

Razvoj rodni stereotipa u animiranim filmovima

Kurtin, Sara

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:974078>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-28**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Sara Kurtin

**RAZVOJ RODNIH STEREOTIPA U
ANIMIRANIM FILMOVIMA**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2024.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODJSEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

SARA KURTIN

**RAZVOJ RODNIH STEREOTIPA U
ANIMIRANIM FILMOVIMA**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: dr.sc. Sandra Car

Zagreb, 2024.

SADRŽAJ

SAŽETAK	4
SUMMARY	4
1. UVOD	5
2. ANIMIRANI FILM	6
2.1 Pojam i značajke animiranog filma	6
2.2 Povijest animiranog filma	7
3. RODNI STEREOTIPI	8
3.1. Nastanak i razvoj rodni stereotipa	9
4. RODNI STEREOTIPI U ANIMIRANIM FILMOVIMA	12
4.1 Percepcija animiranih filmova kod djece	12
4.2 Uloga animiranih filmova u razvoju rodni stereotipa	14
5. ULOGA RODITELJA U PREVENCIJI RODNIH STEREOTIPA	18
6. ZAKLJUČAK	19
LITERATURA	20
POPIS SLIKA	23

SAŽETAK

Ovaj rad dat će pregled recentnih radova koji su se bavili ulogom animiranih filmova u razvoju rodni stereotipa. U prvom dijelu bavit ćemo se pojmom, poviješću i osnovnim značajkama animiranih filmova. Drugi dio rada dati će pregled kako nastaju i kako se razvijaju rodni stereotipi te ćemo se zatim osvrnuti na to kako se razvijaju već u ranoj dječjoj dobi i utječu na dječju percepciju i poimanje svijeta. Obrazložiti ćemo analize istraživanja u kojima se jasno očituje uloga animiranih filmova u razvoju rodni stereotipa. Zaključno ćemo se osvrnuti na ulogu roditelja u prevenciji usvajanja rodni stereotipa.

Ključne riječi: animirani filmovi, rodni stereotipi, djeca, mediji

SUMMARY

This essay will give an overview of recent works that dealt with the role of animated films in the development of gender stereotypes. In the first part, we will deal with the concept, history and basic features of animated films. The second part of the paper will give an overview of how gender stereotypes are formed and develop, and then we will look at how they develop already in early childhood and affect children's perception and understanding of the world. We will explain the research analyzes in which the role of animated films in the development of gender stereotypes is clearly evident. In conclusion, we will look at the role of parents in preventing the adoption of gender stereotypes.

Keywords: animated films, gender stereotypes, children, media

1.UVOD

Animirani filmovi jedni su od ključnih dijelova zabavne industrije medija, pogotovo one Disneyeve te su mnoga istraživanja kao što je *Common Sense Media* (Dokler, 2018) i istraživanje najgledanijih animiranih filmova akcijskog žanra od 2007. do 2016. godine autora Sever i Kralj (2019.) pokazala da oni svojim utjecajem znatno pridonose formiranju percepcije i svjetonazora kod djece diljem svijeta. Od klasičnih crtića poput *Mickey Mousea* i *Betty Boop* do *Snjeguljice* i na kraju suvremenih animiranih filmova poput *Frozensa* animacija je kroz godine prošla dug put evolucije u razvoju i tehnikama kojima je rađena te su s njom tu evoluciju doživljavali i prikazi rodni stereotipa u animiranim filmovima.

Rodni stereotipi oduvijek su bili duboko ukorijenjeni u društvu, najprije kroz obitelj gdje su očevi uvijek imali glavnu ulogu kao hranitelji u obitelji i autoritet u patrijahalnom društvu, a majke su se brinule za kućanstvo, zatim u vrtićima gdje se rodni stereotipi usvajaju već od najranije dobi te na koncu pojavom medija (televizije i reklama) koji su često znali promicati i učvrstiti rodne stereotipe na nesvjesnoj razini kod publike. U animiranim filmovima rodni stereotipi prikazuju povijesne kontekste, društvene norme i kulturna očekivanja vremena u kojim su nastali te su njegov najrelevantniji prikaz. U svojim počecima, animirani filmovi prikazivali su muškarce i žene kroz tradicionalne uloge u društvu te su tako muški likovi često bili prikazani kao dominantni, heroji koji spašavaju ženske likove, dok su žene bile prikazane kao pasivni objekti za spašavanje. Kroz povijest, dugo su ovakvi stereotipi bili ukorijenjeni u animirane filmove jer su reflektirali patrijarhalne vrijednosti koje su dominirale društvom tog doba. Međutim, kroz različite povijesne događaje kao što su feministički pokreti i borbe za rodnu ravnopravnost, društvo se mijenjalo, a zajedno s njim i prikazi rodni stereotipa u animiranim filmovima. Tako su se ženski likovi odmakli od svojih tradicionalnih uloga „dama u nevolji“, poprimili oblik snažnih, neovisnih žena koje su prikazivale raznolikost sposobnosti, identiteta i autentičnost te nisu trebale nikoga da ih spasi. S evolucijom ženskih likova, došlo je do pomaka u prikazivanju i razbijanju stereotipa u vezi s muškim likovima u animiranim filmovima. Počela se mijenjati tradicionalna percepcija muškosti, te su tako muški likovi od hrabrih, neovisnih agresivaca postali ranjivi, osjetljivi i emocionalno inteligentni. Ovi novi prikazi likova reflektiraju kako su se društvene norme i percepcije muško- ženskih uloga promijenile tijekom godina i kako su to na učinkovit način prenosili mediji i animirani filmovi stvarajući drugačije slike od onih koje su oduvijek duboko ukorijenjene u očima publike.

Unatoč pozitivnim pomacima u iskorjenjivanju rodni stereotipa, još uvijek postoje izazovi jer mnogi filmovi i dalje koriste stereotipne obrasce u karakterizaciji likova. To može znatno utjecati na percepciju djece i oblikovati njihove stavove o rodni ulogama. Stoga je važno da roditelji na to obrate pažnju, razgovaraju sa svojom djecom o muškim i ženskim ulogama u animiranim filmovima potičući tako jednakost među spolovima u očima djece. Djeca roditelje vide kao modele ponašanja stoga se roditelji trebaju truditi promicati pozitivne i progresivne modele ponašanja kojima suzbijaju rodne stereotipe. U tom kontekstu, ovaj rad će istražiti složenu temu razvoja rodni stereotipa u animiranim filmovima, analizirajući povijesne kontekste, društvene dinamike i kulturne promjene koje su oblikovale percepciju rodni stereotipa u animaciji. Kroz temeljitu analizu primjera iz različitih povijesnih razdoblja stvaranja rodni stereotipa i napretka animacije, cilj je detaljno objasniti kompleksnost ovog fenomena i istaknuti važnost promicanja raznolikosti rodni uloga u animiranom svijetu.

