska.

Serijal „Bio jednom jedan život" je takođe po mestu radnje specifičan. Radnja se dešava unutar ljudskog tela koje pripada muškarcu, i većina likova je muškog pola. Međutim, prateći radnju i scene u epizodi lako je uočiti hijerarhiju između različitih uloga, kao i poseban prostor za osobe koje imaju moć u odnosu na likove koji su podređeni i zaduženi da obave određenu delatnost. Svi likovi, iako predstavljaju određene organe, jedinjenja, hormone u ljudskom telu, su u potpunosti antropomorfni, osim četiri lika od kojih su dva ženska i dva muška koja su ljudska bića. U pet scena radnja se dešava van ljudskog organizma i biva smeštena na teniski sportski teren, gde su glavni akteri muški likovi (dva igrača), dok je nemi ženski lik sudija. Dva ženska lika u ljudskom obliku pojavljuju se u još tri scene van ljudskog tela kao posmatračice i negovateljice, tokom radnje koja biva smeštena u porodičnoj kući gde je pacijent jedan od igrača tenisa, a lekar takođe muški lik. Kao i u prethodno navedenim scenama, tako je i ovde vidljiva patrijarhalna matrica koja se manifestuje kroz pasivnu i dekorativnu ulogu ženskih likova, dok su muški likovi aktivni, posebno u javnoj sferi.

Kao što sam to već ranije istakla kada se radnje crtanih filmova dešavaju napolju, obavezno se ističe da to nije „prirodna" sredina za žene, te da se one van kuće teško snalaze, upadaju u nevolje i želja im je da se vrate u toplinu doma gde se osećaju sigurno. Spoljašnji svet ženskim likovima je strašan, dok muški likovi uglavnom u njemu žive i brinu se sami o sebi. Ovo je posebno naglašeno u jednoj od epizoda serijala „Snupi", gde ženski lik Sara, kada poželi da se bavi sportom, njen prijatelj Lajmus upozorava da je ragbi težak i potcenjuje njeno teorijsko znanje o sportu i opasnostima koje on nosi, na koje ju je prethodno upozorila i majka. Nakon treninga, uprkos podučavanju, Sara ne uspeva da uhvati loptu,

koja joj pada na glavu i povređuje je. Ženski lik je višestruko podređen i marginalizovan. Kao ženskom, jasno joj se stavlja do znanja da ragbi nije za nju, da je pun opasnosti i da je to težak sport, na šta je upozorava kako muški tako i ženski lik. Samo upozorenje izrečeno od muškarca je očekivano u patrijarhalnoj matrici, no ono biva pojačano i od majke, kao drugog ženskog lika takođe podređenog. Poučavanje stavlja lik majke u poziciju vaspitačice koja Sarinu želju da bude prisutna u javnoj sferi i zauzme ulogu muškarca osporava kao ostvarivu, nagoveštavajući kroz moralne i edukativne pouke da je ragbi ipak rezervisan za muškarce. Ovu majčinu konstataciju potvrđuje i sama Sara kada ne uspeva da uhvati loptu ni nakon treninga, već je ista povređuje. Slično je i u serijalima „Kalimero" i „Zozonci", gde ženski likovi konstantno imaju zaštitu muškaraca dok borave napolju, kako bi izbegle nevolje. Ukoliko ipak „upadnu" u neku od nevolja, spašavaju ih ili ih što pre vraćaju u sigurnost zatvorenog prostora uz pomoć muškaraca.

Slika 22 – kadar iz serijala „Kloin ormarić", epizoda *Majmuni sa Kariba*

Mesto dešavanja radnje u svim serijalima u skladu je sa podelom rodnih uloga koje forma patrijarhalnog sistem društva u kojem obitava, obrscima propisuje. Međutim, prividna progresivnost u pogledu rodne osetljivosti, vidljiva je u epizodama serijala „Kloin ormarić" gde ženski likovi poput Kloi u scenama imaju muške uloge zaštitnika, vođe i ratnika. Međutim, Kloi ipak i pored herojstva vrlo brzo biva vraćena u žensku ulogu, te zadužena da obuči i prevaspita gusare na molbu njihovog gusarskog kapatana (slika 22). Značajno prisutna progresivnost primećena je u serijalu „Džoni Test" koju čini očeva trostruka uloga i to kuvara, zabavljača dece i negovatelja u prostoru privatnog, dok je majka direktor. Međutim, majka kao direktor samo u jednoj epizodi u dve scene se pojavljuje na svom radnom mestu u kancelariji, ali bliže informacije gde se tačno nalazi kancelarija auditorijum nije dobio. Progresivan iskorak ženskog lika koji se pojavljuje u ulozi direktorke (slika 23), ipak i u tim scenama biva vraćen u ulogu majke u trenutku kada joj sin dolazi na posao. Džonijeva majka je uglavnom u kući, a scene u kojima se pojavljuje ili su vezane za porodičnu večeru ili eventualno za neki značajniji porodični događaj,

Slika 23 – kadar iz serijala "Džoni Test", epizoda *Džoni nizbrdo*

gde je ona u dekorativnoj ulozi. Ukoliko se u nekoj sceni van porodičnog doma i pojavi, pored izuzetno retkog prikazivanja u poslovnoj ulozi, uloge su joj vezane za porodična dešavanja kao što je porodični odlazak na neku turističku destinaciju. U samo jednoj sceni takođe u porodičnom domu, u jednoj od epizoda majka se pojavljuje i eksplicitno u ulozi majke gde čak navodi da ona pored svog direktorskog posla mora da bude i majka. Uglavnom, kao i majka, u porodično okruženje smeštene su i Džonijeve sestre Suzana i Mara, gde im je čak smeštena i laboratorija u kojoj najčešće borave stvarajući izume. Kada nisu u laboratoriji ili školi, one su u scenama porodičnog večernjeg obedovanja, a 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).* Dakle, prostor u kojem su ženski likovi najčešće predstavljeni je u skladu sa tipično tradicionalnim prostorom za žene.

Zato kao zaključak valja naglasiti da se u svim serijalima progresivnost ženskih uloga samo naslućuje, a ne predstavlja se, niti naglašava u onoj meri u kojoj se to čini za muške likove za čije uloge je vidljiva progresivnost.

8.1.1.3.5. Aktivne i pasivne uloge ženskih i muških likova u serijalima

Na pitanje da li likovi imaju aktivne, odnosno pasivne uloge, zapazila sam da su ženski likovi pasivni, dok su muški aktivni.

Uglavnom **u pasivnim ulogama junakinje** u crtanim filmovima deluju uplašeno, 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. Tako, 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 pored toga što su izuzetne pronalazačice i naučnice imaju pasivnu ulogu i ne mogu same da se snađu bez muškarca. Uloga ženskog lika Prisile takođe ukazuje na pasivnost koja je prisutna iz epizode u epizodu serijala „Kalimero", gde Prisila ne ume da se odbrani ni od nasrtljivih i dosadnih udvarača, a još manje da pronađe rešenje problema ili donese odluku o nečemu bez pomoći Kalimera. Odstupanja postoje u epizodama serijala „Kloin ormarić" gde su **aktivne muške uloge** dodeljene ženskim likovima što se posebno može zapaziti kroz lik Kloi. U liku Kloi vidljivo je da hrabrost nije rezervisana više

samo za muškarce, što ona jasno i ističe kroz svoje avanture. Mada je reditelj uporno podseća da je ona žensko i da je njena osnovna uloga uloga majke koja pruža ljubav, toplinu, elementarnu brigu i negu deci, ona je i vaspitačica dece, čime teži da joj dodeli pasivnu ulogu. Ovo je vidljivo u svakoj epizodi, a posebno naglašeno u scenama kada Kloi u ulozi vaspitačice podučava gusare majmune kako da komuniciraju i dele blago. Slično, Kloi ima naglašenu ulogu majke u scenama epizode *Sunčanica* kada se Sunce ponaša kao malo dete zbog izgubljenog ćebenceta, te ga treba utešiti i pevati mu uspavanku kako bi zaspalo.

Za razliku od ženskih, muške uloge u serijalma su aktivne i dominantne, čak i ako zabrljaju nešto, oni su ti koji spašavaju „stvar", preokreću lošu situaciju i dovode do srećnog kraja. Tako Čarli Braun koji ni sam ne zna da se snađe u većini situacija, predstavljen kao gubitnik u serijalu, ipak u ključnim momentima preokreće lošu situaciju i dovodi do srećnog kraja čime mu je dodeljena aktivna uloga. Takođe, aktivnost i dominantnost muške uloge u serijalu „Snupi" posebno je vidljiva, kada Sara dobija zaduženje od svog brata Čarli Brauna da nahrani Snupija, gde čak i pas Snupi spašava i popravlja situaciju time što pomaže znalački Sari u kuhinji kako bi mu spremila ručak. Sara je predstavljena u tradicionalnoj ženskoj ulozi zadužena za brigu oko ishrane, čuvanje i negu dece, članova porodice i kućnih ljubimaca, ali je ta njena tradicionalnost pojačana njenim nesamostalnim snalaženjem u kuhinji. Aktivna i dominantna uloga muških likova je vidljiva i u scenama epizode *Loše raspoloženje* gde Čarli dobija ulogu psihoterapeuta i pomaže Mersi da razume svoju potištenost i nezadovoljstvo koje je prati još od detinjstva i sve u službi odvraćanja misli od loših pomisli.

Aktivnost i dominacija muških likova serijala „Snupi" uočava se i u epizodi *Zimske igre*, gde Lajmus veličajući svoje sposobnosti pravljenja Sneška, gradnje vojnog utvrđenja od snega i obdarenost za diplomatske pregovore, poručuje Lusi: „Zla si, ali pokazaću ti ja". Razlog takve pretnje usledio je nakon postupka devojčice Lusi koja isprovocirana da nije u stanju da napravi nešto kvalitetno i dobro, šutira Sneška Belića kojeg je Lajmus unatraške postavio, grudvom razvaljuje vojno utvrđenje i vidno ljuta napušta dvorišne zimske čarolije. Lajmus srećan zbog činjenice da je uspeo da izazove ljutnju kod Lusi i njeno napuštanje igrališta, svoj trijumf pripisuje sebi, hvaleći se verbalno auditorijumu da je stručnjak za diplomatiju! Dešavanja iz navedene epizode, kao i uloge likova, su patrijarhalno obojene i to tako što je ženski lik marginalizovan kao potpuno nesposoban ne samo za igru, već i za tolerantnu diplomatsku verbalnu komunikaciju i bivstvovanje u javnoj sferi, jer je devojčica koja nema sposobnosti dečaka da bilo šta osmisli i stvori, a još manje učestvuje u zajedničkoj igri. Ovakav prikaz socijalnih odnosa muških i ženskih likova, kao i nesposobnosti žene da funkcioniše u javnoj sferi, te stereotipnog prikaza žene kao nervozne, ljute i uvredljive, sugeriše da deca

koja gledaju navedene scene crtanog filma ne mogu razviti rodnu senzitivnost, već samo još više produbiti već postojeći rodni jaz.

Pasivnost ženskih likova je uočljiva i u epizodi *Hormoni* serijala „Bio jednom jedan život", što je vidljivo u scenama kada se dečji ženski lik crvenog krvnog zrnca (eritrocita) žali, jer se umorila od nošenja kiseonika na leđima. Muški lik odraslog eritrocita joj odgovara da ona mora da izdrži i da je to njen zadatak zbog čega i postoji, ma koliko bila umorna. Dakle, eksplicitno iskazan stereotip o svrsi postojanja žene, koja se ostvaruje kroz ulogu služenja, hraniteljice i pasivne uloge, ona nema pravo da se umori.

Iako se ženski likovi u većini serijala predstavljaju kao pasivni, ipak sve one sa ulogom heroine i zaštitnice u ključnim momentima pokazuju svoju aktivnost tako što preuzimaju inicijativu, ali ubrzo potom budu vraćene u pasivne uloge. Ovakva uloga zapažena je u serijalu „Leon" gde „majka noj" štiti svoju bebu koja se nije sasvim ispilila iz ljuske, dakle „jaje noja" od predatora Lava koji želi da ga pojede. Naizgled tiha i pasivna majka posvećena svom jajetu, za trenutak postaje nasilna i agresivna prema napadaču u odbrani svog jajeta. Međutim, od trenutka kada njena beba, probije svoju ljusku jajeta preuzimajući ulogu borca i zaštitnika majke, majka preuzima pasivnu ulogu, te biva smeštena u drugi plan scene postajući posmatrač događaja koji se odvija u sceni. Iako auditorijumu nije eksplicitno naglašeno da je beba noja muškarac, publika na osnovu aktivnog ponašanja koje ispoljava biva navedena da zaključi da je reč o muškom liku, koji ostvaruje svoju tradicionalnu svrhu borca i zaštitnika. Rezultati analize slični su nalazima nekih ranijih istraživanja do kojih su došli i neki drugi autori/ke kao što su: Dunjić 2010; Đekić 2016a; Pešić, Đekić 2017; Matić 2010, Burguera 2011; Wells 2015; Brumette, Malloty & Wood 1997 i drugi/e autori/ke koje sam navodila u teorijskom delu rada.

8.1.1.3.6. Oslovljavanje ženskih i muških likova u serijalima

Zapazila sam da se u serijalu „Snupi", „Kalimero", „Kloin ormarić" i „Bio jednom jedan život" odrasli muški likovi oslovljavaju sa „gospodine," dok se odrasli ženski likovi oslovljavaju sa „gospođo" što je u skladu sa „*Uputstvom za standardizovan nediskriminativni govor i ponašanje Zaštitnika građana*" (Cvetinčanin Knežević, Lalatović 2019: 72). Tako se u serijalu „Kloin ormarić" odrasle osobe i životinje oslovljavaju zajedničkim imenicama „gospođa" i „gospodin", dok se međusobno oslovljavanje među decom odvija korišćenjem ličnih imena, što je uobičajena praksa. Ipak, u serijalu „Snupi" pored navedenog oslovljavanja, i gde se muški i ženski dečji likovi međusobno oslovljavaju ličnim imenima, zapa-

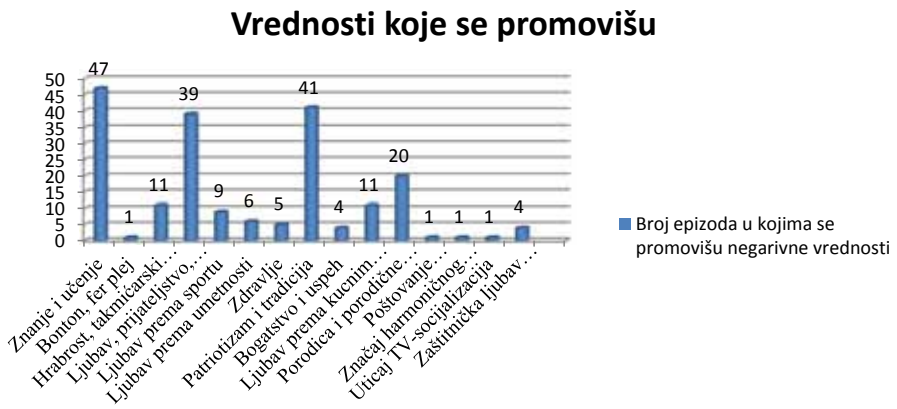
zila sam i da se poneki dečaci međusobno oslovljavaju i uvredljivim formama reči. Na primer, rečenicom „Šerlok Holms sa ćebencetom" stariji dečaci ironično oslovljavaju mlađeg dečaka koji nosi svoje ćebence, „sisa palac" i uvek zapitkuje i nešto prati. U pojedinim epizodama „Snupi" serijala zapazila sam i da se ženski lik devojčice azijatskog porekla (Kineskinja) obraća američkoj devojčici sa imenicom u muškom rodu „gospodine" o čemu će više reči biti u naslovu *Verbalne uvrede - rečnik uvreda*. Slično je, i u serijalima „Kalimero" i „Džoni Test" gde se često koriste reči oslovljavanja sa uvredljivim formama. Valja naglasiti i da se u serijalu „Džoni Test" pored zajedničkih imenica „gospodine" i „gospođa" koristi još jedna zajednička imenica „gospođica" čime se gledateljstvo informiše o bračnom statusu žene (ona koja nije udata), što prema *Uputstvu za standardizovan nediskriminativni govor i ponašanje* nije preporučljivo upotrebljavati u govoru. U serijalu „Zozonci" sam uočila oslovljavanje ličnim imenima, ali i rečima uvredljive forme, kao što je, na primer, imenica „glupan" kojim Vrana veštica oslovljava svog podanika lasicu koji joj odbija poslušnost. Za razliku od pomenutih, u ostalim serijalima zapazila sam ili da nema verbalne komunikacije, ili da nema uvredljivih formi već isključivo uz zajedničke imenice „gospodin i gospođa" uvek stoji i lično ime lika, ili se koriste samo zajedničke imenice u odnosu na titulu, staus ili zanimanje, dok se mlađi likovi (deca) međusobno oslovljavaju samo ličnim imenima.

Tako dok u „Leon" serijalu ne postoji verbalna komunikacija, u serijalu „Bio jednom jedan život" oslovljavaju se prema tituli, statusu i zvanju zanimanja, kao na primer, kada lekara oslovljavaju sa zajedničkom imenicom „doktor". Valja napomenuti i da su u svim serijalima roditelji, odnosno otac i majka bezimeni „čime je naznačena njihova osnovna uloga, te ime nije od značaja" (Đekić, 2016a: 88). Može se zaključiti da je oslovljavanje uglavnom u skladu sa *Uputstvom za standardizovan nediskriminativni govor i ponašanje*, međutim, valja skrenuti pažnju i na zapažanja upotrebe oslovljavanja i u konceptu tradicionalnog, posebno onog koje ima uvredljivu formu. Ipak, kako su svi serijali stranog porekla mora se naglasiti da postoji verovatnoća lošeg prevoda, pa stoga kod oslovljavanja treba biti oprezan. Analiza rezultata slična je rezultatima ranijih istraživanja Đekić (2016a) i Matović (2010).

8.1.1.3.7. Vrednosti koje promovišu serijali

Crtani filmovi uče decu različitim vrednostima, često one imaju i negativnu konotaciju, tek u svakom slučaju značajan su aspekt crtanih filmova. Vrednosti koje se najčešće promovišu u 65 analiziranih epizoda u sedam serijala crtanih

filmova su: porodica, ljubav, prijatelji, moralnost, elementi egalitarnosti u privatnoj sferi (muškarac u ulozi kuvara i zabavljača dece), učenje i znanje, ljubav prema kućnim ljubimcima, patriotizam i tradicija, hrabrost i takmičarski duh, pravda, ljubav prema sportu, i dr. (Grafikon broj 6).



Grafikon broj 6. Prikaz vrednosti koje se promovišu u crtanim filmovima

Prema grafičkom prikazu broj 6, najzastupljenija vrednost koja se promoviše u serijalima je znanje i učenje koje je zastupljeno u odnosu na ostale vrednosti u 47 epizoda svih serijala (73,44%), što govori da deca uz pomoć crtanih likova mogu savladati različite oblasti znanja. U "Snupiju" deca su mogla da nauče o potrebama kućnih ljubimaca, u "Kalimeru" o teleskopu, zvezdama, mesečarenju, o vetru, moralnim poukama i ponašanju. "Kloin ormarić" vodeći decu iz avanture u avanturu podučavao ih je osnovnim znanjima o životinjama i radu na farmi, plovidbi na moru, značajnim znanjima iz geografije, načinu komunikacije sa neposlušnom decom, značaju humanosti i različitim zanimanjima. Džoni Test i njegove sestre Suzana i Mara decu su podučavali o štetnosti video-igrica, ljubavi prema kućnim ljubimcima, porodičnim odnosima, pristojnom ponašanju. Svi serijali, a posebno "Zozonci" su svojim avanturama podučavali decu da dobro uvek pobeđuje zlo, dok u epizodi *Hormoni* iz serija "Bio jednom jedan život", deca su mogla da steknu znanja o zdravlju, bakterijama, funkcionisanju organizma, značaju održavanja higijene i očuvanju zdravlja.

Patriotizam i tradicija su zapaženi u 41 epizodi (63,08%) što je posebno vidljivo u nekoliko epizoda "Snupi" serijala gde je žena zadužena za brigu o deci, hranjenje i brigu o domaćim životinjama i kućnim ljubimcima, njihovim obrocima, za spremanje hrane kao i da se ista posluži u cvetno dekorisanim posudama kako bi bila još ukusnija. Patriotizam je takođe evidentiran u jednoj epizodi serijala „Snupi", u kojoj je muški lik, dečak Lajmus, predstavljen kao vojnik koji

brani otadžbinu iz kule od snega koju je sam sagradio, tvrdeći da je to najčvršće utvrđenje koje je ikada postojalo. Potom u dve epizode serijala "Kloin ormarić" reprezentovanje muškog i ženskiog lika u tradicionalno prihvaćenim muškim i ženskim poslovima. Na primer, u jednoj sceni epizode *Kukurikanje* prikazan je dečak Rajli koji bez vidne podele posla učestvuje u sakupljanju sena na farmi. Gledaoci imaju priliku da čuju dogovor između muških i ženskih likova o raspodeli poslova. Nakon što pas Fredi sugeriše da seno treba sakupiti, u sledećem kadru Rajli vozi traktor, dok ženski likovi sakupljaju i utovaraju seno. Dakle, po tradicionalnom običaju muškarac je vozač, a žena je ona koja brine da se hrana prikupi, pripremi i da se životinje nahrane. Slične tradicionalne uloge su zapažene u svim epizodama „Kalimero" i „Džoni Test" serijala, te tako u serijalu „Džoni Test" postoje i epizode u kojima je policija i vojska prikazana u svojim ulogama zaštite otadžbine, ali i demonstriranja moći kao važne poluge državnog aparata. Slično je prikazan patriotizam i u serijalu „Zozonci", s tim što je istorijski period koji se opisuje iz vremena postojanja vitezova i musketara koji su branili kraljevstva i vladare. Serijal „Bio jednom jedan život" takođe je koncipiran na tradicionalnom odnosu i običajima, s tim što je reč o predstavljanju funkcionisanja ljudskog organizma, kojim upravlja mozak, te su okolnosti drugačije, ali uloge su iste kao i u pomenutim serijalima. U jednoj od scena pojavljuju se vojnici, bela krvna zrnca i antitela koji se bore da zaštite organizam od neprijatelja koji su prikazani u obliku bakterija. Osim toga, mozak je simbolično prikazan kao najvažniji organ, koji kontroliše muški lik Maestro, voditelj mozga, i koji odlučuje o hormonalnom i zdravstvenom statusu celog organizma. Osim toga, muški lik je prikazan u belom mantilu, sa sedom kosom i bradom mudraca, koji ima i svoje pomoćnike, takođe muškarce. Ženski likovi gotovo i da se ne pojavljuju, osim u nekoliko scena. Jedna od scena je i kada u jednom trenutku načnik/laborant, koji se nalazi u upravljačkom delu mozga hipotalamusu, podigne slušalicu telefona koji je zazvonio i sa druge strane začuje glas čija intonacija govori da je poziv od prilično isfrustrirane ženske osobe. Tokom razgovora muški lik slušalicu ne drži na uhu već ju je odmakao zbog jačine intonacije glasa, tako da auditorijum jasno može da čuje da se ona nalazi u hipofizi i traži nedostajuće hormone, o čijem oslobađanju odlučuje profesor Maestro voditelj mozga, koji upravlja iz hipotalamusa. Dakle, u ovoj sceni uočljiv je tradicionalni odnos rodnih uloga muškaraca i žena. Muškarac je predstavljen kao lik koji ima svu moć, smešten na najvišem položaju upravljanja, i on je taj koji donosi odluke. Pored toga, njegov tradicionalni izgled vodi publiku do zaključka da je on lekar i mudrac. Za razliku od muškog lika, žena je klasično predstavljena kao drugost, kontinuirano histerična, hronično nezadovoljna i sa neicrpnim zahtevima i prohtevima, žalbama, te kao takva mora biti i kontrolisana. Osim toga, ona je toliko nevažna u prikazanom

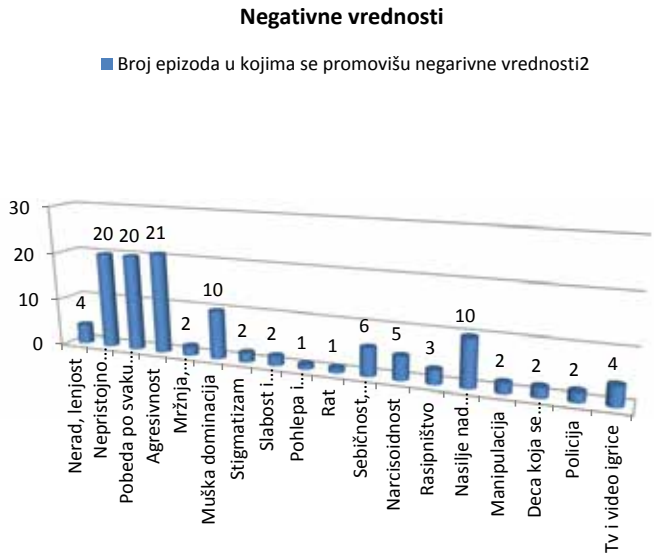
lancu upravljanja i funkcionisanja da se čak fizički i ne pojavljuje u sceni. Ona je skrivena i čuje se samo njen glas, a kako bi bila njena drugost još više naglašena ona je reprezentovana kao biće koje urla, čije urlanje je nemoguće slušati čak ni preko telefonske slušalice.

