

Rodni stereotipi u humorističnoj seriji "Bitange i princeze"

Perović, Anton

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:935801>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Anton Perović

RODNI STEREOTIPI U HUMORISTIČNOJ SERIJI „BITANGE I
PRINCEZE“

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2023.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

RODNI STEREOTIPI U HUMORISTIČNOJ SERIJI „BITANGE I
PRINCEZE“

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Davorka Vidović

Student: Anton Perović

Zagreb,
rujan, 2023.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad Rodni stereotipi u humorističnoj seriji „Bitange i princeze“, koji sam pisao pod mentorstvom izv. prof. dr. sc. Davorke Vidović, napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mom autorskom radu. Također, izjavljujem da navedeni rad nije objavljen niti korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te kako temeljem njega nisam stekao ECTS bodove. Nadalje izjavljujem da sam u radu poštivao etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16. – 19. Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Anton Perović

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. TEORIJSKA OSNOVA	4
2.1 TEMELJNI POJMOVI.....	5
2.2 RODNI STEREOTIPI U MEDIJIMA – ŽENE	9
2.3 OBILJEŽJA <i>SITCOMA</i> KAO ŽANRA.....	12
2.4 SERIJE, ŽANROVI I RODNI STEREOTIPI	13
2.5 ULOGA JAVNOG SERVISA.....	15
3. METODOLOGIJA	17
4. PERSONALIZIRANA KARTICA: MATRICA LIKOVA	19
5. REZULTATI	24
5.1 REZULTATI: KVANTITATIVNO ISTRAŽIVANJE	25
5.2 REZULTATI: KVALITATIVNA RASPRAVA.....	31
6. ZAKLJUČAK.....	39
7. POPIS LITERATURE:.....	41
8. SAZETAK	44
9. PRILOZI I DODACI	46

POPIS ILUSTRACIJA

TABLICA 1. Rezultati bilježenja stereotipa na uzorku od 15 epizoda

TABLICA 2. Iskazivanje emocija kod muških i ženskih likova

TABLICA 3. Teme razgovora likova

TABLICA 4. Iskazivanje moći

TABLICA 5. Nasilje i uporaba nasilja kod muškaraca i žena

TABLICA 6. Upotreba znanja likova

1. UVOD

Rad se bavi temom rodnih stereotipa u medijima. Oni su odabrani za predmet istraživanja zato što se u medijima pojavljuju razlike u reprezentaciji žena i muškaraca, ali i zato što se uz različite rodove vežu brojni stereotipi koji iskrivljuju sliku stvarnosti. Ti stereotipi nerijetko proizlaze iz društva te stvaraju nejednakosti u međudnosu muškaraca i žena u društvu, a koji se kasnije onda primjenjuju, uz pomoć medija, i na pojedince, primatelje medijskog sadržaja. „Neosporna je činjenica kako su stereotipi nastali zahvaljujući čovjekovoj tendenciji k pojednostavljivanju, grupiranju i tipiziranju kompleksnih izvanjskih utjecaja koji potom njegovu percepciju svijeta čine poznatom i predvidljivom“ (Lubina i Klimpak, 2014: 228.). Takvi stereotipi postaju otporni na promjene i teško ih je iskorijeniti iz medija i društva. S druge strane svijet medija iste stereotipe javno promovira, stvarajući rodni nesrazmjer između spolova kojega publika prihvaća kao realan i reprezentativan, a budući da dolazi iz medija, i kao odobren način ponašanja ili razmišljanja (Lubina i Klimpak, 2014: 228.-229.).

Rodni se stereotipi u medijima dodatno pospješuju i reprezentacijom žena u korelaciji s temama razgovora, pa tako žene puno rjeđe sudjeluju u raspravama o politici i temama od društvene važnosti (Andraković i Sever, 2013: 20). Žene su rjeđe one koje doznaju nove informacije, već uglavnom prenose ono što je netko drugi otkrio, a rjeđe su i sugovornice u priložima i drugim oblicima informativnih sadržaja. Time se prema ženama iskazuje nepovjerenje, a dodjeljuje im se stereotip nepouzdanih i nevjerodostojnih. Rodno neosjetljivim jezikom, može se uz žene povezati i stereotip neostvarenih pa se tako često u medijima titule i oznake akademskog ili poslovnog uspjeha žena iskazuju u muškom rodu (Car i sur., 2016: 94-95).

Promatramo li druge medijske sadržaje, rodni stereotipi su još zastupljeniji. Tako su u filmovima žene i dalje prikazane kao submisivne i pasivne, a u ulozi glavnih likova su iznimno podzastupljene. Kada su u ulozi glavnih likova, teme razgovora su im muškarci koji ih okružuju i uz koje je njihova važnost vezana. Naglašava se ženska tjelesnost kao i briga o izgledu, a zapostavljaju svoju snagu i autonomnost (Sever Globan i Kralj, 2019: 26-27). U humorističnim serijama žene se prikazuju kao pasivne i hiperseksualne. No, kod ovoga žanra, uz brigu o fizičkom izgledu nauštrb intelekta, pojavljuju se i stereotipi vezani uz obavljanje poslova, pa tako žene uglavnom odrađuju kućanske poslove, dok u svijetu biznisa, muškarci češće pronalaze poslove te se bave raznovrsnijim poslovima (Foriš, 2018: 7-9).

Ono što također u velikoj mjeri možemo pronaći u serijama je seksizam. On se kod muškaraca najčešće odnosi na simplificiranje emocija i ograničavanje na seksualne nagone i zadovoljenje primalnih potreba. Kod žena se pak očitava kroz generaliziranje, simplificiranje i banaliziranje intelekta, emocija i vještina kao i kroz iskazivanje moći zbog percepcije žene kao slabije i manje vrijedne. Kada to stavimo u kontekst zrcaljenja društva u medijima, pojavljivanje seksizma u medijskom sadržaju može od gradnje radnje serije dovesti do osjećaja nesigurnosti kod žena kada se seksizam, koji se banalizira u seriji, počne pojavljivati i na ulici pa se žene tako moraju nositi sa raznim povicima, komentarima i dobacivanjima koji umanjuju kvalitetu života i utjeruju osjećaj straha ili neugode (Barada i Jelavić, 2004: 90).

Shodno navedenom, ovaj rad smješta se u kontekst rodnih stereotipa u medijima, no namjera rada je identificiranje postojanja rodnih stereotipa u humorističnoj seriji *Bitange i princeze* koja se emitirala u redovnom programu HRT-a od 2005. godine. Istraživanje obuhvaća vrijeme prikazivanja serije na HRT-u, a budući da se u analizi koriste epizode iz svih sezona, vremenski okvir je postavljen između 2005. i 2010. godine. Istraživanje je bitno kako bi se detektirale situacije neprimjerenog prikaza žena i muškaraca u seriji, te kako bi se istaknule negativne prakse rodne diskriminacije u nadi da bi se one u budućnosti mogle prestati događati ili kako bi se barem umanjile. Povodom toga, rad za cilj ima istražiti koji su rodni stereotipi, kako se manifestiraju u medijima i društvu i koje su njegove posljedice.