2. ANIMIRANI FILM

Prema Mikiću, film je jedina umjetnost posredstvom čiji se tehnika (snimanja i projekcije) uspijeva ostvariti visoki stupanj sličnosti s prikazom bića, stvari i pojava (2001:114). Uključuje podjelu na filmske žanrove, a jedan od najpoznatijih žanrova današnjice smatra se animirani film. Animirani film podrazumijeva spoj slike i zvuka u pokretu te se smatra audiovizualnom umjetnošću. Potječe od latinske riječi *animare* što u prijevodu znači oživjeti neživo, to jest dati nečemu „dušu“ i tako ga oživjeti. (Hrvatska enciklopedija, 2013)

2.1 Pojam i značajke animiranog filma

Animirani film se definira kao filmska vrsta u kinematografskom području. Služi se upotrebom različitih predložaka kao što su crteži, slike, lutke, prirodni predmeti, artefakti, plastelinska animacija, glinena animacija koji tehnikom animacije stvaraju percepcije prizornog kretanja. (Hrvatska enciklopedija, 2013) To se postiže pojedinačnim snimanjem pokreta („sličica po sličicu“) pripremljenih faznih promjena statične situacije(Filmski leksikon, Turković, 2003) Iz tog razloga, smatra se da je animacija likovno temeljena jer se dojam prividnog kretanja planira postupnom likovnom izvedbom u kojem se pokret planirano analitički iscrtava (Turković, 2012:19). Pokretanje crteža podrazumijeva ponovno iscrtavanje osnovnoga lika uz pomno iscrtavanje pomaknutoga dijela ili cijeloga tijela. To se postiže shematizacijom i stereotipizacijom u iscrtavanju lika kao i umnožavanjem njegova obrisa te je najpoznatija vrsta

ona ovalna- koja je prevladala kod Disneya kao i njegov koncept „*pune animacije*“ (Turković,2012:28-29). Za izradu animiranog filma potrebna je ideja ili narativni koncept, tehnika u kojoj će se film audiovizualizirati te interpretacija likovnog koncepta u pokretu (Marušić,2004:30). Marušić smatra da je sav vidni dio animacijske vještine proistekao iz likovnosti te ističe ovisnost kinematografske animacije o likovnim kategorijama kao što su crta, ploha, volumen, prostor i boja. To se najbolje očituje u figuri tijela najpoznatijeg filmskog animiranog lika Mickey Mousea čiji ga je animator dizajnirao oblo i okruglo; šesirić, oči, nos...) (2004:314-315). Ključna značajke koje također prevladavaju u animiranim filmovima su animizam i antropomorfizacija. Podrazumijevaju pridavanje ljudskih crta neljudskim bićima, bilo živim bilo neživim. Primjerice, lik psa odjenut će se u ljudsku odjeću, prednje šape nacrtat će mu se kao ruke te će stajati uspravno poput čovjeka(Turković,2012:106). Turković navodi da u stvaranju animiranog filma najznačajniju ulogu imaju animatori- ljudi koji dolaze iz likovnog područja s crtačkim iskustvom i sposobnostima (2012:22). Animator crta tisuće „nepomičnih“ crteža, snimanjem ih sliku po sliku prenese na filmsku vrpcu te je taj film onda moguće vrtjeti određenom dogovorenom brzinom. Zatim se ti crteži integriraju u pokret i tako „oživljavaju“(Marušić, 2004:23).

2.2 Povijest animiranog filma

Razvoj animiranog filma započinje u SAD-u početkom 20.stoljeća te se već tada počinju nazirati dva najudaljenija simbolička pola u razvoju animiranog filma. Na „ lijevom polu“ nalaze se prvi profesionalci animiranog filma: Winsor McCay, Norman McLaren i Alexandre Alexeieff dok se na „ desnom polu“ nalazi Walt Disney- najautentičnija povijesna osobnost animacije, kulture i medija dvadesetog stoljeća (Marušić,2004:42). Svjetskom razvoju animiranog filma značajno su pridonijele i razlike u Americi i Europi. Javlja se takozvana „umjetnička“ animacija koja se u Americi vrlo brzo pretvorila u komercijalnu. U Americi je animirani film predstavljao populističku umjetnost te su njegovi kriteriji bili zabava i podizanje gledanosti dok je producent u tome imao glavnu ulogu. U Europi, stvaraoci filma sebe su smatrali umjetnicima jer je animirani film tada imao artistsku komponentu. To je označilo jačanje kulta redatelja. (Marušić, 2004:45-47). Bitnim faktorom u razvoju animiranog filma smatra se razvoj fotografske tehnologije (stop kamere) kao i fenomen optičkih igračaka koji će stvoriti produkcijsku infrastrukturu filma i usavršiti ideju o integriranju nepomičnih sličica u vizualnu čaroliju.

Ključnim događajem u razvoju animacije smatra se prikaz četverominutnog animiranog filma *Fantasmagorie* 17. kolovoza 1908. Emila Cola koji se reproducirao na projicirajućom negativu

te se drži prvim pravim animiranim filmom, ističe Marušić (2004:48-53). Ključno ime nakon Emilea Colea za sveukupnu povijest animacije bio je Winsor Mc Cay čiji će film *The Sinking of the Lusitania* predstavljati prekretnicu u percepciji animacije jer nosi autentičan doživljaj poruke. U ovom razdoblju, svoj doprinos su dala i braća Fleisher svojim likovima mornara *Popaya* i njegove zaručnice *Olive* te lika *Betty Boop*. Popularnost animiranih filmova počinju širiti crtanim filmski junaci te je tako stvoren *Felix the Cat*, jedan od najpopularnijih crtanim filmskih junaka prije pojave *Mickey Mousea* (Marušić, 2004:56-59). Kraj ovog razdoblja obilježava pojava jednog od najvećih medijskih umjetnika dvadesetog stoljeća-Walt Disneya. Osnovavši tvrtku Walt Disney Company 1923., koja je danas jedna od najpoznatijih svjetskih korporacija za zabavu i produkciju crtanih filmova, Disney je svoj veliki uspjeh zagantirao je likom najpoznatijeg filmskog junaka – mišem *Mickey Mouseom*. Njime se priključio revoluciji zvučnog filma kao i likovima koji su ga pratili- *Donald the Duck*, *Pluto* i *Goffy*. Godine 1932.Walt Disney predstavlja svoj prvi film u boji *Cvijeće i drveće*. Revolucija u njegovoj karijeri doživljava vrhunac kada 1937. predstavlja *Snjeguljicu i sedam patuljaka*- prvi Disney cjelovečernji animirani film (Turković,1988:84). Nakon *Snjeguljice*, slijede *Pinocchio*, *Dumbo*, *Bambi*, *Cinderella*, *Alice in Wonderland*, *Petar Pan* i mnogi drugi. Uspjesi ovih cjelovečernih ostvarenja jedinstveni su fenomen u povijesti filma te se najpoznatijim smatra *Fantasia*- film koji kroz animaciju odaje počast klasičnoj glazbi (Marušić,2004:62-65). Prema Hrvatskoj enciklopediji (2013.) kao konkurencija Disneyu, od kraja 1930-ih afirmiraju se različiti studiji kao što su MGM, Warner Bross te studio Universal (T. Avery, Ch. Jones, te W. Lantz) koji su stvorili neke od najpoznatijih likova kao što su *Tom and Jerry*, *Kojot*, *Pink Panther*. Kroz povijest, Disney je stvorio maštovita i duhovita djela koristeći se primjerima basni, bajki, karikatura, američkih komedija i glazbenih filmova, koja su označila cijelu epohu u povijesti animiranog filma do početka 1950-ih. Nakon 1950.-ih uslijedila je »antidisneyevska« struja koju su predvodili N. McLaren i Zagrebačka škola crtanaog filma. (Hrvatska enciklopedija, 2013.) Prema Turkoviću, u 1990.-ima se razvija studijska proizvodnja cjelovečernih animiranih filmova prikazivanih u redovnoj distribuciji, kao i proizvodnja kompjutorske trodimenzionalne i dvodimenzionalne animacije (Filmski leksikon, 2003).