Ljubav, kao najplemenitija ljudska emocija, promovisana je kao produkt zaljubljenosti, prijateljstva i solidarnosti prema drugim osobama, a zapažena je u 39 epizoda (60%). U ovim epizodama, prijateljstvo i pomoć prijatelja naglašavaju se kao moralni aspekt, ali radnja filma i ponašanje aktera sugerišu da je ono više rezervisano za muškarce, a manje za žene. Ženski likovi su reprezentovani kao cinični, lukavi i nesposobni za prijateljstva sa drugima, bilo da su u pitanju muškarci ili žene. Sa drugim ženama ne mogu da ostvare normalnu komunikaciju, te zapadaju u konflikte koji završavaju tučama kao što pokazuje epizoda *Mersi* u serijalu „Snupi", gde su se dve najbolje prijateljice Mersi i Peti potukle kada nisu uspele verbalno da razreše konflikt. Dok sa muškarcima prijateljski odnosi i nisu mogući jer su ženski likovi reprezentovani ili kao zaljubljene i ljubomorne, ili kao nestrpljive, nerazumne, namćoraste što ih čini nesposobnim za bilo kakav međusobni prijateljski odnos. Ovakvih primera ima dosta, a neki od njih su poput odnosa između Lusi i Lajmusa u epizodi *Zimske igre* u serijalu „Snupi", odnosa između Suzane i Pjera u epizodi *Mikrofon* u serijalu „Kalimero", ili Suzane i Bling Blinga u epizodi *Povratak Džoni X* u serijalu „Džoni Test". Ipak, uočene su i epizode u kojima se prijateljstvo između muškarca i žene posmatra kao moguće poput nekih epizoda u serijalu „Kalimero", „Kloin ormarić", „Zozonci", s tim što je u epizodama serijala „Kalimero" ženski lik Prisile uglavnom u tom odnosu pasivan, sa ulogom utešiteljke kada muški lik, na primer, Kalimero doživi fijasko i nađe se u ulozi gubitnika. Slično je i u „Zozoncima" gde su međusobno muški i ženski likovi u prijateljskim odnosima i solidarni, osim odnosa između patke Divne i zeca Perice gde je prijateljski odnos obojen i dubljim emocijama. Tako je ženski lik više reprezentovan tipično patrijarhalno kao neko ko ponižava i veoma se ironično verbalno ophodi prema muškarcu koji je u nju zaljubljen, i uz to uvek u iščekivanju da je muškarac zaštiti i čini sve kako bi joj udovoljio. Možda najprogresivnije i rodno osetljivo je prijateljstvo prikazano u epizodama serijala „Kloin ormarić" između Kloi i njenih prijateljica Tare i Deni i prijatelja Rajlija, gde su odnosi zasnovani na međusobnom razumevanju i poštovanju tuđeg mišljenja, solidarnosti i pomoći, gde se svaki problem rešava razgovorom i objašnjava argumentima. Ovaj crtani serijal je poseban kao i „Kalimero" i „Zozonci" jer su u njima muški i ženski likovi pripadnici različitih etničkih zajednica i rasa. Međutim, ni u jednoj epizodi se nije mogao zapaziti etnički ili rasni stereotip kao osnov za sukob i netrpeljivost koji bi narušili uspostavljene prijateljske odnose, za razliku od muško-ženskih odnosa.

Pored edukativnih sadržaja, prijateljskih odnosa i različitih moralnih pouka. likovi u crtanim filmovima su deci isticali značaj očuvanja porodice i porodičnih vrednosti u 20 epizoda (30,77%). U 11 epizoda (16,92%) zapazila sam isticanje vrednosti koje se odnose na ljubav prema kućnim ljubimcima, odnosno životinjama uopšte, u isto toliko epizoda, što čini 16,92% prostora u odnosu na 100% svih 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 epizoda (13,85%), ali češće u pravcu sugerisanja da je sport namenjen više muškarcima nego ženama, jer su ženski likovi u epizodama uglavnom okarakterisani kao nesposobni, prilično nespretni i predstavljeni kao gubitnici u sportskim aktivnostima. U nešto manjem broju su zapažene vrednosti koje se odnose na ljubav prema umetnosti u šest epizoda (9,23%), potom brige o zdravlju u pet epizoda (7,69%), zaštitnička ljubav prema deci u četiri (6,15%), u istom broju epizoda zapaženo je i promovisanje vrednosti koje se odnosi na bogatstvo i uspeh, dok je poštovanje hijerarhijskih odnosa, komformizma i uticaja televizijskog sadržaja na socijalizaciju ličnosti primećen u po jednoj epizodi (1,54%).

Ipak, valja naglasiti da su sve analizirane vrednosti deo medijskog sadržaja koji edukuje, socijalizujući decu. Ono što je nedostajalo jeste u velikoj meri rodna osetljivost. Tako umesto da dok gledaju crtani film, koji ih podučava vrednostima porodičnog života, razumeju porodicu kao instituciju koja treba podjednako da pruža sigurnost, utočište, zaštitu i podršku svim svojim članovima, bez obzira da li su muškog ili ženskog pola, deca su podučavana tradicionalnim stereotipnim vrednostima u kojima su žene „drugost" (Beauvoir, 2010: 26). Pouke o brizi za životinje i kućne ljubimce deci su trebalo da prenesu svu lepotu druženja i obaveze kada neko ima kućnog ljubimca, kao i koliko je važno brinuti o sopstvenom zdravlju i shvatiti koji je značaj bavljenja sportom i da su i žene i muškarci podjednako sposobni da se bave navedenim aktivnostima. Činjenica je i da nisu rodno osetljive sve vrednosti koje su bile sadržane čak i u obrazovnom segmentu crtanih filmova, a koje je trebalo da pruže znanja i učenja. Među njima svakako treba istaći hijerarhijski odnos među članovima društvene zajednice koja je posebno naglašena u serijalu „Bio jednom jedan život". Imajući u vidu da je tema crtanog filma funkcionisanje ljudskog tela, gde je određena hijerarhija neophodna, zastupljenost uočene vrednosti se ipak ne može zanemariti, trebalo je da bude rodno osetljiva, a ne tradicionalno prikazana. Kao vrednost koja se implicitno promoviše u svim serijalima crtanih filmova, patrijarhalni obrazac rodnih uloga podučava decu da ovu društveno konstruisanu kategoriju prihvate kao normalnu i prirodnu. Ovaj obrazac šteti i ženama i muškarcima, a njegova jedina svrha je da produbi nepremostiv jaz između njih.

8.1.1.3.8. Negativne vrednosti koje se promovišu



Grafikon broj 7. Prikaz negativnih vrednosti koje se promovišu

Najčešće promovisana negativna vrednost u crtanim filmovima (grafikon broj 7) je agresivnost (u 21 epizodi, odnosno 32,31%), potom pobeda po svaku cenu (u 20 epizoda, odnosno30,77%), nepristojno ponašanje (u 20 epizoda, odnosno 30,77%) i nasilje nad slabijim (u 10 epizoda, odnosno 15,38%) kao vid zadovoljstva i zabave. Eksplicitno izražena dominacija muškaraca kao vrednost pojavljuje se u deset epizoda (15,38%), sebičnost i razmaženost zapažena je u šest (9,23%), narcisoidnost u pet (7,69%), nered i lenjost su uočene u četiri epizode (6,15%), u istom broju epizoda zapažena je zavisnost od TV i video-igrica. U po dve epizode (3,08%) zapažen je stigmatizam, slabost i neposlušnost žene, moć policije, deca koja se podsmevaju, manipulacija, mržnja (netrpeljivost i ljubomora), potom u po jednoj epizodi (1,54%) promoviše se kao vrednost rat, pohlepa i zavist.

Deca su posmatrajući agresivne likove mogla biti poučena: da se konflikti rešavaju tučom, verbalnom agresijom, da muškarac može prisiliti ženu na emotivnu vezu i pored toga što joj se on kao osoba ne dopada, da kada žena ne želi biti sa muškarcem taj muškarac može biti destruktivno ljubomoran i nanositi zlo i ženi i svemu što ga okružije. Takođe, mogla su naučiti da je muškarac osoba koja mora da dominira i ima moć, da se socijalizuju prihvatajući kao normalno nepristojno ponašanje i nasilje nad slabijim, što takođe nije vrednost koju bi deca trebalo da prihvate, jer ih takva ponašanja vode u problematične situacije.

Uglavnom, u većini epizoda svih serijala negativne vrednosti su prenosili muški likovi iako su ženski likovi predstavljani kao loši.

Takav primer sam zapazila u serijalu "Snupi" gde su ženski likovi uglavnom predstavljeni kao loše raspoložene, ljute, besne, namćoraste i agresivne, baš kako ih i sam Frojd opisuje prema rečima Simon de Bovoar (Simone de Beauvoir, 2010) kao histerične čemu je uzrok „lutajuća materica"[15]. Muškarci su predstavljeni kao osobe koje trpe emocije od žena, smireni, šokirani reakcijom besne žene, ali ipak pribrani. Poruka jedne od epizoda *Loše raspoloženje,* koju junaci šalju publici, jeste da ženama treba napraviti kalendar raspoloženja i da je to jedini način kako umanjiti njihovu destruktivnu energiju. Čak i Snupi biva uznemiren, kada dobije pismo od devojčice Lajle koja mu je bila vlasnica ranije. „Strpljenje žena ima kao čajnik na paru" reči su Lajmusa u epizodi *Loše raspoloženje*, u kojoj je tema muško-ženski odnosi u porodici. Deca se podučavaju stereotipijama[16] da žene izazivaju agresivnost svojim ponašanjem kod muškaraca i da su krive za tuđa osećanja. Slično sam zapazila i u serijalu „Kloin ormarić" u epizodi *Kukurikanje*, gde su ženski likovi kokoške i krave nestrpljive, ljutite, besne i preglasne, a poneke od njih i agresivne, te uznemirujuće deluju na muške likove (npr. lepog Paju). Efekti koje stereotipi i predrasude o ženama imaju najlakše se mogu sagledati kroz „samoispunjavajuća proročanstva" i mehanizam „okrivi okrivljenog" (Vranješević, Trikić, Rosandić, 2006:33).

Ovakvom reprezentacijom žene podstiče se mržnja i netrpeljivost prema njima kao glavnim krivcima za muškarčev bes, nesreću i agresiju koji muškarci usmeravaju prema ženama. Dakle, kao negativne vrednosti u analiziranim serijalima promoviše se dominacija muškarca nad ženom, i krivica žene za sopstvenu nesreću i nesreću koju izaziva kod muškarca.

Vršnjačko nasilje i da su žene zle opisano je u epizodi *Mersi.* Reč je o životu u školi, drugarskom odnosu u školskoj klupi, ali i van škole, vršnjačkom nasilju i agresiji između dve dobre drugarice i učenice. Moralna pouka koja se provlači kroz radnju u školi jeste da treba učiti kontinuirano kako bi se dobile dobre ocene, a ne „prespavati" školsku godinu. Glavni lik je Mersi koja je dobra učenica i Peti koja se loše snalazi u čitanju, pisanju, računanju, okarakterisana kao

---

15 Pojam „lutajuća materica" opisuje stanje histerije kod žena. Frojd je ovaj izraz preuzeo od Hipokrata, koji je histeriju smatrao poremećajem izazvanim „lutajućom matericom" koja se kreće po organizmu žene i uzrokuje različite simptome histerije. Beauvoir S. (2010). The Second Sex. New York: Vintage books a division of Random House, inc.

16 Stereotipija - proces izrade stereotipa. 2. prostorija u kojoj se izrađuju stereotipi. Klajn, I. & Šipka, M. (2008: 1182). Veliki rečnik stranih reči i izraza. Beograd: Prometej; Stereotipnost/stereotipija - banalnost, kolotečina Ćosić, P. i sar. (2008: 587). Rečnik sinonima. Beograd: Kornet.

negativan ženski lik koji Mersi čak oslovljava sa „gospodine". Mersi u jednom trenutku započinje tuču u klupi sa Peti, dok ostali učenici prolaze ili beže, tako da su vršnjačko nasilje i agesija pripisani ženskom liku koji ima i loše ocene u školi. Ovim je ženski lik višestruko diskriminisan. Ona je žensko, loš đak, spava na času, a kao loš đak ona voli i da se potuče. Negativna vrednost koja se promoviše svakako je stigmatizam jer dete koje je loš đak, obavezno je i dete koje voli da se tuče.

Da većina nasilnih scena uopšte nisu predstavljene kao zlo već kao normalne reakcije ljutih muškaraca pokazuje i primer epizode „Džoni Test" serijala.

Promovisanje TV i video-igrica, nerada, lenjosti, agresivnosti i manipulacije prisutna je u epizodi *Džoni Moni* iz serijala „Džoni Test". Igrači u video-igrici osujećeni i hronično gnevni željni tuče čuvaju sebe od borbe, ali zato uživaju gledajući kako se njihovi „ljubimci" bore do smrti. Džoni Test koji je najpre igrao igricu na TV monitoru, a potom na mobilnom telefonu, ucenio je sestre Suzanu i Maru da pronađu način da ga u laboratoriji ubace u virtuelni svet kako bi mogao biti jedan od učesnika. Naravno, Džonijeva ucena sestara je uvek ista i u skladu sa patrijarhalnom matricom, i uvek u domenu manipulacije njihovom zaljubljenošću u Gileta. Nepristojno ponašanje i narcisoidnost zapažena je u istom serijalu u epizodama *Džoni test protiv Bling Blinga* i *Neverovatni Džoni*. U navedenim epizodama bogati tinejdžer Evgenije, koji se čak stidi i svog imena, te sam sebi menja ime u Bling Bling, je između ostalog i vrlo nasilan, navalentan i destruktivno ljubomoran. U obe epizode pokušava na svaki način i po svaku cenu da prisili Džonijevu sestru Suzanu i protiv njene volje, da bude u emotivnoj vezi sa njim. Dakle, zapaženim negativnim vrednostima crtani likovi odašilju poruku dečjem gledalištu da je ženama lako upravljati zahvaljujući njihovoj zaljubljivoj prirodi, da je njihova uloga da budu zavodnice, a poruka koja se šalje dečacima je da treba biti bogat jer novac je moć kojom se može ostvariti bilo koja želja. Promovisanjem agresivnih TV i video-igrica, deci se odašilje poruka da je gluvarenje, lenjost, agresivnost i manipulacija, osobina koja treba da je prisutna u svetu dečaka, ukoliko želi da je uspešan.

8.1.1.3.9. Verbalne uvrede - rečnik uvreda

Analizirajući epizode zapazila sam da postoji izvestan broj verbalnih uvreda koje likovi međusobno razmenjuju i upućuju jedni drugima. Uvrede koriste i muški i ženski likovi, upućujući ih podjednako i muškim i ženskim likovima u crtanom filmu, s tim što ih muški likovi češće upotrebljavaju. Iako zapažene forme reči mogu imati svrhu postizanja komičnog efekta s obzirom da crtani

filmovi u odnosu prema žanrovskom određenju mogu imati komične elemente, ipak treba biti oprezan. Neke izgovorene pogrdne reči (tabela broj 15) upućene likovima mogu imati za cilj da podstiču netrpeljivost i deluju diskriminišuće, jer su najčešće stereotipno obojene i upotrebljene kada je reč o isticanju starosne, rasne, etničke i rodne marginalizacije i diskriminacije.

R. br.	Naziv serijala	Godina i država proizvodnje emitovanog serijala	Verbalne uvrede	
			Ženski likovi	Muški likovi
1.	Snupi	2014-2015. SAD	Dosadnjaković, namćor, štreber, prznica, šašavi brat	Šerlok Holms sa ćebencetom, namćorasta
2.	Kalimero	2013-2016. Francuska	/	Jajoglavi, truli bogataši, buzdovani
3.	Kloin ormarić	2009-2013. SAD	/	/
4.	Leon	2009. Francuska	/	/
5.	Džoni Test	2005. SAD	Gunđalo matoro, bedan deda, čudovište, glupi medved, praseće čudovište, smrdljivi Doni, miriše kao mrtva krava	Nevaljalci, bedan deda, balavice, debeli klinac, psiho seka, čudovište, monstrum mali, lude naučnice, praseće čudovište, sestre kokoške, čvrst kao pekmez
6.	Zozonci	2009-2015. Italija	Super glup, glup, otirač, glupi čarobjak	Buzdovani, zla i perfidna veštica, vitezu fali daska u glavi
7.	Bio jednom jedan život	1983. Francuska	/	Idiot, prava budala, gospodin cicija, lažov, lud, malo lud

Tabelarni prikaz broj 15. Pregled rečnika uvreda i ko ih koristi

Imajući u vidu da je prema Zakonu o javnom informisanju i medijima (2014) govor mržnje određen kao objavljivanje ideja, informacija i mišljenja kojima se podstiče diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica ili grupe lica zbog njihovog pripadanja ili nepripadanja nekoj rasi, veri, naciji, etničkoj grupi, polu ili zbog njihove seksualne opredeljenosti, bez obzira na to da li je objavljivanjem učinjeno krivično delo, navedeni rečnik uvreda (tabela broj 15) ću analizirati polazeći od preporuka RRA (2014) da su sloboda izražavanja i govor mržnje deo istog kontinuuma u kojem nije moguće podvući granicu, a da pri tom jedno ne bude ograničeno drugim.

Na primer, u serijalu „Snupi" devojčica za koju se zaključuje da je pripadnica bele američke nacije izgovara uvredljive reči „U redu, idemo opet, još dva sata sedenja u sendviču između, *super dosadnjakovića* ispred mene i *namćora* iza mene". Ona ih u scenama upućuje devojčici azijatske rase (Kineskinji) i dečaku afroameričkog porekla o čijoj rasi se moglo zaključiti po vizuelnim karakteristikama. Nijedna scena pre toga ne govori eksplicitno da su devojčica azijatskog porekla i dečak Afroamerikanac izazvali bilo kakav problem koji bi rezultirao ovako jasno upućenoj netrpeljivosti. Posmatrano u kontekstu države tj. Sjedinjenih Američkih Država i godine kada je epizoda snimljena (2014-2015), moguće je govoriti o jeziku mržnje. Na američkom kontinentu živi više rasa, pri čemu je bela rasa dominantna, dok su druge rase, poput afroameričkih crnaca i Kineza, često smatrane građanima drugog reda. Iako postoji zakonska regulativa koja ih stavlja u ravnopravan položaj sa belcima, društvene predrasude i dalje opstaju. Svakako, u kontekstu scene, nema ništa što bi ukazivalo na rodni stereotip, ali da je reč o rasnoj netrpeljivosti svi elementi ukazuju. Međutim, valja naglasiti da je serijal emitovan u Srbiji gde nije karakteristična rasna mržnja prema Afroamerikancima i Kinezima. Zato, deca u Srbiji uvredljive reči u navedenoj rečenici ne doživljavaju kao ispoljavanje rasne netrpeljivosti što bi podstaklo diskriminaciju, već zaista kao humoristički žanrovski element. Što se tiče ostalih zapaženih uvredljivih reči u ovom serijalu često su se mogle čuti reči koje ženski likovi upotrebljavaju i upućuju drugim ženskim likovima *štreber, namćor, prznica* ili muškim likovima kao što su reči *šašavi brat*. Takođe, zapazila sam i da reč *namćor* muški likovi veoma često upućuju ženskim likovima, koja se prema kontekstu u kojem biva izgovorena može deklarisati kao reč koja pojačava određene negativne i uvredljive opise ličnosti. Tako se reč *štreber* uglavnom koristi kao pežorativni izraz[17], a kako je upućena od američke devojčice Sare (pripadnice bele rase), kineskoj devojčici Mersi (pripadnice žutoj rasi), u sceni dok Mersi na psihoterapiji objašnjava da je depresivna jer roditelji od nje očekuju da uvek bude najbolja učenica kako bi upisala koledž koji su oni već odabrali za nju, gde

17 Pežorativ - Klajn i Šipka (2008: 921) definišu kao „reč ili izraz s pogrdnim značenjem" odnosno, izraz pežorativan/vna/vno definišu kao „pogrdan, nipodištavajući; koji daje ružan smisao, koji nagrđuje." Klajn, I. i Šipka, M. (2008). Veliki rečnik stranih reči i izraza. Novi Sad: Prometej.

joj Sara dobacuje „i udaš se za nekog *štrebera*[18]", čime ovaj izraz dobija stereotipnu formu, ali ne i formu govora mržnje. Naime, poznato je da su azijatska deca, posebno kineska, pod velikim stresom usled pritiska roditelja kada je reč o školskom postignuću i životnom nivou, koji je veoma visok i dostižan uz veoma veliki trud, učenje, perfekcionizam i borbu. Reč *namćor*[19] je upotrebljena u više scena i različitih epizoda, od strane oba pola, ali u istim kontekstima i uvek upućena ženskom liku. Kada opisuje mrzovoljnu i zlu narav, može se shvatiti kao rodno stereotipno uvredljiva reč, posebno kada je muškarac upućuje ženi. Slično je i kada devojčica bele rase koristi ovu reč prema devojčici žute rase, pri čemu se ovde radi o rasnom stereotipu u kontekstu u kojem se upotrebljava u serijalu „Snupi", ali ne i o govoru mržnje. Pojam *prznica*[20] je sinonim za tvrdoglavu osobu, namćora, svađalicu koji devojčica bele rase upućuje devojčici žute rase, te u datom kontekstu označava rasni stereotip, ali ne i govor mržnje. Pojam *šašavi brat*, koji je sestra uputila bratu u epizodi je izrečen u šaljivom tonu, tako da svakako ne spada u uvredljivu formu, kao i izraz *Šerlok Holms sa ćebencetom* koji je Čarli Braun uputio svom najboljem prijatelju Lajmusu.