Stoga je prije takve potrage i istraživanja prvo potrebno definirati osnovne pojmove, a zatim u literaturi pronaći dokaze rodne nejednakosti, te uvidjeti što čini nepravednu razliku kod reprezentacije likova različitih rodnih i spolnih obilježja. Ideja rada je utvrditi u kojoj su mjeri rodni stereotipi prisutni u medijskim sadržajima, o kojim je stereotipima najčešće riječ te čine li vidljivu razliku u reprezentaciji žena i muškaraca u odabranoj humorističnoj seriji. Materija istraživanja će biti humoristična serija *Bitange i princeze*, u produkciji HRT-a, javnog servisa. Analizom sadržaja na uzorku epizoda ove serije pokušat će se identificirati prisustvo i oblici rodnih stereotipa. Stoga su postavljena istraživačka pitanja: jesu li u seriji *Bitange i princeze* prisutni rodni stereotipi te koji su sve rodni stereotipi detektirani. Odabrana je upravo ova serija, budući da se pri pretraživanju postojećih istraživanja rodnih stereotipa u humorističnim serijama, otkrilo kako nijedno nije vezano uz humoristične serije domaće produkcije. To je bio poticaj pri izboru jer je pretpostavka kako će rodni stereotipi zamijećeni u toj seriji puno bolje zrcaliti rodne stereotipe detektirane u hrvatskim medijima i društvu.

U prvom poglavlju rada iznosi se pregled teorije koja daje okvir za istraživačko pitanje. Na početku se definiraju temeljni pojmovi, a to su rod, spol, rodna ravnopravnost, stereotipi i

seksizam. Zatim se definira javni servis i žanr serije te se potvrđuje da analizirana serija zaista podliježe obilježjima žanra humorističnih serija. Nakon toga se ističe način prikazivanja žena i muškaraca u svijetu medija. Na kraju teorijskog pregleda analiziraju se dosadašnja saznanja o stereotipima muškaraca i žena u humorističnim serijama, te se opisuje kako se odnos muških i ženskih likova mijenjao kroz razvoj serije.

U metodološkom dijelu rada definiraju se osnovni parametri dva dijela istraživanja na kojima se temelji rad te se nakon postavljanja istraživačkih pitanja i ciljeva definiraju hipoteze i uzorak. Također, u ovom dijelu su ukratko opisani glavni likovi. Istraživanje je provedeno metodom analize sadržaja na uzorku od 15 epizoda u periodu od lipnja 2023. godine do srpnja 2023. U sljedećem dijelu prikazani su rezultati kvantitativnog istraživanja, koji se zatim produbljuju raspravom koja donosi kvalitativne dokaze rezultata istraživanja. Zatim se u sintezi rezultati uspoređuju s ostalim relevantnim istraživanjima slične tematike. U posljednjem poglavlju rada donosi se zaključak istraživačkog rada koji daje pregled i komentar na rezultate istraživanja kao i preporuku za buduća istraživanja.

2. TEORIJSKA OSNOVA

Osnovni pojmovi kojima se ovaj rad bavi su rod, rodni stereotipi, rodna ravnopravnost i podjela uloga. No, cilj je objasniti ih, kako u njihovoj nominalnoj definiciji, tako i uz primjenu na konkretan sadržaj televizijskog programa – humorističnu seriju tipa *sitcom*. Popularnost ovog žanra se s američkog kontinenta proširila globalno, pa je tako prisutan i u Hrvatskoj, stoga je fokus ovoga rada na serijama domaće produkcije. Namjera je identificirati rodne stereotipe u medijskim sadržajima te prepoznati kako se kroz popularne medijske forme ovi socio-kulturni obrasci perpetuiraju i (p)ostaju društveno prihvatljivi.

S obzirom da je Hrvatska i dalje zemlja patrijarhalnog ustroja, sa tradicionalnim obilježjima društva, uz upliv religijskih i seksualnih ograničenja u opipljivoj mjeri, ideja istraživanja rodnih uloga iznimno je važna kako bi se detektirale nejednakosti u društvu. Ta nejednakost, kako u poslu, društvu i kućanskoj radinosti, vidljiva je i u medijima, kulturi i svakodnevnom životu, a o njoj u istraživanju piše Smiljana Leinert-Novosel. „Položaj žene u obitelji danas je još uvijek sličan onome njihovih majki: najčešće su zaposlene, ali u obitelji su im ostale slične tradicionalne uloge kao nekada. Takvo stanje muškarci smatraju uglavnom normalnim (...) Očito je da uz postojeći stupanj svijesti muškaraca o tome da je žena ponajprije u životu usmjerena na dom i obitelj, da je odgovorna za sreću i zadovoljstvo djece, da daje ton njihovoj emocionalnoj sigurnosti, te snosi odgovornost za ostvarenje tih ciljeva, današnjim ženama nije lako ostvariti uspješnu životnu karijeru. Za razliku od toga, zaposlene žene misle drukčije: više od polovine žena (58% žene i tek 25% muškaraca) ne slaže se s tvrdnjom da je primarna ženina ambicija obitelj i djeca, a tek potom sve ostalo, npr. zaposlenje“ (Leinert-Novosel, 2003: 114-115).

Stoga je motivacija za ovo istraživanje identificirati kako mediji oblikuju i perpetuiraju rodne stereotipe. Temeljem toga, navedene probleme nastavno se može primjenjivo istraživati u medijskim sadržajima poput filmova, serija i informativnih emisija koji u nekoj mjeri formiraju stereotipe, stavove i mišljenja ljudi.

2.1 TEMELJNI POJMOVI

Uzevši u obzir kako je cilj istraživanja identificirati rodne stereotipe u humorističnoj seriji Bitange i princeze, prvo je potrebno napraviti razliku između spola i roda, te detaljizirati pojam roda kroz koji će se istraživanje i provoditi. Tako Barada i Jelavić u svojem priručniku za analizu rodnih stereotipa spol i rod zajedno sa pripadajućim im razlikama definiraju na slijedeći način:

"Spol je biološka karakteristika, dok je rod društveno konstruirana definicija spola. Dakle, rađamo se u ženskom ili muškom spolu, sa ženskim ili muškim tijelom. Rod je kulturno određen i po njemu žene preuzimaju 'ženski' identitet, a muškarci 'muški'. Kroz različita poimanja, objašnjenja i ponašanja pripisana ženskom i muškom rodnom identitetu, oblikuju se razlike između muškaraca i žena. Iako se podjela na ženski i muški rod pojavljuje u svim društvima, ono što je propisano određenom rodu ipak se tijekom povijesti mijenja s kulturom, ekonomskim odnosima, politikom ili obiteljskim odnosima. Tako u nekim kulturama u odgoju djece sudjeluju oba roditelja, dok se u drugima skrb o djeci uglavnom prepušta majkama" (Barada i Jelavić, 2004: 89).

Iz navedenoga je razvidno kako spol i rodni identitet ovise o brojnim čimbenicima, među kojima geografski, kulturološki i tradicijski prednjače po važnosti. Također vidimo da su rodne uloge nešto što je uvelike definirano društvom i dodjelom uloga, te se tako obrasci poželjnog ponašanja, shodno s rodom kojemu netko pripada, definiraju eksterno, a ne nužno intrinzičnim vrijednostima i percepcijom. Stoga je jasno da se izvana utječe na rodnost čime se onemogućuje osnovna sloboda postojanja jer ljudi već u dječjoj dobi imaju vanjske utjecaje koji ih definiraju te im zadaju obrasce ponašanja i življenja, od podjele na roza i plavu odjeću, barbike i autiče, do kasnije podjele pri upisu srednjih škola i fakulteta, te uhodanim, perskriptivnim uzancama ponašanja u izlascima, oblačenju, uljepšavanju i sl.