3. RODNI STEREOTIPI

Prema Hrvatskoj Enciklopediji (2013-2024) stereotipi se definiraju kao generalizacije o grupi ljudi te označuju pojednostavljene i pretjerano predstavljene osobine koje se pridodaju svim

pripadnicima neke društvene skupine. Stereotipi koji su danas najčešće zastupljeni u medijima, ali i ranom odgoju u ustanovama ranog odgoja ili obrazovanja su oni koji stavljaju naglasak na razlike između rodova. (Aronson, Akert, Wilson, 2021) Prema definiciji dokumenta o suzbijanju neravnopravnosti među spolovima „Strategiji za ravnopravnost spolova Vijeća Europe za razdoblje od 2018. do 2023.“ rodni stereotipi predstavljaju suštinski stvoreni društveni i kulturni obrasci ili predodžbe, prema kojima se ženama i muškarcima pripisuju osobine i uloge utvrđene i ograničene njihovim spolom. (Dujmović, 2020) Oni u velikoj mjeri potiču neravnopravnost među spolovima u društvu te iz tog razloga Strategija kao svoj prvi strateški cilj navodi sprečavanje i borbu protiv rodnih stereotipa i seksizma. Djevojčice su već u ranom djetinjstvu označene društvenom stigmom feminiziranosti, a dječaci maskuliniziranosti, jer su uronjeni u rodno obilježene prakse djelovanja od samog rođenja. Opasnost takve „uronjenosti“ i njene perpetuacije kroz život leži u ograničavanju obrazovnih i profesionalnih izbora muškaraca i žena (Pećnik, 2013:4 prema Lovell, 2000). Na temelju toga, rodni stereotipi potiču diskriminaciju, predrasude i seksističke stavove te se jedni od najpoznatijih stereotipa smatraju oni da pravi muškarci ne plaću te da je ženama isključivo mjesto u kuhinji. Na poticanje nastanka takvih rodnih stereotipa i njihova učvršćivanja u svijesti ljudi znatno utječu mediji pogotovo putem reklama ili televizijskih emisija. Ključno pitanje koje se postavlja je: „Kako nastaju te kako se razvijaju rodni stereotipi?“

3.1. Nastanak i razvoj rodnih stereotipa

Kroz povijest, na nastanak i razvoj rodnih stereotipa utjecali su duboko ukorijenjeni tradicionalni stavovi i predrasude društva o tome koju bi ulogu trebao „igrati“ muškarac, a koju žena. Prema Hrvatskoj enciklopediji, žene su se često nalazile u potlačenijem položaju nego muškarci te su smatrane intelektualno, moralno i duševno slabijima od muškaraca, zbog čega ih se uglavnom zadržavalo u privatnome području života (dom, obitelj) te isključivalo iz javnoga uskratim različitih oblika političkih i društvenih prava (glasovanje, obrazovanje, ekonomska neovisnost, tjelesna autonomija, skrbništvo nad djecom i dr.) (Hrvatska enciklopedija, 2013-2024)

Pojava feminizma i dobivanje prava glasa žena početkom 20. stoljeća utjecalo je na to da su žene uspjele postići razinu ravnopravnosti, iako u nekim tradicionalnim kulturama, poput civilizacije Bliskog istoka, stereotipi o njima i dalje postoje te na temelju toga što muškarci tamo i dalje imaju prevlast, moć i vlasništvo nad ženom. Prikazi takve neravnopravnosti u današnjem dobu još jače učvršćuju stereotipe o ženama kao podređenim članicama društva i obitelji te pridonose većem nasilju, govoru mržnje i seksističkim komentarima koji priječe

razvoj istinske ravnopravnosti među spolovima. Tradicionalni stereotipi koji također tome pridonose su oni koji prikazuju da su majčine uloge ostale vezane uz kućanske poslove: kuhanje, pranje, glačanje te odlazak dječjem liječniku ili na školske sastanke te nemogućnost razvoja interesa kod žena koji nisu vezani uz spomenuto, kako u privatnom tako i na poslovnom planu. Očeva zadaća pretežno je ostala samo politička aktivnost kao i uloga „glave obitelji“ i onoga tko „drži sva četiri kantuna kuće“ (Dujmović, 2020). Istraživanja o promjenama uloga muškarca i žena u prošlosti do danas pokazala su da je posljedica u različitoj količini i strukturi korištenja slobodnog vremena majke i oca, pa je tako majka u 90% slučajeva slobodno vrijeme koristila radeći za obitelj, dok ga je tek u 2% slučajeva koristila za sebe (odmor, zabava) (Novosel, 2017:55). Međutim, stereotipi o rodnim ulogama mogu se negativno odraziti i na muškarce zato što ih društvo percipira kao muževne i čvrste, a kada oni ne mogu ispuniti nametnuta društvena očekivanja to može dovesti do predrasuda i verbalnog zlostavljanja od strane drugih pripadnika društva. Stereotipi koji naglašavaju razlike među rodovima znatno se šire već u ranom odgoju, a kasnije i kroz medije, reklame i medijske poruke.

Prema Belamarić, prvi susreti koji djeca imaju s usvajanjem stereotipnih stavova o muškom i ženskom rodu često se događaju već u vrtićima gdje usvajaju i ponašanja koja su u skladu sa stereotipnim poimanjem muškog i ženskog spola. To se već može primijetiti kod djece mlađe predškolske dobi. Često se djevojčicama i dječacima pristupa na različite načine-kroz igru, biranjem različitih igračka za „nju“ i njega“, kategoriziranjem plave boje kao boje za dječake dok je roza boja namijenjena djevojčicama, kroz poruke u slikovnicama i animiranim filmovima. Animirani filmovi, slikovnice kao i poruke koje prenose igraju snažnu ulogu u održavanju postojećih stereotipa u društvu te služe kao agens socijalizacije (2009:14). Primjerice, u njima muški likovi uglavnom imaju specifično zanimanje, dok su ženski likovi prikazivani u ulogama supruga i majki. Stereotipizacija likova i slaba zastupljenost ženskih likova uči djecu od najranije dobi većem vrednovanju dječaka nego djevojčica (Kolega, Ramljak, Belamarić, 2011:26). Već predškolska djeca uviđaju razlike među zanimanjima i statusu zanimanja između muškaraca i žena (Liben, Bigler, Krogh, 2001, prema Belamarić i dr.) te daju veći status tzv. "muškim" zanimanjima i muškarcima, čak i kada obavljaju isti posao kao i žene. Na pitanje što bi želio/željela biti kada odrasteš, djeca često odgovaraju odgovorima koji su stereotipno vezani uz njihov spol te tako djevojčice biraju zanimanja poput frizerke, pjevačice, glumice, učiteljice dok dječaci više biraju zanimanja poput pilota, nogometaša, kapetana i slično (Skok, 2006 prema Belamarić i dr.).

„Putem igre i identifikacije sa stereotipnim likovima, u okruženju tradicionalne podjele uloga, krive poruke štetno mogu djelovati na razvoj ličnosti djeteta“, ističe Belamarić te navodi da rodni stereotipi oblikuju naše ponašanje prema djeci različitog spola, tako da ih svjesno ili nesvjesno usmjeravamo na konformiranje s postojećim normama. Rodni stereotipi duboko su ukorijenjeni u društvu unatoč promjenama koje su se dogodile proteklih nekoliko desetljeća te je zbog toga izuzetno važno osvijestiti načine na koje se rodne uloge nastavljaju reproducirati u društvu ranim usvajanjem u djetinjstvu, ističe Belamarić (2009:14). Ranim usvajanjem stereotipa u djetinjstvu također pridonose i mediji koji su presudan čimbenik u njihovom nastajanju kao i širenju kroz medijske poruke, posebno reklame. Opća je poznata činjenica da mediji čine reprezentaciju stvarnosti i utječu na naše poimanje svijeta (Belamarić, 2009:14).