Stereotipne reči *gunđalo matoro, bedan deda* upućene starijoj osobi, tj. deda Mladenu, koje izgovaraju sestre Suzana i Mara i sam Džoni Test u serijalu „Džoni Test" u scenama kada je deda Mladen negodovao uputivši deci kritike rečima *nevaljalci i balavice* zbog osmog polupanog prozora na svojoj kući, koji bi loptom ne namerno polupao Džoni Test, svakako su uzrasni stereotipi, koji opisuju višegeneracijski razdor i spadaju u domen mizogenih. Pojmovi *čudovište, glupi medved, praseće čudovište, čvrst kao pekmez* su upotrebljeni za bića koja i označavaju, ali u komičnom maniru, te nemaju težinu stereotipnog, kao ni pojam *smrdljivi Džoni i miriše kao mrtva krava* koji su upotrebljeni kako bi se opisao dečak koji se nije kupao jako dugo i izgovoreni takođe u kontekstu šaljivog tona. Pojam *monstrum mali* je upotrebljen u ozbiljnoj situaciji gde je postojala verovatnoća povređivanja od neobičnog bića, te je akter koji je izbegao

---

18 Štreber - pojam kojim se opisuje učenik ili student koji je toliko posvećen učenju ili studijama da zanemaruje igru i druženje sa prijateljima, često se uz njega vezuje i pojam štrebanje koji označava učenje gradiva napamet, bez ikakvog razumijevanja ili praktičke koristi. Klajn i Šipka (2008: 1503) ga definišu kao pojan kojim se opisuje „onaj koji velikim naporom i dodvoravanjem želi da dostigne bolji položaj; laktaš, karijerista. 2. bubalica". Klajn, I. & Šipka, M. (2008). Veliki rečnik stranih reči i izraza. Novi Sad: Prometej.

19 Namćor - čovek zle naravi, mrzovoljan čovek, čovek koji je po prirodi loše raspoložen, prema Klajn, Šipka (2008:816). Klajn, I. & Šipka, M. (2008). Veliki rečnik stranih reči i izraza. Novi Sad: Prometej.

20 Prznica - sinonim za prgav, svadljiv, agresivan, razdražljiv, afektivan, gnevljiv, temperamentan, divlji, nekulturan, tvrdoglav, besan, grozan...Ćosić P. i sar. (2008:485). Rečnik sinonima. Beograd: Kornet.

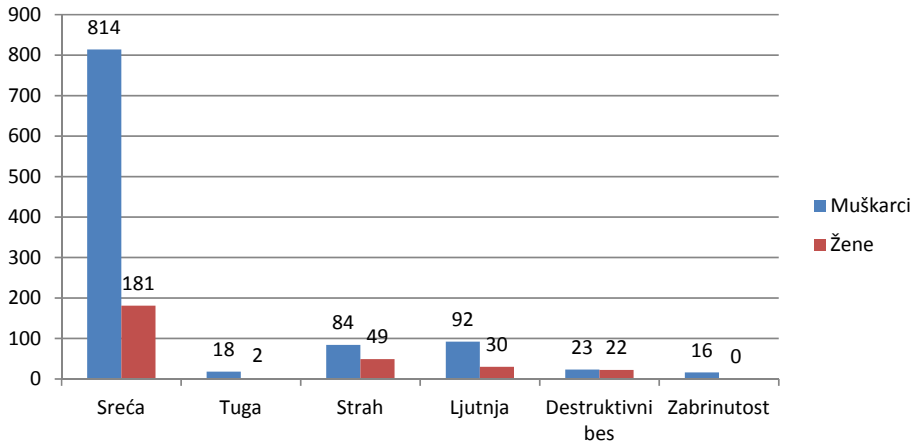
povređivanje sa razlogom nazvao biće *monstrumom.* Sam pridev *mali* koji bliže opisuje imenicu ublažava značenje, dok sam kontekst u kojem je izgovoren pojam govori u prilog elementa humora. Međutim, *debeli klinac, psiho seka, lude naučnice, sestre kokoške* su izrazi gde pridevi bliže opisuju imenice u negativnoj konotaciji. Tri prideva (*psiho, lude, kokoške*) uz imenice (*seka, naučnice, sestre*) opisuju ženske likove, dok četvrti pridev (*debeli*) koji stoji uz imenicu (*klinac*) opisuje muški lik i sve ih izgovaraju akteri muškog pola sa namerom isticanja negativnog o likovima na koje se odnose, te su svi rodno stereotipni. Dakle, rodni stereotipi nanose štetu podjednako i muškarcima i ženama. Da bi se uklopio u patrijarhalni obrazac, muškarac treba da odgovara stereotipu „mačo muškarca", što podrazumeva da bude mišićav i korpulentan, a nikako debeo. S druge strane, žena bi trebala da bude tiha i povučena, nikako naučnica ili previše pametna, a ako je govorljiva i sposobna da argumentovano iznosi svoja stajališta, može biti obeležena uvredljivim rodnim stereotipima. U serijalu „Zozonci", upotreba reči poput *super glup*, *glup*, *otirač*, *glupi čarobnjak* i *buzdovan* od strane ženskih likova, patke Divne i Vrane veštice, bila je očekivana. Ova upotreba ističe način komunikacije koji žene koriste u odnosima s muškarcima kada su nadmoćnije, čime se dodatno naglašavaju njihove negativne osobine. Slično postupaju i muški likovi u hijerarhijskim odnosima, nazivajući svoje pomoćnike *buzdovanima*. Kada se sretnu s muškarcem koji se prema ženskim likovima odnosi s pažnjom, ali iza te pažnje stoje skriveni udvarački motivi, poput susreta zaljubljenog zeca Perice i Don žuanskog viteza, Perica ga opisuje kao *viteza kojem fali daska u glavi*, prepoznajući ga kao svog suparnika. Sličnu sudbinu doživeo je i Kalimero kao muškarac za kojeg su tri pacova, posmatrajući dešavanja u njegovom odnosu sa njegovom simpatijom Prisilom, procenili da nije uspeo u procesu udvaranja te ga pežorativno okarakterisali - *„Šta je jajoglavi ostavila te!"* naglašavajući kao negativnu njegovu udvaračku nesposobnost, što nikako ne sme da se dogodi jednom tradicionalnom muškarcu. Čarobnjak Notrio opisuje Vranu vešticu „ona je *zla i perfidna veštica*", pojačavajući negativne aluzije o sredovečnoj ženskoj osobi, za koju je u patrijarhalnom obrascu karakteristično da je sa određenim životnim iskustvom veoma teška za bilo kakvu manipulaciju, pogotovu što nije ni mlada ni mladalački zavodljiva, ali svakako jeste zla. Pojmom *truli bogataši*, upotrebljenom u serijalu „Kalimero" u konotaciji obraćanja muškog animiranog lika srednje društvene klase, muškim likovima koji su na vrhu društvene lestvice prema finansijskom standardu, želi se istaći nekoliko značajnih stvari: da su izuzetno bogati i da poseduju veliku moć koju im je novac obezbedio, te da se sa njima nije moguće nadmetati u bilo čemu. Ovakva poruka upućena auditorijumu jasno ukazuje da je besmisleno nadmetanje sa bogatim osobama, ali i da treba svoj život usmeriti isključivo na sticanje materijalnih sredstava kako bi se

postalo bogato, te na taj način sebi obezbediti moć nad ostalima koji to nisu. Sam pojam nema uvredljivu formu, ali upotrebljen u kontekstu radnje crtanog filma imao je zadatak da bliže objasni klasnu razliku i uvredljivo predstavi bogati sloj, kao truležan i okarakterisan svim onim što sama trulež podrazumeva. U serijalu „Bio jednom jedan život" slično kao i u prethodno opisanim primerima, reči uvredljive forme *idiot, prava budala, gospodin cicija, lažov, lud, malo lud,* izgovaraju muški likovi (enzimi, belančevine, hormoni) koji su trebali da preuzmu Jod i dopreme u štitnu žlezdu kako bi mogla normalno da funkcioniše. Pomenuti akteri su navedene uvredljive reči upotrebili kako bi opisali muški lik čuvara Joda koji ni po koju cenu nije želeo da dozvoli odnošenje Joda, ljubomorno čuvajući ga pod ključem, bez obzira na značaj potrebe i veličinu problema koji se rešavao. Navedeni niz reči uvredljive forme kojima je opisan muški lik je uobičajen obrazac opisivanja osoba koje su tvrdice, škrte, gramzive i pre svega egoistične tako da se i za ove pojmove može reći da se ne mogu okarakterisati kao govor mržnje, ali se svakako mogu svrstati u stereotipne.

Posmatrano iz ugla socijalizacije, upotreba uvredljivih formi reči koje pri tom nemaju karakter govora mržnje, u medijskim sadržajima kakvi su crtani filmovi deci se mogu slati poruke da je nepoštovanje drugih i vređanje sasvim normalna pojava, čak više očekivana, bez obzira po kojem osnovu se ona dešava. Tako se deci poručuje da je stereotip poželjna, očekivana i normalna pojava i da je sasvim korektno imati loše mišljenje o nekom ko je drugačiji bilo da je rasa, uzrast ili pol u pitanju. Osim toga, 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. Tako i sama kasnije radi istog, imitirajući situacije iz scena u igri mašte, kroz identifikaciju sa likovima upotrebljavaju verbalne uvredljive reči koje su imali prilike da čuju u naizgled bezazlenim crtanim filmovima, učvršćujući na taj način stereotipne slike posebno rodne. Naravno da crtani filmovi treba da poseduju i komične elemente, ali ukoliko se i upotrebljavaju neprimerene uvredljive forme reči kako bi se prizvao komični duh, neophodno je kod dece razviti kritički stav i ukazati im na efekte upotrebe uvreda kako u crtanom filmu, tako i u realnom životu.

8.1.1.3.10. Koje emocije izražavaju muški i ženski likovi u serijalima

Pitanja na koje ovde treba odgovoriti jesu: Da li su muški i ženski likovi emotivni? I koje emocije ispoljavaju?



Grafikon broj 8. Prikaz emotivnih stanja likova u svim serijalima

Prema grafikonu broj 8 u serijalu "Snupi" 28 muških likova pokazuju sreću/Radost (3,44%), tugu njih deset (55,56%), ljutnju pet (5,43%) i destruktivni bes jedan (4,35%) muški lik. Najčešće emocije koje glavni lik Čarli Braun pokazuje su sreća/radost i tuga, dok je kod psa Snupija i ptice Vudstok zapažena još i ljutnja. Ženski likovi najčešće ispoljavaju sreću i to njih 11 (6,08%), potom ljutnju njih osam (26,67%), dok je kod dva ženska lika Mersi i Lusi zapažen destruktivan bes (9,09%).

U serijalu „Kalimero", kod muških likova zapažene su emocije: sreće kod 54 (6,64%), destruktivnog besa kod 10 (62,5%), tuge kod 2 (11,11%) i zabrinutosti kod 2 (8,70%). Sa druge strane, ženski likovi su prikazani kao krajnosti – ili su srećne (17, odnosno 9,32%), ili ljute (4, odnosno 13,33%). Zapazila sam da je glavni muški lik Kalimero vrlo emotivano predstavljen lik. Ipak, on ne izražava sve svoje emocije u podjednakom vremenskom intervalu, najviše vremena je rezervisano za iskazivanje sreće ili zabrinutosti, dok je trenucima tuge i straha dato veoma malo prostora. Ovakav odnos posvećenog medijskog vremena prezentovanju određenih emocija svakako oslikava patrijarhalni obrazac prema kojem muškarci ne bi trebalo da pokazuju emocije tuge i straha, jer to nije odlika muškosti. Svoju sreću pokazuje kroz igru s prijateljima, kada uspe da se izbori za pravdu ili pronađe rešenje. Zabrinut je samo kad uvidi da je nekom od njegovih drugara načinjena nepravda i trudi se da brzo ispravi načinjenu štetu, a u svemu mu pomaže Prisila koja u tim situacijama ima ulogu utešiteljke. Reakcija Prisile takođe ima refleksiju tradicionalnog, jer jedna od ženskih rodnih uloga jeste i da uteši muškarca, što nije zapaženo u obrnutom slučaju kada je reč o analiziranom serijalu.

Zapazila sam da kada se ženskom liku načini šteta, Kalimero diplomatski izbegava da verbalno negoduje, a još manje ukaže na grešku muškog lika zbog načinjene štete, te je uglavnom u potrazi za kompromisnim rešenjem nakon dužeg promišljanja. Na primer, u epizodi *Zapušena cev* u sceni kada Prisila i Valerijano igraju tenis, sa rezultatom 9:4, gde Valerijano za pet bodova vodi u postignutom rezultatu, o čemu publiku ushićeno obaveštava Kalimero i dodaje: *„Još jedan poen i Valerijano pobeđuje!"* čime sugestivno deluje na gledaoce kako bi Valerijana već doživeli kao pobednika. Loptica u jednom trenutku nestaje van terena usled prejakog udarca muškog lika Valerijana, koji prilazi Prisili i kaže: *„Pobedio sam!"* Prisila: *„Nismo završili, još nisi pobedio. Treba da osvojiš 10 poena, još uvek je 9:4."* Valerijano: *„Pobedio sam. Imam prednost od 5 poena i onako me ne bi stigla tako da sam pobedio."* Kalimero, nakon dužeg posmatranja i ćutanja, nastupa suptilnom intonacijom i bojom glasa te se stiče utisak da sa žaljenjem kaže: *„Valerijano, Prisila je u pravu. Treba da pronađemo lopticu i nastavimo meč."* Pored navedenog prisutna je još jedna marginalizacija ženskog lika Prisile. Prema patrijarhalnom obrascu žene nisu baš najpoželjnije da se bave sportom, jer je uvreženo mišljenje da nemaju iste sposobnosti kao i muškarci, pa im se sugeriše da ni ne pokušavaju, posebno ne u onom koji se tretira muškim sportom. Rečenice koje je Valerijano uputio Prisili „*Pobedio sam. Imam prednost od 5 poena i onako me ne bi stigla tako da sam pobedio*", upravo govore u prilog tome.

Kloji i njeni prijatelji su takođe emotivni likovi, a emocije koje najčešće ispoljavaju su za muške likove sreća - njih 41 (5,04%), tugu dva lika (11,11), strah dva (2,38%), ljutnju njih 35 (38,04%), zabrinutost šest (37,5%), dok ženski likovi iskazuju samo sreću, njih 66 (36,46%). Muški likovi su tugu, strah i ljutnju ispoljavali u situacijama obavljanja nekog posla ili u komunikaciji sa drugima kada se osete ugroženim ili gubitnicima, dok su ženski likovi u svim situacijama ispoljavali sreću.

Leon je crtani lik koji sa sobom nosi sreću, strah i ljutnju zbog svog položaja koji umesto da mu obezbedi poziciju predatora, nalazi se u poziciji neminovnog gubitnika. Prema grafikonu broj 8 muški likovi u serijalu „Leon" ispoljavaju sreću - njih 14 (1,72%), strah 11 (13,09%), ljutnju 11 (36,67%), destruktivni bes devet (39,13%), dok nijedan lik nije ispoljio tugu ili zabrinutost. Ženski likovi su predstavljeni kao destruktivno besne, njih četiri (18,18%) i to u situacijama kada brane potomstvo. Dakle, sve zapažene emocije karakteristične su za patrijarhalni obrazac ponašanja muških, odnosno ženskih likova.

Džoni Test i muška ekipa iz serijala najčešće su pokazivali emociju sreće - 205 (25,18%), ali često su izražavali i strah - njih 52 (61,90%), ljutnju 39 (42,39%) i destruktivni bes 11 (47,83%), tugu njih 4 (22,22%). Ženski likovi okarakterisani su kao srećne - njih 71 (39,23%), strašljive njih 46 (93,88%), destruktivno-besne

njih 16 (72,73%), ljute 13 (43,33%). Zapaženo je da su Suzana, Mara, Duki i Džoni Test ljutnju i destruktivni bes uglavnom ispoljavali u interakciji sa negativnim likovima, jer su negativci bili izuzetno nasilni i trebalo je izvojevati pobedu pravde. Dok je osećanje sreće pratilo svaki uspešno realizovan eksperiment, a strah kada bi rezultat eksprimenta izmakao kontroli.

U crtanom filmu „Zozonci" pojavljuju se tri vrste emocija: sreća, tuga i strah. Muški likovi su najčešće ispoljavali sreću (42, odnosno 51,6%), zatim strah (19, odnosno 22,62%), dok su ljutnju iskazivali u manjoj meri (2, odnosno 2,17%). Ženski likovi su pretežno bili prikazani kao srećni (8, odnosno 44,2%), dok je ljutnja bila prisutna kod njih 5 (16,67%). Najčešće emotivno stanje sreće Zozonci su iskazivali u interakciji među sobom, kao i kada bi nadmudrili Vraninu vešticu. Međutim, u kontaktu sa zlom Vranom, dominirali su tuga i strah.

U epizodi *Hormoni* zastupljena je emocija sreće i to kod 430 muških likova (52,82%), dok je ista emocija zapažena kod osam ženskih likova (4,42%). Emocija tuge zapažena je kod dva ženska lika (100%), i to kada im je zabranjeno da se odmore od posla koji obavljaju. Muški likovi su izražavali sreću pri svakom uspehu, u svakom uspešno obavljenom poslu, međusobnoj komunikaciji.

Dakle, kako glavni tako i sporedni muški i ženski likovi u svim serijalima pojavljuju se kao emotivni. Najčešće emocije koje pokazuju muški likovi su sreća (814, odnosno 77,74%) tugu (njih 18, odnosno 1,72%), strah (njih 84, odnosno 8,02%), ljutnju (njih 92, odnosno 8,72%), bes sa destruktivnom posledicom (njih 23, odnosno 2,20%), zabrinutost (njih 16, odnosno 1,53%). Ženski likovi posmatrano iz ugla svih serijala najčešće su pokazivale emociju sreće (njih 181, odnosno 63,73%), strah (njih 49, odnosno 17,25%), ljutnju (njih 30, odnosno 10,56%), destruktivni bes (njih 22, odnosno 7,75%) i tugu (njih 2, odnosno 0,70%). Primetno je da je znatno veći broj muških likova koji ispoljavaju neku od kodiranih emocija, što se može objasniti i time da su muški likovi i proporcionalno više zastupljeni u odnosu na ženske likove u svim serijalima. Ipak, primetan je jedan odnos koji se ne može povezati sa odnosom frekventnosti muških i ženskih likova. Naime, zapazila sam da je broj likova oba pola približno podjednak kada je reč o destruktivnom besu, ženskih likova ima 22 (1,65%), muških 23 (1,72%) posmatrano u odnosu na ukupan broj likova oba pola koji se pojavljuju u svim serijalima, a to je 1331 (100%). Međutim, primetno je da je ispoljavanje destruktivnog besa ženskih likova predstavljeno kao nasilnički akt pojačan krupnim kadrom i to u situacijama komunikacije sa muškim likovima. Uobičajeno je da se krupan kadar upotrebljava kada se auditorijumu želi preneti emocija likova, i to se čini tako što u krupnom kadru biva prikazano lice na kojem je određen emocionalni izraz lika koji publici prenosi kreiranu emociju. Većina nasilnih scena kod muškaraca u sličnim situacijama nisu predstavljene kao

reakcija nasilnog akta, već kao rezultat ljutnje. Nasilnost muških likova ublažena je i upotrebom širokog kadra koji je često i crno-beli kadar i to s razlogom kako bi se više obratila pažnja na samu scenografiju, a ne na sam lik. 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 destruktivnom besu žena, čime su one predstavljene kao zlo nad kojim se mora uspostaviti dominacija kako bi se njihova destruktivnost mogla kontrolisati. Imajući u vidu da deca doživljavaju emocije dosta snažno dok gledaju crtane filmove ili neke druge medijske sadržaje, uranjajući u različita osećanja animiranih junaka ili često zamišljajući i sebe u scenama, evidentno je od kolikog značaja su emocije koje izražavaju likovi u crtanim filmovima. „Svaka emocija signalizira nešto" kako navode Goc i Šlot (Götz & Schlote, 2016: 3), što posmatrano iz ugla rodnosti ima posebnog značaja, te je veoma važno koje emocije odašilju muški, a koje ženski likovi. Takvo podrazumevajuće nasilništvo, koje prikazuje mušku agresiju kao normalnu reakciju na ljutnju i bes, kao i predstavu žene koja treba da bude srećna, dok njene emocije besa, ljutnje i straha predstavljaju nešto što muškarci treba da kontrolišu, nameće deci stereotipnu sliku patrijarhalnog obrazca muškosti i ženskosti. Ova slika se pokušava utemeljiti kao realna u dečijim glavama. Ipak, ovo su intenzivna emocionalna iskustva koja pokreću snažne emocije sreće, straha, ljutnje i besa, koje u različitim kulturnim obrascima društva deca različito ispoljavaju, ali ih podjednako snažno doživljavaju, bez obzira na kulturni obrazac kojem pripadaju. Zato nije slučajno što Goc i Šlot (Götz & Schlote, 2016: 3) navode da televizija može dovesti do traumatičnih iskustava, jer deca kada ne razumeju sadržaj ona se kognitivno isključe, ali emocionalno ostaju uključena. Iz ugla rodnosti to bi značilo da deca iako ne razumeju obrazac patrijarhalnosti koji vlada njihovom kulturom, emocionalno ga snažno doživljavaju. Deca bespogovorno prihvataju tradicionalne predstave o karakterističnim emocionalnim stanjima žene, kojoj je potrebna zaštita i briga, kao i dominantnu sliku srećnog, zaštitnički nastrojenog muškarca, čiji bes i ljutnja ne pripadaju domenu histerije i nasilja, već se prikazuju kao nešto potpuno normalno. U svakom drugom slučaju, prema rečima Burdijea (2001), muškarac će pokazati ranjivost čime rizikuje da bude prezren od drugih muškaraca jer će ga smatrati slabićem i mlakonjom.

