

# Rodni stereotipi u crtanim filmovima Volta Diznija

Marijana Matović<sup>1</sup>

Fakultet političih nauka, Univerzitet u Beogradu

UDC 316.614.5 : 791.228 : 316.647.8

***Rezime:** Dizni korporacija jedna je od najvećih medijskih korporacija koja kreira dečiju kulturu širom sveta. Ona slikama nevinosti, magije i zabave, mladom naraštaju prenosi poruke i značenja, socijalizuje ih u vrednostima koje podržavaju odnose moći u društvu, a koje treba prihvatiti "zdravo za gotovo". Dizni to čini kroz svoje crtane filmove, filmove za decu i porodične filmove uz podršku visoko razvijenih marketinških tehnika stvarajući atmosferu u kojoj deca odrastaju, i na nju se privikavaju. Ovaj tekst se bavi analizom rodni stereotipa i vrednosti koji se najčešće pojavljuju u crtanim filmovima Volta Diznija. Analizirano je deset crtanih filmova u kojima postoje princeze i prinčevi. Rodne uloge su od prvog Diznijevog dugometražnog filma "Snežana i sedam patuljaka" menjale formu, ali je suština uvek ostajala ista. Posledica toga je socijalizacija dece u rodni 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.*

***Ključne reči:** stereotipi, rodni stereotipi, dizni, crtani filmovi, deca*

---

<sup>1</sup> Autorka je master studentkinja komunikologije na Fakultetu političkih nauka u Beogradu. Kontakt sa autorkom: marijana.matovic@gmail.com

## Zašto stereotipi

*“Stereotipi su uređena, manje-više konzistentna slika sveta, kojoj su prilagođene naše navike, naši ukusi, naše sposobnosti, naše radosti, naše nade. Oni možda nisu potpuna slika sveta, ali su slika nekog mogućeg sveta na na koji smo adaptirani...”*

*U tom svetu ljudi i stvari imaju sasvim određena mesta i postupaju na određeni način.“*

*Volter Lipman (1995: 76)*

Predstavljajući nam čaroban svet slika, magije, lepote, borbe dobra i zla... šta nam zapravo Diznijeve interpretacije bajki poručuju? Šta je to što se deci nudi da prihvate kao podrazumevajuće? Da li lepota glavnih ženskih i muških likova predstavlja samo to, lepotu po sebi, ili ona kazuje nešto u relaciji sa drugim stvarima koje se predstavljaju? Šta Diznijevi crtani filmovi, ustvari, poručuju deci? Da li njihova bajkovitost daje alibi takvom predstavljanju, imajući u vidu da su namenjena deci? I na kraju, hoćemo li srušiti dečiji svet mašte budemo li se trudili da kritički čitamo one bajke i čarobne svetove, u koje smo odlazili kada smo i sami bili deca?

Termin “stereotip” nastao je od Grčkih reči *στερεός* (*stereos*) “čvrst, kompaktn, stabilan” + *τύπος* (*tipos*) “kalup, tip”. Termin je u svom modernom značenju prvi upotrebio Volter Lipman u svoj knjizi *Javno mnjenje*, iz 1922. godine, i objasnio ga kao “slike u našim glavama”. Psiholozi i sociolozi smatraju da su mentalne kategorizacije i generalizacije ljudima neophodne i da su nezaobilazne u procesu saznavanja sveta oko nas. U tom smislu, stereotipi predstavljaju jednu vrstu simplifikacije, pojednostavljenja u kojima se svi članovi klase ili tipa definišu pomoću jednostavno prepoznatljivog seta karakteristika. Međutim, ovaj termin uglavnom se koristi u negativnoj konotaciji, kako bi se poreklo poštovanja i legitimitet nekoj grupi ili pojedincu bazirani na samom pripadanju toj određenoj grupi. Predstavljaju osnovu predrasuda i koriste se kako bi objasnili stvarne ili izmišljene razlike u odnosu na rasu, pol, religiju, nacionalnost, klasu... Stereotipi se grade na društveno preovlađujućem mišljenju o pojavama a ne na ličnom mišljenju ili iskustvu. Često se formiraju na osnovu prethodne pogrešne asocijacije između dve varijable, koje su jedva povezane, ako su uopšte povezane. Stereotipi su veoma emotivno obojeni. Zato svaki poremećaj stereotipa izgleda kao napad na temelje svemira, kako navodi Lipman. “To u stvari i je-

ste napad na temelje našeg svemira, ali kada su u pitanju velike stvari, mi nismo spremni priznati razliku između našeg svemira i svemira.“ (Lipman 1995:76)

Lipman piše da “u većini slučajeva mi ne vidimo prvo, pa definišemo nakon toga, već prvo definišemo, a onda vidimo.” (Lipman, 1995: 66). On dalje naglašava da mi primećujemo neku karakteristiku koja obeležava nama dobro poznat tip, a ostatak slike popunimo pomoću stereotipa koje nosimo u našim glavama. Lipman upozorava da su od svih uticaja, najsuptilniji i najdublje prožimaju oni koji stvaraju i održavaju repertoar stereotipa. O većini stvari imamo neku predstavu pre nego što smo ih sami iskusili. A te **prekonceptije**, ukoliko nas odgoj nije učinio svesnima da ih imamo, gotovo potpuno upravljaju celim procesom naše percepcije. Potaknute, one preplavljaju sveže viđenje starim predstavama. Zato Lipman ističe da je jako važna **priroda stereotipa i lakovernost s kojom ih koristimo**. A to zavisi od naše životne filozofije, od toga koliko smo spremni da svet ne ravnamo prema našoj šifri i koliko ćemo, dok upotrebljavamo stereotipe, znati da su oni samo stereotipi, pa ih se nećemo držati prečvrsto i i samim tim biti spremni da ih modifikujemo. U savremenom društvu, televizija je još uvek medij koji se najmasovnije “koristi”. A preko televizijskog ekrana mi primamo informacije koje ne zahtevaju od nas veliki napor da ih prihvatimo, tu je, navodi Lipman „čitav proces opažanja, opisivanja, izveštavanja i predstavljanja već obavljen za nas“ (Lipman, 1995: 73).