Sever i suradnici (2018:82) ističu da reklame, filmovi, serije, časopisi, popularna glazba i crtani filmovi oblikuju svijest svih dobnih skupina izloženih sadržajima masovnih medija. Način na koji reklame prikazuju žene i muškarce ne može biti neutralan za gledatelje, posebno one najranjivije: djecu i mlade koji o tome što znači biti muškarac ili žena, muževan ili ženstven uče upravo putem medija (prema Labaš i Mihovilović, 2013:2). Reklame u medijima preplavljene su rodnim stereotipima te se u njima posebno očituje stereotipno prikazivanje žena i njihovih tijela kao seksualnih objekata, „potrošne robe“ i u podređenom položaju u odnosu na muškarce (Sever i dr. 83:2018). Gledatelji se nerijetko susreću s idealiziranim prikazima žene u oskudnim izdanjima u kojima su posebno istaknuti dijelovi ženskog tijela kao i promoviranjem takozvanog ideala ljepote i „savršenih tijela“, ženskih vitkih i mršavih, a muških mišićavih (Lubina, Klimpak, 218:2014). Sever i suradnici ističu kako se industrija ljepote masovno raširila da obuhvaća sve od odjeće do kirurških zahvata te se promovira s pomoću reklama, koje podržavaju i dodatno pojačavaju važnost kulta ljepote neizravno promičući vrijednosti koje su orijentirane isključivo na fizički izgled (85:2014). U reklamama koje promoviraju neravnopravnost i seksizam možemo uočiti dominaciju prikaza žena u ulozi majke i domaćice, a kod reklama namijenjenih djeci promociju igračaka vezanih uz rodna očekivanja- djevojčice se igraju s kućanskim aparatima, a dječaci s autićima. Medijska industrija time stvara stereotipe podsjećajući na uobičajenu sliku žene prenesene iz obiteljske sfere života te kako djevojčice društvo već od malih nogu priprema na ispunjavanje prirodnih i priželjkivanih rodni uloga o majčinstvu, brigu o kućanstvu i vlastitom vanjskom izgledu. Posljedično, medijske reprezentacije podupiru te društveno dominantne konstrukcije kao i idealizaciju izgleda, njegovanje kulta tijela i naglašavanje seksualnosti te ih postavljaju kao poželjan identitet. Takvim stalnim ponavljanjem zaokružuju i fiksiraju stereotipe kod koja u

velikoj većini nije niti svjesna kako ti sadržaji utječu na formiranje njezinih stavova i svjetonazora (Klimpak, Lubina, 2014:2017-2020).

4. RODNI STEREOTIPI U ANIMIRANIM FILMOVIMA

Spomenute značajke u razvijanju stereotipa putem medija i reklama također su u velikoj mjeri prisutne i naglašene u animiranim filmovima. U animiranim filmovima, nastanak i razvoj rodni stereotipa krije se upravo iza animiranih likova koji stereotipno prikazuju žene i muškarce. Žene su najčešće prikazane u ulogama žrtve, koje treba spasiti, dok se muški likovi nalaze u ulogama njihovih „spasitelja“. Zamka ovakvog utjecaja u najvećoj mjeri, obuhvaća upravo djecu u ranoj dobi jer oni nesvjesno upijaju sadržaj koji gledaju i poistovjećuju se s likovima, oni postaju njihovi idoli te to određuje njihova ponašanja, stavove i odgovore na okolinu.

4.1 Percepcija animiranih filmova kod djece

Američka neprofitna organizacija Common Sense Media 2017. godine provela je opsežnu analizu i istraživanje pod nazivom *Pogled na rod: Kako stereotipi u filmovima i na televiziji utječu na dječji razvoj*. Istraživanja su pokazala da mediji jačaju ideju da su muške osobine i ponašanja vrijedniji od ženskih osobina i ponašanja te su iz tog razloga u animiranim filmovima puno češće zastupljeni muški nego ženski likovi. Muški likovi prikazani su kao dominantne maskuline te ih se doživljava kao nezavisne, neemocionalne, pustolovne, agresivne, hrabre, poduzetne, moćne, nepristojne, ozbiljne i mudre dok su ženski likovi prikazani kao submisivne feminine doživljene kao praznovjerne, sentimentalne, sanjalačke, nježne, osjetljive, slabe, mekog srca, emocionalne, plašljive, ovisne, atraktivne i seksi (Sever, Kralj, 2019:8). Prikazi ženskih likova u medijima, koji naglašavaju seksualnost, dotjeranost, savršenost i oskudnost odjeće, stvaraju nerealne standarde ljepote i tijela koji utječu na percepciju djevojčica o vlastitom izgledu. U tom slučaju, djeca su previše izložena seksualiziranim prikazima žena i djevojaka u medijima, što može rezultirati stvaranjem nerealnih percepcija o izgledu i ponašanju. Primjerice, superpopularne vile Winx u velikoj su mjeri seksualizirane te autor Belamarić ističe činjenicu kako je uznemirujuće da se djevojčice od najranije dobi igraju identificirajući se s lutkama koje su napravljene po uzoru na seksualne fantazije muškaraca (2009:16).

Djeca kroz interakciju likova poimaju muško-ženske odnose te stvaraju predodžbu kako se ponašati u romantičnim vezama u odrasloj dobi. To jasno možemo vidjeti u primjerima Disneyevih animiranih filmovima čija radnja se najčešće odigrava po shemi: „princ će uvijek doći spasiti princezu i živjet će sretno do kraja života“. Autor Tonne navodi da oni predstavljaju snažne i održive poruke o društvenim odnosima, pogotovo očekivanja normi ponašanja povezanih s muškarcima i ženama (prema McKenzie, 2015). Iz tog razloga, nesvjesni utjecaj rodnih stereotipa prikazanih u Disneyevim filmovima kao i poruke koje se šalju djeci u vezi s njihovom rasom, dobi, seksualnom orijentacijom i spolom, mogu utjecati na djetetovo usvajanje rodnog identiteta i uloga (2020:2-3). Zaključak istraživanja prikazuje da je češće gledanje sadržaja s prikazanim rodnim ulogama povezano s čvršćim uvjerenjima o tome što muškarci i žene rade, kako se ponašaju i što „oni“ u stvarnosti jesu. (Dokler, 2018) Kroz animirane filmove djeca uče i spoznaju svijet, te oni za njih predstavljaju vrstu zabave, pogotovo kod djece rane i predškolske dobi. Međutim, njihovo značenje i utjecaj su puno dublji.