Dakle, primetno je da medijski sadržaji kakvi su crtani filmovi „pružaju podršku segregaciji devojaka od dečaka na ekranu" (Lemish i Götz, 2017: 11,12). Na ovaj zaključak navode dobijeni rezultati analize koji ukazuju (što je posebno vidljivo u serijalu Džoni Test) da kada je žena predstavljena kao jaka i sposobna, od nje se onda očekuje i da bude savršena: „lepa, pametna, uspešna, visoka, da ima nadprirodne ili veoma jedinstvene talente" (Lemish i Götz, 2017: 11). Međutim, njena snaga i intelektualna sposobnost, kako bi bila vraćena u okvire tradi-

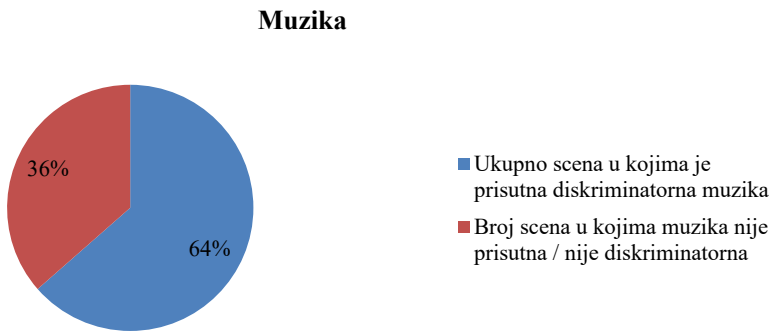
cionalnog, biva ograničena histerijom i emocionalnom neartikulisanošću. Tako žena treba da bude jednostavno nasmejana, zračeći srećom u svojoj dekorativnoj ulozi, svedena na lik majke Džona Testa i sestara Suzane i Mare iz serijala „Džoni Test". One se prikazuju kao zavodljive, sa svrhom da služe muškarcu, od kojeg u patrijarhalnoj hijerarhiji zavise, jer on je njihov zaštitnik.

8.1.1.3.11. (Zlo)upotreba muzike

Muzika, osim svoje zabavne, kulturološke i reklamne vrednosti, može imati i mnoge skrivene uticaje. Među njima je i upotreba muzike kao moćnog umetničkog filmskog koda u medijskom diskursu filmske umetnosti, što uključuje i crtane filmove namenjene deci. Muzika kao jedna od struktura u diskursu može biti analizirana, jer svojim prisustvom ili odsustvom u različitim vidovima može u medijskim reprezentacijama davati određena značenja, što je posebno uočljivo kada su u pitanju diskriminatorne akcije usmerene ka pojedincu ili grupi ili kada je u pitanju neki pristrasan diskurs o njima.

Zloupotreba muzike u crtanim filmovima je svakodnevnica i vrlo teško primetna jer proces slušanja muzike u crtanom filmu je sekundarna aktivnost te spada u pasivno slušanje. Zato nije slučajno da crtani film može biti moćno sredstvo za izražavanje diskriminatorne prakse u pogledu negativno orjentisanog prikazivanja nas o njima.

U analiziranim crtanim filmovima funkcionalni spoj muzike i filma odlikuje se bogatstvom izražajnih efekata, pevane muzike koja oživljava ritam pokreta, gotovo neuočljivih granica između muzike i šumova, gde dimenzija humora igra jednu od glavnih uloga. Analizirajući ovaj spoj uočila sam da muzika aktivira podržavanje ili naglašavanje relevantnih informacija koje likovi verbalno ili neverbalno saopštavaju te na taj način svojim (ne)prisustvom diskriminatorno deluje. Različiti tipovi muzike koje sam uočila poput: neprijatne intonacije, destruktivne i napete; karikaturno-komične muzike; buke (koja može biti proizvedena usled galame i preglasnog govora ili vike grupe ljudi, potom koja može nastati kao rezultat raznih zvučnih efekata ili jednostavno biti ambijentalnog tipa (zvuka testere ili nekog drugog uređaja, rada creva u stomaku i dr.); romantične muzike; tužne muzike, muzike sporog ritma; prijatne intonacije i brzog ritma. Ovo su samo neki vidovi tipologije koji mogu imati diskriminatorni efekat i biti zastupljeni u crtanom filmu. Takođe, odsustvo ili prisustvo muzike može, a ne mora imati diskriminatorni efekat dok je muzika prijatnih tonova najčešće zastupljena u neutralnim scenama.



Grafikon broj 9. Prikaz odnosa scena u kojima je prisutna diskriminatorna muzika i scena gde muzika nije prisutna ili nije diskriminatorna

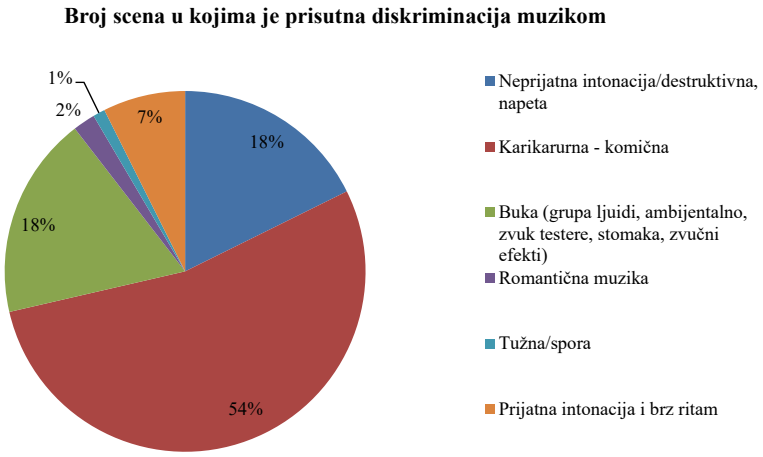
Prema grafičkom prikazu 9 od ukupnog broja scena u analiziranim crtanim serijalima uočeno je 64% ukupno scena u kojima je prisutna diskriminatorna muzika, dok u 36% scena muzika ili nije prisutna ili nije diskriminatorna, odnosno zastupljena je u prijatnim tonovima u neutralnim scenama. Kada je reč o muzici koja se pojavljuje u različitim tipovima i diskriminatorno deluje na auditorijum, u grafičkom prikazu 10 se može videti da je najviše u scenama zastupljeno karikaturalno-komična muzika čak 54%, što znači da su se stereotipi deci prenosili kroz komične situacije u koje su likovi zapadali, a koje su različitim karikaturalnim i komičnim muzičkim efektima u kadrovima bile samo prijatno naglašene kako bi bile lakše upamćene.

Prijatna intonacija brzog ritma zapažena je u 7% scena, takođe je korišćena radi naglašavanja kako bi se stereotipi neprimetno prihvatili kao nešto prirodno, a ne kao društveni konstrukt. Ovo je vidljivo u scenama svih crtanih serijala, a posebno u serijalu „Leon" koji je zapravo zasnovan na neverbalnoj komunikaciji gde je dosta korišćena i karikaturalno-komična muzika, kao i muzika ambijentalnog tipa. Implicitno delovanje stereotipa o ženi i njenoj rodnoj ulozi kao majke naglašeno ambijentalnom muzikom koliko i komično karikaturalnom, vidljivo je na primer u sceni kada majka Noj štiti svoje jaje od proždrljivog lava.

Romantični tonovi muzike su zastupljeni u 2% scena, najčešće u „Džoni Test" serijalu i to sa funkcijom da naglase stereotip kojim se objašnjava priroda rodne uloge žene tj. Džonijevih sestara tinejdžerki, Suzane i Mare. Muzika, u kombinaciji sa ženstvenošću izraženom kroz veoma seksualizovano telo, treptanje oka i našminkano lice, pojačava portretisanje zaljubljenih zavodnica Suzane i Mare. Ovakvo naglašavanje posebno je vidljivo u scenama u kojima su u blizini muškog lika, tinejdžera Gileta, u kojeg su zaljubljene, čak i pri samoj pomisli na njega.

Neprijatna i destruktivna intonacija, kao i muzika koja izaziva napetost (zastupljena u 18% scena), podjednako su korišćene kao i buka (takođe 18% scena), proizvedena na različite načine kako bi naglasila neprijatne scene. U tim scenama žene su stereotipno prikazane kao zle veštice, namćori i agresivne osobe, dok su loši postupci pripisani zlim momcima. Primera za navedenu upotrebu muzike kada se 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" posebno naglašeno u scenama gde se pojavljuje zla Vrana veštica. Kada je reč o naglašavanju loših postupaka muških likova, buka, destruktivna i neprijatna intonacija muzike su često prisutne u serijalu „Džoni Test" u scenama na primer sa Bling Blingom, vojskom, policijom i sl.

Tužna i sporog ritma muzika zastupljena je u 1% scena i to u scenama kada crtani lik bude ponižen verbalno ili neverbalno jer nije uspeo da reši postavljeni zadatak, odnosno ostvari zacrtani cilj. Ovakvih vidljivih primera ima u scenama serijala „Kalimero" kada istoimeni junak doživi neko javno poniženje, uoči nepravdu ili ne ostvari neki lični cilj. U sva tri slučaja u pozadini se čuje muzika sporog ritma ili muzika koja izaziva tužne emocije koja prati vizuelnu scenu u kojoj Kalimero pognute glave izgovara svoju čuvenu krilaticu „Ovo je nepravda" dok ga Prisila teši i ohrabruje.



Grafikon broj 10. Prikaz broja scena u kojima je zastupljen određen vid intonacije muzike

Rezultati ukazuju da bez obzira na tip muzike koji je upotrebljen u crtanom filmu svi imaju isti zadatak da uspešno deluju kako bi se određen stereotip zapamtio, bez obzira da li svojim efektima izazivaju strah i napetost ili prijatnost u sceni kojom se želi uticati na dečji um. Dakle, crtani film kao „Glazbeni video koji kombinira snažno djelovanje glazbe s vizuelnim stimulansima može imati

trenutan utjecaj na naše razmišljanje" (Hallam, 2003), no imajući u vidu *Teoriju socijalnog učenja* ako se takav video kontinuirano ponavlja on će svakako imati i kasniji uticaj koji će se manifestovati kroz određeno ponašanje.

Najveća frekventnost upotrebe muzike posmatrano po serijalima kako bi se „oni" odnosno drugost marginalizovali, jeste u epizodama serijala „Džoni Test" u čak 47% scena, potom u serijalu „Snupi" u 14,77% scena, u serijalu „Kalimero" u 9,23% scena, približno jednako je zastupljeno u serijalima „Zozonci" u 8,92% scena i „Leon" 8,77%, dok je u serijalu „Kloin ormarić" zapaženo 6,92% scena, a najmanje u serijalu „Bio jednom jedan život" svega u 4,31% scena.

Rezultati takođe ukazuju na to da implicitno naglašavanje rodnih uloga i njihovo lakše internalizovanje upotrebom određenog tipa muzike kao umetničkog filmskog koda prati sličan trend u analiziranim serijalima, kako onima nastalim u prvoj, tako i u drugoj deceniji XXI veka.

Zaključak koji se nameće jeste da muzika predstavlja moćno sredstvo upotrebljeno radi medijske rodne reprezentacije. Takvu moć joj obezbeđuje njena multifunkcionalnost, na šta jasno ukazuje muzika u analiziranim crtanim filmovima. Ona je pokretač dramske radnje, sredstvo koje dopunjava sliku, lajtmotiv koji čini emotivnu suštinu celog filma, ona je zvučni efekat, dijalog, njome se naglašava radnja, komentariše radnja, ona može biti integralni deo kadra (orkestar ili pevač/ica u kadru), van kadra (off), svakako je deo špice crtanog filma, može biti muzički hit koji se peva u crtanom filmu koji će opstati i van crtanog filma, muzikom se može ispunjavati pozadina crtanog filma, ona može biti tematska suština.

Muzika u crtanom filmu ima poseban estetski okvir, muzika i crtež integrisani postaju jedinstven audio-vizuelni tok, presvučen odgovarajućim bojama. Karakteristike spoja zvuka i slike u crtanom filmu postaju stilizovani konglomerat koji komičnim efektima, deformisanim ljudskim glasom, onomatopejom, odjekom nelogičnih zvukova u odnosu na sliku i tekuću muziku se često zloupotrebljavaju kako bi se implicitno deci kroz zabavu i uživanje, dok gledaju svoje omiljene junake, prenosili stereotipi.

Usled prostorne ograničenosti ove knjige, neću predstavljati istraživanja i detaljne rezultate drugog kodnog protokola koji se odnosi na marginalizaciju, moć i dominaciju prema kategorijama van Dejka, kao ni detaljne rezultate drugog zadatka, odnosno fokus- grupnih intervjua i anketnih upitnika primenjenih na deci i odraslima, niti rezultate dubinskog intervjua koji je primenjen na decu. Umesto samog istraživanja i detaljnih rezultata, u najkraćem ću izložiti najvažnije zaključke do kojih sam došla. Prvo ću predstaviti zaključke iz prvog zadatka istraživačkog dela, odnosno prvog kodnog protokola, uz pripadajuće kodne liste čije rezultate sam već detaljno prikazala. Zatim ću izneti zaključke istraživanja drugog kodnog protokola, drugog zadatka i trećeg zadatka.

9. REZIME REZULTATA ISTRAŽIVANJA

Postavljeni cilj sam ostvarila realizujući **tri zadatka:**

Prvi zadatak istraživačkog dela rada bio je utvrditi postojanje rodnih stereotipa likova u dečijim crtanim filmovima kroz reprezentaciju muških i ženskih likova i uočiti (zlo)upotrebu kodova filmske umetnosti tj. verbalnih i neverbalnih sredstava kojim se privlači pažnja dece, kako bi im određeni likovi bili privlačni i sa njima se identifikovali u procesu socijalizacije.

Ovaj zadatak sam realizovala primenom dva kodna protokola: Kodni protokol upotrebljen u okviru kvantitativno - kvalitativne analize sadržaja i diskursa i kodni protokol zasnovan na zapažanjima merljivih kategorija i varijabli van Dejka. Svaki od kodnih protokola sastojao se iz kodnih listova koji su sadržali određen broj setova tvrdnji/pretpostavki sa različitim brojem kategorija unutar svakog seta, čijom primenom sam došla do sledećih zaključaka na osnovu postavljenih hipoteza.

Prva hipoteza koja je potvrđena glasila je:

U analiziranim crtanim filmovima prisutni su rodni stereotipi, ali sam zapazila da u nekim epizodama postoje i scene koje su rodno progresivne, te prave iskorak u pogledu rodnosti. Međutim, akteri koji istupe iz standardnog tradicionalnog okvira vrlo brzo budu vraćeni u patrijarhalnu paradigmu te zaključujem da je rodna osetljivost nedovoljna. Tako, na primer, u serijalu „Džoni Test" muški lik oca, iako deluje kao da je predstavljen u novom, rodno osetljivom svetlu – gde više nije samo degustator u kuhinji, već sprema hranu, posprema kuću i brine o deci – i dalje je tradicionalno prikazan kao domaćin. On ostaje na vrhu hijerarhijske piramide kao glava porodice. Iako se u nekim scenama čini da je u senci kućnih poslova i brige o deci, on zapravo ima moć da odlučuje, zapoveda, brani, pa ga čak i deca u jednoj epizodi oslovljavaju sa „tata zabranjivač". Ženski likovi su pasivni, iako im je dat prostor u muškom svetu, kao što su naučnice i direktorke. Ipak, tokom svih serijala, a ne samo u epizodama „Džoni Testa", čim naprave korak napred, uvek budu vraćene dva koraka unazad, ponovo u privatni, tradicionalni kolosek iz kojeg su na trenutak izmeštene. Javna sfera, a posebno intelektualni svet naučnica, naročito u oblasti prirodnih i IT tehnologija, nije prostor u kojem žene treba da borave – barem ne samostalno. One su podvrgnute stalnom nadgledanju i kontroli muškaraca, kao što je to slučaj sa sestrama Džoni Testa, Suzanom i Marom. Vraćanje u privatnu sferu očigledno je i kroz to što su njihove kancelarije i laboratorije smeštene u porodičnoj kući, ili je nejasno gde se zapravo nalaze. Njihovo znanje i sposobnosti služe samo za promovisanje muških likova. Slično je i u možda najprogresivnijem serijalu „Kloin ormarić", gde su ženski likovi borkinje i heroine, idejne vodilje i na čelu piratskih brodova.

Ipak, i pored toga, oni ostaju unutar okvira tradicionalnih uloga. Iako pirati, one nisu prikazane kao zle, već su raspevane i pozivaju pesmom gledaoce da dođu i posete predele u koje su doplovile. Uz to, one preuzimaju ulogu vaspitačica i učiteljica, brinu, podučavaju i konstruktivno rešavaju konflikte koji izbijaju između muških likova – pirata-majmuna koji su se posvađali oko blaga, igračaka, hrane i muzičkih instrumenata koje su pronašli. Na farmi one su hraniteljice, negovateljice, neko ko brine o životinjama u senci muškog lika psa Fredija koji ima ulogu upravnika. U šumi u ulozi šumske vile one su utešiteljke, majke Suncu koje je izgubilo ćebence i koje nije uspelo da zaspi sve dok mu vile nisu pronašle zagubljeno ćebence. One su nemoćne, a prostor rezervisan za njih je dečja soba i čarobni ormarić prepun haljinica i krpica za oblačenje. Ovo ih vraća u stereotipnu sliku žene, koja ima slobodu, ali samo u svetu svoje mašte, gde je sve moguće i gde joj je sve dozvoljeno. U nekim serijalima poput „Kalimera", „Snupija", „Bio jednom jedan život" rodna uloga žene je sve vreme prisutna unutar tradicionalnog diskursa. U navedenim serijalima žena je jedva primetna u svega nekoliko scena u kratkim kadrovima i to u ulozi negovateljice, bebisiterke, nečije supruge, majke, kuvarice, pasivne upravnice muzeja ili nesposobne novinarke.

U serijalu „Leon", iako zasnovanom na neverbalnoj komunikaciji analiza pokazuje da su uloge likova potpuno patrijarhalne. Svi odnosi su bazirani na hijerarhiji, čak vanprirodno za kontekst u kojem se radnja crtanog filma dešava. Naime, umesto da je lav kao predator u prirodnom staništu predstavljen na vrhu piramide on se našao na njenom dnu kao žrtva, dok su na vrhu životinje koje su u realnom staništu žrtve samog lava. Čini se da je ovakvo predstavljanje odnosa među likovima izvedeno sa namerom kako bi se deci od najranijih dana kroz komične elemente, privlačnim likovima, uz impresivno pridodate prijatne zvuke i brzog naglašenog ritma muzike, uz obilje ambijetalnih efekata, na prijemčiv način dočaralo da sve što nije u kontekstu tradicionalnog nije prirodno i pre svega jeste smešno. Dakle, lav je predator i nije mu svojstveno da bude strašljiv i lovina, kao što ni lovini nije svojstvena uloga predatora i lovca, poput krupnog bizona, mlade lukave košute, lenje hijene koja se u realnom životu hrani ostacima hrane drugih životinja, a često kada je u čoporu napada usamljenog slona ali i predatora poput lava. S druge strane, i ženski likovi su iskarikirani, ali kako bi se negativno o njima pojačalo. One su u ovom serijalu prikazane kao destruktivne ubice, što nije realna slika žene, ali u okvirima patrijarhalnog obrasca zaštite potomstva od opasnosti one to neminovno moraju biti. Kako bi se osnovni motiv predstavljanja žena kao oličenja lošeg ublažio, njima je neophodna zaštita ili sankcionalna kontrola muškaraca. Navedeno je vidljivo posebno u sceni kada se iz jajeta pojavljuju noge mladunčeta noja, koje istog trenutka preuzima aktivnu zaštitničku ulogu prema majci u borbi za život, te nasilnim metodama

nadmudruje lava, čime je prema svim parametrima auditorijumu predstavljeno kao mladunče muškog pola.

Druga hipoteza - *Kodovi filmske umetnosti koriste se kao sredstva i strategije marginalizacije u diskursu crtanih filmova*, je takođe potvrđena. Ovo se jasno zapažalo u analizi podataka koji su govorili o odnosu zastupljenosti glavnih i sporednih likova gde sam uočila da su krupni kadrovi više bili rezervisani za ženske likove i njihova emocionalna stanja i ispoljavanja negativnih emocija, dok su muški likovi više zastupljeni u srednjem i opštem kadru, kako bi se obezbedio prostor za manipulativno skrivanje emocionalne reakcije destruktivnog besa muških likova. Potom, jezički kod je upotrebljen na način da su muškarci imali značajno više vremena za govor, dok je ženama posvećena veća pažnja u prikazu fizičkog izgleda, čime je potencirana rodna uloga zavodnice i seksipilne ženstvenosti, uz ograničene mogućnosti za verbalno izražavanje. No, i kada imaju neophodan prostor, njima nije dozvoljeno da budu nosioci ideja, već samo da izvršavaju naloge time što će se bespogovorno složiti sa idejom muškog lika.

Imajući u vidu da se kodovi filmske umetnosti dele na verbalne/govorne/pisane i neverbalne filmske kodove, potvrđena je i prva podhipoteza druge hipoteze koja govori u prilog činjenici da *neverbalni kodovi filmske umetnosti se koriste kao sredstva kojima se privlači pažnja, ali i kao odašiljači i prenosioci stereotipa i stereotipija kako bi se implicitno manipulisalo ciljanom publikom*. Ovom zaključku doprineli su neki od umetničkih kodova poput muzike, specifičnih neverbalnih ekspresija, poput skrivene privlačnosti likova kroz boju očiju, veličinu zenice, odevne predmete i njihove boje, šminku, seksipilno ili mišićavo građeno telo, boju i dužinu kose, nakit i razne druge neverbalne simbole i znake koji treba da prenesu rodnu poruku auditorijumu.

U domenu neverbalnih kodova filmske umetnosti koji se koriste kao sredstva kojima se privlači pažnja, ali i kao odašiljači i prenosioci stereotipa kako bi se implicitno manipulisalo ciljanom publikom, pokazalo se da pored ostalih kodova značajan uticaj ima *kod muzike* i neverbalni kodovi poput *boje* (*ekspresije očiju likova* - boje i veličine očiju) i emocionalnog izraza. Ovo je značajan pomak, posebno što muzika i ekspresija očiju gotovo da nisu posmatrani kao parametri ni u jednom slične tematike istraživanju do sada, a posebno ne u kratkometražnim crtanim filmovima. Kada su u pitanju emocije likova, postoje istraživanja koja ih proučavaju kao samostalnu temu, ali ne i u kontekstu u kojem ih kreatori crtanih filmova koriste za prenošenje rodnih stereotipa, poput drugih umetničkih filmskih kodova, kao što su muzika, boje i izrazi očiju. Istraživanjem sam ustanovila da muzika, ekspresija očiju i emocionalni izraz likova mogu da deluju na taj način što izazivaju pozitivne ili negativne emocije koje zapravo pri-

vlače ili odbijaju publiku, te istovremeno i prenose auditorijumu i određeni kreirani skriveni stereotip.

Ovde bih posebno istakla značaj stereotipnog prikaza očiju likova, u pogledu veličine očiju, širine zenica i boje dužice očiju i dužine trepavica kod muških i ženskih likova, koje prema navodu Đekić (2022: 16) "autori i autorke i kreativni timovi crtanih filmova pored ostalih komunikacionih komponenti boju dužice, veličinu očiju i širinu zenice očiju likova vešto koriste (zlo)upotrebljavajući slikovne kodove filmske umetnosti kako bi suptilno poslali stereotipne poruke u svrhu tradicionalnog prikazivanja muških i ženskih likova". Ista autorka (2022) navodi da zlopotreba slikovnih kodova filmske umetnosti, kao što su stereotipni prikazi boje dužica, veličine očiju i širine zenica kod crtanih likova, omogućava auditorijumu da bespogovorno prihvati tekst koji izgovaraju junaci crtanih filmova, čime im se neprimetno implantiraju dominantne poruke grupe koja ima društvenu moć u diskursu.