Stjuart Hol u svojoj knjizi “Reprezentacija - kulturne reprezentacije i označavajuće prakse” piše da stereotipi svode ljude na nekoliko jednostavnih i esencijanih karakteristika koje su prikazane kao prirodne. U analizi preuzima razlikovanje između tipova i stereotipa koje je razvio Ričard Dajer. Dajer definiše **tip** kao “svaku jednostavnu, jasnu, lako pamtljivu, veoma shvatljivu i široko prepoznatljivu karakterizaciju u kojoj je nekoliko obeležja stavljeno u prvi plan, a mogućnost promene svedena na minimum” (Dayer, u Hall, 1997: 257). U skladu sa tim, **tipovi** nam pomažu da svetu oko sebe damo smisao, jer ga razumemo upravo time što pojedinačne objekte, ljude i događaje u našim glavama dovodimo u vezu sa generalizovanom klasifikacionom šemom u koju se oni “uklapaju”, u skladu sa našom kulturom. U skladu sa tim, moguće je da čovek nikada ne vidi neku stvar, objekat, događaj, ali da ima generalnu ideju (koncept) o tome u svojoj glavi, pa da u tu ideju “uklapa” sve pojedinačne objekte koje opaža ili sa kojima se susreće. To znači da čovek ono što je **pojedinačno** razume u funkciji “tipova” u njegovoj glavi, zato je stvaranje **tipova** bitno u produkciji značenja. Dajer kaže da mi “znamo” nešto o osobi tako što razmišljamo o ulogama koje on ili ona vrše, u našem slučaju to bi bile: princeze, prinčevi,

tinejdžeri, majke, očevi, partneri... Mi ih uvrštavamo u različite grupe... delimo ih na osnovu karakteristika ličnosti: lep, zao, dobar, vredan, ljubomoran, agresivan, naivan... Naša slika o tome ko je ta osoba sagrađena je od informacija koje smo akumulirali pozicionirajući je u skladu sa različitim tipifikacijama (Dayer, u Hall, 1997: 257).

**Stereotipi** čine isto što i tipovi samo što oni “svode sve o jednoj osobi na ta izdvojena obeležja, preuveličavaju ih, simplifikuju i fiksiraju bez moguće promene i razvoja u večnosti” (Dayer, u Hall, 1997: 258). Suština je u tome da stereotipi *redukuju* karakteristike, *esencijalizuju* ih, predstavljaju ih kao *prirodne*, *projektuju* ih na celu kategoriju, *fiksiraju razlike i granice* “prihvatljivog” i “normalnog” od “neprihvatljivog” i “nenormalog” i, na kraju, *isključuju* sve što je različito, odnosno što se ne uklapa u tu sliku. “Tipovi su instance koje označavaju one koje žive po pravilima društva (socijalni tipovi) i one kojima su ta pravila namenjena da ih isključe (stereotipi). Stereotipi predstavljaju bavljenje socijalnim i simboličkim redom” (Dayer, u Hall, 1997: 258). Njima se postavlja simbolička razlika između “normalnog” i “devijantnog”, između onog što “pripada” i onog što “ne pripada” ili je “drugačije”, između “nas” i “njih”. Njima se olakšava spajanje ili vezivanje u zamišljenu zajednicu svih “nas” koji smo “normalni” i šalje u simbolički egzil sve one “njih”, “ostale” koji su na neki način drugačiji, “iza granice” (Dayer, u Hall, 1997: 258).

Stjuart Hol naglašava da se stereotipi pojavljuju tamo gde postoji velika nejednakost moći. A moć je uglavnom usmerena prema podređenoj ili isključenoj grupi. Može se povezati sa onim što je Fuko nazvao igra znanja i moći jer klasifikuje ljude u odnosu na norme i gradi isključene kao “drugačije”. To je Gramši nazvao aspektom borbe za hegemoniju. A Dayer se nadovezuje kada kaže da “uspostavljanje normalnosti kroz socijalne i stereo – tipove predstavlja jedan aspekt navike vladanja grupama sa namerom da se celo društvo oblikuje u skladu sa njihovim pogledom na svet, sistemom vrednosti, senzibilitetom i ideologijom. Na taj način takozvani “ispravan pogled na svet” postaje onaj koji vladajuće grupe definišu kao “prirodne”, “neminovne”, za svakoga” (Dayer, u Hall, 1997: 259). On definiše hegemoniju kao oblik moći koji je baziran na vladavini grupama na različitim nivoima aktivnosti u isto vreme, tako da njihova dominacija obezbeđuje rasprostranjenost i jednoglasje pa se pokazuje kao prirodna i neizbežna.

**Moć**, u smislu u kom je Fuko uvodi u process reprezentacije, predstavlja ne samo fizičku ili psihičku moć, već i *simboličku moć*, moć da se nešto obeleži, označi i klasifikuje, da se neko ili nešto isključi, reprezentuje na određeni način,

u određenom “vladajućim sistemu reprezentacije (Hall, 1997: 259). To u stvari predstavlja, kako navodi Hol, upotrebljavanje simboličke moći kroz reprezentaciju, a stereotipi postaju ključni elemenat vršenja simboličkog nasilja.