To potkrjepljuje i literatura pa tako Barada i Jelavić ističu kako „razlike između žena i muškaraca mogu biti određene biološki ili kulturno, a uobičajeno je mišljenje da su te razlike velike. No, utvrđeno je kako su one objektivno malene, pa tako i žene i muškarci imaju isti stupanj empatije, no dok žene otvoreno navode da su empatične, muškarci to niječu. Za žene je to prihvatljivo radi skrbi o drugima, dok muškarce krase agresivnost i aktivnost (Barada i Jelavić, 2004: 89). Iz navedenoga se može zaključiti kako živimo u već unaprijed zadanoj mreži

u kojoj muškarac ne smije biti osjećajan, a žena žustra i tvrdih stavova, iako po rođenju, pripadnici oba spola imaju jednake početne točke i mogućnosti za cijeli dijapazon emocija, stavova i ekspresijskih unutarnjih 'šizmi'. "Po esencijalizmu, muškarac je dominantan, a žena subverzivna, čime se podržavaju postojeće rodne uloge" (Barada i Jelavić, 2004: 90).

No te uloge ne ocrtavaju se samo u odnosu moći, već i u brojnim drugim obilježjima pa tako već dodijeljene rodne uloge uključuju naputke kako se ponašati, koje obaveze izvršavati, koja su očekivanja ponašanja i socijalnih odnosa pripisanih određenom rodu. Tako društveno određena ženskost pripisuje ženama kako biti prikladno žena, da bi ju društvo prihvatilo, a isto vrijedi i za muškarce. Te uloge određene su ne samo rodnim identitetom, već i kulturnim normama, značenjima i vrijednostima koje se odnose na neki spol. Rodne uloge ne stječemo, već smo u njih rođeni, a učimo im se – socijalizacijom (Barada i Jelavić, 2004: 89-91). Autorice dalje navode kako se ideje o rodnim ulogama usvajaju preko skupa stereotipnih stavova.

„I muškost i ženskost uključuju stereotipne stavove o tim identitetima: žene su strpljive, pasivne, nježne, lojalne, plačljive, histerične, a muškarci su samopouzdana, kompetentni, uspješni, fizički jaki" (Barada i Jelavić, 2004: 90).

A takve stereotipne stavove definitivno ojačava i seksizam. Koliko god je društvo napredovalo i moderniziralo se, čini se kako se nije do kraja moderniziralo u sferi rodnih uloga i odnosa. Seksizam i danas možemo uočiti u svakodnevnicima, bilo društvenoj ili strogo poslovnoj, i to na sljedeći način: „...u obliku društvenog i kulturnog fenomena diskriminiranja ili segregiranja neke rodne grupe na temelju pripadnosti spolu. Kako se različiti seksistički obrasci primjenjuju u pravilu nad ženama kao podređenoj rodnoj društvenoj grupi, seksizam se stoga u užem smislu može promatrati kao skup vjerovanja i djelovanja koja privilegiraju muškarce u odnosu na žene te podcjenjuju i degradiraju vrijednosti i aktivnosti povezane sa ženama“ (Lubina, Brkić Klimpak, 2014: 215), Na sličnom je tragu i isječak iz priručnika Barade i Jelavić koji ga definiraju ovako: „Seksizam je ... predrasuda prema drugom spolu, češće prema ženama. U patrijarhalnim se društvima javljaju na svakoj razini života, a variraju od obraćanja ženi s 'curo' ili 'mala', u službenim situacijama, do zabrane obrazovanja žena ili onemogućavanja rada ukoliko ima obitelj o kojoj se očekuje da brine. (Barada i Jelavić, 2004., 90).

Navedene opaske o seksizmu odnose se i na muškarce i na žene. Ipak, suvremene rasprave propituju definiranje roda kao binarnog, odnosno reduciranje na muški i ženski rod. Prema Schuller, teorija da postoje samo dva roda, tj. teorija spolne binarnosti, potiče iz kolonijalizma i pripada 19. stoljeću. Razvojem znanošću to se pokušalo potvrditi i anatomski. Neki smatraju

kako je kolonijalistička podjela proizvela gotovo rasističke predrasude prema rodu, pa Schuller napominje da znanstvenici nisu uopće vjerovali da žene i muškarci različitih rasa imaju istu prirodu. Ona tvrdi kako različiti spol ovisi o napretku društava iz divljaštva prema civilizaciji jer se tada počinju stvarati sve veće fizičke razlike u spolovima, a za sam spol se tvrdi kako je specifičan za rasu. (Schuller, 2018: 54). Dakle, spol se može razumjeti kao neka vrsta društvenog konstrukta, a u prilog tomu ide i misao povjesničara Laqueura koji smatra da razliku u spolu definira povijest. Tvrdi kako spol ovisi o onome što u kulturnom i političkom kontekstu ljudi primjećuju te postavljaju kao normu. Tako smatra da je postojao samo jedan spol (*unisex*), koji je u prijelazu na 19. stoljeće prešao u dva, muškarca i ženu. Do tada su se oni tek smatrali različitim oblicima istoga spola. (Laqueur, 1990: 14).

Muški znanstvenici duž povijesne lente koristili su se argumentom koji govori da su muškarci i žene različiti u svakom zamislivom aspektu tijela kako bi ustvrdili da su anatomske razlike suprotne onomu što su koristili za uspostavljanje bioloških razlika među rasama. To je, uz usputni rasizam, poslužilo kako bi se opravdalo spolno odvajanje, a posljedično i ideja kulturološke razdiobe. Teorija dvaju spolova tako je omogućila neograničeno uskraćivanje ženskih prava koristeći lažnu ideju prirodnih razlika što pokazuje kako se ne radi o stvarnim već o percipiranim kulturnim razlikama (Schuller, 2018: 53-57). Elemente navedenoga vidimo i danas, primjerice u ideji da žene trebaju skrbiti o domu, dok muškarci, s obzirom na fizičku nadmoć, uživaju u pravima i aktivnostima izvan doma (Leinert-Novosel, 2018: 69-71).

Ovdje treba dodati kako sve takve teorije potiču više-manje od muških autora, a utemeljene su u muškoj povijesnoj dominaciji u javnom životu i znanosti. Teoriju koja govori da je razlika između muškarca i žene utemeljena u prirodi definirali su upravo bijeli muškarci sa pravima i moći djelovanja i to kako bi dokinuli jednakost. A zbog toga, ta iskrivljena, jednostrana teorija omogućuje razvoj kulturnih ideja roda koje definiraju što muškarci i žene trebaju biti i raditi, čime se dokazuje kako muški i ženski rod zaista jesu konstrukti, a ne prirodna podjela (Laqueur, 1990: 45-47, 90-92).

S time se slaže i Hrvoje Heffer koji tvrdi kako se u svim rodnim razmatranjima prepoznaje nedjeljivo preklapanje rodnih obilježja i to bioloških i društvenih, a koji iz zadane kategorije, prelaze u promjenjivu kategoriju nejasnih okvira (Heffer, 2007: 172). Drugim riječima, oni koji imaju moć, kreiraju rodne uloge onako kako im najviše odgovara da bi održali pozicije moći. A za to se koriste podjele po brojnim socijalnim parametrima. Rodne uloge tako variraju ovisno o socio-ekonomskim parametrima, političkim i kulturnim kontekstima, ali definiraju ih i unaprijed određeni, biološki faktori: starost, rasa, stalež, etnička pripadnost. Iz toga je vidljivo

da problem rodne neravnopravnosti ne počiva samo na spolnosti, već i na kapitalu, naslijeđenim znanjima i obrascima ponašanja koji mogu biti dopunjeni stečenima, ali i nametnutima. O navedenom svjedoči istraživanje Leinert-Novosel prema kojemu se sve češće očekuje od muškaraca da zarađuju, dok se od žena i dalje očekuje da brinu o djeci, njihovu obrazovanju, zdravlju i domu, unatoč tomu što je u odgovorima u istraživanju veći broj muških ispitanika nego u ranijim istraživanjima pokazao svijest o neravnopravnosti, te unatoč tomu što muškarci detektiraju da žene više brinu o domu, a manje o dohotku (Leinert-Novosel, 2018: 60-62).