Rezultati analize upućuju da „se žena posmatra kao objekat koji mora biti dopadljiv i privlačan muškarcu, te mora imati svetle dužice očiju ili kao oličenje zla što se dočarava tamnom dužicom oka ili uskim zenicama na svetlijim dužicama, dok muškarci ukoliko su oličenje snage, ratnika, zaštitnika imaju tamnije boje dužica, za razliku od muškaraca svetlijih dužica kojima se pripisuje romantična, nežna duša, krhka priroda, i viđen je kao lepotan, kraljević ili dobrodušni princ" (Đekić, 2022: 19). Dakle, ovaj stereotipni prikaz fizičkog izgleda očiju muških i ženskih likova, koji likove čini veoma privlačnim ili izuzetno odbojnim, upotrebljen zajedno sa određenom verbalnom porukom čini da deca tu neku verbalnu poruku koju izgovara crtani lik, lakše prihvate i neprimetno usvoje. Likovi deluju tako što raširene zenice na svetloj dužici prenose jake pozitivne emocije, dok skupljene zenice prenose negativne. Tamne dužice, pak, kod ženskih likova uglavnom prenose negativne emocije, poput ljutnje i besa, čime oni reprezentuju zlo, dok muški likovi, sa svetlijim zenicama, često simbolizuju neustrašivost, hrabrost i zaštitu, ili, pak, negativne junake koji deluju na dečju podsvest. Tako da „deca ne samo što ih gledaju jer su im privlačni, nego i internalizuju poruke koje im se šalju, a potom privučeni i fascinirani likom počinju da se ponašaju poput njega tj. da imitiraju crtanog junaka ili junakinju" (Đekić, 2022: 29). Crtani film je važan faktor socijalizacije dece jer je deo njihovog svakodnevnog života, te valja imati na umu da grupa koja ima društvenu moć u diskursu upravo (zlo) uptrebom vizuelne ekspresije očiju neprimetno implementira dominatne rodno stereotipne poruke.

Druga podhipoteza druge hipoteze koja glasi: *verbalni kodovi filmske umetnosti u većini analiziranih crtanih filmova koriste se kao strategija marginalizacije u diskursu koje je klasifikovao holandski naučnik Teun Adrianus van Dajk (2008)*

je takođe potvrđena. Inače druga podhipoteza druge hipoteze je ispitivana primenom drugog kodnog protokola koji se odnosio na strategije i kategorije marginalizacije, moći i dominacije prema van Dajku.

Posmatrano iz ugla upotrebe verbalnih kodova filmske umetnosti, rezultati istraživanja koji su dobijeni primenom kritičke analize diskursa zasnovane na strategiji marginalizacije merljivih kategorija holandskog naučnika van Dajka (Teun Adriamus van Dijk, 2008), pokazali su da se govor koristi kao sredstvo kojim se privlači pažnja, prenose i učvršćuju stereotipi, posebno rodni. Zapazila sam da je govor u većini analiziranih epizoda crtanih serijala upotrebljen u funkciji (zlo)upotrebe društvene moći i uspostavljanja dominacije i nejednakosti, ne samo rodne koja je bila u fokusu ovog istraživanja, već i u rasnim, etničkim, uzrasnim i drugim društvenim strukturama i hijerarhijama.

Među strategije marginalizacije klasifikovane prema van Dajku spadaju:

Opis drugog koji je merljiv i vidljiv kroz naziv epizode i temu crtanog filma analizom je pokazao da sam naziv serijala uglavnom ukazuje na glavne protagoniste (Snupi, Kalimero, Kloin ormarić, Leon, Džoni Test, Zozonci) ili temu kojom će se serijal baviti kroz epizode poput serijala „Bio jednom jedan život": istorija ljudskog tela. Rezultati analize su pokazali da je najviše naslova serijala u muškom rodu (njih 6, odnosno 90%), dok samo jedan naslov (10%) pripada ženskom rodu. Kada je reč o naslovima epizoda svih serijala, u muškom rodu je njih 39 (60%), neutralnih je 19 (29,23%), a u ženskom rodu je njih 7 (10,77%), što ukazuje da i u pogledu samih naslova epizoda postoji rodna neravnomernost u korist muškog roda. Što se tiče tema crtanih filmova, one su različite i obuhvataju, bez obzira na to da li se odnose na porodične odnose, poslovne odnose, prijateljstvo, odnose između klasa, etničkih ili rasnih grupa, uzrasnih grupa, ili hijerarhijske odnose uopšte, rezultati istraživanja potvrđuju da one oslikavaju rodne odnose.

Negativni vizual koji je merljiv kroz identifikovanje prisustva odnosno odsustva stereotipne slike, ponižavajući gest ili neki oblik negativnog portretisanja drugog, prisutan je u 68% scena u nekom vidu koji diskriminatorno deluje, dok u 32% scena nije zapažen.

Zvuk je merljiv identifikovanjem da li je prisutna ili nije prisutna diskriminatorno stereotipna neprijatna intonacija, glasan govor, karikaturalno govorno naglašavanje, buka i sl. Analizom epizoda crtanih filmova zapažene su scene u kojima zvuk diskriminatorno deluje u 53% scena, dok u 47% scena nije bio diskriminatoran.

Sintaksa je merljiva identifikovanjem upotrebe pasiva u rečenici, odnosno da li je prisutan ili /nije prisutan. Pasiv je veoma često u upotrebi kada se želi prikriti odgovornost za akcije, odnosno krivica i odgovornost za pojedinca/ke ili grupe

za učinjeno delo. Scene u kojima se koriste pasivni oblici rečenica su scene u kojima muški likovi nalažu da se nešto uradi ali oni nisu prikazani kao vršioci radnje, te se auditorijum usmerava više na ono šta je urađeno. Zapažene tri scene u kojima se upotrebljava pasiv nalaze se u serijalu „Snupi" 33,34% u sceni epizode *Mersi*, potom u serijalu „Džoni Test" u epizodi *Džoni lend* u drugoj sceni 33,33%, i u trećoj sceni epizode *Hormoni* 33,33% u serijalu „Bio jednom jedan život". Upadljivo mala upotreba pasiva je karakteristična za žanr crtanih filmova, što olakšava razumevanje radnje najmlađem uzrastu publike kojoj su ove crtane epizode namenjene, jer deca izgovorenu poruku u pasivu često ne shvataju. Međutim, treba imati na umu da ovako mali broj pojave pasiva može bitii rezultat analize teksta na srpskom jeziku, a ne na engleskom, jer je osobenost srpskog jezika veća upotreba aktiva nego pasiva dok je u engleskom jeziku suprotno. Dakle, postoji verovatnoća da su prevodioci sledeći sistem srpskog jezika pasivne rečenice pretvarali u aktivne u prevodu na srpski.

Leksika podrazumeva identifikovanje da li su prisutne ili nisu prisutne reči koje mogu imati negativno o „njima" ili pozitivno značenje o „nama" čime se nastoji da drugi budu prikazani negativno, a grupa kojoj govornik pripada pozitivno. Prilikom govora o drugom najčešće nema pravljenja razlike leksikom u 80% analiziranih scena, dok je u 20% scena razlika zapažena i to u strukturi pozitivna forma reči o „nama", negativna o „njima", pozitivna značenja reči i o „nama" i o „njima", negativna značenja reči i o „nama" i o „njima" i negativno značenje reči o „nama" pozitivno o „njima".

Pristrasnost podrazumeva detaljno isticanje negativnih osobina i postupaka drugih i nejasno ili indirektno isticanje o našim negativnim postupcima, ponašanjima ili osobinama koja se identifikuju u odnosu na to da li je prisutna ili nije prisutna. Posmatrajući odnos analiziranih scena, pristrasnost prilikom opisivanja drugog ili govora o drugome nije uočena u 81% sceni, dok je u 19% scena bila prisutna. Pristrasnim govorom se koriste i muškarci i žene, ali uglavnom ga među njima koriste najčešće negativci prilikom govora o pozitivnim likovima.

Tema - način kako se drugi može percipirati zavisi i od teme. Ukoliko je ona negativna (nasilje, kriminal) i u njoj se konstantno pojavljuje isti pojedinac ili grupa onda se "oni", odnosno njihova pojava počinje povezivati sa negativnim temama, ali teme mogu biti pozitivno i neutralno obojene, te se i likovi mogu percipirati kao pozitivni ili neutralni. Najčešće zastupljena tema u analiziranom korpusu crtanih filmova bila je sledeća: pozitivno obojena (51%), potom negativno obojena (25%), neutralno obojena (18%) i pozitivno i negativno obojena (6%).

Poštovanje standarda, odnosno konvencionalne forme organizacije diskursa - podrazumeva postojanje pravila u pogledu redosleda u narativnoj šemi, koji jasno ukazuju na sled događaja tj. redosled nečega, čime doprinose lakšem razumevanju

narativa. Samo kršenje redosleda prestavlja način da se kroz diskurs drugi marginalizuje ili ojača negativan stav o drugom. Poštovanje standarda organizacije diskursa identifikovano je uočavanjem njegove prisutnosti ili ne prisutnosti. Analizom rezultata zapaženo je da postoje scene u kojima je narušen standard organizacije diskursa i to njih osam (0,66%). Dakle, red je ispoštovan u 99,23% scena, što doprinosi dečjem lakšem razumevanju pričanja priče i filmskog jezika u epizodama korpusom obuhvaćenih serijala crtanih filmova.

Stilska figura - u medijskom diskursu izražavanje uz korišćenje stilskih figura *poređenje, epitet, metafora, metonimija, hiperbola, eufemizam, oksimoron, ironija, kontrast, simbol,* se veoma često zloupotrebljava jer se koriste kada se žele naglasiti negativne osobine o „njima“ i pozitivne osobine o „nama“. Upotreba stilskih figura zapažena u 35% tj. 358 scena, dok u 65% tj. 665 scena nije zabeležena prisutnost posmatrano u odnosu na ukupan broj 1023 (100%) analiziranih scena u svim serijalima.

Govorni činovi - deklarativni, reprezentativni, ekspresivi, direktivi, komisivi, permisivi se koriste kada druge odnosno „njih” treba optužiti ili omalovažiti zbog njihovih postupaka ili kada treba pravdati „naše” diskriminatorne postupke. Analizom scena sam uočila prisustvo govornih činova koji su zastupljeni u sledećim procentima: Najveći procenat u scenama svih serijala zbirno, bio je zastupljen ekspresiv 47,75%. Direktivi su zastupljeni u 25,24% scena svih serijala u vidu - uputstva, naredbe, komande, zahteva, zabrane, preporuke, poziva. Uglavnom je upućen u rodnom smislu od muških likova ka ženskim i ka deci i životinjama. Asertivi (reprezentativi) tvrđenja, izveštaji, objašnjenja, informisanje, stavovi govornika prema svetu i slično, gde je važna istinitost, zapaženi su u 11,87% scena. Asertivi su zastupljeni u scenama koje svojim sadržajem imaju edukativnu funkciju i češće ih koriste ženski likovi. Komisivi - obećanja, pretnje i slično, imaju obavezujuću snagu u budućnosti. Oni predstavljaju obećanje govornog lica da će učiniti neko delo u interesu sagovornika i podrazumevaju iskrenost namere. Analizom je zapažen u 8,73% scena, najčešće kao pretnja ili obećanje muških likova. Deklarativi kao iskazi koji izazivaju trenutnu promenu nekog stanja stvari, izgovara lice koje je u poziciji da svojim iskazom promeni stvarnost - sudija, sveštenik, direktor, policajac, roditelj, zapaženi su u svega 1,91% slučajeva svih scena svih serijala i to u scenama „Džoni Test” i „Kalimero” serijala gde su ih izgovarali zastupajući institucije policajci i roditelji. Permisivi su zapaženi u 4,50% scena u serijalima i to kao iskazi koji imaju funkciju davanja dozvole ili pristanka (govornik dopušta da se nešto učini u skladu ili protiv pravila) i iskazi čija funkcija je reaktivna i najčešće je u vidu zabrane, nepristajanja, odbijanja, protesta, neslaganja.

Poštovanje pravila u interakciji kao forma diskriminacije drugog može postojati i u direktnoj interakciji i to u situacijama kada dođe do nepoštovanja pravila interakcije kao na primer kada postoji „prekidanje reda drugih" u izlaganju tj. kada se drugi ne pušta da do kraja završi rečenicu. U analiziranim serijalima crtanih filmova od ukupnog broja analiziranih scena uočeno je poštovanje pravila u interakciji među junacima u 86% scena, dok je u 14% scena uočeno da postoji nepoštovanje pravila u interakciji. U analiziranim scenama, kao najčešći vid nepoštovanja interakcije, javlja se u obliku gde drugi ne dobijaju jednako vreme da nešto kažu 68%, potom u scenama u kojima postoji neslaganje sa mišljenjem drugog 31%, i u 1% scena zapaženo je nepoštovanje sagovornika u interakciji koje se javlja u vidu prekidanja sagovornika.

Kada je reč o etikeciji primetno je postojanje poštovanja pravila u oslovljavanju. Likovi se najčešće jedni drugima obraćaju sa „gospodine", „gospođo", „kapetane", „gospodaru". Analizom sam uočila i izvesne nepravilnosti u etikecijama upućenih ženama koje mogu da ukazuju na rodnu neosetljivost. No, kako su serijali stranog porekla valja biti oprezan u donošenju suda jer postoji verovatnoća greške u prevodu. Ipak, kao zaključak može se izvesti da bez obzira na uočenu pojavu nepoštovanja pravila u interakciji u rodnom pogledu, sama interakcija, čak i prekršena u crtanom filmu, predstavlja prirodan i spontan dijalog između muških i ženskih likova i nikada nije na štetu razumevanja radnje. Ovakva implicitna pojava otežava njeno samo uočavanje, te auditorijum, posebno najmlađa deca, procesom socijalizacije ih veoma lako mogu usvojiti i internalizovati u svoja lična ponašanja. Zato je važno razumeti značaj poštovanja pravila u interakciji.

Drugi zadatak istraživačkog dela rada odnosio se na ispitivanje mišljenja roditelja o medijskim platformama, crtanim filmovima, prepoznavanju stereotipa i njihovog uticaja na decu i podrazumevao je proveravanje **tri hipoteze** gde su prve dve na osnovu dobijenih rezultata istraživanja potvrđene, dok je treća samo delimično potvrđena... *H3. Roditelji imaju svoj stav o medijskim platformama, sadržaju koji one nude i kriterijume izbora crtanih filmova koje žele da njihova deca gledaju. H4. Roditelji prepoznaju stereotipe, posebno rodne u crtanim filmovima i njihov uticaj na decu. H5. Demografske karakteristike roditelja utiču na njihov stav o medijskim platformama, sadržaju koji one nude i kriterijume izbora crtanih filmova koje žele da njihova deca gledaju i sposobnost prepoznavanja stereotipa posebno rodnih u crtanim filmovima i njihov uticaj na decu.*

Fokus-grupno intervjuisani roditelji su izneli stav da crtani filmovi sadrže rodne stereotipe. Međutim, naglašavaju da crtani film jeste bitan ali nije jedini krivac koji utiče na socijalizaciju dece, već da su u tom procesu značajni i drugi sadržaji. Ipak, zaključuju da se taj uticaj može kontrolisati i da mehanizam kontrole zavisi i od njih samih i njihove posvećenosti onome što deca gledaju.

Roditelji su uočili da je deci interesantnije gledanje televizijskih kanala na kojima se emituju kratkometražni crtani filmovi, dok na internetu uglavnom nemaju strpljenja da gledaju crtane filmove i vraćaju se na gledanje televizije. Ipak, roditelji medijske platforme, kao što su *televizija* i *internet*, vide i kao pozitivne i kao negativne zbog sadržaja koje emituju. Negativne, jer ti sadržaji utiču na decu, izazivajući destruktivno i agresivno ponašanje, posebno crtani filmovi koji su prepuni nasilja, agresije, rodnih stereotipa i često nisu prilagođeni deci, zbog čega ih straše. Veliki broj roditelja prepoznaje negativne sadržaje kao stereotipno obojene, najčešće etničkim i rasnim, ređe starosnim i uzrasnim stereotipima, dok samo mali broj roditelja prepoznaje rodne stereotipe u sadržaju. Ipak, ostali roditelji podržavaju mišljenje onih koji ukazuju na rodne sadržaje, te svi zajedno smatraju da obilje rodnih stereotipa u crtanom filmu može da propagira rodno nasilje, što je veoma loše i svakako ima negativan efekat. Pozitivan efekat vide u tome što medijske platforme, kao što su knjige, televizija i internet, pružaju obrazovne, moralne i zabavne sadržaje koji, prema njihovom mišljenju, svakako doprinose kognitivnom i saznajnom razvoju dece. Deca uz pomoć crtanih filmova mogu razvijati svoj govor, učiti strane jezike, zabaviti se u trenucima dokolice, razvijati svoju maštu, ali i naučiti o prirodnim, društvenim i tehničkim pojavama. Takođe, kao pozitivan efekat crtanih filmova navode i to što se, prema njihovom mišljenju, deca obično vezuju za više različitih likova, a ređe samo za jedan, što smatraju korisnim jer na taj način deca svako za sebe sklapaju sliku i uviđaju da nijedan lik nije savršen i da svaki lik ima nešto u čemu je dobar. Kao kriterijumi za izbor dečjeg gledanja određene medijske platforme roditelji postavljaju: emitovanje crtanih filmova i ostalih sadržaja koji su u skladu sa dečjim uzrastom čiju narativnu priču bi deca razumela, da su lako dostupni, obrazovnog karaktera i da se sadržaji koji nisu prihvatljivi mogu blokirati. Svi roditelji su zapazili da njihova deca već oko šeste godine gube interesovanje da im se čita ili usmeno prepričava neki događaj i više su okrenuti medijskim platformama i crtanim filmovima ili nekom drugom sadržaju koji televizije emituju i da su crtani filmovi postali digitalna knjiga, drugačija od one koja je njih uspavljivala. Takođe, smatraju da dečju želju za slušanjem priči koje im se čitaju mogu uslovljavati: dečji premor dnevnim aktivnostima, emitovanje omiljenog crtaća na televiziji u trenutku čitanja ili postojanje ekranizovano obrađene bajke koja bi im bila pročitana jer im je audio-vizuelno doživljena znatno privlačnija.

Kada je reč o dečjem kriterijumu za izbor crtanog filma roditelji navode da ono što decu privlači kod novih, ali i kod tih nekih starijih crtanih filmova jeste muzika i eventualno lik kućnog ljubimca usled dečje želje za posedovanjem kućnog ljubimca. Što se tiče gledanja drugog programa javnog servisa RTS, roditelji

ređe gledaju pomenuti program, ali su im pojedini sadržaji koje njihova deca gledaju poznati poput dečje emisije „Mali dnevnik" i crtanog filma „Kalimero".

Demografska struktura roditelja u pogledu pola, obrazovanja, mesta življenja i starosti utiče na neke stavove. Od posebnog značaja je istaći da su samo roditelji sa visokim obrazovanjem opažali rodne stereotipe i njihove uticaje na decu, i da su to uglavnom bile žene. Za razliku od njih roditelji nižeg stepena obrazovanja, i muškog pola više su zapažali etničke i rasne stereotipe i više posvetili pažnju posledicama delovanja stereotipnih sadržaja, te su više na primer, uočavajući nasilje među likovima razmatrali posledice koje nasilje ostavlja. Za razliku od njih roditelji sa visokim obrazovanjem su više razmatrali pitanje uzroka recimo nasilja i uviđali da u osnovi uzrok nasilja može biti različit i da se može ogledati u rodnoj, etničkoj, polnoj, rasnoj, fizičkoj, emotivnoj razlici među likovima crtanog filma.

Treći zadatak istraživačkog dela rada odnosio se na ispitivanje mišljenja dece o medijskim platformama, crtanim filmovima, prepoznavanju stereotipa i da li ih pamte i dalje reprodukuju. Realizacija zadatka podrazumevala je primenu fokus grupnog, anketnog i dubinskog intervjuisanja dece, kako bi se ispitale tri hipoteze od kojih je samo prva potvrđena. *H6. Deca imaju svoj stav o medijskim platformama, sadržaju koji one nude i kriterijume izbora crtanih filmova koje žele da gledaju. H7. Deca prepoznaju stereotipe, posebno rodne u crtanim filmovima i pamte ih i reprodukuju. H8. Krajnja poruka analiziranih crtanih filmova jeste diskriminatorna u pogledu rodnih stereotipa.*

Kriterijum prema kome deca biraju platformu i sadržaj za gledanje se razlikuje od roditeljskog kriterijuma, te tako dok roditelji samo uviđaju da je njihovoj deci televizija interesantnija, deca tačno znaju i zašto im je televizijska platforma privlačnija.

Prilikom izbora platforme na kojoj će pratiti svoj omiljeni sadržaj, deca iznose stav da televiziju više vole da gledaju jer je, u pogledu digitalnog nasilja, bezbedna i sigurna, a takođe i zbog porodičnog okruženja u kojem su opušteniji. Dodatno, ekran je veći i niko im ne smeta. Veličina ekrana je važna jer mali ekrani na monitorima računara, laptopova i mobilnih telefona umanjuju doživljaj realnosti. Internet smatraju zanimljivim, sa većim izborom sadržaja koji mogu sami da biraju i gledaju kada hoće i koliko hoće, ali i potencijalno opasnim zbog mogućeg digitalnog nasilja. Najstariji predškolci i devetogodišnja deca smatraju da crtani film može imati i horor sadržaj i da to može da ih uplaši. Devetogodišnja deca smatraju i da sadržaj crtanih filmova može da ih podučava u pogledu moralnih pouka i različitih obrazovnih sadržaja. Devojčice su, naime, navodile pouke iz aktivnosti kao što su kuvanje, briga i nega, kako o drugim osobama, tako i o kućnim ljubimcima, kao i savete o ulepšavanju fizičkog izgleda i slične

stvari. Iz ovih odgovora evidentan je uticaj patrijarhalnog obrasca života devojčica. Ipak, neke devojčice su navele da ih crtani filmovi uče da treba biti tolerantan prema svima i da razlike ne treba stereotipno prihvatati, što je dobar pokazatelj osetljivosti prema stereotipima, posebno rasnim, etničkim i rodnim.