## Kolonizovani um

*“...ako imate malo dete, onda ne možete pobeći od sveta Volta Diznija.”*

Svi mi smo odrasli sa crtanim filmovima Volta Diznija. Korporacija „Dizni“ spada u jednu od vodećih kompanija koje stvaraju značenja u savremenoj kulturi i veoma uspešno ih distribuiraju širom sveta na različite načine. Budući da je „magičan svet Volta Diznija“ ušao u skoro svaku kuću na ovoj planeti postavlja se pitanje koliko Diznijevo viđenje sveta, rodni uloga, međuljudskih odnosa... ima uticaja na decu tokom perioda njihove socijalizacije. Dok gledamo Diznijeve crtane filmove (isto važi i za ostale televizijske sadržaje) mi modele ponašanja, rodne uloge, stereotipe uglavnom ne dovodimo u pitanje, oni se prihvataju “zdravo za gotovo” jer su ta verovanja toliko ukorenjena u našu svest da “izgledaju” sasvim prirodno. Čak i ako ih svesno ne prihvatamo kao deo našeg vrednosnog sistema, naša kultura nas svakodnevno bombarduje šta to znači danas biti žena a šta muškarac, šta znači biti crn ili beo, pripadati ovoj ili onoj kulturi. Masovna kultura nudi te stereotipne uloge sa svih strana. A Dizni svakako spada u medijske gigante koji zarađuje milione dolara godišnje širom sveta samo na jednom crtanom filmu sa celom marketinškom podrškom u vidu igrice, garderobe, igračkaka, CD i DVD-jeva, nameštaja...

Dafna Lemiš u svojoj knjizi *Deca i televizija* piše da deca u velikoj meri usvajaju stereotipne stavove putem televizije, ali ovde treba uzeti u obzir i položaj dece u društvu – u porodici, grupi vršnjaka, školi - koji u velikoj meri utiču na to na koji način će deca obraditi te informacije koje dobijaju gledanjem televizije. Dokazano je da je uticaj televizije jači kada osnažuje već postojeće stavove nego kada treba da formira nove (Lemiš, 2008: 165). Odnosno, televizija više utiče kada se već stečenom znanju pridodaju dodatne i dosledne informacije, ali taj uticaj blede kada se putem televizije prikazuju slike koje su kontradiktorne i devijantne u poređenju sa onim sadržajima koji su detetu bliski. To znači da ponašanje članova porodice i drugih važnih osoba u detetovom životu utiču na dečije ponašanje i njihovo gledanje televizije (Lemiš, 2008: 166).

Šta nam u stvari poručuju Diznijevi crtači?



## Rodni stereotipi

Pitanje koje se ovde postavlja isto važi i za nasilje na televiziji, a to je da li gledanje određene vrste poruka utiče na formiranje dečjih stavova prema rodnim ulogama ili su deca koju privlači ova vrsta programa primarno prijemčivija prema rodnim ulogama koje su u skladu sa tradicionalnom podelom.

Istraživanja koja su vršena u kontrolisanim uslovima a koja navodi Dafna Lemiš u svojoj knjizi, pokazuju da deca mogu usvojiti nove rodne uloge gledanjem televizije naročito ako su ti likovi istog pola, takođe devojčice su otvorenije za prihvatanje novih uloga koje su tradicionalno povezane sa muškarcima nego dečaci, koji se više opiru da prihvate uloge koje se tradicionalno povezuju sa ženama. Ali, da bi ta promena bila trajnija i bila usvojena kao pozitivno ponašanje potrebno je stalno deci pružati slike koje nisu stereotipne. „Važna je uloga okruženja u kome dete raste i razvija se koje bi ohrabrialo i podsticalo nestereotipan sistem vrednosti“ (Lemiš, 2008: 167).

Ona ističe da ženski likovi u većini medijskih sadržaja namenjenih deci postoje da bi ih spašavali ili branili muškarci i predstavljaju povod za avanture, te da je njihov položaj određen značajem koji imaju za muške junake. Takođe, popularna kultura, a u okviru nje i Dizniji crtani filmovi, deci nude obrasce prihvatanja ljubavi i romanse koji su utkani u potrošačku kulturu. Televizijski prikazi, a među prvima se nalaze nezaobilazni Dizniji, oblikuju dečju maštu i očekivanja u pogledu partnera, što kasnije vodi mogućim razočarenjima (Lemiš, 2008: 168). Džulija Vud piše da masovni mediji artikulišu kulturne vrednosti koje se odnose na rod predstavljajući žene, muškarce i njihove veze na određeni način. Oni „reprodukuju kulturne definicije roda određivanjem šta je to što će biti prihvaćeno kao podrazumevajuće“ (Julia Wood kod Henke, Umble and Smith, 1996: 230). Kroz ove predstave, devojčice uče da veze mogu biti oslobođene od konflikta samo ako ćute.