Stoga se postavlja pitanje, kako se navedeno stanje može promijeniti kada žene ne zarađuju, a moraju brinuti o obitelji. I tu istraživanje pokazuje odgovor, a to je da uz sve navedene obaveze, žene rade, pa tako autorica postavlja i pitanje – ima li žena uopće slobodnog vremena, kako je ono strukturirano te kome je u životu teže, muškarcima ili ženama (Leinert-Novosel, 2018: 62). Iz svega navedenoga i ranije u literaturi vidljivo je da ideja podjele na rodove doprinosi deficijenciji prava žena i njihovu podređenom položaju. Stoga je za nastavak rada i istraživanje od presudne važnosti definirati stereotipe prema ženama, ali i seksističke obrasce, te moć, koji će biti među fokalnim točkama istraživanja likova u seriji koju ćemo analizirati.

No boreći se za rodnu ravnopravnost ne smije se zanemariti seksizam prema muškarcima, a to ističu i autorice pri nastavku obrazloženja pojma seksizma i konkretnije, rodni stereotipa koje definiraju ovako: „Pojednostavljene, iskrivljene i generalizirane mentalne slike i stavovi o vlastitoj ili drugoj društvenoj grupi koji su najčešće otporne na promjene jer se ne zasnivaju na iskustvu. Pojavljuju se zbog potrebe za svrstavanjem ljudi po nekim stvarnim ili umišljenim razlikovnim obilježjima, koja se uočavaju na pojedincima, a naknadno se pripisuju cijeloj grupi, bez obzira na individualne razlike (...) Smatra se da su muškarci agresivniji i neovisniji, dok su žene pasivnije i nježne“ (Barada i Jelavić, 2004: 87). Ipak, važno je istaknuti kako, budući da rodna podjela proizlazi iz rasno stereotipnog patrijarhata, rodni stereotipi češće zahvaćaju žene.

Zaključivši kako su žene češće obespravljene navedenim rodni razlikama i stereotipima, kao i seksizmima koji su u velikoj mjeri zasnovani na moći koju u većoj mjeri uživaju muškarci, potrebno je na konkretnim primjerima uvidjeti kako su žene, ali i muškarci, prikazani i zastupljeni u svijetu medija. U njemu, naime, o toj zastupljenosti ovisi vidljivost, poslovna i profesionalna ravnopravnost, kao i kredibilitet žena kao prenositelja informacija od nacionalne važnosti. „Percepcija žena i uloge žena u društvu uvelike ovise o njihovoj prezentaciji u medijima, pa je zato način na koji mediji prikazuju žene za gledatelje sve osim neutralnog, a posebno se to odnosi na najranjivije skupine – mlade“ (Globan, Sever i Kralj, 2019: 6).

2.2 RODNI STEREOTIPI U MEDIJIMA – ŽENE

Prikaz žena u medijima, kao i u društvu često je neprimjeren, pogotovo u demokratsko korporativnom ustroju medija na kapitalističkom tržištu. U medijima se može uočiti čitav dijapazon rodne diskriminacije, iskrivljene percepcije, stereotipa i seksizma, a sve to znači tek da će iskrivljena slika odnosa muškarca i žene, u rodnoj teoriji, doći pomoću medija do djece i usmjeriti ih na rodne podjele i stereotipe još od prvih susreta sa TV-om ili mobitelom, pa nadalje. „Mediji su danas dostupniji nego ikada, i to nikad široj populaciji, svih uzrasta, u raznim oblicima. Oni imaju jako bitnu ulogu u razvoju identiteta pojedinaca, a mladim ljudima postali su sastavnim dijelovima života, ne samo slobodnog vremena. Ono što se gleda na televiziji oblikuje i društveni identitet. Prema tim modelima nerijetko se definira što znači biti muško, što znači biti žensko, dobar ili loš, oblikuju se ideje o rasi, klasi, etničkoj pripadnosti i rodnoj ravnopravnosti“ (Gerbner, 1999: 9).

U raspravi o prikazu žena u medijima važno je ukazati i na zastupljenost žena u medijima općenito. Istraživanja su pokazala da žene i muškarci često ne dobivaju jednako važne i vidljive poslove u medijima. Primjerice, istraživanje Car i grupe suradnika pokazalo je kako u usporedbi triju televizija, u 70 % vijesti Dnevnika HTV-a zabilježene su tonske izjave muškaraca, što je dvaput više od zabilježenih izjava žena (u nekim vijestima prisutne su i jedne i druge) (Car i dr., 2017: 90). Nadalje, isto istraživanje pokazuje kako je razlika u učestalosti izjava žena i muškaraca najmanje je izražena u Vijestima RTL-a, muškarci su izvor u 10 % više vijesti od žena (Car i dr., 2017: 90). Dodatnu diskriminaciju žena u svijetu medija čini i ono što se nalazi ispred objektivna i novinskoga pera. Žene se rjeđe uzimaju za sugovornice, rjeđe se pitaju za mišljenje kada su u politici, a čak i onda kada su na najvišim pozicijama i kada imaju itekako veliku ulogu u političkom, a time posljedično i u općenitom društvu i životu, ili ih se izbjegava, ili se bave trivijalnim stvarima (Car i dr., 2017: 90-93). Istraživanje pokazuje kako su na Novoj TV zabilježene teme vezane uz poznate osobe, zabavu, skandale, a takve teme žene su autorski potpisivale četiri puta više od muškaraca (Car i dr., 2017: 92).

No, razlike u medijskoj reprezentaciji uz informativne sadržaje vide se i u oglašavanju i trgovini. Medijski sadržaji u kojima se položaj i pojavljivanje žena može analizirati su tako i reklame, marketinške kampanje i druge komercijalne sastavnice koje se pronalaze u medijima. Ljudi u svezi s proizvodima razvijaju i različite strategije prodaje robe, a time i oglašavanja.

No, neki autori tvrde kako komercijalizacija medija vodi do smanjivanja kvalitete sadržaja. „Kod nas komunikativno, i dalje, u mnogim komercijalnim sadržajima, znači i banalno, vulgarno, psovački“ (Stamenković i Milenković, 2014: 634). Taj tvrdi i nemilosrdni proces komercijalizacije medija nije zaobišao ni kreativnu industriju. Iz toga proizlaze ustaljene prakse seksizma, a spektar prava i slobode iskorištava se do razine kada će ona doći pod veliki upitnik i kada će se reformirati ideja morala.