Kao kriterijum za izbor crtanog filma najstariji predškolci devojčice naglašavaju da im je bitno da bude „ženski", da ima ženskih likova, dok dečaci navode da im je bitno da bude „muški" i da bude zastupljeno muških likova. Devojčicama predškolskog i osnovnoškolskog uzrasta su omiljene princeze ili neki od ženskih likova iz bilo kojeg serijala crtanih filmova, dok su dečacima omiljeni muški likovi i to uglavnom oni koji se bore protiv zla spašavajući slabije, iako često i sami umeju biti nasilni. Prilikom izbora likova devojčice se opredeljuju za ženske likove na osnovu garderobe, fizičke lepote, dobrote likova što potvrđuje da one biraju na osnovu rodne uloge koja im je usađena socijalizacijom, a to je da one treba da budu lepe, negovane, zaštićene i sl. Dečaci biraju likove koji su borci, mišićavi, imaju zaštitničku i spasilačku ulogu što odgovara rodnoj ulozi muškarca. Ono što deca ne vole da gledaju to su informativne emisije - Dnevnik i Vesti. Takođe, devojčice, ali i neki dečaci su naveli da im se ne dopadaju i sportske emisije, posebno prenosi fudbalskih utakmica. Karakteristično za svu decu je da im se ne dopadaju likovi koji su oličenje zla, likovi zastrašujućeg izgleda i koji imaju ulogu negativaca.

Međutim, da bi deci crtani likovi bili privlačniji, vešti autori i kreativni timovi u produkcijskim kućama koriste brojne umetničke filmske kodove o čemu deca svedoče naglašavajući da ih je u crtanom filmu, čijeg junaka/inju imitiraju, privukla muzika, boje, oči i fizički izgled likova i sl. Za novu net generaciju dece obuhvaćenu ovim istraživanjem, čitanje bajki i priči više nemaju značaja jer više vole da gledaju crtani film nego da im se čitaju priče pred spavanje. Imajući u vidu da se sa ovim dečjim stavom slažu i roditelji, sve ukazuje da je crtani film postao nova elektronska forma bajke, zbog čega je veoma važno iz ugla kritičke analize posmatrati diskurs crtanih filmova, kao medijskog proizvoda.

Što se tiče televizijskih programa deca svih uzrasta gledaju više različitih programa na kojima se emituju crtani filmovi među kojima i drugi program RTS. Na RTS2 najčešće gledaju crtani film „Džoni Test" zbog muzike, psa koji govori i atraktivnog fizičkog izgleda sestara, a potom crtani film „Snupi" zbog lepog psa. Ništa manje im nije privlačan crtani serijal „Zozonci" u čijim epizodama, iako sva deca najpre zapažaju negativni lik zle Vrane veštice, najmlađima se dopadaju oči junaka i male životinjice, dok starijima pažnju privlače razrešenja problema i komični gegovi junaka. Valja naglasiti da se najmlađi uzrast vezuje za životinje i povezuju ih sa pozitivnim emocijama jer ih većina ima ili želi da ima

kućnog ljubimca, što je i stav roditelja kada govore o kriterijumu dečjeg izbora crtanog filma.

Deca ni u jednom crtanom filmu nisu uvidela da su poruke koje šalju crtani filmovi obeležene i rodnim stereotipima, ali su uočavali i prepoznavali univerzalne moralne poruke kao što su: da se ne treba tući već razgovarati; da treba brinuti o životinjama i hraniti ih; da treba biti pažljiv, a ne rušiti stvari; da kada se neko razboli treba da leži i pije lekove i vitamine kako bi ozdravio; i dr. Znači, deca ne prepoznaju rodne stereotipe, te ih samim tim i ne pamte niti reprodukuju, ali nesvesno procesom socijalizacije oponašaju i internalizuju unutar svog socijalnog delovanja i ponašanja.

ZAKLJUČAK

U Srbiji, na početku treće decenije XXI veka, patrijarhalni obrazac još ne jenjava, a stereotipna i diskriminišuća slika žene u medijima još nije prevaziđena. Međutim, ni stereotipna slika o muškarcima u okviru tradicionalnih patrijarhalnih rodnih podela i uloga u društvu nije bolje predstavljena. Zato je neophodno ukazati na potrebu dekonstrukcije rodnih uloga. Učenje o rodnim ulogama procesom socijalizacije počinje još u najmlađoj dobi dece, najpre u krugu porodice, gde se po prvi put susreću i sa još jednim agensom rodne socijalizacije — sadržajima medijske reprezentacije. Proces socijalizacije se potom nastavlja i nadograđuje u vrtićima, školama i široj društvenoj zajednici, ali ga uvek u pozadini prati različit medijski sadržaj. Najčešće, prvi medijski sadržaj sa kojim deca dolaze u dodir, a sa kojim ostaju u kontaktu relativno duži vremenski period, jeste crtani film. Međutim, crtani film se još uvek tretira kao bezazlen sadržaj, iako to odavno nije. Istraživanja su pokazala da je crtani film namenjen deci izuzetno pogodna forma koja se može upotrebiti za najrazličitije svrhe delovanja, među kojima je svakako i reprezentacija patrijarhalnih struktura.

Na ovo ukazuju i rezultati ovog rukopisa, na osnovu kojih sam zaključila da su likovi u dečjim crtanim filmovima rodno stereotipni, potpomognuti kodovima filmske umetnosti koji implicitno implementiraju stereotipne poruke u skladu sa patrijarhalnim sistemom.

Dakle, iako je reč o serijalima savremenih kratkometražnih crtanih filmova, oni podržavaju patrijarhalni društveni poredak, a značajnu ulogu u uspešnom reprezentovanju rodnih stereotipa imaju umetnički filmski kodovi. Upotreba umetničkih filmskih kodova omogućila je da rodni stereotipi ostanu isti, ali se menja način njihovog reprezentovanja. Ipak, primećen je izvestan pomak u korist sazrevanja ideje o značaju svake vrste ravnopravnosti, a posebno rodne, koja je fokus ovog istraživanja. Ona treba da bude zastupljena ne samo u patrijarhatu, već u svim rodnim sistemima koji su hijerarhizovani. Međutim, taj iskorak je

nedovoljan da bi se moglo govoriti o rodnoj neutralnosti koja podrazumeva prikaz muških i ženskih likova bez rodnih stereotipa, odnosno nepostojanje podele prema rodu. Iako u analiziranim serijalima ne postoji rodna neutralnost, zapaženi su mali iskoraci ka rodno osetljivom prikazu muških i ženskih likova. Međutim, ovi mali iskoraci, iako veoma značajni, nisu dovoljni, posebno s obzirom na to da ženski likovi koji prekoračuju rodne norme i osporavaju rodne stereotipe veoma brzo bivaju vraćeni u kalupe rodnih stereotipa iz kojih su pokušali da iskorače. U svim serijalima, progresivnost kod ženskih likova ne predstavlja se niti naglašava ni približno u meri u kojoj se to čini za muške likove. Progresivnost kod ženskih likova samo se naslućuje, dok je kod muških likova vidljiva. Sam narativ u crtanom filmu koncipiran je tako da ženskim likovima pruža mogućnost da na trenutak prekorače zadate, prihvaćene norme i poželjne rodne uloge, da bi ubrzo ostali bez te mogućnosti povratkom u stereotipnu rodnu ulogu.

Dakle, rezultati analize jasno ukazuju na prisutnost podrivanja rodnih stereotipa, ali i na činjenicu koliko su rodni stereotipi snažno ugrađeni i utvrđeni u sadržaje dečjih crtanih filmova koje likovi junaka/inja kroz svoje uloge nose. Tako da svaki iskorak koji likovi junaka/inja naprave, kao otpor prema rodnim ulogama, dovodi do toga da uvek postoji povratak tradicionalnim rodnim ulogama.

Zaključak istraživanja je da, iako je reč o serijalu savremenih crtanih filmova, rodni stereotipi postoje određujući rodne uloge koliko ženama toliko i muškarcima podržavajući patrijarhalni društveni obrazac. Iako su korišćeni različiti instrumenti koje nude umetnički filmski kodovi, kako bi se implicitno plasirali rodni stereotipi i predstavili kao poželjni, negativne rodne uloge su prisutne i vidljive. Zato je veoma važno dekodirati rodne stereotipe i prepoznati instrumente kojima se predstavljaju i prenose. Dobijeni rezultati potvrđuju neke ranije nalaze istraživača i teorijske koncepte koje sam navela u teorijskom delu rada, a koji su mi poslužili kao oslonac u analizi u kojima je prisustvo rodnih stereotipa u crtanim filmovima evidentirano.

Saznanja do kojih se došlo u ovom radu primarno bi trebalo da podstaknu proizvođače crtanih filmova na mogućnost kreiranja likova tako da reprezentacije muškaraca i žena budu bez stereotipnih rodnih konstrukcija. Takođe, ovo bi podrazumevalo da u crtane filmove ugrade i edukativne sadržaje koji bi promovisali i različitost. Potom da podstaknu emitere crtanih filmova da kvalitetnije biraju crtane filmove, te tako promovišu one čiji će sadržaji biti lišeni stereotipnih rodnih konstrukcija. Takođe, trebalo bi da podstaknu i roditelje, kao i sve one koji se bave vaspitanjem i edukacijom dece da ličnom medijskom pismenošću utiču edukativno, gradeći kritički odnos i mišljenje kod dece o potrebi rodne osetljivosti u medijskim sadržajima. To mogu postići konstruktiv-

nim sugestijama koje promovišu rodnu ravnopravnost i pravo na različitost, a koja se uglavnom ne promovišu u crtanim filmovima. Rezultati ovog rada mogu biti dobar vodič prilikom programiranja i planiranja metodičkih jedinica onima koji u školi predaju medijsku pismenost. Potom, od koristi mogu biti i vaspitačima/cama, te im mogu poslužiti kao smernica i gotovo uputstvo za razgovor sa decom o rodnim stereotipima prilikom zajedničkog gledanja i analize crtanog filma.

LITERATURA

- Ahmed, S. & Abdul Wahab, J. (2014). Animation and Socialization Process: Gender Role Portrayal on Cartoon Network. *Asian Social Science*, Vol. 10, No. 3. (pp. 44-53). Published by Canadian Center of Science and Education. Pogledano: 1. 09. 2016. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.821.5788&rep=rep1&type=pdf
- Analiza televizijskih programa za decu u Srbiji. (2014: 38). Beograd: UNS, UNICEF. Pogledano: 2.06.2016. https://www.unicef.org/serbia/publikacije/analiza-televizijskih-programa-za-decu-u-srbiji
- Andevski, M. (2008). *Umetnost komuniciranja*. Novi Sad: Cekom – books d.o.o.
- Antonijević, D. (2009). Okviri proučavanja ličnih i porodičnih priča o materijalnom gubitku i porazu. *Etnoantropološki problemi n.s.* 4 (1), (str. 13-35). Posećeno: 15.03.2021. https://www.academia.edu/10353778/Okviri_prou%C4%8Davanja_li-%C4%8Dnih_i_porodi%C4%8Dnih_pri%C4%8Da_o_materijalnom_gubitku_i_porazu
- Arijes, F. (1990). *Vekovi detinjstva*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. In: David Marks (ed.). *The health psychology reader.* (2002:94-104). Pogledano: 18. 09. 2017. https://books.google.rs/books?hl=sr&lr=&id=PdY9o3l5vpYC&oi=fnd&pg=PA94&dq=Bandura,+A.+(1986).+Social+foundations+of+thought+and+action:+A+social+cognitive+theory.+Englewood+Cliffs,+NJ:+PrenticeHall.&ots=uGaYxSZnbP&sig=zAO_GDZS77J2iK0GME0tJHFzLjc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Bandura, A. (1990). Uloga procesa učenja po modelu u razvoju ličnosti. U: Ivić, I. i Havelka, N. (priredili). *Proces socijalizacije kod dece: izabrani radovi*. (str. 37-51). Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Baronijan, V. (1981). *Muzika kao primenjena umetnost*. Beograd: Univerzitet umetnosti.
- Beauvoir, S. (2010). The Second Sex. New York: Vintage books a division of Random House, inc.
- Bell, E. (1995). Sometexts at the Disney Shop: Constructing the Pentimentos of Women's Animated Bodies. In: Elizabeth Bell, Lynda Haas & Laura Sells (Eds.). *From mouse to mermaid: the politics of film, gender and culture* (pp. 107-124). Bloomingtion and Indianapolis: Indiana University Press. Pogledano: 1. 1. 2017. https://docplayer.net/52457721-From-mouse-to-mermaid.html
- Bem, S. L. (1981). Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing. *Psychological Review*, 88(4), (pp. 354-364). Pogledano: 02. 09. 2018. https://www.academia.edu/24914989/Gender_Schema_Theory_A_Cognitive_Account_of_Sex_Typing https://www.ahcafr.com/wp-content/uploads/2015/07/gender_schema_theory.pdf
- Benedict, R. (1976a) Continuities and Discontinuities in Cultural Conditioning. In: Arlene Skolnick (Ed.). *Rethinking Childhood. Perspectives on development and Society*. (pp. 19-28). Boston: Little, Brown and Co.
- Berger, E. P. & Luckmann, T. (1966) *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge.* New York: Doubleday & Co, INC. Pogledano: 1. 1. 2017. http://perflensburg.se/Berger%20social-construction-of-reality.pdf
- Bojović, D. (2010). *Više od igre: dramski metod u radu sa decom.* (II izd). Beograd: Centar za primenjenu psihologiju.
- Brownrigg, M. (2003). *Film Music and Film Genre*. University of Stirling. Pogledano: 12.03. 2019. https://core.ac.uk/download/pdf/40108516.pdf
- Brunette, L., Malloty, C., & Wood, Sh. (1997). *Stereotypes & Racism in Children's Movies*. Pogledano: 1. 10.2012. http://teryg.net/webstudents/Spring2009_InteractiveDesign/DisneyGroup/Racism_in_Childrens_Movies.pdf
- Bühler, Ch. (1937). *Praktische Kinderpsychologie*. Wien, Leipzig: Otto Lorenz.
- Burdije, P. (2001). *Vladavina muškaraca*. Podgorica: CID.

- Burguera Fuster X. (2011). Muffled voices in animation. Gender roles and black stereotypes in warner bros cartoons: From honey to babs bunny. *Bulletin of the Transilvania University of Brașov: Philology and Cultural Studies.* Vol. 4 (53) No.2. Series IV (pp. 65 - 76). Pogledano: 3. 03. 2017. http://webbut.unitbv.ro/BU2011/Series%20IV/BULETIN%20IV/g_10_Xavier%20Fuster.pdf
- Cameron, D. (2003). Gender and Language Ideologies. In Janet Holmes and Miriam Meyenhoff (ed.). *The Handbook of Language and Gender*. Oxford University Press: Blackwell Publishing Ltd. (pp. 447-467). Pogledano: 1.12.201.
https://is.muni.cz/el/1423/podzim2012/.../the_handbook_of_language_and_gender.pdf
http://www.carinadizonmaellt.com/socweb/pdf/the_handbook.pdf
- Ciboci, L., Kanižaj, I. (2011). Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove: Utjecaj, učinci i posljedice nasilja u medijima na djecu i mlade. U: Lana Ciboci, Igor Kanižaj, Danijel Labaš (ur.). *Djeca medija – od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska. (str. 11-34). Pogledano: 24. 12. 2019.
https://www.matica.hr/media/knjige/djeca-medija-840/pdf/igor-kanizaj-i--lana-ciboci-kako-je-nasilje-preko-medija-uslo-u-nase-domove.pdf
- Crtani filmovi emitovani 2016. godine na RTS2 Pogledano: 10.03.2016.
http://www.rts.rs/page/rts/sr/rtspredstavlja/story/267/Najnovije/2183834/Crtani+filmovi+na+RTS.html
http://mojtv.net/serije/32360/zozonci.aspx
http://www.naslovi.net/tv-program/rts-2/2016-02-27
- Čikić Markov, I. (2013). Deca i medijski sadržaji novih tehnologija. U: Bojana Dimitrijević (ur.). *Znanje i korist: tematski zbornik radova. Nauka i savremeni univerzitet 2*. Niš: Filozofski fakultet. (str. 435-448). Pogledano: 05.03.2016.
http://www.filfak.ni.ac.rs/izdavastvo
- Ćosić, P. i sar. (2008). Rečnik sinonima. Beograd: Kornet.
- Darwin, C. (1897). *The expression of the emotions in man and animals*. New York: D. Appleton and company. (original work published 1872). Pogledano: 1.12.2010.
http://darwin-online.org.uk/converted/pdf/1897_Expression_F1152.pdf
- 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. Pogledano: 30.09.2016.
http://discovery.ucl.ac.uk/1382007/1/391559.pdf

- Do Rozario, R. A. C. (2004). The Princess and the Magic kingdom: Beyond Nostalgia, the Function of the Disney Princess. *Women's Studies in Communication*, 27 (1) (pp. 34-59). Pogledano: 30.03.2018. https://www.researchgate.net/publication/232875438_The_Princess_and_the_Magic_Kingdom_Beyond_Nostalgia_the_Function_of_the_Disney_Princess
- Dobrota, S. & Ćurković, G. (2006). Glazbene preferencije djece mlađe školske dobi. *Život i škola.* Vol. 15–16 No. (1–2) (pp. 105–114). Pogledano: 5.05.2017. https://hrcak.srce.hr/file/39465
- Dokmanović, M. (2013). Rodna ravnopravnost i princip uvođenja rodne ravnopravnosti u javne politike. U: Jerinić J., Tarbuk N., Damjanović D. (Ur.). *Polis: časopis za javnu politiku.* Broj, 5. (str. 04-09). Beograd: Stalna konferencija gradova i opština, Savez gradova i opština Srbije: Centar za javnu i lokalnu upravu, Palgo centar. Pogledano: 12.06.2016. https://www.yumpu.com/xx/document/view/38369159/polis-palgo-centar
- Dovniković Bordo, B. (1982). Škola animacije. U: Fedor Hanžeković, Stevo Ostojić (ur.). *Filmska kultura: jugoslovenski časopis za filmska pitanja. Filmska kultura 1957-1982*, (25 godina). Zagreb: Samoupravna interesna zajednica kinematografije SR Hrvatske. God. 26. (str. 110-115).
- Dundes, L. & Dundes, A. (2000). The Trident and the Fork: Disney's "The Little Mermaid" as a male construction of an Electral fantasy. Psychoonalytic Studies, 2 (2), (pp. 117-130).
- Dunjić A. M. (2010). (Zlo)upotreba žene u reklamama. U: Miroljub Radojkovič (ur.). CM: *Communication and Media,* 5 (15). (str. 123-142). Pogledano: 1. decembar, 2012. www.fpn.bg.ac.rs/sites/default/files/wp-content/uploads/CM15.pdf
- Dyer, R. (1999). The Role of Stereotypes. In: Paul Marris and Sue Thornham *(eds.). Media Studies:* A Reader, 2nd Edition, Edinburgh University Press. Pogledano 12.12.2017. http://www.english-e-corner.com/comparativeCulture/core/deconstruction/frameset/stereotype.htm
- Džajls, D. (2011). *Psihologija medija*, Beograd: Clio.
- Đekić, V. (2016a). Rodne uloge i stereotipi u savremenom crtanom 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.

- Đekić, V. (2016b). Rodna osetljivost radnih listova namenjenih deci predškolskog uzrasta. U: Vuletić Sanja, Stankov Ljiljana, Maksimović Aleksandra (ur.). Zbornik radova Naučno-stručna konferencija: kvalitet savremenog vaspitanja i obrazovanja. (str. 52-65). Šabac: Visoka škola strukovnih studija za vaspitače.
- Đekić, V. (2019). Lutka i muzika i kompleksnost detinjstva. U: Svetlana Radović (ur.). *Krugovi detinjstva: časopis za multidisciplinarna istraživanja detinjstva* 7 (1), (str. 53-68).
  Novi Sad: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača.
- Ekman, P. (1972). Universals and cultural differences in facial expressions of emotion. In: J. Cole (ed.), *Nebraska Symposium on Motivation, 1971*. (pp. 207-283). Lincoln, Neb.: University of Nebraska Press.
- Gavrić, T. (2010). *Estetika televizije.* Biblioteka RTV – teorija i praksa. Nova serija; knj. 7; Edicija TV polica. Beograd: Radio-televizija Srbije.
- Gesell A., Ilg L. F., Learned Rodell, J., & Ames Bates L. (2008). Infant and Child in the Culture of Today: *The Guidance of Development in Home and Nursery School*. New York: Harper & Bros.
- Gidens, E. (2007). *Sociologija*. Beograd: Ekonomski fakultet.
- Gilić, N. (2013). *Filmske vrste i rodovi*. Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima. Pogledano: 6.06.2018.
  https://elektronickeknjige.com/download/filmske-vrste-i-rodovi/pdf
- Gimboš, I. (2012). Neverbalna komunikacija u animiranim filmovima: kinezički i proksemički znakovi. U: Miroljub Radojkovič (ur.). CM: *Communication and Media*. 7, (22). (str.107–122). Pogledano: 10.09.2017.
  www.fpn.bg.ac.rs/arhiva/sites/default/files/wp-content/uploads/CM-22-Web.pdf
  http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1452-7405/2012/1452-74051222107G.pdf
- Giroux, Henry A. (1997). Are Disney Movies Good for Your Kids? In Shirley R. Steinberg and Joe L. Kincheloe. Boulder (Ed.). *Kinderculture: The Corporate Construction of Childhood.* (pp. 53-67). CO: Westview Press.
- Gnjatović, M. (2012). Beti Bup kao simbol fleper ere. *Časopis za humanističke nauke i društvenu stvarnost Sintezis* IV (1)1, (str. 191-204). Beograd: Centar za humanističke nauke Pogledano: 2.11.2016.
  http://www.sintezis.org/wp-content/uploads/2013/04/Beti-Bup-kao-simbol-fleper-ere.pdf
- Goddard Blythe, S. (2008). *Uravnoteženi razvoj*. Lekenik: Ostvarenje d.o.o.
- Godelije, Moris. (1989). Analiza tranzitornih procesa. *Glasnik Etnografskog Instituta. SANU. knj.*38: 203-220.

- Golubović, Z. (1981). *Porodica kao ljudska zajednica: alternativa autoritarnom shvatanju porodice kao sistema prilagođenog ponašanja*. Zagreb: Naprijed.
- Götz, M. & Schlote, E. (2016). Emotions in Children's TV: A few reminders for children's Tv producers on feelings. In: Birgit Kinateder (Ed.). *(IZI).* Germany: Published by International Central Institute for Youth and Educational Television. Pogledano: 07.07.2017. https://www.bronline.de/jugend/izi/english/publication/Reminder_Emotions_in_Childrens-s_TV.pdf
- Götz, M. (2008). Girls and Boys and Television: A few reminders for more gender sensitivity in children's TV. *IZI,* 21: (pp. 2-15). Pogledano: 3.03.2016. https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/forschung/gender/IZI_Guidelines_WEB.pdf http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/publikationen.htm
- Gotz, M., Schwarz, J. (2014). Having and showing emotions An international study on children's and adolescents' emotions and their expression Emotions in Children's TV: A few reminders for children's TV producers on feelings. *IZI*, 27 (10-14). Pogledano: 15.07.2017. https://www.schau-hin.info/fileadmin/content/Downloads/Sonstiges/Goetz_Schwarz.pdf http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/publikationen.htm
- Grandić, R. (1996). *Osnovi pedagogije: priručnik*. Novi Sad: Filozofski fakultet, odeljenje za pedagogiju.
- Hall, S. (1997). The Work of Representation. In: Hall, Stuart (ed.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (pp. 13-74). London: Sage Pogledano: 12.12. 2016. https://fotografiaeteoria.files.wordpress.com/2015/05/the_work_of_representation__stuart_hall.pdf
- Hallam, S. (2003). Moć glazbe. U: Marina Ferić Jančić (ur.). *HDS ZAMP Glas autora!* online brošura Zagreb: HDS ZAMP/Linea D.O.o. Pogledano 3.03.2017. https://www.zamp.hr/static/brosure/moc_glazbe/files/assets/downloads/publication.pdf
- Ivić, I., Ignjatović Savić, N., Rosandić, R. (1994). *Priručnik za vežbe iz razvojne psihologije*. Beograd: Društvo psihologa Srbije – Centar za primenjenu psihologiju.