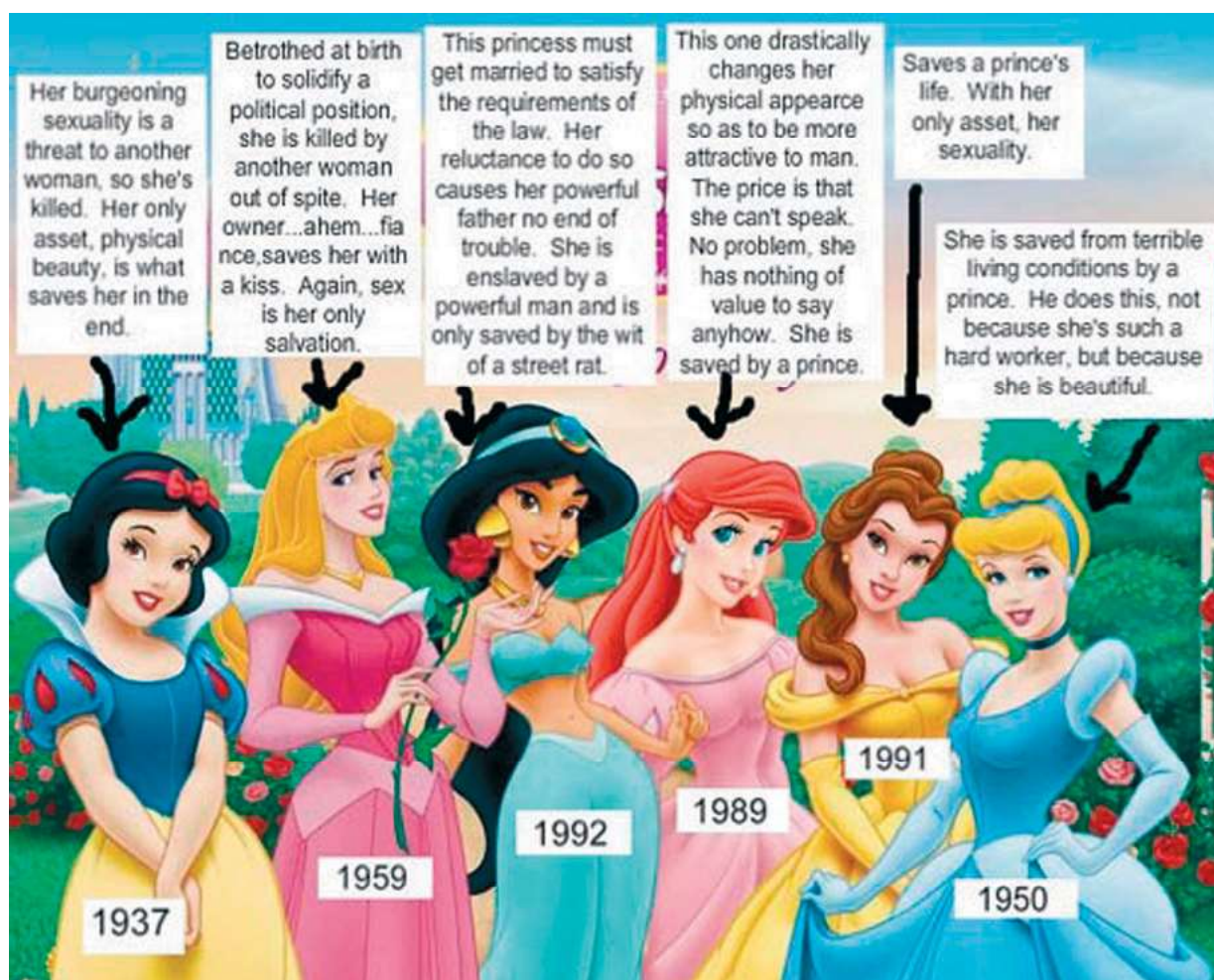
### Diznijeve heroine

Predstavnici feminističke teorije pažljivo su proučavali svet koji stvara Dizni korporacija kroz svoje animirane filmove, a naročito ono što se podrazumeva pod biti “mlad” i biti “žena” Svaka devojčica bar jednom u svom životu poželeda je da bude neka princeza: Pepeljuga, Snežana, Uspavana Lepotica, Ariela, Bel... ređe nešto Pokahontas... A kakve su u stvari te princeze? One su devičanski lepe, dobre, blage prirode, bez reči će počistiti kuću jer se to od njih očekuje i strpljivo će čekati svog princa na belom konju da dođe i izbavi ih iz muka koje

im priređuju uglavnom zle maćeha ili veštice. Sara Haskins u svom kratkom kritičkom filmu primećuje da Diznijeve princeze imaju problem sa ‘ozbiljno odsutnim majkama’, a očevi su ‘ili umrli ili nestali ili ozbiljno razočarani’ u svoje ćerke.

Diznijeve heroine su “savršene devojke”, uglavnom belkinje iz američke srednje klase, Kasnije se pojavljuju Indijanka (Pocahontas), kineskinja (Mulan) i afroamerikanka (Tiana). Braun i Giligan daju opis savršene princeze iz Diznijevog sveta mašte, to su devojke “koje nemaju loše misli ili osećanja, osobe u čijem društvu bi svako poželeo da bude, u svojoj perfekciji vredne svake pohvale i pažnje, vredne da budu uključene, vredne ljubavi... one pričaju tiho, smireno, uvek su dobre i nežne, nikada nepoštene ili naređivački raspoložene” (Brown and Giligan kod Henke, Umble and Smith, 1996: 231).

**ULOGE** koje Diznijeve **heroine** imaju u ovim crtanim filmovima su u početku bile pasivne, a posle smrti Volta Diznija (1966) i velikog pritiska kritičara, glavni ženski likovi postaju aktivniji. Međutim, uprkos tome glavni stereotipi se



*Sudbine “omiljenih” princeza u crtanim filmovima Volta Diznija*

ne menjaju. One uvek moraju razmeti druge, služiti drugima, prihvatati odgovornost za druge. Glavne junakinje su najčešće u ulogama:

**1. DOMAĆICE** – Snežana patuljcima kaže: ako me pustite da ostanem, ja ću čistiti, prati, kuvati... Pepeljuga to radi jer je maćeha na to prisiljava. Obe pevaju dok rade. U skladu sa tim je sledeća uloga.