Tu se najviše u svijetu medija ističu problemi iskorištavanja žena i muškaraca te njihovih seksualnih kvaliteta i tjelesnosti u promidžbi i prodaji proizvoda posredstvom medijskih sadržaja. Autori tako ističu kako se tretiranjem ženskoga tijela kao objekta dokida njegov vlastiti identitet, a postavljajući ga u eksplicitne poze i situacije te svodeći njegove funkcije samo na nagonsko i banalno, način je kojim će marketing najčešće, vrlo uspješno, promovirati proizvod i privući publiku (Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 216). Najčešća marketinška strategija je da se uz proizvod ističe neka pozitivna karakteristika fizičkog izgleda koja bi posljedično povećala poželjnost proizvoda. Na taj se način proizvod povezuje sa tim poželjnim fizičkim izgledom, kao društveno nametnutim idealnom. Medijska prodaja temelji se na pojednostavljenim stereotipnim modelima, kojima se kod publike lakše uspostavlja veza poznatog i poželjnog.

„Ta publika često nije svjesna onoga što potražuje i koje sadržaje preferira, a što je još gore, najčešće nije niti svjesna na koji će se način u konačnici ta percipirana vrijednost referirati na nju i njezin svjetonazor. U većini se slučajeva događa to da kada se potrošač želi prisjetiti određenog proizvoda, on se prisjeća slike povezane s njim čija posrednost služi kao automatski okidač za trenutačno, a kasnije i repetitivno, oživotvorenje stereotipa“ (Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 217). Tako se stereotipno prikazivanje muškaraca i žena lako prepoznaje kod publike, te takve prikaze prihvaćaju kao stvarne i istinite, a na koncu se prema njima dalje ponašaju.

S obzirom na to da se medije može promatrati kao mjesto javnog diskursa i slobode izražavanja, važno je razumjeti kako imaju izrazito veliku ulogu u promoviranju i daljnjem perpetuiranju rodne neravnopravnosti i seksizam. Lubina i Brkić Klimpak ističu kako svakodnevna objektivizacija i seksualizacija otvara prostor kritičkom propitivanju stereotipnih reprezentacija koje sve više postaju medijski diktirane i koje kao takve manipuliraju primateljem poruka i utječu na njegov svakodnevni život i vlastiti sustav vrijednosti (Lubina, Brkić Klimpak, 2014: 218).

Kao dio feminističkih zalaganja za izjednačavanje prava žena i muškaraca, treba ukazati i na zalaganja protiv objektivizacije i društvene stigme izgradnje političke karijere na ženstvenosti. Tako i Leinert-Novosel tvrdi kako je „ravnopravnost spolova onaj vitalni element transformacije društva koji će osigurati revitalizaciju demokracije i tako ostvariti bogatije društvo u svakom pogledu“ (Leinert-Novosel, 1999: 234). No, ta ravnopravnost se raspršuje iste sekunde kada se žene počinju percipirati kao objekt, a ne kao političke vođe. A dovoljan je samo jedan slučaj pop politike kod žena, unatoč sveprisutnom populizmu u muškoj politici, da se sve žene na vlasti gleda na isti način. „Kako bi prepoznali ono opće u mnoštvu različitosti pojavnog, mediji posežu za simplifikacijom koja u sebi krije konstantnu nelagodu od drukčijeg i novog i iz tog razloga konstantno igraju na sigurno i nude stereotipe, dok se dionici tako reducirano svijeta najčešće mogu prepoznati kao mi i oni, dobri i loši“ (prema Milivojević 2004: Lubina, Brkić Klimpak, 2014: 215). No upravo ta simplifikacija najčešće je u medijima rezervirana samo za žene, dok se muškarcima, smatraju neki autori, toleriraju neke stvari koje ženama ne bi. Primjerice: „višak kilograma i prosijeda kosa kod muškaraca, točnije televizijskih voditelja, smatraju se prihvatljivim, dok su kod ženskih televizijskih voditeljica to stvari koje se smatraju odbojnim i često ih se zbog toga kritizira od strane publike“ (Lubina, Brkić Klimpak, 2014: 222).

Navedene razlike prikazuju da su žene u lošijem položaju spram muškaraca u procesu komercijalizacije, u medijima, ali i u društvu. Neki autori smatraju da dolazi do pozitivnog pomaka, no žene se i dalje teško bore kako bi bile ravnopravne, a posebno je to vidljivo kada se proučava njihova zastupljenost na pozicijama odlučivanja i moći. „Usprkos trendu sve osjetnijeg poboljšanja sveukupnog položaja žena u društvu, broj žena na najvišim razinama političkog sistema ukazivao je, sve do kraja njegovog funkcioniranja, na znatan nerazmjer između onoga za što smo se opredijelili, onoga što stvarno imamo i onoga što samo mislimo da smo postigli na planu emancipacije žene u našem društvu“ (Leinert-Novosel, 2015: 253).

A upravo to možda je i najteži, a slabo primjetan problem položaja žena u društvu. Činjenica da iako se sve češće žene izjednačavaju s muškarcima po obrazovanju i društvenoj vidljivosti, i dalje ne ostvaruju svoje karijere do kraja. Tako autori ističu kako su u javnom životu Hrvatske žene sve manje vidljive. „Štoviše, toliko su nevidljive, da čak i ta nevidljivost postaje sve manje i manje primjetna. U današnje vrijeme, u najvećem broju slučajeva, žena u Hrvatskoj ne može ostvariti svoj potencijal preuzimajući odgovornost za javna zbivanja ili sudjelujući u donošenju odluka opće prirode. U školama nas se može vidjeti kao nastavnice, ali u tim školama kao ravnateljice postajemo sve manje vidljive“ (Miodrag-Šmit, 1998: 50).

2.3 OBILJEŽJA *SITCOMA* KAO ŽANRA

Serijska koju analiziramo spada u žanr humoristične serije tipa *sitcom*. McQueen definira žanr kao rod, odnosno vrstu, a taj se pojam odnosi na vrste ili kategorije medijskih proizvoda. Žanr se određuje posebnim konvencijama korištenima pri izradi, a koje možemo prepoznati po obrascu koji se toliko ponavlja da nam postaje poznat i predvidiv. Uključuje specifične likove, zaplet, ambijent, odjeću, umjetnički narativ, dijalog i vizuale. Sam ideološki značaj žanra ovisi o prihvaćanju gledatelja pa je žanr zapravo prilagodljiv i oslikava mjerila društva koje ga stvara. No, žanrovi nisu nepromjenjivi pa se prilagođavaju kroz podžanrove (McQueen, u Đorđević, 2000: 43-45). S druge strane Fiske definira žanr ovako: "Žanr pruža dvije osobine koje svaka roba mora imati, s jedne strane to su standardizacija i osjećaj poznatoga, a s druge, raznolikost proizvoda" (Fiske, 1987). Objе navedene definicije kao i njihove značajke serija *Bitange i princeze* zadovoljava gotovo u potpunosti.

Sitcom se pak ističe kao komična igrana serija u trajanju od 24 do 30 minuta sa stalnim likovima i ambijentom. Cilj je nerijetko isticanje nepravdi u društvu, a uglavnom se uvelike zasniva na rodnim ulogama. *Sitcom* ima radnju koja je zasnovana na ponovnoj uspostavi ravnoteže. Svaka epizoda stavlja likove u nove situacije, ali unutar istog okruženja, a radnja se na kraju vraća u prvobitno položaj. Osnovna su mu obilježja jednostavnost, lagan tok radnje i repetitivnost. Pojavljuju se i usustavljeni frazemi tzv. *catchphrases* koje povećaju identifikaciju s likovima. Teme su najčešće sudar vrednota i načina života te potraga za identitetom (McQueen, u Đorđević, 2000: 69-77).