Gledajući animirane filmove, djeca se identificiraju s likovima i kroz igru „filtriraju“ svoje osjećaje, strahove, uče se nositi sa stresnim situacijama, agresivnošću te se oslobađaju napetosti. Takav pristup doživljavanja svijeta omogućuje im igra po modelu. U igrama po modelu, djeca se najčešće pretvaraju, oponašaju i zamišljaju da su netko drugi uživljavajući se u različite uloge. Najčešće biraju one uloge likova koji su „dobri“, snažni, nadmoćni te kada se poistovjećuju s njima i samo postaju takvi. Primjerice, djetetov uzor je lik Spidermana koji se bori protiv zločina te dijete nesvjesno želi kopirati te karakteristike spoznajući razlike između dobrog i lošeg. Međutim, kada se dijete poistovjećuje s likovima koji su „zločesti“, slabiji, neprihvaćeni, ono se tako oslobađa svojih strahova te traži način kako da se nosi sa svojim osjećajima. Djeca kroz takav način igre uče kako bolje upoznati sebe, druge, suosjećati i vjerovati te izgrađuju međusobno povjerenje, samopoštovanje i samopouzdanje. Autorica Ščurić i suradnici ističu da prema mišljenjima psihologa, djecu do osam godina starosti štiti njihova sposobnost zamišljanja situacije, ona još nisu sposobna u svojoj mašti proizvesti sliku onoga o čemu slušaju ili gledaju pa tako sadržaje koji sadržavaju loše stvari prihvaćaju drugačije nego odrasli. Primjerice, lik princeze Snjeguljice mora u šumi ubiti lovac i iako se to čini brutalnim sadržajem za malu djecu, izostavljanje tih dijelova dovelo bi do osiromašenja samog konteksta priče, a djeca ne bi mogla spoznati prave vrijednosti. Zaključuju da se strah mora pojaviti u svima nama, u ovim slučajevima djeci se pokazuje da se s problemom može živjeti i savladati ga (1999:33-34). Istraživanje koje je provedeno u dječjem vrtiću Zipkica u

Zaboku pokazalo je da djeca jasličke dobi gledaju intelektualno manje zahtjevne crtiće poput Pingu, Hugo, Bubimira, Popaja koje gledaju jedan do dva puta dnevno te kroz njih uče neke osnovne životne radnje i vrijednosti. U starijoj vrtičkoj skupini, djeca gledaju dugometražne crtiće poput Batmana, Letećih medvjedića, Zekoslava Mrkve te u velikoj većini kod kuće gledaju program Cartoon Network u neograničenom vremenu te se počinju više identificirati s likovima (slika 1)

**Anketa o crtanim filmovima provedena u DV
Zipkica u Zaboku**

Razgovor je proveden sa svakim djetetom posebno, bilo ih je 56.
U starijoj jasličkoj grupi bilo je potrebno imenovati crtiće.

<u>CRTIĆ</u>	<u>GRUPA</u>	<u>broj djece</u>
STARIJA JASLIČKA GRUPA LAJBEKI (3 - 4 godine, 18 djece)		
TOM & JERRY	starija jaslička LAJBEKI (3-4 g.)	12
	mlađa vrtička KIKIĆI (4-5 g.)	11
	starija vrtička ZEČIĆ (6-7 g.)	19
BATMAN	LAJBEKI	5
	KIKIĆI	8
	ZEČIĆ	5
POPAJ	LAJBEKI	4
	ZEČIĆ	5
PTICA TRKAČICA	LAJBEKI	3
BUBIMIR	LAJBEKI	3
	ZEČIĆ	2
ŠTRUMFOVI	LAJBEKI	3
	KIKIĆI	6
PINGU	LAJBEKI	2
HUGO	LAJBEKI	12
	KIKIĆI	7
	ZEČIĆ	13
SKUBIDU	KIKIĆI	5
	ZEČIĆ	3
101 DALMATINER	KIKIĆI	3
LETEĆI MEDVJEDIĆI	ZEČIĆ	4
MEDVJEDIĆI DOBRA SRCA	ZEČIĆ	3
ZEKOSLAV MRKVA	ZEČIĆ	3
LOLEK I BOLEK	ZEČIĆ	3

Slika 1. Tablica istraživanja gledanosti crtića u dječjem vrtiću Zipkica

4.2 Uloga animiranih filmova u razvoju rodni stereotipa

Prema autorima Arnold, Seidl i Deloney, animirani filmovi jedne od najpopularnijih američkih masovnih medijskih institucija, Disneya imaju jak temelj u stvaranju rodni stereotipa kroz najpoznatije dječje likove, posebno princeze koje djevojčice vide kao model ponašanja. Zato je nužno razmotriti stereotipne prikaze likova koji imaju važnu ulogu u dječjem svijetu u kontekstu odgoja vrijednosti (Eren, 2023:51). Rodne uloge muškarca i žena u Disneyevim filmovima vrlo su istaknute te se najznačajnija promjena zadnjih nekoliko godina dogodila u prikazivanju ženskih likova; od prikazivanja djevojke u nevolji do neovisnih i hrabrih žena. Disneyev prvi lik princeze Snjeguljice pokreće trend stereotipnog prikaza žene u ulozi domaćice koja se oslanja na svog princa da će doći i spasiti je. Ona je pravi primjer društvenog

očekivanja od žena; mlada, ljupka, savršene kože i puti, majčinska figura koja obavlja kućanske poslove za sedam patuljaka te ih sluša i udovoljava im čak i kad nisu kod kuće. Nakon Snjeguljice, slijedi lik Pepeljuge, sluškinje iz bogate obitelji koja se čini da uživa u kuhinjskim poslovima tako usrećujući svoju maćehu i polusestre, a zapravo sanja o boljem životu. Ona je tipični prikaz djevojke u nevolji koju samo princ može spasiti iz prisilnog ropstva njene kuće tako da se izvuče udajom za njega te tako Pepeljuga utjelovljuje društveni prikaz žena koje idealiziraju brak kao svoj jedini izlaz i svojom ulogom smatraju brigu za muža. Nakon Snjeguljice i Pepeljuge, slijedi Trnoružica čiji lik također šalje poruku kako je samo princ može izbaviti iz prokletstva ljubavnim poljupcem. Stereotipi koji su ojačani kroz ova tri animirana filma stvaraju predodžbu o idealiziranim ženama čija je ljepota njihova glavna karakteristika te su predstavljene kao krhke, slabe i nesposobne persone koje trebaju nekoga tko će doći i pobrinuti se za njih umjesto da se pobrinu za sebe (McKenzie, 2015).

Većina Disneyevih filmova predstavlja drugačiji društveni položaj žena u odnosu na muškarce te naglašava razlike među spolovima karakterizirajući muške likove na način da u svakom trenutku trebaju biti snažni i jaki, moćni, snalažljivi, rješavati probleme, ne pokazivati svoje emocije, a ako ih i iskazuju to će učiniti na fizički ili nasilan način umjesto emocionalan, te da budu u dominantnijem, često agresivnom položaju naspram žena. Primjeri takvih stereotipa u Disneyevim filmovima su likovi *Herkulesa* i *Petra Pana* prikazani s inteligentnim i snalažljivim karakteristikama kojima pobjeđuju svoje protivnike (lik kapetana Kuke nosi veliku željeznu kuku umjesto jedne ruke, koju mu je odrezao *Petar Pan*), lik *Zvijeri* u *Ljepotici i Zvijer* prikaz je agresivnog muškog ponašanja u scenama kada grabi princezu *Belle* pokušavajući je tako učiniti svojom ženom. Brojna muška očekivanja naglašena su u Disneyevim filmovima, a jedno od njih je to da će muškarac koji izražava manje emocija biti smatran muževnijim u odnosu na muškarca koji će biti promatran kao "mekan" ili slab ako izražava više emocija. Još jedan način stereotipnog prikazivanja likova je taj da su muški i ženski likovi s prekomjernom težinom smatrani tromima, neugodnima, nespretnima i neuspješnima kao i onima koje bi se uposlilo da odrađuju manje bitne poslove; dobroćudne i bezopasne naivce, vesele i oduševljenje svime koji bi se smješkali bez nekog posebnog razloga poput patuljka *Glupka* iz Snjeguljice (Marmion, 2023:25). To je također dokazano kroz Disneyev film *Pepeljuga*. Jedan od likova miševa u filmu klonuo je u majici premale veličine i vidi se kako ne razmišlja svojom glavom dok ga mačka hvata u zamku jer je hipnotiziran komadićem sira dok su likovi Pepeljuginih polusestara prikazani kao neprivlačni i neugodni zbog njihova izgleda (Arnold i suradnici, 2020:3-8).