**2. MAJKE** – Vrlo često se u ovim crtanim filmovima ženskim likovima pripisuje i uloga majke, prva među njima je Snežana koja brine o patuljcima da budu siti i čisti. I u crtanom filmu *Petar Pan* postoji tipičan stereotip o ulogama muškaraca i žena, tj. muškarci su aktivni, željni avanture i večita deca, a žene negovateljice i majke toj večitoj deci. Ipak, gospođa Darling je ovde predstavljena kao hrabra i jaka majka, kojoj nije teško da se suprotstavi svom mužu, a ulogu majke ovde dobija devojčica Vendi koja treba da se brine o nestašnim dečacima koji ne žele nikada da odrastu.

**3. KANDIDATKINJE ZA UDAJU** – Najgledaniji Diznijevi crtani filmovi (*Snežana i 7 patuljaka*, *Pepeljuga*, *Uspavana Lepotica*, *Mala sirena*, *Lepotica i zver*) svi oni devojčicama nude jedan glavni stereotip kada su rodne uloge u pitanju a to je da izrastu u srećne domaćice koje traže muža, tog lepog princa na belom konju koji će ih probuditi iz kome (Snežana, Uspavana Lepotica) izbaviti iz neke nevolje (Pepeljuga), onog koji postaje dovoljan razlog da se ona odrekne svog glasa, svoje porodice samo da bi bila njegova žena i živela u njegovom svetu (Ariel). Pitanje je čega sve devojčice treba da se odreknu da bi bile podobne za taj "čaroban" muški svet, i da li uopšte treba? Čini se da Dizni to ne dovodi u pitanje.

**4. FINE NEGOVATELJICE** – Snežana brine o patuljcima, Pepeljuga o polusestrama, Vendi o braći i dečacima iz izgubljenog sveta. A ukoliko "princeza" nije u nevolji i ne traži muža (koga će svakako dobiti na kraju filma), onda je tu muškarac zver koji će se "promeniti" pod sjajem njene lepote i dobrote i na kraju ipak postati taj zgodni princ. To poručuje da ako je mlada devojka lepa i prijatne prirode ona može promeniti nasilnog muškarca u nežnog i pažljivog?! Kathi Maio, novinarka feministkinja iz Bostona, upozorava da to u prevodu znači da je njena krivica ako je njen muškarac zlostavlja i da "promeniti" sakriva činjenice iz realnog života, tj. da se u takvim životnim pričama pre dešava da žena bude pretučena ili na neki drugi način zlostavljana, te da ovaj film koji je trebalo da razbije stereotip o princezama domaćicama, pridodajući ženskom liku ljubav prema knjizi, hrabrost i rečitost, zamagljuje još veći problem, a to je nasilje (Kathi Maio, 1998). Pri tom ovde je neophodno istaći da je u originalnoj