U ovoj vrsti žanra koristi se složeno pripovijedanje, odnosno, isprepliće se više radnji, a uvijek traju barem dvije simultano. Koristi se stalna zajednica likova, i uobičajeno u *sitcomu* ih je sedam ili osam. Definicije, kao i njihove značajke, *Bitange i princeze* zadovoljavaju gotovo u potpunosti. U seriji su tako prisutne tri stalne radnje: glavna radnja odnosa Robija i Irene, te sporedne: veza Tea i Lucije te prikaz propasti sitnog poduzetništva u liku Gazde. Koristi se složeni narativ i svezremenski elementi: TV Star, isprekidana ('on and off') veza Tea i Lucije, propast poduzetništva, ali i propast društva. Obrađuju se kontroverzne teme, na način za ili protiv podjele, koristi se realističnost, do u detalj prikazana svakodnevnica likova s kojom se poistovjećujemo. Tako, na primjer, možemo kroz seriju gotovo u svakoj epizodi pratiti Robijeve posjete toaletu i razgovore na tu temu. Da bi uživao u kvalitetnoj seriji, gledatelj mora

prepoznavati kulturne reference iz serije i složenost poruka da bi mogao uživati u izvrtanju njihovih aksioma pa tako mora imati oštar osjećaj za intertekstualnost. (Primjerice, mora biti informiran o političkoj situaciji u Hrvatskoj kako bi razumio humorne reference na tu temu) (Kovačević, 2017: 18-38).

Uz definiciju žanra *sitcom*, serija *Bitange i princeze* može se smatrati i epizodičkom serijom, a što potvrđuje takva definicija od Kovačević. Naime, uz ranije navedeni stalni set, prisutna je i špranca u kojoj svaka epizoda ima radnju koja započinje i završava unutar iste epizode. Epizode se mogu gledati napreskokce jer nema značajnog, naglog razvoja odnosa među likovima. U seriji se nailazi i na metareferencijalnost, odnosno na sinkretističko isprepletene informacije iz različitih sfera društvene zbilje, ubačene, najčešće kroz humor, u jedan razgovor, scenu ili situacijski odsječak. Za razumijevanje navedenoga potrebno je kvalitetno enkodiranje, koje se ostvaruje pomoću simbola i obilježja koje publika dijelom kodira kako su namijenjeni, a dijelom samostalno. Ta teorija Stuarta Halla je i polazište našeg istraživanja. Tu je interesantno spomenuti i Ferdinanda de Saussurea, koji razlučuje pojmove označitelja i označenoga, gdje nerijetko do izražaja dolazi osoba koja govori (lik iz serije, šarm i humor), a ne sam sadržaj poruke (kritika društva koju zakamuflirano izgovara) (Kovačević, 2017: 18-38).

No, koliko god serija zadovoljavala sve te uzuse navedene u literaturi nekoliko navedenih autora, kako smo i ranije vidjeli, najveći naglasak humora je upravo u rodnim ulogama, stoga je prije istraživanja potrebno još razjasniti i kako se grade rodni stereotipi likova, zašto su smiješni, te čemu sve doprinose, kako u seriji, tako neosporno simetrično i u društvu.

2.4 SERIJE, ŽANROVI I RODNI STEREOTIPI

Važnost serija je u tomu što se likovi prikazuju na način kojim oslikavaju društvenu stvarnost, a uz to služe kao model za oponašanje u stvarnom životu. Istaknuvši kako prosječna osoba danas, zahvaljujući modernizaciji tehnologije u jednome danu pogleda više epizoda serije nego što bi nekada davno pogledala u godinu dana, to zrcaljenje može imati velik značaj (O'Connor, 1989). Kada na to nadodamo da gledatelji već polako i očekuju da serije nude prikaz stvarnosti, onda se ističe koliko je važno da ta reprezentacija zaista bude stvarna i da ravnopravno prati aktualni suvremeni život, a da radnja i likovi budu ažurni kako TV ne bi napustio vezu sa stvarnošću gledatelja (Esquenazi, 2009: 155-164). Međuodnos serija i stvarnosti nije novost, on postoji još od šezdesetih kada je, iako iskrivljenom reprezentacijom, prikaz rodnih uloga bio

povezan s društvenim promjenama vezanima uz ulogu, status i težnje žena (Signorielli i Bacue, 1999: 528).

Šezdesetih su se žanrovi dijelili na ženske i muške, ovisno o tomu jesu li prikazivali muške ili ženske karakteristike svakodnevnice (Kosanović, 2008: 88). U hrvatskom društvu nalazimo slične odnose u serijama, ali i u društvu i politici. To je razdoblje kada su žene i muškarci bili strogo vezani uz predodređene im rodne uloge, društvene norme ponašanja i standarde. Ali žene su se sve više pokušavale ostvariti i izvan doma, što patrijarhalnom društveno-političkom okviru nije nimalo odgovaralo (Pikija, 2019: 4). Feminizam nije uistinu prodro u pore svakodnevnog društva pa su se tako zagovarale žene kao domaćice, a primarna uloga žena bila je ona supruge i majke, dok su ambiciozne žene koje su željele biti oslobođene kolajne koja ih je vezala uz dom u serijama simbolično bile kažnjavane (Vojković, 2008: 73).

Danas takvi odnosi nisu ni popularni ni društveno prihvaćeni, tj. sve se više marginaliziraju kao zastarjeli i zadržati. Takvim ograničenjima u današnjem svijetu nema mjesta, ona kopne, a sve se više kombiniraju i pretapaju žanrovi pa nastaju hibridni žanrovi simultano namijenjeni ženskoj i muškoj publici. No uzrok toga možda ipak nije napredak društva ili konkretnije feminizma, već komercijalizacija te pretvaranje serija u isključivo ekonomske produkte. McNair tako smatra kako pritisak komercijalnog tržišta nema negativnu ulogu već dobiva važno „sociološko i političko značenje u podupiranju alternativnih modela reprezentacije“ (Kosanović, 2008: 90 prema McNair, 2004: 240). Ipak, opsežno neprofitno istraživanje iz 2017: *Watching Gender: How Stereotypes in Movies and on TV Impact Kid's Development*, istražuje dječji razvoj, rod i medije u zadnjih 40 godina, a pokazalo je da mediji jačaju ideologiju prema kojoj su 'muške' osobine i ponašanja vrijednija od 'ženskih', kao i tezu da bi „djevojke trebale brinuti oko svog izgleda“ (Common Sense, 2017).

Od pedesetih pa sve do kraja osamdesetih žene su bile pasivne, vezane uz dom, prezentirane kao vjerne supruge i majke. Devedesetih se ženski likovi prvi puta susreću sa 'muškim' problemima, a sve češće su žene glavni likovi, prvo u humorističnim serijama poput Roseanne, a zatim i u drugim, znanstvenim žanrovima. Ženska radnja se tako polako premješta u poslovno okruženje. Prezentacija žena tako se sve više zasniva na epitetima poput: pametna, borbena, jaka, neovisna, u borbi protiv zla, a što su do tada bila obilježja muških protagonista. Žene sve češće razrješenje pronalaze u oružju, sili i ispoljavanju moći nad nekim, metodama tradicionalno dodijeljenima muškarcu. Time se preispituju rodne uloge prema kojima žene nisu agresivne. U humorističnim serijama, novitet je da su sve češće prikazane u više različitih uloga, pa tako, iako često imaju djecu i supruga, ipak izlaze iz kuće, družu se, imaju poslove složenije

naravi te se bave hobijima. No, i dalje se koriste stereotipi poput lijepih, a glupih žena, ili onih kod kojih je glavni cilj postizanje društveno prihvatljivog modela života koji uključuje, ženidbu, djecu i karijeru (Sever Globan i Pavić, 2014: 140-143). Sve navedeno pokazuje kako je kroz povijest, položaj žene u serijama, posebice humorističnima, prošao kroz proces velike prilagodbe stvarnim društvenim promjenama koje smjeraju ravnopravnosti žene u društvu spram muškarca.