S dolaskom kulturnih promjena kao što je feministički pokret, počeo se mijenjati položaj žena kao i društveni pogled na rodne uloge te je tako i Disney počeo unositi promjene u svoje filmove. Od 1989. do 2010. godine nastupa ambiciozno i buntovno doba te tako princeze od idealnih djevojaka u nevolji koje trebaju princa da ih spasi postaju glavne protagonistice koje žele biti oslobođene društvenih okova i očekivanja, u potrazi su za vlastitom slobodom i ulogom, ali ipak dobivaju neku vrstu svog „sretnog završetka“ (McKenzie, 2015:16-17 prema Garabedian, 2014). Prikaze takvih stereotipnih likova princeza možemo vidjeti u Disneyevim crtanim filmovima novog doba kao što su *Mala Sirena*, *Mulan*, *Merida Hrabra*, *Frozen* i *Rapunzel*. Sljedeći ženski pokret, lik princeze *Ariel* iz *Male Sirene* pokrenuo je trend da djevojke izađu izvan okvira dizajniranog za tipičnu princezu i stvore novi uzor mladim djevojkama. Ona je bila prva Disneyeva princeza buntovnica koje se nije pokoravala autoritetu, željela je biti svoja i drugačija od ostalih te je išla za vlastitim željama i snovima iako se na kraju njezina priča oslanja na potrebu za princem. Njen lik bio je velika promjena za Disney i njihove prethodne primjere žena protagonistica u svojim filmovima te označava početak nove ere za Disney i model za Disneyjeve princeze koje će uslijediti. Iza nje slijedi *Mulan*, koja ruši stereotipni prikaz princeze tako da se prurušava u muškarca i ulazi u borbu, hrabra je, samostalna i odlučna, pronalazi svoj osjećaj vrijednosti i identiteta tako što izlazi iz okova onoga što joj je njena kultura govorila da jest te joj nije potreban muškarac da je spasi. Nakon *Mulan*, Disneyevi likovi kao što su princeza *Elza*, *Merida Hrabra* i *Rapunzel* prikazuju jačanje ženskih rodni uloga, postaju nezavisne i slobodne, snažne i jake volje, spašavaju same sebe uz herojsku žrtvu, pokazuju da njihova sreća ne mora ovisiti o muškarcu ili udaji te da je njihova vrijednost veća od toga. Izlaze iz stereotipa jer odbijaju biti bilo što osim svoje autentične sebe, divlje i slobodne, slijede vlastitu sudbinu i traže je umjesto da čekaju da se ona dogodi. Također, ovi likovi naglašavaju važnost i razvoj osobnog rasta, spoznaju o sebi kao i važnost obiteljskih i prijateljskih odnosa umjesto ljubavnih. Disneyevi filmovi kao što su *Frozen* u kojem su glavne protagonistice dva ženska lika i *Merida Hrabra* pokazuju koliko je daleko došao Disney u mijenjaju svojih ženskih likova kao i to koliko je „razbio“ stereotipne etikete, društvena očekivanja od muškaraca i žena i rodna ograničenja koje je ranije stvarao.

Danas, Disney pokazuje svojoj publici da muškarci mogu biti ranjivi, da žene mogu kontrolirati svoje živote, da ne trebaju muškarca da ih spasi niti da budu potpune i sretne te da kroz poteškoće mogu shvatiti važne životne lekcije i što ih uistinu čini sretnima. Na taj način, Disney stvara drugačiju perspektivu o rodni ulogama u umovima djece na koje ima značajan utjecaj stvarajući uzore i likove u koje se oni „zaljubljuju“ i pokušavaju kopirati (McKenzie, 2015:20-

25). Autori Sever i Kralj proveli su istraživanje najgledanijih animiranih filmova akcijskog žanra od 2007. do 2016. godine te su se služili metodom analize sadržaja glavnih muških, ženskih i sporednih uloga u odgovorima na istraživačka pitanja. Ona su se bavila pitanjima postoji li (ne) razmjera između broja muških i ženskih akcijskih likova, jesu li ženski likovi u akcijskim filmovima nositelji radnje, kakve su tjelesne karakteristike ženskih likova u odnosu na muške, jesu li ženski likovi u akcijskim filmovima aktivni ili pasivni, tj. spašavaju li ili su spašavani, gledaju li ili su objekt gledanja, pokazuju li ženski likovi osjećaje češće od muških likova, imaju li ženski likovi ostvarenu poslovnu karijeru ili važan društveni položaj? (2019:17). Filmovi koji su odabrani u svrhu ovog istraživanja i čije se likove analiziralo odabrani su po kriterijima njihove gledanosti i uspješnosti u smislu novčanih prihoda te prihvaćenosti i dosega među publikom na svjetskoj razini, a to su: *Pirati s Kariba: Na kraju svijeta* (2007), *Vitez Tame* (2008) *Avatar* (2009), *Početak* (2010), *Transformeri: Tamna strana Mjeseca* (2011), *Osvetnici* (2012), *Iron Man 3* (2013), *Transformeri: Doba izumiranja* (2014), *Ratovi zvijezda: Sila se budi* (2015), *Kapetan Amerika: Građanski rat* (2016) Cilj istraživanja bio je ustanoviti kakva je moderna junakinja 21. stoljeća i je li ona određena rodnim stereotipima kao što su dob, fizički izgled, zaposlenje, iskazivanje osjećaja te je li došlo do nekih značajnih promjena u njenom prikazivanju proteklih godina. Glavna hipoteza istraživanja glasila je: „Protagonistice najgledanijih holivudskih akcijskih filmova u proteklih deset godina odražavaju rodne stereotipe.“ Prema Sever i Kraljev rezultati istraživanja su pokazali da od 86 analiziranih sporednih i glavnih likova muškarci čine većinu od 60 likova (69,77%) dok je ženskih likova 26 (30,23 %) (2019,19-20). Od analiziranih muških i ženskih likova, njih 17 ima karakteristiku glavnog lika, od čega su samo dvije žene protagonistice radnje. Što se tiče fizičkog izgleda muškaraca i žena, u analizi muških likova njih 25 od 60 je atletski i mišićavo građeno. Međutim, stopa razodjevenih ženskih likova varira te je žena koje su prikazane oskudnije odjevene u istraživanju 6 od 26, a muškaraca 6 od 60. Istraživačko pitanje koje se bavi time jesu li žene češće spašavane (11 od 26) ili pak spašavaju (10 od 26) pokazalo je da je za jedan lik razlike prevagnulo to da su žene spašene od strane muškaraca, ali i da u velikoj mjeri spašavaju i budu spašene od strane drugih žena. Što se tiče analize muških i ženskih iskazivanja osjećaja u filmovima, ženski likovi pokazuju više osjećaja (njih 18 od 26 ili 69,23 %) od muških (njih 28 od 60 ili 46,67 %). Međutim, broj muških heroja koji pokazuju osjećaje u zadnje tri godine postupno raste te dolazi do trenda porasta pokazivanja emocija kod muških likova. Broj junakinja s ostvarenom poslovnom karijerom ili onih s jasnim društvenim položajem pokazao je da se od ženskih likova njih 22 od 26 pokazalo samostalnim, 12 od 26

ima jednu ili više karakteristika vođe, a 24 analizirane junakinje izjašnjavaju svoje želje i stavove.