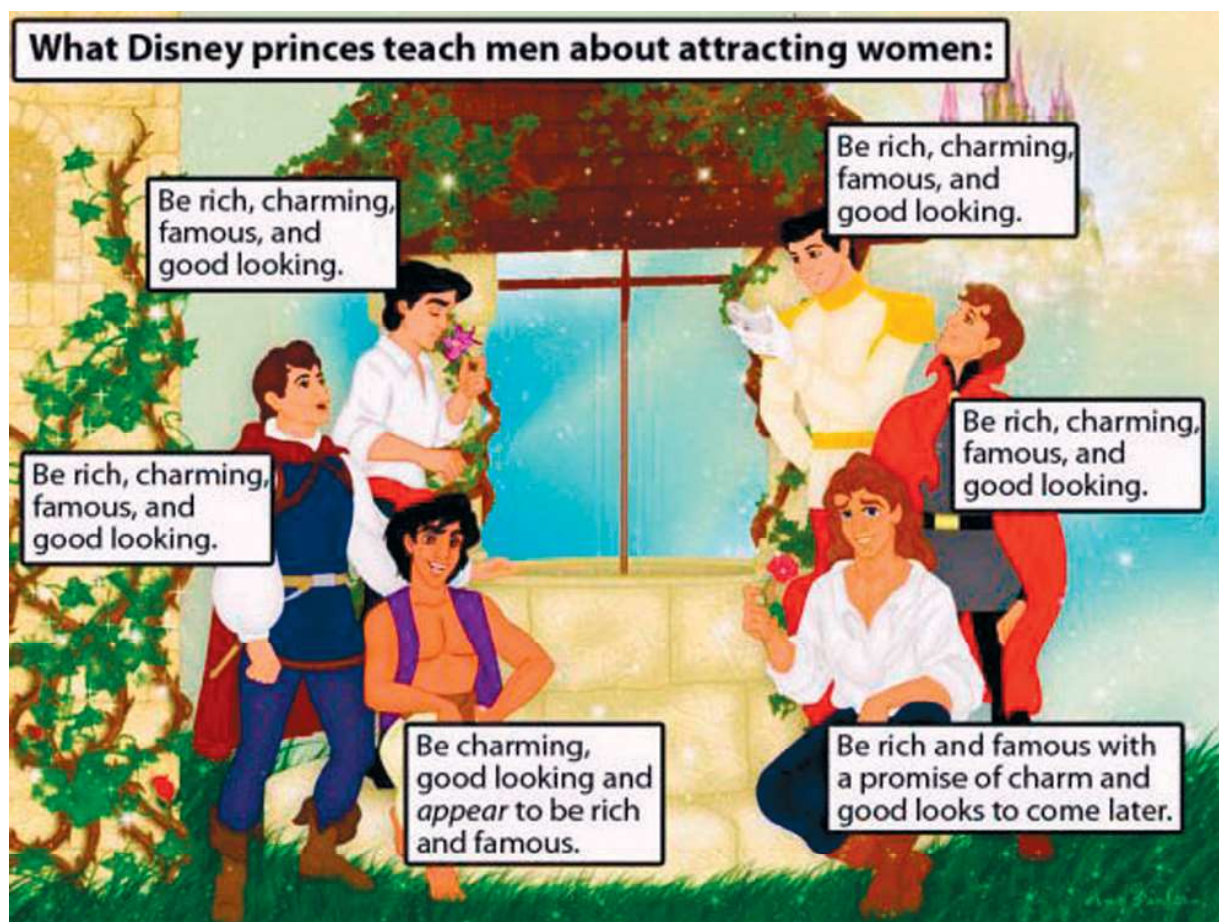


bajci “zver” samo ružna i to ga čini strašnim, ali je u suštini dobar i pažljiv, a poruka priče je bila “ne sudi o ljudima po izgledu”, dok je u Diznijevoj adaptaciji on postao i nasilnik koji je urlao “ako neće da večera sa mnom, neka gladuje!”, koji je u jednom momentu sa rečima “rekao sam ti da ne zalaziš ovde!” čak rukom snažno odgurnuo Belu, a ona je ostala/vratila se zbog sopstvene ljubavi i dobrote?

**5. ZAVODNICE** – svaka princeza ima svoje moment treptanja, zavodnja, korišćenja svoje ženstvenosti kako bi dobile ono što žele. Inače, u svakom od tih crtanih filmova, reč je o devojkicama od oko šesnaest godina. Čak i zla i ružna Ursula iz crtanog *Mala sirena* ima svoj zavodnički ples koji se završava sa njenim grudima na poslednjem kadru.

**6. PASIVNE HEROINE** – to su prve Diznijeve heroine. Njihova nemoć je pojačana velikom i strašnom moći koju imaju zle žene sa kojima treba da se izbore. Princeze su nežne, tihe, mirne, uplašene i prepuštene tuđoj pomoći. Njihova nežnost i dobrota su prikazane kroz nedostatak otpora prema onima koji žele da ih ubiju, ili ih maltretiraju. Snežanu i Auroru su “zle veštice” želele da ubiju, a Pepeljuga je trpela kućno nasilje svoje maćehe i njenih kćeri koje su je terale da održava kuću, a u jednom momentu joj cepale haljinu i zaključale na tavan.

**7. AKTIVNE HEROINE** – koje nudi Dizni imaju veće samopouzdanje, više glasa i mogućnosti izbora. One bi bile: svojeglava i radoznala, nestašna tinejdžerka Ariela koja se na kraju odrekla svega što čini njen svet da bi se mogla udati za princa i pripadati njegovom svetu. Zatim, neustrašiva i slobodna Pookahontas, čiji je lik takođe promenjen u Diznijevoj adaptaciji (ona je u stvari bila devojkica koja nije imala nikakvu romansu sa Džon Smitom), koja se borila za svoj narod, ali je na kraju filma i ona našla svog “princa” iako se opirala da izgubi svoj identitet zarad braka i odlučila da ostane u svom selu. Ni Jasmin kao jedini ženski lik u crtanom filmu *Aladin* ne odudara od ostalih Diznijevih heroina, ona se opire zakonu koji nalaže da se uda za princa, ali na kraju ipak nalazi tog princa kome je duh iz čarobne lampe pomogao da postane i bogat. I ponovo pominjemo Bel koja je pronašla svoju ljubav kroz žrtvovanje da bi spasila svog oca od grozne zveri koji ga je zatvorio u tamnicu, kroz muke koje je prolazila kao zatvorenica, učeći da gleda ispod površine agresora. Poslednja princeza iz crtanog filma Princeza i zaba marljivo radi kako bi zaradila dovoljno novca da otvori svoj restoran. Ali njen san se ostvaruje tek kada dobije princa.



*Glavne karakteristike prinčeva u crtanim filmovima Volta Diznija*

**ULOGE GLAVNIH MUŠKIH LIKOVA** su uglavnom iste: on je lep, zgodan, visok i bogat spasilac. Neki nemaju čak ni ime već ih zovemo Snežanin princ ili Pepeljugin princ. Neki su zavodnici kao što je Aladin, a kasnije i princ Navin iz crtanog *Princeza i žaba*.

*Da li sam dovoljno lepa – da li sam dovoljno muškarac?*

Vrednosti koje Diznijev svet nudi deci se toliko podrazumevaju da ih odrasli prihvataju kao 'normalne', pitanje je kako ih onda mogu prihvatati deca?

1. **SAN** – sve one sanjaju isti san, na početku svakog crtanog filma one uglavnom pevaju o njemu... o princu. Jedina heroina koja ima drugačiji san je Tiana, koja sanja da otvori restoran o kome je sanjao njen otac.

2. **LEPOTA** – heroine su sve lepe i privlačne, često više nego što bi trebalo da budu crtani likovi namenjeni deci. Lepota jednoj devojčici omogućuje da bude šta god poželi, a privlačan izgled je najznačajniji kriterijum za identifikaciju sa ženskim likovima i povezuje se sa osećanjem zadovoljstva sa

samom sobom. “Prihvatanjem tih standarda lepote i dobrote, devojčice uče da obraćaju pažnju na svoj izgled i na to šta drugi kažu o njima” (Braun i Giligan kod Henke, Umble and Smith, 1996: 231). Na taj način sebe vrednuju na osnovu ocena drugih o njima, verujući da mogu biti savršene.