Od domaćica, preko karijernih majki, do sve češće samostalnih *singl* žena, borkinja protiv nepravde u tvrdom patrijarhalnom modernom američkom društvu. Ženski identitet se razvija, slojevitost mu se umnožava, arhaični stereotipi dokidaju, te se u potpunosti lik žene pretvara u složeno, intelektualno biće koje redefinira ono što znači biti ženom. Od vjernosti i pasivnosti, do Kokota – onoga što bi pjesnik Ulderiko Donadini definirao kao snažnu i borbenu pticu koja nagovještava novi dan.

Valja stoga zaključiti kako mediji počinju pratiti trend društva i borbe žena za rodnu ravnopravnost, a ne obratno, te kako je cilj jasno postavljen, zadovoljstvo i ispunjenost. „Paradoks modernog društva je to što bi tehnološki razvoj trebao donijeti život s manje stresa i više zadovoljstva. Nažalost, ljudi su sve manje raspoloženi za smijeh“ (Mašanović, 2003: 124). Napredak je u tom smjeru, naravno, vidljiv, barem na zapadu, no potrebno je dodatno slabljenje patrijarhata kako bi uistinu došlo do konačne rodne ravnopravnosti, a to, iako teško, nije nemoguće. „Unatoč višestrukim neuspjesima, unatoč potencijalu destruktivnih postupaka, ljudi su bića koja iz iskrenog sjećanja i poštovanja mogu uzletjeti do iznimnih stvari – ljudskosti, razumijevanja i mira“ (Gauck, 2015: 3).

2.5 ULOGA JAVNOG SERVISA

Kako se humoristična serija *Bitange i princeze* emitirala u pred-udarnom terminu na Hrvatskoj radioteleviziji (HRT), važno je tematizirati i ulogu javnog servisa i državne televizije, s obzirom da se HRT financira javnim novcem, pristojbom koju plaćaju upravo građani, a također i da upravljačku strukturu bira Sabor, sastavljen od demokratskim putem izabраниh zastupnika. Stoga valja prvo definirati javni servis. Hrvatska radiotelevizija se prema Zakonu o Hrvatskoj radioteleviziji definira kao „pravna osoba koja ima status javne ustanove čija se djelatnost, funkcija i sadržaj javnih usluga, financiranje, upravljanje, nadzor i način rada uređuju ovim Zakonom i propisima donesenim na temelju njega. ... Osnivač Hrvatske radiotelevizije je

Republika Hrvatska, a osnivačka prava ostvaruje Vlada Republike Hrvatske (Narodne novine, 136/13). Ono što je važno istaknuti iz Zakona su obveze javnog servisa.

Uz obvezu koja se tiče informiranja, istinitosti i sličnih utopijski napisanih sadržaja, ističe se i obveza HRT-a da zastupa manjine, ne diskriminira te da poštuje ljudske vrijednosti. „HRT u svojim programima mora zadovoljiti interese javnosti na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini te osigurati odgovarajuću zastupljenost informativnoga, umjetničkog, kulturnog, obrazovnog, dječjeg, zabavnog, športskog i drugog sadržaja ... promicati nacionalne interese, pridonositi poštivanju i promicanju temeljnih ljudskih prava i sloboda, toleranciji, razumijevanju i poštivanju različitosti, demokratskih vrednota i institucija“ (Narodne novine, 136/13). Ne samo da se ne smije promovirati nasilje ili netolerancija, a koja se prikazuje i kroz gradnju humora u seriji homofobijom i mizoginijom, već se spominje promicanje temeljnih ljudskih prava i različitosti, a ta se definicija u Zakonu dodatno proširuje. „HRT će osobito ... proizvoditi, suproizvoditi i objavljevati programe namijenjene ostvarivanju ravnopravnosti muškaraca i žena ... programe namijenjene ukazivanju na kršenje ljudskih prava ranjivih skupina“.

Drugim riječima, između ostalog, sadržaji koje emitira javni servis ne bi trebali poticati rodne stereotipe u svojim medijskim proizvodima, kao ni ismijavati ili na bilo koji drugi način kršiti prava manjina i ranjivih skupina, jer time sudjeluju u njihovom daljnjem perpetuiranju, a upravo to je ono što će istraživanje pokazati da serija Bitange i princeze, koju producira HRT, čini.

3. METODOLOGIJA

Rad se temelji na istraživačkim pitanjima: koji se sve oblici rodni stereotipa pojavljuju u seriji i koja je učestalost različitih oblika rodni stereotipa. Istraživanje je provedeno s ciljem identificiranja prisutnosti i oblika rodni stereotipa u seriji Bitange i princeze. Specifični ciljevi odnose se na utvrđivanje učestalosti pojave određenih stereotipa te analiziranje odnosa među likovima u zadanim okvirima rodni stereotipa. Istraživački pristup kombinira kvantitativnu i kvalitativnu analizu sadržaja. Kvantitativna analiza ima namjeru utvrditi prisutnost i izmjeriti učestalost rodni stereotipa, dok kvalitativna analiza pokušava razumjeti latentna značenja prezentacije rodni stereotipa u gradnji likova i njihovih odnosa te njihove učinke na publiku i društveni hetero-normativni kontekst.

Definirano je nekoliko hipoteza:

H1: U seriji Bitange i princeze prisutni su rodni stereotipi

H2: Najčešći rodni stereotipi vezani su uz podjelu poslova, inteligenciju, iskazivanje moći, teme razgovora i iskazivanje seksizma

H3: Muškarci su u seriji prikazani inteligentnijima od žena

H4: Ženski likovi izražavaju više emocija

H5: Žene su prikazane pasivnije od muškaraca

H6: Najčešće teme o kojima razgovaraju muškarci su biznis, politika, kultura i sport, a teme o kojima žene najčešće razgovaraju su drugi ljudi, moda i samopomoć

H7: Muški likovi češće su vezani uz izražavanje moći i nasilja

U kvantitativnoj raspravi koristi se analiza sadržaja epizoda serije. Jedinica analize je scena unutar epizode, koja čini sadržajnu cjelinu. Populaciju čine sve epizode serije pa tako populacija iznosi 108 epizoda. Pri izboru uzorka izbjegao se jednostavni slučajni uzorak, budući da bi to moglo utjecati na istraživanje. Naime, epizode su podijeljene u različite sezone, pa između sezona postoje odstupanja u vremenu kojemu pripadaju, temama o kojima se govori, ali i likovima i njihovom pojavljivanju. Stoga je izabran slučajni višefazni uzorak, prema kojemu je iz svake od pet sezona slučajnim odabirom selektirano po tri epizode. Slučajnost odabira ostvarena je korištenjem aplikacije za generiranje slučajnog odabira 'Randomiser'. Svaka epizoda analizirana je primjenom analitičke matrice, kao mjernog instrumenta, koja se sastoji

od deset kategorija podijeljenih na ukupno 33 potkategorije. Kategorije su obuhvatile odabrane i relevantne elemente rodnih stereotipa kreirane na temelju relevantne literature i teorijskog osvrta.