- Ivrendi, Asiye & Özdemir Adak Atiye. (2010). Mothers' evaluation of cartoons' influence on early childhood children, *Procedia Social and Behavioral Sciences* 2, (pp. 2561-2566). Pogledano: 12.12.2016. https://cyberleninka.org/article/n/5829.pdf
- Kamenov, E. (1990). *Predškolska pedagogija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Kembel, D. (2004). *Mocartov efekat*. Beograd: Finesa.
- Klein, H., & Shiffman, K. S. (2006). Messages about physical attractiveness in animated cartoons. *Body Image*, 3(4), (pp. 353–363). Pogledano: 30.09.2016. https://www.academia.edu/3046288/Messages_about_physical_attractiveness_in_animated_cartoons
- Klajn, I. i Šipka, M. (2007). *Veliki rečnik stranih reči i izraza*. Novi Sad: Prometej.
- Knapp, M. L., Hall, J. A. (2010). *Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji*. Jasterbarsko: Naklada Slap.
- Kogovšek, N., Petković, B., Terzić, Z., Dračo, I. (2011). *O diskriminaciji – priručnik za novinarke i novinare*. Sarajevo: Fondacija Mediacentar. Pogledano: 23.03.2016. http://www.diskriminacija.ba/sites/default/files/O_diskriminaciji_-_prirucnik.pdf
- Konvencija o pravima deteta - Unicef. (1989). Pogledano: 15.05.2021. https://www.unicef.org/serbia/media/3186/file/Konvencija%20o%20pravima%20deteta.pdf
- Konvencija o ljudskim pravima. (1950). Strasbourg cedex: Evropski sud za ljudska prava. Pogledano: 12.12.2017. https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SRP.pdf
- Korać, N. (1983a). O kontinuitetu i diskontinuitetu u vaspitanju. U: *Vidici,* 6 -7. (str. 105–119). Pogledano: 20.07.2017. https://pefja.kg.ac.rs/preuzimanje/Materijali_za_nastavu/Nastava%20 2010-11/Detinjstvo_i_prava_deteta/Kontinuitet_i_diskontinuitet_%20u_vaspitanju.pdf
- Korać, N. (1983b). Kinematografski jezik i razvoj poimanja filmske naracije. U: *Filmske sveske, sveska* XV, br. 3. (str. 180-199). Beograd: Institut za film. Pogledano: 6.10.2019. http://filmskesveske.mi.sanu.ac.rs/CasopisElib.jsp?journal=filmske-sveske&issue=1983_15_3&year=1983
- Korać N. (1992). *Vizuelni mediji i saznajni razvoj deteta*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.

- Korać, N., Vranješević, J. (2006). *Nevidljivo dete: slika deteta u medijima*. Beograd: Centar za primenjenu psihiloguju. Pogledano 9. 10. 2017. https://cpd.org.rs/wp-content/uploads/2017/10/nevidljivo_dete_publikacija.pdf
- Kovačević, I. 2007. *Antropologija tranzicije*. Beograd: Srpski genealoški centar i Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta. Posećeno: 12. 03. 2021. URL: http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Publications/ANTROPOLOGIJA_TRANZICIJE.pdf
- Krnić, M., Kodžoman Radan. J. (2016). Roditelji i dječje glazbene aktivnosti u obiteljskom domu. *Mrtodički ogledi*, 23 (1), (str. 53-64). Pogledano: 10.02.2017. http://www.hrfd.hr/documents/7-mo43-krnic-i-kodzoman-radan.pdf
- Kunczik, M., Zipfel, A. (2007). Mediji i nasilje: aktualno stanje u znanosti. *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima,* Vol. 1. No. 1. (str. 1-26). Pogledano: 16.06.2018. https://hrcak.srce.hr/41339
- Lazić, M. (2011). Postsocijalistička transformacija i restrastifikacija u Srbiji. *Politička misao; časopis za politikologiju*. Vol. 48 No. 3. (str. 123-144). Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Pogledano: 03.03.2017. https://hrcak.srce.hr/politicka-misao
- Lemiš D. (2008). *Deca i televizija*. Beograd: Clio.
- Lemish, D. & Götz, M. (2017). Beyond the Stereotypes? Introduction. In Dafna Lemish & Maya Götz (eds.) *Beyond the Stereotypes? Images of Boys and Girls, and their Consequences*. (pp. 9-17). Göthenburg: Nordicom, University Gothenburg.
- Levitin, Dž. D. (2011). *Muzika i mozak: zašto volimo muziku*. Novi Sad: Psihopolis institut.
- Lippmann, W. (1998). *Public opinion*. Transaction Pubslihers:(2 printing) New Brunswick and London. Pogledano: 26.09.2016. https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf
- Lišer, M. & Skot J. (1988). *Lišerov kolor test*. Beograd: Edicija Akvarius, P. Vujičin.
- Manasteriotti, V. (1971). *Muzički odgoj na početnom stupnju*, Metodske upute za odgajatelje i nastavnike razredne nastave. Zagreb: Školska knjiga. Pogledano: 23.01.2017. https://www.scribd.com/document/377070612/Slu%C5%A1anje-Kra%C4%87ih-Glazbenih-Formi

- Manasteriotti, V. (1978). *Muzički odgoj na početnom stupnju*. Zagreb: Školska knjiga.
- Mandić, T. (2003). *Komunikologija: psihologija komunikacije*. (4 izd.). Beograd: Clio.
- Matić, E. & Marinković Radoš, K. (1986). *Muzika i predškolsko dete*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Matović, M. (2010). Rodni stereotipi u crtanim filmovima Volta Dizni-ja. *CM: Communication and Media*, 5 (15), (str. 107-122). Pogledano: 1.12.2012. www.fpn.bg.ac.rs/sites/default/files/wp-content/uploads/CM15.pdf
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage
- Mek Kvin, D. (2000). *Televizija: medijski priručnik*. Beograd: Clio.
- Merriam A. P. (1964. *The anthropology of music*. Evanston, IL: Northwestern University Press. Pogledano: 15. 03. 2017. https://epdf.tips/the-anthropology-of-music.html
- Milenković S. (2008). Uticaj crtanih filmova na predškolsku decu. U: Svetlana Španović (ur.). *Norma: časopis za teoriju i praksu vaspitanja i obrazovanja.* Vol. 13, br. 3. (str. 163-172). Sombor: Pedagoški fakultet. Pogledano: 23.10.2012. www.pef.uns.ac.rs/index.php/component/phocadownload/.../11-norma?.
- Milinović J., Savić, S. (2011). *Misterije rodne ravnopravnosti i još ponešto...* Banja Luka: Helsinški parlament građana.
- Millwood Hargrave, A. & Livingstone, S. (2006). Harm and Offence in Media Content. In: *A review of the empirical literature.* Bristol: Intellect Press Pogledano: 21. 12. 2019. https://books.google.bi/books?id=khuinmC_KV4C&pg=PA6&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Mimica A., Bogdanović M. (2007). *Sociološki rečnik*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Mitrović, D. i Trogrlić, A. (2014). *Psihologija polnih razlika i sličnosti*. Beograd: Synapsa edicije.
- Morris, D. (2005a). *Otkrivanje čoveka*: vodić kroz govor tela. Niš: Zograf.
- Moris, D. (2005b). *Razumevanje bebe*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Moris, D. (2005c). *Intimno ponašanje*. Niš: Zograf.

- Munitić, R. (1978). Knj. 3: Uspjesi i nedoumice: izbor i bibliografija važnijih napisa o crtanim filmovima zagrebačke škole objavljenih u domaćem tisku 1951-1972. U: Sudović Zlatko (ur.). Munitić Ranko (tekstovi i izbor). *Zagrebački krug crtanog filma: građa za povjest hrvatske kulture. (knjiga 3).* Zagreb: Zavod za kulturu hrvatske. Zagreb film.
- Munitić, R. (1986). Alisa na putu kroz podzemlje i kroz svemir. Gornji Milanovac: Dečje novine.
- Munitić, R. (2007). *Estetika animacije*. Beograd: Filmski centar Srbije, Fakultet primenjenih umetnosti, Odsek Primenjena grafika. Pogledano 31.03.2017.
https://www.scribd.com/document/72048985/Estetika-Animacije-Ranko-Munitic
- Oroz Štancl, I. (2014). Prikriveno oglašavanje u crtanim filmovima. *Medijske studije* Vol 5., No 9 (str. 76-91). Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Pogledano: 3. 11.2016. https://hrcak.srce.hr/127718
- Papić, Ž. (1993). Patrijarhat. U: M. Matić i M. Podunavac (ur.). *Enciklopedija političke kulture.* Beograd: Savremena administracija. Posećeno: 24.04.2021.
http://www.gay-serbia.com/teorija/2005/05-01-11-patrijarhat/index.jsp
- Paulus, I. (2002). *Glazba s ekrana*. Zagreb: Hrvatsko-muzikološko društvo, Hrvatski filmski savez.
- Pešić, T. i Đekić, V. (2017). Diznijevi crtani filmovi kao refleksija patrijarhalnog društvenog obrasca. U: *Tematski Zbornik: Kompetencije vaspitača za društvo znanja: Četvrta međunarodna naučnostručna konferencija Metodički dani 2015.* (str. 149-160). Kikinda: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača u Kikindi.
- Pešić, T. (2012). Sapunica kao žanr i reprezentacija ženskih likova. Odbranjen master rad na Fakultetu za medije i komunikacije na Univerzitetu "Singidunum."
- Peterlić, A. (1982). *Osnove teorije filma*. (2 izd.). Zagreb: Filmoteka 16.
- Pijaže, Ž., Inhelder, B. (1996). *Intelektualni razvoj deteta*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Pijaže, Ž. (1990a). Pijažeovo gledište. U: *Zbornik br. 3, Kognitivni razvoj deteta.* (str. 11-25). Beograd: Savez društava psihologa SR Srbije.
- Pijaže, Ž. (1990b). Učenje i razvoj. U: *Zbornik br. 3, Kognitivni razvoj deteta*, (str. 27-37). Beograd: Savez društava psihologa SR Srbije.
- Pinel, J. P. J. (2002). *Biološka psihologija*. Jastrebarsko: Naklada Slap.

- Piz, A. & B. (2009). *Definitivni vodič kroz govor tela*. Beograd: Mono i Manjana.
- Pogačnik Toličič S. (1964). *Dečji crtež kao izraz duševnog razvoja dece*. Beograd: Rad.
- Popović, T. (2010). *Rečnik književnih termina*. Beograd: Logos art/Edicija. (str. 206-207).
- Prensky, M. (2005). Digitalni urođenici, digitale pridošlice. *EDUPOINT časopis o primjeni informacijskih tehnologija u obrazovanju*, godište V | broj 40| Zagreb: Hrvatska akademska i istraživačka mreža - CARNet Zagreb. Posećeno: 22.03.2016. http://edupoint.carnet.hr/casopis/40/clanci/3.html
- Radović Jovanović, J. (2010). Osvrt na dosdašnja istraživanja žanrova u TV programima. *Komunikacija i kultura online,* godina I, broj 1. (str. 294-305). Pogledano: 5.02.2017. https://www.komunikacijaikultura.org/index.php/kk
- Radović, S., Radulović, M. (2016). Transformacija u predstavljanju rodnih uloga u animiranim filmovima: primer Diznijevih princeza. *Sociologija: časopis za sociologiju, socijalnu psihologiju i socijalnu antropologiju,* Vol. LVIII, No 1. (str. 86-112). Pogledano 21. 02.2017. http://www.komunikacija.org.rs/komunikacija/casopisi/sociologija/group_search_ctype?ct_id=ct03&from=LII_3&stdlang=ser_lat
- Reinharz, S. & Davidman, L. (1996). *Feminist Methods in Social Research*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- RSJ - *Rečnik srpskog jezika* (2011). RSJ. Miroslav Nikolić (ur.) (Izmenjeno i popravljeno izdanje). Novi Sad: Matica srpska. Pogledano: 12.12.2017. https://repo.etfovac.com/srpski-jezik/RSJ%202011..pdf
- Ristivojević, M. (2009). Uloga muzike u konstrukciji etničkog identiteta. *Etnološko antropološke sveske 13,* (n.s.) 2. (str. 117-130). Pogledano: 01.04.2018. http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/11_EAS_13_Ristivojevi%C4%87_117-130.pdf
- Rojko, P. (1982). *Psihološke osnove intonacije i ritma*. Zagreb: Muzička akademija.
- Rojko, P. (2012). *Metodika nastavne glazbe*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Pedagoški fakultet.
- Rot, N. (1994). *Osnovi socijalne psihologije*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Rot, N. (2008). *Osnovi socijalne psihologije*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.

- RRA - Republička radiodifuzna agencija. (2014). Govor mržnje u medijima: pregled i analiza slučajeva u domaćoj i međunarodnoj praksi. Beograd: Služba za nadzor i analizu programa.
  Pogledano: 23.03.2016. www.rra.org.rs i www.rem.rs
- Sacks, O. (2012). *Muzikofilija: priče o muzici i mozgu*. Beograd: Clio.
- Savić, S. (1985). *Narativi kod dece*. Novi Sad: Filozofski fakultet, Institut za južnoslovenske jezike. Novi Sad: Prosveta.
- Savić, S. (1995). Jezik i pol - Istraživanja kod nas. *Ženske studije* 2-3 (str. 228-244).
  Beograd: Centar za Ženske studije.
- Sells, L. (1995). Where do the Mermaids stand? - Voice and Body in The Little Mermaid. In: Elizabeth Bell, Lynda Haas & Laura Sells (Eds.). *From mouse to mermaid: the politics of film, gender and culture* (pp. 175-192). Bloomingtion and Indianapolis: Indiana University Press. Pogledano: 1.1.2017.
  https://docplayer.net/52457721-From-mouse-to-mermaid.html
- Sigeti, V. (2019). *Deca, stereotipi i učenje o drugome iz medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.
- Smiljanić, V. & Toličič, I. (1983). *Dečja psihologija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Stockard, J. (1999). Gender socialization. In: Chaftez, J S. (Ed.). *The Handbook of the sociology of gender.* (pp. 215 - 227). New York, NY: Plenum Publishers.
- Stone, K. (1975). Things Walt Disney never told us. *The Journal of American Folklore*, 88 (347), (pp. 42-50).
- Šion, M. (2007). *Audiovizija: zvuk i slika na filmu*. Beograd: Clio.
- Škarić, I. (2000). *Temeljci suvremenoga govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.
- Tadić, D. (2006). *TV reklama: televizijska reklama kao propagandno sredstvo*. Beograd: Spektrum books.
- Thompson WF., Schellenberg EG., Husain G. (2001). Arousal, mood and the Mozart effect. *Psychological Science* Vol. 12. No. 3. (pp. 248-251). Copyright, American Psihological Society.
- Thompson, L. T. & Zerbinos, E. (1995). Gender roles in animated cartoons: Has the picture changed in 20. Years? *Sex Roles*, 32 (9/10), (pp. 651 - 673). Pogledano: 4. 05. 2017.
  https://pdfs.semanticscholar.org/0e9f/52adce6bd840ae6a1d0e2eb25a-e79cd5dee4.pdf

- Tjurou, Dž. (2013). *Mediji danas: uvod u masovne komunikacije II*. Beograd: Klio.
- Todorović D., Nikolić J., Starčević N., Šaru N. (2016). *Javni servisi, deca i mladi: Analiza programa Radio-televizije Srbije i Radio-televizije Vojvodine (januar-jun 2016).* Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Pogledano: 4.3.2020.
  http://www.novinarska-skola.org.rs
- Trebješanin, Ž. (2008). *Predstava o detetu u srpskoj kulturi*. Beograd: Srpska književna zadruga.
- Trebješanin, Ž. i Lalović Z. (2011). *Pojedinac u grupi*. Podgorica: Zavod za udžbenike.
- Turkovič, H. (2000). Kad je film žanrovski - svjetotvorna teorija žanra. *Hrvatski filmski ljetopis,* Vol. 6. No. 22. (str. 9-31). Zagreb. Pogledano: 12.03.2019.
  http://www.hfs.hr/doc/ljetopis/hfl22-web.pdf
  http://www.hfs.hr/nakladnistvo_hflj_arhiva.aspx?pdf=1#.XvDQIJozYdV
- Unicef, Udruženje novinara Srbije. (2014). *Analiza televizijskih programa za decu u Srbiji*. Beograd: UNS, UNICEF Pogledano: 3.05.2016.
  https://www.unicef.org/serbia/publikacije/
  analiza-televizijskih-programa-za-decu-u-srbiji
- *Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima (1948*). Pogledano: 12.12.2017.
  https://ljudskaprava.gov.rs/sites/default/files/fajlovi/univerzalna-deklaracija-o-ljudskim-pravima_1948.pdf
- Valić Nedeljković D. (2008). Gramatika filmskog jezika i kognitivni razvoj. U: Obradović Đorđe (ur.). *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa sa javnostima i kulturu društva,* Vol. 2 No 4. Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku. (str. 61-100). Pogledano: 12.04.2019. http://www.unidu.hr/datoteke /501izb/Medianali_broj_4..pdf
  https://hrcak.srce.hr/39348
- Valić Nedeljković D. (2010). Rod i mediji. U: Ivana Milojević i Slobodanka Markov (ur.). *Uvod u rodne teorije*. (str. 447-461). Novi Sad: ACIMSI and Mediterran Publishing.
- Valić Nedeljković D. (2011). Deca, mediji, i "trošenje budžeta" slobodnog vremena. *Medijski dijalozi – časopis za istraživanje medija i društva,* Godina IV. Broj 10. (str. 339-355). Podgorica: Istraživački medijski centar. Pogledano: 1.03.2016.
  https://medijskidijalozi.files.wordpress.com/2013/02/medijski-dijalozi--no10.pdf

- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. New York: Palgrave Macmillan.
- Vlahović Filipov, R. S. (2014). Ilustracija knjiga za decu u vreme razvijenih vizuelnih komunikacija: festival ilustracije knjige BookiLL fest. *Detinjstvo: časopis o književnosti za decu.* 4. (str. 101–110). Novi Sad: Zmajeve Dečje igre. Pogledano: 20.04.2016. http://senkavlahovicfilipov.blogspot.rs/2015/06/ilustracija-knjiga-za-decu--u-vreme_22.html
- Valković, J. (2010). Oblici i utjecaji televizijskog nasilja. *Nova prisutnost : časopis za intelektualna i duhovna pitanja,* Vol. 8 (1), (str. 67- 86). Zagreb: Naklada. Pogledano: 30.03. 2019. https://hrcak.srce.hr/53639
- Vlajić, V. (2000). Život linija. U: Milan Knežević (ur.). *Zbornik Animirani film: studije, polemike, ogledi, razgovori*. (str. 90-95). Beograd: Festival jugoslovenskog dokumentarnog i kratkometražnog filma.
- Vranješević J., Trikić Z., Rosandić R. (2006). Za razliku bogatije: priručnik za interkulturalizam. Beograd: Centar za prava deteta. Pogledano: 10.06.2016. www.cpd.org.rs/Data/Files/za_razliku_bogatije.pdfž
- Wells E. (2015). *The Representation of Women and Gender in Warner Bros. Cartoons: A Performance of Satire.* Augustana College - Rock Island. Pogledano: 21.01.2018. https://digitalcommons.augustana.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=wollstonecraftaward
- Wharton, A. S. (2005). *The sociology of gender: An introduction to theory and research.* Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Wilson, Barbara J. (2006). Cognitive Development, Media and. U: Jeffrey Jensen Arnett (ed.). *Encyclopedia of Children, Adolescents, and the Media*. (pp. 182-185). London: Sage Publications. Posećeno: 12.06. 2016. https://ramakertamukti.files.wordpress.com/2008/07/encyclopedia-of-children-adolescents-and-the-media-1412905.pdf
- Zanden, V. & Wilfrid, J. (1990). The social experience: An introduction to sociology, 2nd ed, New York: McGraw – Hill, Inc.

Ustav, zakoni, pravilnici, odredbe, uputstva, strategije

- Ustav Republike Srbije („Sl. glasnik RS“ br. 98/06), Pogledano: 9.10.2016. https://www.paragraf.rs/propisi/ustav_republike_srbije.html

- Zakon o ratifikaciji konvencije ujedinjenih nacija o pravima deteta. („Sl. list SFRJ – Međunarodni ugovori", br. 15/90 i „Sl. list SRJ – Međunarodni ugovori", br. 4/96 i 2/97). Pogledano 4.05.2016. http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_ratifikaciji_konvencije_ujedinjenih_nacija_o_pravima_deteta.html
- Zakon o javnom informisanju („Sl. glasnik RS", br. 43/03, 61/05, 71/09, 89/10). (prestao da važi, zamenjen Zakonom o javnom informisanju i medijima). Pogledano: 22.02.2016. http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/zakoni/2014/2513-14.pdf http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html
- Zakon o oglašavanju („Službeni glasnik RS", br. 79/05 i 83/14, br. 6/2016). Pogledano: 1.03.2017. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_oglasavanju.html
- Zakon o zabrani diskriminacije (Sl. glasnik RS", br. 22/2009). Pogledano 9.10.2016. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zabrani_diskriminacije.html
- Zakon o ravnopravnosti polova ("Sl. glasnik RS", br. 104/09). Pogledano 3.12.2016. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_ravnopravnosti_polova.html
- Zakon o javnim medijskim servisima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 103/2015, 108/2016). Pogledano: 24.9.2017. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnim_medijskim_servisima.html
- Zakon o elektronskim medijima. („Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016). Pogledano: 21.06. 2017. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_elektronskim_medijima.html
- Zakon o javnom informisanju i medijima („Sl. glasnik RS", br. 83/2014, 58/2015, 12/2016). 18.06.2017. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html
- Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti (Sl. glasnik" br. 15/2009). Pogledano: 9.10.2016. http://www.minrzs.gov.rs/files/doc/rodnaravnopravnost/dokumenta/Nacionalna_strategija_cir.pdf https://iskljucinasilje.rs/wpcontent/uploads/2016/09/Nacionalna_strategija_za_poboljsanje_polozaja_zena_i_unapredjenje_rodne_ravnopravnosti_cir.pdf

Web adrese:

- https://www.rts.rs/ Pogledano: 23.02.2016. i 3.02.2021.
- https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/izdavastvo/ Pogledano: 3.02.2017.
- https://www.rts.rs/page/magazine/sr/story/411/film-i-tv/4115966/dizni-rasizam-stereotipi-maza-i-lunja-petar-pan-dambo.html Pogledano: 05.02.2021.
- https://headliner.rs/2020/10/17/i-disney-se-pokorio-novoj-politickoj-korektnosti-izvinite-knjiga-o-dzungli-i-petar-pan-vredaju-manjine/ Pogledano: 05. 02. 2021.
- https://www.ringeraja.rs/clanak/ukinuti-crtaci-petar-pan-maza-i-lunja--dambo_7916.html Pogledano: 05.02.2021.