**3. ZLO je ružno.** U prvim Diznijevim crtanim filmovima (*Snežana i 7 patuljaka*, *Pepeljuga*) maćeha predstavljaju oličenje zlobe, zatim zla morska veštica Ursula (*Ariel*), zli čarobnjak Jafar (*Aladin*)... i svi su oni izgledaju “baš kao što izgledaju” nevaljalci iako znamo da ružno ne mora da znači uvek i zlo, kao što ni nečija lepota ne mora uvek biti sigurnost da je taj neko dobar. Zlo je prikazano tamnijim bojama ili očiglednim nedostatkom boja, deformisanih oblika, oštrih crta lica.

Ovde treba napomenuti da su vrlo često u Diznijevim crtanim filmovima prisutni i rasni i multikulturalni stereotipi. Naime, u *Aladinu* se na primer već na prvi pogled jasno vidi kako izgleda glavni junak crtanog filma, a kako glavni negativac. I Aladin i Jafar izgledaju reklo bi se ‘baš kao što izgleda takav tip ljudi’ Aladin *izgleda* kao dobar mladić, belog tena, čistog lica, lepih crta lica, i govori standardnim američko- engleskim jezikom, dok zli Jafar *izgleda* kao tamnopusi Arapin i još ispijenog lica.

**4. HEROJSTVO** – ovde uglavnom znači *lep princ spasava devojku iz nevolje*: u prvim Diznijevim crtanim filmovima (*Snežana i 7 patuljaka*, *Uspavana lepotica*) taj princ dobrog izgleda budi devojku iz kome, iz koje je samo njegov poljubac može probuditi. Aladin, zahvaljujući duhu iz čarobne lampe uspeva da spase svoju Jasmin, postane princ i “sagradi” joj predivan dom.

**5. MUŽEVNOST** – veoma često u Diznijevim crtanim filmovi, dečaci se podstiču da budu snažni, mišićavi, temperamentni i mudri u svakom smislu. Njima je dozvoljeno da viču, da pokazuju nezadovoljstvo, što se ne može baš reći za ženske likove osim kada su u pitanju neke veštice.

**6. NASILJE** – oba muška lika u filmu *Lepotica i zver* su agresivna, Gaston je navalentan i destruktivno ljubomoran, dok je “zver” hronično gnevan i osujećen. U crtanim filmu *Mala sirena* Arijevin otac kralj Triton razbija sve u njenom skrovištu jer mu je ćerka izjavila da voli princa Erika. Većina ovih nasilnih scena uopšte nisu predstavljene kao zlo već kao normalne reakcije ljutih muškaraca.



**7. LJUBOMORA** – Zvončica je ljubomorna na Vendi (*Petar Pan*), Peperljuginе plusestre na Pepeljugu, Snežanina maćeha na Snežanu, Ursula na Arielu (*Mala sirena*), spisak je veliki.

**8. PRIJATELJSTVO** – najbolji prijatelji Diznijevih glavnih ženskih uloga su životinje, začarani predmeti i mitska bića.

**9. MUŠKA DOMINACIJA** – Muška dominacija je prisutna u svim crtanim filmovima. Izdvojiću ovde crtani film *Mulan* u kome glavni ženski lik nije klasična Dizni princeza, već hrabra devojka koja je krenula u vojsku umesto oca koji je bio bolestan. Njen život, nakon što je otkriveno da je žena, spasilo je to što je svom kapetanu Šengu prethodno ona spasila život.

Ona pati na početku filma što nije dovoljno dobra mlada, i ako bi bila ono što jeste onda bi slomila srce svojoj porodici. U jednom momentu na kraju filma, kapetan Šeng kaže da je ona heroj, dok drugi muški lik kaže “ona je žena”. Njen najbolji prijatelj Mušu joj govori da prihvati to što je niko ne sluša da Huni nisu pobeđeni, opet, jer je žena.

U crtanom filmu *Pokahontas* adaptirani scenario ignoriše činjenicu da je sudbina Pokahontas i njenog naroda bila potpuno drugačija. Prvi film se završava mirom između kolonista i domorodaca, dok su u stvari, mnogi iz tog plemena kasnije ubijeni. Pokahontas je kidnapovana i prisiljena da pređe u katoličanstvo kako bi se ponašala kao “civilizovana bela žena”. Takođe, bila je prisiljena na brak sa kolonistom koji je smatrao da je svet u kome je ona odrasla zao. Odvedena je u Englesku kako bi pomogla promovisanju kolonije Virdžinija i tamo je umrla nostalgična za domom. I ovaj raskorak Kathi Maio smatra zabrinjavajućim, jer mnogi gledajući ovaj crtani film smatraju da uče o istoriji (Kathi Maio 1998).

## Misliti svojom glavom ili medijska pismenost

Da bismo razumeli moramo da imamo dovoljno informacija.

Dizni korporacija je stvorila svet mašte koji duboko ukorenjen u životima dece širom sveta, kumulativnim efektima svojih čarobnih predstava, oblikuje ono što deca uče i znaju. Kao jedna od najvećih medijskih kompanija sa svojim beskrajnim svetom zabave i proizvodima rasprostranjenim širom sveta, prisutan je svuda i od njega se jednostavno ne može pobeći.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Po časopisu *Fortune* u 2010. godini među najboljim svetskim proizvodima Dizni se našao na 19. mestu. Na Forbesovoj listi najvećih svetskih kompanija za 2009. godinu, Dizni je zauzeo 102. mesto sa 4,02 biliona dolara ostvarenog profita u prethodnoj godini.