Zaključak istraživanja odgovorio je na pitanje kakva je akcijska junakinja 21.stoljeća te se može zaključiti da se pojavljuje rjeđe od muških likova, većinom je sporedan lik osim u nekim slučajevima kada se pojavljuje kao protagonistica koja ispunjava svoje želje i ambicije. Također, ovo istraživanje potvrdilo je da najgledaniji akcijski filmovi između 2007. i 2016. godine obiluju rodnim stereotipima koji su putem niza istraživačkih pitanja metodom analize sadržaja i potvrđena, iako ne u svim segmentima poput profesionalnog života ženskih likova ili iskazivanja emocija kod muških likova. Međutim, podaci dobiveni u ovom istraživanju i dalje upućuju na podčinjenost žena u filmskoj industriji; ženski su likovi rijetko u glavnim ulogama, podzastupljeni su kao pokretači radnje te su njihova tijela još uvijek prikazana kao objekt muške žudnje (Sever, Kralj, 2019:17-25).

5. ULOGA RODITELJA U PREVENCIJI RODNIH STEREOTIPA

„Dijete odrasta od najranije dobi uz medije, te je njegovo djetinjstvo „medijsko“, ističe autor Mikić (2004. prema Sindik, 2012:7). Djeca primarno roditelje vide kao model ponašanja, sekundarno uče kroz društvenu okolinu poput ostatka obitelji, vrtića, škole te na kraju značajan doprinos razumijevanju dječjeg poimanja svijeta imaju danas mediji općenito, to jest njihovi sadržaji kojima su djeca izložena. Sadržaj kojim su djeca najviše izložena su animirani filmovi koji često i nenamjerno znaju pridonositi prenošenju, stvaranju i održavanju rodnih stereotipa. Iako su oni samo sredstvo zabave u dječjim očima, prema izvještaju iz 2017. godine neprofitne organizacije *Common Sense Media* o utjecajima rodnih stereotipa u filmovima i na televiziji na dječji razvoj, animirani filmovi i dalje uporno prenose djeci poruke što kultura očekuje od djevojčica i dječaka te to utječe na njihov izbor karijere, odnosa i osjećaj osobne vrijednosti. (Dokler, 2018) Mnogi roditelji pokušavaju djecu zaštititi od svih potencijalno negativnih medijskih utjecaja. Međutim, to nije u potpunosti moguće te roditelji moraju postati svjesniji da su oni djeci uzor; kako oni rabe medije, kako svojim primjerom uče o rodnoj jednakosti, govore protiv stereotipa i propitkuju zastarjele stavove, djeca će učiti od njih. U dobi od dvije do šest godina, djeca počinju postajati svjesna svog rodnog identiteta i često se u igrama izražavaju stereotipno, poput djevojčica koje "čiste kuhinju" ili dječaka koji "kose travu". Važno je da u toj dobi dobiju konkretne informacije i objašnjenja o aktivnostima, osobinama, igračkama i vještinama povezanim s muškim i ženskim spolom. (Knorr, 2017) To se može postići time da se djeci naglašavaju i daju primjeri likova iz animiranih filmova ili osoba iz

stvarnog života koji pokazuju da se kao muškarac i žena mogu ostvariti na više načina i biti što god pozele. Također, savjetuje se da djeca u ustanovama za rani i predškolski odgoj i obrazovanje ili s obitelji gledaju sadržaje i emisije koje nisu „samo ružičaste“ ili „samo plave“ te da se pred njima na pozitivan način komentira kako su dječaci i djevojčice jednako vrijedni. U dobi od 7 do 10 godina, djeca postaju svjesna određenih karakteristika koje se pripisuju muškarcima i ženama. Počinju povezivati specifična zanimanja i uspjehe s rodom te se odvajaju na temelju spola; dječaci se žele igrati s dječacima, a djevojčice s djevojčicama. Roditelji im i dalje određuju koje će sadržaje gledati te iako poštuju njihovo stajalište, djeca te dobi počinju više izražavati želju da biraju što će gledati. U ovom slučaju gdje djeca počinju polako sama određivati što žele gledati, roditelji bi trebali znati prepoznati likove koji prkose rodnim stereotipima te djeci skrenuti pažnju na to da je primjerice u redu pokazati kad si tužan, da dječacima ne bi trebalo biti neugodno plakati i da djevojčice mogu biti ljutite. Preporučuje se da roditelji potraže filmove i serije u kojima su likovi prikazani nestereotipno; u kojima su ženski likovi prikazani s realističnim tijelima, a muški likovi neagresivno. Od velike je važnosti da roditelji pohvale likove zbog onoga što jesu, njihov karakter i osobnost u odnosu na to kako izgledaju. (Knorr, 2017)

Prema *Common Sense Media*, bitno je da roditelji osvijeste svoje medijske navike, da biraju kvalitetne medijske sadržaje koji odražavaju njihove vrijednosti, razgovaraju o rodnoj jednakosti, u skladu s dobi djeteta i razvojnom fazom u kojoj se nalazi. Da bi se to postiglo, roditelji moraju biti medijski pismeni te sa svojom djecom gledati animirane filmove i komentirati kako su dječaci i djevojčice prikazani u njima te davati konstruktivne kritike koje se bave stereotipima i suprotstavljaju im se. Zaključno, to je jedini način da se djecu do određene mjere zaštiti od stvaranja rodnih stereotipa od najranije dobi (Dokler, 2018).

6. ZAKLJUČAK

Ovaj rad prikazuje i analizira razvoj rodnih stereotipa u animiranim filmovima kao složen fenomen koji se preslikava na svijet izvan ekrana, posebno na najmlađe generacije koje su najveća publika animiranih filmovima. Od ranih dana Walt Disneya čiji su filmovi poput *Snjeguljice*, *Pepeljuge* i *Trnoružice* utemeljili tradicionalne rodne uloge do suvremenih produkcija filmova u kojima su muški i ženski likovi postupno dobivali rodnu jednakost i karakteristike koje im ispočetka nisu bile društveno određene, poput toga da muški likovi mogu

biti ranjivi i nesigurni u sebe, a ženski likovi hrabri i samostalni. Takvi primjeri ženskih likova očituju se kroz princeze *Mulan* i *Else* iz *Frozena* te su one prikazi evolucijskog pomaka u prikazivanju rodnih uloga i identiteta. To igra ključnu ulogu u dječjem shvaćanju svijeta jer kroz svoje omiljene likove uče kako prevladati društvene norme koje su im nametnute, posebno kad je riječ o djevojčicama koje su već u najranijoj dobi izložene ideji da budu pasivne i ovisne o muškarcima za brigu o sebi. Iz tog razloga, animirani filmovi služe kao agensi socijalnih promjena i društvenih percepcija koja bi trebala biti uloga žene, a koja muškarca te nastoje poticati duboke društvene promjene i borbu za ravnopravnost spolova. U konačnici, rodne stereotipe u animiranim filmovima nikada neće biti sasvim moguće iskorijeniti, ali moderni animirani filmovi sve više teže ka njihovom razbijanju prikazujući raznovrsne likove s individualnim sposobnostima i osobinama, nezavisno od spola. To je važno jer su rodni stereotipi duboko utkani u naše društvo, imaju širok spektar utjecaja na pojedince i zajednicu doprinoseći održavanju postojećih struktura moći i neravnoteže ograničavanjem mogućnosti pojedinca u područjima kao što su obrazovanje, zapošljavanje, politika itd. Novom erom animiranih filmovima nastoji se djeci, a i roditeljima koji bi trebali gledati na svijet malo više dječjim očima predočiti društvo koje cijeni i poštuje različitosti te pruža svakome jednake mogućnosti bez obzira na spol. Uloga roditelja je osvijestiti djeci prikaze rodnih stereotipa u animiranim filmovima te će to postići tako da i oni sami budu medijski pismeniji i osvijeste svoje medijske navike. Preporučuje se da zajedno sa svojom djecom komentiraju sadržaj koji gledaju u skladu s djetetovom dobi i daju djetetu pozitivnu povratnu informaciju svojim ponašanjem i komentarima o suzbijanju rodnih stereotipa.