PRILOZI

Prilog broj 1.

Emitovani crtani filmovi po sedmicama iz korpusa za analizu.

Prva sedmica: 12.03.2016.

1. Snupi- Pripovedanje 6:54
2. Kalimero – Mikrofon 11:00
3. Kloin ormarić - Kukurikanje 11:02
4. Leon 3:00 Potraga za hranom/jaje aligatora
5. Džoni Test – Džoni Test protiv Bling Blinga 11:00
6. Džoni Test – Neverovatni Džoni 10:24
7. Snupi – Mersi 7:39
8. Kalimero – Zapušena cev 12:06
9. Kloin ormarić – Karta za kvadratni gradić 11:00
10. Leon – buba balegar 3:00
11. Džoni Test – Povratak Džoni X 11:11
12. Džoni Test – Super sonični Džoni 10:00
13. Zozonci – Kraljičini dijamanti 12:00

Druga sedmica 19.03.2016.

1. Snupi - Mersi 6:54
2. Kalimero – Zapušena cev 12:06
3. Kloin ormarić - Karta za kvadratni gradić 11:00
4. Leon - buba balegar 3:00
5. Džoni Test – Povratak Džoni X 11:11
6. Džoni Test – Super sonični Džoni 10:00
7. Snupi – Loše raspoloženje 7:39
8. Kalimero – Slučaj muzičke kutije 12:00
9. Kloin ormarić – Majmuni sa Kariba 11:00
10. Leon – Nojevo jaje
11. Džoni Test – Džonilend 11:00
12. Džoni Test – Džonijev novi tata 10:49
13. Zozonci – Lutajući vitez (Don Kihot) 12:00

Treća sedmica 21.03.2016.

1. Snupi - Pripovedanje 6:54
2. Kalimero – Mikrofon 11:00
3. Kloin ormarić - Kukurikanje 11:02
4. Leon 3:00 Potraga za hranom/jaje aligatora
5. Džoni Test – Džoni Test protiv Bling Blinga 11:00
6. Džoni Test – Neverovatni Džoni 10:24
7. Snupi – Mersi 7:39
8. Kalimero – Zapušena cev 12:00
9. Kloin ormarić – Karta za kvadratni gradić 11:00
10. Leon – buba balegar 3:00
11. Džoni Test – Povratak Džoni X 11:11
12. Džoni Test – Super sonični Džoni 10:00
13. Zozonci – Kraljičini dijamanti 12:00

Četvrta sedmica 26.03.2018.

1. Snupi- Loše raspoloženje 7:39
2. Kalimero – Slučaj muzičke kutije 12:00
3. Kloin ormarić - Majmuni sa Kariba 11:00
4. Leon 3:00 Nojevo jaje
5. Džoni Test –Džonilend 11:00
6. Džoni Test – Džonijev novi tata 11:00
7. Snupi – Falširanje7:39
8. Kalimero – Davinčijeva šifra 11:00
9. Kloin ormarić – Sunčanica 11:00
10. Leon – 3:00 Majmun i svirena džipa
11. Džoni Test – Džoni nizbrdo 11:12
12. Džoni Test – Džoni i čudovište iz jezera 10:08
13. Zozonci – Poglavica zec 12:00

Peta sedmica 2.04.2016.

1. Snupi - Falširanje 6:54
2. Kalimero – Duh koji mesečari 11:00
3. Kloin ormarić - Sunčanica 11:00
4. Leon - Majmun i svirena džipa 3:00
5. Džoni Test – Džoni nizbrdo 11:12

6. Džoni Test – Džoni i čudovište iz jezera 10:08
7. Snupi – Zimske igre 7:39
8. Kalimero – Davinčijeva šifra 11:00
9. Kloin ormarić – Veliki mališa 11:00
10. Leon – Uticaj televizije 3:00
11. Džoni Test – Džoni Moni 10:00
12. Džoni Test – Džoni i kupanje 12:20
13. Bio jednom jedan život: neverovatna istorija ljudskog tela - Hormoni 26:00

Gender Stereotyping Of Characters In The Discourse Of Cartoons For Children

Abstract: Today, it is increasingly difficult to find any stereotypes in children's cartoons, because over the years the depictions of stereotypes have become subtle, and through animated characters they are imperceptibly rooted at the youngest age and thus they shape the thinking of future young people.

Therefore, the subject of this book's research is the cartoon as a powerful media content that has an exceptional impact on children as a marginalized group in society, as well as the way it conveys the messages that children adopt, thus influencing the process of children's socialization.

The aim of the research is to determine the way of representation of men and women in selected short cartoons available to children on second RTS public service program, as well as to deconstruct stereotypes and prejudices and codes of film art that implicitly implement dominant messages in these short animated forms whose are the most numerous audience just younger children.

The basic hypothesis from which I start is: the characters in children's cartoons that are the subject of research in this paper are gender stereotypical, aided by the codes of film art to implicitly implement stereotypical messages that are in line with the patriarchal matrix, i.e. traditional social constructs and representations of gender, where men are active, out of the house and have power, control and domination, while women are presented as sexual objects, subordinate, passive, mostly in the home environment.

Using two code protocols: Code protocol used in quantitative - qualitative content analysis and code protocol based on observations of measurable categories and variables by Van Dijk. 65 episodes of short cartoons were analyzed within 7 series broadcast on the public service program RTS2 in the period from March 12, 2016 to April 2, 2016. The series Once Upon a Time…Man was created in the 80s of the 20th century, while the remaining series Snoopy, Calimero, Chloe's Closet, Leon, Johnny Test, Pet Pals originated in the first two decades of the 21st century.

The results show that the analyzed cartoons, with the help of characters, convey patriarchal social patterns by implicitly implementing stereotypical messages supported by the codes of film art, which is reflected in the gender socialization of children. In a focus group interview, parents expressed the view that cartoons contain gender stereotypes.

Using Focus group interviews and surveying children, it was noticed that girls choose female characters and mostly decide on the basis of wardrobe, physical beauty, kindness of characters, which reaffirmed that they choose based

on the gender role instilled in them by socialization, which is that they should be beautiful, nurtured, protected, etc., while the boys choose characters who are fighters, muscular, have a protective and saving role that corresponds to the gender role of the man. In an in-depth interview, I found that the children did not realize in any of the cartoons that the messages sent by the cartoons were also marked by gender stereotypes. The children's responses were mostly positive and were not aimed at recognizing gender roles but more at perceiving memorized universal moral messages. So children do not recognize gender stereotypes, and therefore do not remember them. The final message of the cartoon is therefore not discriminatory towards the other.

The general conclusion of the research is that despite the fact that it is a series of contemporary cartoons, they support the patriarchal social order. However, a certain shift in favor of gender sensitivity has been noticed, which indicates the maturing of the importance of the notion of gender and gender sensitivity in society, but insufficient, because the actors will be immediately returned to patriarchal frameworks of behavior. Also, although various instruments offered by artistic film codes have been used to implicitly place gender stereotypes and present them as desirable, negative gender roles are present and visible. That is why it is very important to decode gender stereotypes and recognize the instruments by which they are presented and transmitted.

O AUTORKI

Dr Valentina Đekić, doktorirala 2022. godine u Univerzitetskom centru za interdisciplinarne i multidisciplinarne studije i istraživanja (UCIMSI) Univerziteta u Novom Sadu - smer Rodne studije, na temu *Kritička analiza likova u dečjim crtanim filmovima sa fokusom na rodne stereotipe.*

Prethodno završila master studije na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu Univerziteta u Novom Sadu na studijskom programu pedagogija i 2010. godine stekla akademski naziv: diplomirani pedagog - master.

Osnovne akademske studije završila je u periodu od 1994. do 1999. godine na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Novom Sadu, na Odseku za pedagogiju, gde je stekla stručni naziv - diplomirani pedagog. U periodu 1994-1997. godine završila i osnovne akademske studije na Učiteljskom fakultetu u Bijeljini, Univerziteta u Srpskom Sarajevu Republike Srpske, grupa razredne nastave i stekla stručni naziv - profesor razredne nastave.

Tokom perioda od 1991. do 1993. godine završila je i pedagošku akademiju „Dušan Jerković", tadašnju Višu školu za obrazovanje učitelja u Šapcu, na odseku za razrednu nastavu prosvetne struke i stekla stručni naziv - nastavnik razredne nastave – učitelj.

Od 1989. do 1999. radila u Radio-televiziji Srbije u Novom Sadu, gde je obavljala različite poslove. Na radnom mestu stručne saradnice, radno iskustvo počela da stiče od 2000. godine u Predškolskoj ustanovi „Suncokreti" Vladimirci u Vladimircima gde radi na poslovima pedagoškinje.

Trenutno pohađa i specijalističku psihoanalitičku edukaciju u oblasti Interaktivne psihoanalize na Institutu za filozofiju i interdisciplinarne studije u Novom Sadu.

U okviru rodnih teorija i istraživanja oblast interesovanja joj je medijski diskurs sa ciljem ostvarivanja promena društvenog i kulturnog položaja žena i dece, dok su joj u okviru pedagoško - psiholoških teorija i praksi interesovanja usmerena na polje socioemocionalnog razvoja ličnosti i komunikacije.

Do sada je objavila tri knjige i petnaest naučnih radova iz pedagoške oblasti i oblasti rodnih istraživanja.

BIBLIOGRAGIJA

1. Đekić, V. (2004). *Priča o Suncokretima*. Vladimirci: PU "Suncokreti" Vladimirci.
2. Đekić, V, Birmančević, M. (2009). *Moj prvi bukvar: radni listovi za predškolce*. Zemun: Publik Praktikum.
3. Đekić, V. (2010). *Dete između ljubavi i straha: greške roditelja i društvene sredine u vaspitanju*. Zemun: Publik Praktikum.
4. Đekić, V. (2015). *Kultura i etika u medijima 2014: Predstave o* ženi *u magazinu Moja kosa*. U: Zbornik radova: Kultura i etika u medijima 2014. Dijana Subotički (ur.). Kikinda: Nikasso. 165 - 180. UDC 316.774-053.2
5. Đekić, V. (2015). *Umetnost komuniciranja beba sa odraslima.* U: Zbornik radova VŠSSOV, god. H, broj 2. (ur.) Tamara Grujić. Kikinda: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. 101-114. UDC 159.922 613.95
6. Pešić, T, Đekić, V. (2017). *Diznijevi crtani filmovi kao refleksija patrijarhalnog društvenog obrasca*. U: Tematski zbornik radova Metodički dani 2015: Kompetencije vaspitača za društvo znanja, Četvrta međunarodna naučno-stručna konferencija Metodički dani 2015. (ur.) Tamara Grujić, Jasmina Arsenijević. Kikinda: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. 149-160. UDC 791.228:371
7. Đekić, V. (2015). *Percepcija neverbalne komunikacije na relaciji vaspitač/ica – dete u vaspitnom procesu*. U: Zbornik radova VŠSSOV, godina H, broj 1. (ur.) Tamara Grujić. Kikinda: VŠSSOV. 169-186. UDC 159.922.7
8. Đekić, V. (2016*). Emocije i motivi kao značajni faktori kvaliteta komunikacione interakcije na relaciji dete - vaspitač/ica.* U: Zbornik radova VŠSSOV: Naučno-stručna konferencija: Kvalitet savremenog vaspitanja i obrazovanja. (ur.) Sanja Vuletić, Ljiljana Stankov, Aleksandra Maksimo-

vić. Šabac: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. 41-51. UDC 316.614-053.437.064.2316.6:81'221.22

9. Đekić, V. (2016). *Rodna osetljivost radnih listova namenjenih deci predškolskog uzrasta*. U: Zbornik radova VŠSSOV: Naučno-stručna konferencija: Kvalitet savremenog vaspitanja i obrazovanja. (ur.) Sanja Vuletić, Ljiljana Stankov, Aleksandra Maksimović. Šabac: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. 52-65. UDC 373.2.022305-055.1/.237.016:0/9-028.31(076)
10. Đekić, V. (2016). *Rodne uloge i stereotipi u savremenom crtanom filmu*. U: Zbornik radova: Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 6. (ur.) Dejan Pralica, Norbert Šinković. Novi Sad: Filozofski fakultet, odsek za medijske studije. 82-92. UDC 791.228:316.614.5]:316.647.8
11. Đekić, V. (2017). *Uloga televizije u vaspitanju i obrazovanju dece – značaj medijskog opismenjavanja*. Krugovi detinjstva: časopis za multidisciplinarna istraživanja detinjstva. (ur.) Mirjana Matović. Novi Sad: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. (1-2) 71 – 81. UDC 316.774:654.1-053.2
12. Đekić, V. (2016). *Značaj komuniciranja odraslih sa decom kao jedan od faktora razvoja govora kod dece ranog uzrasta.* U: Zbornik radova VŠSSOV, god. HI, broj 1. (ur.) Tamara Grujić. Kikinda: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. 75-86. UDC 371.3:81'232-053.4
13. Đekić, V. (2016). *Komunikacija - centralni fenomen kulture*. U: Zbornik radova VŠSSOV, god. HI, broj 2. (ur.) Tamara Grujić. Kikinda: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. 99 – 111. UDC 316.774
14. Đekić, V. (2019). *Lutka i muzika i kompleksnost detinjstva.* Krugovi Detinjstva: časopis za multidisciplinarna istraživanja detinjstva. (ur.) Svetlana Radović. Novi Sad: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. God. 7 (1) 53-68. UDC 159.923.5-053.4:688.721+78
15. Đekić, V. (2019). *Uloga lutke u dečjim vrtićima*. Krugovi detinjstva: časopis za multidisciplinarna istraživanja detinjstva. (ur.) Svetlana Radović. Novi Sad: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. God. 7 (2) 29-39. UDC 371.383:792.09137.036:792-053.2
16. Đekić, V. (2017). *Osnove verbalne i neverbalne komunikacije i njihov istorijski razvoj*. U: Zbornik radova VŠSSOV, god. HII, broj 1. (ur.) Tamara Grujić. Kikinda: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača. 93-111. UDC 316.77:159.923.5
17. Đekić, V. (2021). *Rodni stereotipi u odabranim kratkometražnim crtanim filmovima*. CM: časopis za upravljanje komuniciranjem. 16, (49), 83-

114. Novi Sad: CDC - Centar za usmeravanje komunikacija; Beograd: Fakultet političkih nauka. https://scindeks.ceon.rs/Article.aspx?artid=-2466-541X2149083Q. https://doi.org/10.5937/cm16-30673

18. Đekić, V. (2022). *Rodno stereotipni prikaz očiju likova u dečjim crtanim filmovima*. U InterKult 2022: tematski zbornik: izabrani radovi sa Osme međunarodne konferencije Interkulturalnost i rodna ravnopravnost u obrazovanju 2022, održane 01.10.2022. godine u Novom Sadu. (ur.) Danijela Radović. Novi Sad: Pedagoški zavod Vojvodine. 13-32.

ЗАВОД ЗА РАВНОПРАВНОСТ ПОЛОВА

Zavod za ravnopravnost polova je pokrajinska ustanova osnovana 2004. godine Odlukom Skupštine AP Vojvodine. Osnivanjem Zavoda i donošenjem Deklaracije i Odluke o ravnopravnosti polova zaokružen je sistem institucionalnih mehanizama na pokrajinskom nivou i utemeljen je pravni okvir za ostvarivanje rodne ravnopravnosti na teritoriji Vojvodine u oblastima koje su u nadležnosti Pokrajine.

Zavod je osnovan kao stručno telo u cilju promovisanja koncepta rodne ravnopravnosti i izrade preporuka za integraciju rodne perspektive u sve politike, mere, akcije i programe koje pokrajinska vlada donosi i sprovodi.

Delokrug rada Zavoda obuhvata istraživačke programe i projekte u cilju stvaranja baza preciznih i aktuelnih podataka o položaju žena kao osnova za izradu preporuka za poboljšanje položaja žena; edukativne programe u cilju povećanja nivoa znanja o značaju rodne ravnopravnosti i potrebi ugrađivanja rodne perspektive u sve društvene sfere života, kao i promociju koncepta rodne ravnopravnosti na teritoriji AP Vojvodine i pružanje podrške lokalnim samoupravama u sprovođenju politike jednakih mogućnosti.

Poseban kvalitet u radu Zavoda predstavlja činjenica da istraživačke i edukativne programe prati bogata izdavačka delatnost visokih standarda. Od 2006. godine, kada je delatnost ustanovljena, do danas, Zavod za ravnopravnost polova je samostalno ili u suizdavaštvu objavio 45 publikacija svrstanih u pet edicija.

Izdavačka delatnost Zavoda osmišljena je sa ciljem da obezbedi trajno svedočanstvo o istoriji i iskustvima ženskog aktivizma i njihovim rezultatima, kao i da afirmiše značajna dostignuća i doprinos žena u najrazličitijim oblastima života. Ona promoviše stručnu literaturu i stručnjake i stručnjakinje u oblasti rodne ravnopravnosti i obezbeđuje dragocen fond literature neophodne za obrazovanje žena.

Edicija „Roza Luksemburg”, u okviru koje je objavljen rad Valentine Đekić „Rodna stereotipizacija likova u diskursu crtanih filmova za decu“, posvećena je doktorskim i master radovima na temu rodne ravnopravnosti sa ciljem da predstavi i afirmiše stručnjake i stručnjakinje koji se bave rodnim politikama.

U okviru ove edicije do sada su objavljeni sledeći radovi:

1. *Globalizacija i razvoj zasnovan na ljudskim pravima iz rodne perspektive*, Mirjana Dokmanović, 2012.
2. *Rodna perspektiva u novinama antifašističkog fronta žena 1945-1953*, Gordana Stojaković, 2012.
3. *Vantelesna oplodnja: rodne i društvene kontroverze*, Ksenija Kričković Pele, 2014.
4. *Terminologija rodne ravnopravnosti u engleskom, srpskom i mađarskom jeziku – uporedna kritička analiza*, Marina Ileš, 2014.
5. *Politika jednakih mogućnosti u Evropskoj uniji i Autonomnoj Pokrajini Vojvodini – rodna ravnopravnost i diskriminacija u domenu zaposlenja*, Anja Hemon Đerić, 2014.
6. *Rodni identiteti i interkulturalnost: kritička analiza afirmativnih mera na visokoškolskim institucijama u Srbiji 2000-2013. godine*, Slavica Denić, 2015.
7. *Životna priča kao metod beleženja rodnih aspekata istorije žena: Mađarica sa Telepa*, Ankica Dragin, 2015.
8. *Novinarke u Vojvodini: obrazovanje, profesionalni status i rodni identiteti*, Smiljana Milinkov, 2016.
9. *Svilena koža i pileće srce: rodni stereotipi u romanima iz lektire za osnovnu školu*, Jelena Stefanović, 2017.
10. *Značaj rodne opredeljenosti programa budžeta u Srbiji, Milica Todorović*, Zavod za ravnopravnost polova, 2018.
11. *Razvoj ljudskih resursa sa aspekta rodne ravnopravnosti u Srbiji, Milena Dujović*, Zavod za ravnopravnost polova, 2018.
12. *Žene u srpskim oslobodilačkim ratovima (1912-1918)*, dr Milena Žikić, 2019.
13. *Razgovor u sudu: sudija – (op)tuženi*, dr Marija Tir Borlja, 2020.
14. *Kroz trnje i cveće: Pitanje emancipacije žena u Kraljevini Jugoslaviji (1918-1941)*, Kristina Jorgić Stepanović, 2022.
15. *Položaj žena u prostituciji u Republici Srbiji*, Dragana Pejović, 2022.
16. *Rodna analiza tekstova u pisanim medijima o kompozitorkama Srbije krajem 20. i početkom 21. veka*, Nataša Kostadinović, 2024.

https://ravnopravnost.org.rs/izdavacka-delatnost/

CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотека Матице српске, Нови Сад

791.228:305

ЂЕКИЋ, Валентина, 1969-
Rodna stereotipizacija likova u diskursu crtanih filmova za decu / Valentina Đekić. - Novi Sad : Pokrajinski zavod za ravnopravnost polova, 2024 (Novi Sad : Intergraf). - 179 str. : ilustr. ; 24 cm. - (Едиција Роза Луксембург ; knj. 17)

Tiraž 200. - Napomene i bibliografske reference uz tekst. - Bibliografija.

ISBN 978-86-86259-42-4

а) Цртани филмови - Родни стереотипи

COBISS.SR-ID 159233289

"Literatura o crtanim filmovima u svetu i kod nas obiluje različitim elementima povezanim sa uzrastom dece i sadržajima filmova. Nije dovoljno radova koji pored ova dva faktora uključuju i rodnu dimenziju. Zato je svaki naučnoistraživački rad koji i taj faktor poseduje, važan doprinos ne samo nauci nego i neposrednoj pedagoškoj praksi u doba koje označavamo opštim jezičkim znakom – deca.
Zakon o rodnoj ravnopravnosti pominje važnost obrazovanja za rodnu ravnopravnost na svim stepenima odrastanja, da bismo danas konstatovali da ih je najmanje upravo za uzrast na predškolskom i ranom školskom uzastu.
Dr Valentina Đekić je pripremila knjigu na osnovu obimnog istraživanja na Univerzitetu u Novom Sadu upravo s namerom da popuni prazninu u ovom uzrasnom periodu."

Prof. emerita Svenka Savić

"Osnovni cilj teorijsko-empirijskog istraživanja autorke je da utvrdi način reprezentacije muškaraca i žena u odabranim kratkometražnim crtanim filmovima koji su dostupni deci na drugom programu javnog servisa RTS-a, kao i da dekonstruiše stereotipe i predrasude u kodovima filmske umetnosti kojima se posredno implementiraju dominantne poruke deci.
Osnovna hipoteza od koje polazi jeste da su likovi u dečjim crtanim filmovima rodno stereotipni i da implicitno implementiraju stereotipne poruke koje su u skladu sa patrijarhalnom matricom, tj. tradicionalnim društvenim konstruktima i predstavama o rodu."

dr Margareta Bašaragin
"Ženske studije i istraživanja" Novi Sad
Podružnica Subotica

"Valja podsetiti da deca kod nas, podjednako kao i u svetu, provode veliki deo svog budžeta slobodnog vremena gledajući, kako to oni kažu, „crtaće". Kroz percepciju i recepciju ovih sadržaja i njihovu denotaciju i konotaciju, deca, kroz mehanizme identifikacije i projekcije, usvajaju poruke, i one na eksplicitnom i one na implicitnom nivou koje šalju likovi crtanih filmova. Stoga je izuzetno važno ovo istraživanje jer je ukazalo na sve složene nivoe ideja plasiranih u analiziranim, inače najomiljenijim crtanim filmovima koje emituje nacionalni javni servis u Srbiji, pa su dostupni celoj dečijoj populaciji, sa posebnim fokusom na rodne stereotipe koji često na prvi pogled i nisu uočljivi. Njihova dekonstrukcija je važna alatka za medijsko opismenjavanje dece i odraslih."

Prof. dr Dubravka Valić Nedeljković
komunikološkinja

9 788686 259424