Budući da su diznijevi sadržaji neizbežan deo detinjstva dece širom globalnog sveta, veoma je bitno na koji način se ti sadržaji predstavljaju. Kontinuirana reprezentacija određenih rodni stereotipa utice na reprodukovanje umesto na menjanje postojeće socijalne strukture. Pasivno prihvatanje tih sadržaja po principu "opusti se i uživaj" ne nudi kritički osvrt i ne omogućava razvoj dečije mašte. Dizni nudi takozvano pasivno uživanje u njegovom svetu mašte umesto da podstiče aktivno razvijanje dečije kreativnosti. Zbog toga je veoma važno razviti programe koji deci omogućavaju razvijanje, upravo, kritičkog razmišljanja, inovativnosti, kreativnosti, stvaralaštvo i inicijativu. Dečiji program, u globalu, bi trebalo da ima edukativnu dimenziju, koja Dizniju nedostaje, a koja bi bila podsticajna za najmlađe, umesto da ih uspavljuje uljuljkava. Veliku ulogu u ovom procesu ima i medijska socijalizacija predškolaca i školaraca usmerena na aktivno učešće dece, koje omogućava njihov psihički i intelektualni razvoj. Jer, prenošenjem stereotipnih uloga, psihološkim i mentalnim zavođenjem, ne možemo očekivati od dece da porastu u zrele i odgovorne ljude. Zato bi ohrabivanjem medijske različitosti mogli očekivati podsticanje konstrukcija zdravijih rodni uloga od ovih usko, diznijevski, reprezentovanih. Tek onda bismo mogli govoriti o medijskom podizanju autentičnih dečaka i devojčica koji ne moraju da se uklapaju već da budu, koji aktivno traže i nalaze sebe, a time i druge i drugačije.

Slobodni mediji su najbitnija institucija u demokratskom društvu, a razvijanje kritičkog mišljenja kod dece čini se kao jedna od najbitnijih veština za njihovo snalaženje u savremenom svetu, u kome mediji poprimaju oblike o kojima današnje društvo nije ni sanjalo. Zato se najveći medijski kritičari zalažu za uvođenje medijske pismenosti u obrazovni sistem i da se časovi medijskog obrazovanja povežu sa životnim iskustvima dece u skladu sa njihovim uzrastom. Kako Dafna Lemiš ističe „Iskustvo kreiranja medijskih poruka može da pomogne deci da bolje razumeju proces komunikacije i da izoštre svoje kritičke sposobnosti prilikom ispitivanja odnosa između medija i realnosti.”

U čitanju medijskih sadržaja kod dece veoma je važna i uloga roditelja i uloga vršnjaka, i koji sistem vrednosti oni podržavaju i afirmišu u detetovom životu. Roditelji su tu da sa decom zajedno prate medijske sadržaje koji su prilagođeni njihovom uzrastu i koji su u skladu sa njihovim potrebama, da im daju objašnjenja koja će im pomoći da medijske poruke stave na pravo mesto, u širi kontekst.

## Literatura

- Hall, S. (1997). *Representation – Cultural Rerepresentations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Haskins, S., *Disney princesses*. Posećeno 25. 1. 2010. URL: [http://current.com/items/89416957\\_sarah-haskins-in-target-women-disney-princesses.htm](http://current.com/items/89416957_sarah-haskins-in-target-women-disney-princesses.htm)
- Henke, J.B., Umble, D.Z. and Smith N.J. (1996). Construction of the Female Self: Feminist Readings of the Disney Heroine. *Women's Studies in Communication*, Vol. 19, Number 2.
- Lemiš, D. (2008). *Deca i televizija*. Beograd: Clio.
- Lipman, V. (1995). *Javno mnjenje*. Zagreb: Naprijed.
- Milivojević S. (2008). Kritička tradicija u istraživanju medija: kulturne studije. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, br 8, Godina III, str. 29–50.
- Maio, Kathi (1998). *Women, Race and Culture in Disney's movies*. Posećeno 15. 2. 2010. URL: <http://www.newint.org/easier-english/Disney/diswomen-p.html>
- The Global 2000 – Forbes.com. Posećeno 20. 4 2010. URL: [http://www.forbes.com/lists/2009/18/global-09\\_The-Global-2000\\_Rank\\_2.html](http://www.forbes.com/lists/2009/18/global-09_The-Global-2000_Rank_2.html)
- World's most admired companies 2010: Full list Top 50 Fortune on CNNMoney.com. Posećeno 20. 4 2010. URL: [http://money.cnn.com/magazines/fortune/mostadmired/2010/full\\_list/](http://money.cnn.com/magazines/fortune/mostadmired/2010/full_list/)

## Analizirani crtani filmovi:

1. *Snežana i sedam patuljaka* (1937)
2. *Pepeljuga* (1950)
3. *Petar Pan* (1953)
4. *Uspavana Lepotica* (1959)
5. *Mala sirena* (1989)
6. *Lepotica i zver* (1991)
7. *Aladin* (1992)
8. *Pokahontas* (1995)
9. *Mulan* (1998)
10. *Princeza i žaba* (2009)

## Gender stereotypes in Walt Disney cartoons

**Summary:** *Disney Corporation is one of the largest media corporations that creates children's culture all around the world. The Disney's images of innocence, magic and fun send to young generations messages and meanings which are strong means of socialization. They are supportive of social values that correspond to the prevailing relations of power in the society, values that should be "taken for granted". Disney does it through his cartoons, movies for children and family movies, in addition with highly developed marketing techniques, creating the atmosphere that children grow out in, and get accustomed with. This paper analyzes the gender stereotypes and values that are mostly presented in movies made by Disney Corporation. Ten cartoons with princesses and princes were selected for analysis. From its first cartoon "Snow-white and the seven dwarfs", gender roles are changing their forms, but the essence remains the same. The children are socialized with gender roles that are socially acceptable, that do not challenge the status quo and do not ask questions. System of values does not change, and its key element remains the domination of white male figure.*

**Key words:** *stereotypes, gender stereotypes, Disney, cartoons, children*