LITERATURA

Animirani film. Filmski leksikon (2003), mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2024. Dostupno na: <https://film.lzmk.hr/clanak/animirani-film>
Pristupljeno: 15.4.2024

Animirani film. Hrvatska enciklopedija (2013-2024), mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/animirani-film>
Pristupljeno: 16.4.2024.

- Arnold, L., Seidl, M. and Deloney, A. (n.d.). *Hegemony, Gender Stereotypes and Disney: A Content Analysis of Frozen and Snow White*. [online] Dostupno na: <https://www.csp.edu/wp-content/uploads/2020/04/Disney-Content-Analysis.pdf>.
- Barber, M. (2015). *Disney's Female Gender Roles: The Change of Modern Culture Item Type Thesis*. [online] Dostupno na: https://scholars.indstate.edu/bitstream/handle/10484/12132/Barber_McKenzie_2015_HT.pdf?isAllowed=y&sequence=1.
- Belamarić, J. (2009). 'Ružičasto i plavo - Rodno osviješten odgoj u vrtiću', *Dijete, vrtić, obitelj*, 15(58), str. 14-17. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/128501> Pristupljeno:15.04.2024.
- Blažević, N. (2012). 'Djeca i mediji – odgoj na »televizijski« način', *Nova prisutnost*, X(3), str. 479-493. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/93178> Pristupljeno:15.04.2024.
- Disney, Walt. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/disney-walt>. Pristupljeno:16.4.2024.
- Dokler, A. (2017). *Kako rodni stereotipi u filmovima i na televiziji utječu na dječji razvoj - Medijska pismenost*. [online] Medijska pismenost. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/kako-stereotipi-u-filmovima-i-na-televiziji-utjecu-na-djecji-razvoj/> Pristupljeno:16.3.2024.
- Dokler, A. (2018). *Zaštite djecu od negativnih utjecaja rodni stereotipa u medijima - Medijska pismenost*. [online] Medijska pismenost. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/zastitite-djecu-od-negativnih-utjecaja-rodni-stereotipa-u-medijima/> Pristupljeno:16.3.2024.
- Dujmović, A. (2020). *Što su rodni stereotipi i kako utječu na stvarnu ravnopravnost žena i muškaraca? - Žene i mediji*. [online] www.zeneimediji.hr. Dostupno na: <https://www.zeneimediji.hr/sto-su-rodni-stereotipi-i-kako-utjecu-na-stvarnu-ravnopravnost-zena-i-muskaraca/> Pristupljeno:16.3.2024.
- Eduktorij-admin-api.carnet.hr. (n.d.). *Hrvatski jezik 5 - 6.4 Objašnjavamo obilježja igranog i animiranog filma*. [online] Dostupno na: https://eduktorij-admin-api.carnet.hr/storage/extracted/df4dc771-5c46-4a4f-8328-5c1f35aed47f/html/692_objasnjavamo_obiljezja_igranog_i_animiranog_filma.html Pristupljeno:6.3.2024.

- Feminizam. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/feminizam>
Pristupljeno:16.4.2024.
- Knorr, C. (2017). *Gender Stereotypes Are Messing with Your Kid* | *Common Sense Media*.
[online] www.common sense media.org. Dostupno na:
<https://www.common sense media.org/articles/gender-stereotypes-are-messing-with-your-kid>.
Pristupljeno:1.4.2024.
- Kolega, M., Ramljak, O., i Belamarić, J. (2011). 'ŠTO ĆU BITI KAD ODRASTEM? Analiza zanimanja u dječjim slikovnicama', *Magistra Iadertina*, 6.(1.), str. 25-35. Dostupno na:
<https://hrcak.srce.hr/87326> Pristupljeno:15.04.2024.
- Leinert Novosel, S. (1998). 'Promjena društvenog položaja žena u razdoblju tranzicije', *Politička misao*, 35(1), str. 152-168. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/33570>
Pristupljeno:15.04.2024.
- Leinert Novosel, S. (2018). 'Društveni položaj žena u Republici Hrvatskoj: žena i obitelj (1999.–2016.)', *Politička misao*, 55(1), str. 53-72. Dostupno na:
<https://doi.org/10.20901/pm.55.1.04> Pristupljeno:20.4.2024.
- Lubina, T., i Brkić Klmpak, I. (2014). 'RODNI STEREOTIPI: OBJEKTIVIZACIJA ŽENSKOG LIKA U MEDIJIMA', *Pravni vjesnik*, 30(2), str. 231-232. Dostupno na:
<https://hrcak.srce.hr/130938> Pristupljeno:15.04.2024.
- Marmion, J.F. (ur.) (2023.) *Psihologija gluposti*, prev. M. Andal, Zagreb: Stilus knjiga
- Marušić, J. (2004.) *Alkemija hrvatskog filma*, Zagreb: Meander.
- Mikić, K. (2001.) *Film u nastavi medijske kulture*, Zagreb: Educa
- Özdemir Eren, N.H. (2023). *Stereotype Characters of Disney World within The Context of Values Education*. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 10(1), pp.49–60. Dostupno na: <https://doi.org/10.52380/ijpes.2023.10.1.827>.
- Pećnik, L., i Sindik, J. (2013). 'Neki aspekti psihološke antropologije žene', *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 4(2), str. 99-105 Dostupno na:
<https://hrcak.srce.hr/113510> Pristupljeno:15.04.2024.

- Sever Globan, I., i Kralj, A. (2019). 'Akcijske filmske junakinje na početku novog tisućljeća', Nova prisutnost, XVII(1), str. 5-27. Dostupno na: <https://doi.org/10.31192/np.17.1.1>
- Sever Globan, I., Plenković, M., i Varga, V. (2018). 'REKLAME I RODNI STEREOTIPI: VAŽNOST MEDIJSKE PISMENOSTI', Media, culture and public relations, 9(1-2), str. 81-94. Dostupno na: <https://doi.org/10.32914/mcpr.9.1-2.6>
- Sindik, J. (2012). 'Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?', Medijska istraživanja, 18(1), str. 5-33 Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/85379>
Pristupljeno:15.04.2024.
- Srček, M. (2021). *Stereotipi, predrasude, diskriminacija*. [online] Zavod za javno zdravstvo Zagrebačke županije. Dostupno na: <https://www.zzjz-zz.hr/stereotipi-predrasude-diskriminacija/> Pristupljeno:16.3.2024.
- Stereotip. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Dostupno na: <https://enciklopedija.hr/clanak/stereotip>
Pristupljeno:16.4.2024
- Šćuric, K., et al. (1999). 'Utjecaj animiranih filmova na djecu', Dijete, vrtić, obitelj, 5(17), str. 33-34. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/183961>
- Štimac Radin, H. (n.d.). STRATEGIJA ZA RAVNOPRAVNOST SPOLOVA VIJEĆA EUROPE OD 2018. DO 2023. [online]Dostupno na: <https://ravnopravnost.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Biblioteka%20ONA/Strategija%20za%20ravnopravnost%20spolova%20VE%202018-2023.pdf>
Pristupljeno:16.3.2024.
- Turković, H. (1988.) *Razumijevanje filma: ogledi iz teorije filma*, Zagreb: Grafički zavod Hrvatske
- Turković, H. (2012.) *Život izmišljotina: ogledi o animiranom filmu*, Zagreb: Hrvatski filmski savez

POPIS SLIKA

Slika 1. Tablica istraživanja gledanosti crtića u dječjem vrtiću Zipkica.....	15
---	----