Mjerni instrument je testiran testom pouzdanosti prema Holstijevoj formuli. Uz glavnog istraživača drugi koder je analizirao jednu slučajno odabranu epizodu. Testom pouzdanosti željelo se utvrditi potencijalno odstupanje u analizi istog medijskog sadržaja primjenom zadane analitičke matrice, odnosno definiranih kategorija. Pokazalo se da je značajan udio sadržaja analiziran na identičan način, te je po Holstijevoj formuli rezultat 76% za sve kategorije. Kodiranje dva koderi pokazalo je nepodudaranje u nekim kategorijama (posebno oko kategorija koje se odnose na emocije, upotrebu znanja i demonstriranje moći), koje su nakon usuglašavanja preformulirane a kodovi jasnije definirani.

Što se tiče kvalitativnog istraživanja, koristila se analiza na način da se gledanjem 15 kodiranih epizoda serije, ekstrahiranjem primjera stereotipnog odnosa ili individualnog ponašanja, koristeći tekst i dijaloge likova potkrepljuju ili demantiraju postavljene hipoteze citatima, situacijskim potvrdama i sl. Radi se stoga dublja analiza latentnih obrazaca u kreiranju i primjeni stereotipa prisutnih u izgradnji likova i njihovim međuosobnostima iz kojih se vidi prisutnost rodnih, društveno definiranih stereotipa.

4. PERSONALIZIRANA KARTICA: MATRICA LIKOVA

Kao prvi dio istraživanja, dajemo pregled glavnih likova po pretpostavljenim stereotipima, pa ih je potrebno predstaviti i podijeliti po određenim kategorijama. Likovi su Robert Kumerle, Irena Grobnik, Teodor Friščić, Lucija Toć, Kazimir Hrastek i Armando Vukušić. Kod svakoga lika istaknuli smo osnovna obilježja, fizički izgled te citate koji definiraju interese i osnovne informacije koje sami likovi izražavaju tijekom serije kada se predstavljaju ili opisuju.

KARTICA LIKA: ROBERT KUMERLE

Robi predstavlja stereotip lika tipičnog kvartovskog dečka iz Zagreba. Nije osjećajan, asertivan je, agresivan, tipičan heteroseksualan muškarac niskih strasti koji voli sport, žene i pivo. „*Analitično sam skenirao sve ove bolje kvartove i skužio sam da jedino u ovom imaš sve što ti treba u krugu od sto metara. Vinoteka, videoteka, seks shop, kladionica, parkiralište, dvorana za nogomet, ova rupa*“. Iz navedenoga su jasni njegovi interesi koji stereotipno opisuju skroman interes muškaraca u životu. Gotovo u svakoj epizodi ima seksističke i homofobne nastupe, a pun je samopouzdanja. „*Ali ja sam ipak mislio da mu daš poduku iz kroćenja peradi jer se kokoš očito pali na takve kao što si ti*“. Iako bi se dalo diskutirati je li njegov odnos prema ženama iskazivanje moći kojim bi prekrpio svoje nedostatke, ipak se može procijeniti kako pokazuje samopouzdanje pred drugim ljudima. „*Osим što na natjecanju za najljepše ćelavo dijete briljiram, na prošlogodišnjem izboru najljepšeg muškog osmjeha također uvjerljivo pobjeđujem. Posljednjih 12 mjeseci uglavnom provodim ispred velikog ogledala dovodeći tako svoj voditeljski gard do savršenstva*“. Zaključno, iz analiziranih epizoda vidljivo je kako je njegov lik prezentiran kao tipični grubijan kojega je odgojila svakodnevnica. „*Kužiš buraz, za mene vrijedi samo jedna četvrt i to je Dubrava, to je tu u srcu*“.

KARTICA LIKA: IRENA GROBNIK

Irena je stereotipni lik površne plavuše koja misli samo o izgledu, uređivanju i traču, bez posjedovanja ikakvih intelektualnih vještina izvan uske niše pop kulture. Heteroseksualna je žena, a ističe se kako je snalažljiva, no kako se uvelike oslanja na svoj izgled. „*Placebo? Meni je žao, ali ja nisam imala latinski u školi. Mislim, mogao se uzeti kao fakultativni, ali ja sam se*

odlučila za daktilografiju“. „Znači s deset prstiju tipkaš“? „Ma ne tipkam ni mrtva, sve bi nokte potrgala. Nisam ni u školi tipkala. Profesor daktilografije me jako simpatizirao pa nisam ni morala“. „Sanjala sam da sam došla u neku kuću veliku i shvatim da sam kod Glumičića. I veli mi on da je danas akcija. Daje popust na liposukciju, cice ili na povećanje usta. I cijelu noć se ne mogu odlučiti što da uzmem. Prevrćem se i razmišljam, i taman se odlučim za cice broj veće, kao da ne pretjeram, kad me ti probudiš s vrištanjem“. Također je asertivna i otvorena, no zalaže se za prava žena i manjina, pokazuje liberalne stavove, iskazuje osjećaje, a iskazuje i puno samopouzdanja. „Zovem se Irena, završila sam masu škola. Bila sam miss fotogeničnosti Utrina i Zapruđa, i prva pratilja Miss turističke zajednice općine Remetinac. Bila bih puno bolja od ovih naših voditeljica jer sam šarmantna, srdačna, spontana i načitana“. Svjesna je svojih nedostataka, radi na njima i javno progovara o temama koje su popularne ženama u svakodnevnicu, poput, posla, odnosa muškaraca prema ženama, ali i vizualnih predispozicija koje se u njoj branši posla ističu, a koje kritizira. „Pazi ja sam do jučer radila kao manekenka. I možeš si misliti da mi je takvih bahatih mačo tipova dosta za tri života. Prvo, nije ti to tako glamurozno kako ti misliš i drugo, nakon što sam pročitala samospoznajom do apsolutne sreće, napokon sam proniknula ispod površine“. Prikazuje se kao površan lik koji žudi za uspjehom i pozornošću, koja želi zadiviti, ali i istaknuti svoje uspjehe ostvarene radom na sebi i borbom sa svakodnevnim nedaćama. „Ja sam Irena, jet-set ličnost iz Zagreba“ (...) „Nije sve u znanju, ima nešto i u hidratantnim kremama“ (...) „Halo, vidi koliko me kamera gleda“.

KARTICA LIKA: TEODOR FRIŠČIĆ

Teodor Friščić je heteroseksualni muškarac, predstavljen kao visokoobrazovan čovjek, u nekoj mjeri čak i kao intelektualac. Ostvario je karijeru, zaradio za stan i automobil, a iza njega je i neuspješan brak za kojega on vjeruje da nije njegova krivica. „Zovem se Teodor, dolazim iz Zagreba, po zanimanju sam pravnik. Rastavljen (...) Vozim luksuzni terenac, živim u dvoetažnom stanu od 159 kvadrata, pogled na Lenuzzijevu potkovu, samac, ali ne svojom voljom“. Likovi oko njega, poglavito žene, smatraju ga uspješnim, pristojnim te ističu kako uz to i fizički izgleda onako kako bi željele da muškarac izgleda i ponaša se. „Slušaj, žalosno je da tako jedan mlad, pametan i zgodan čovjek tako negativno razmišlja“. Iako ga drugi likovi često koriste kao arhetip muškarca u društvu, istina je ponešto drugačija. Vrlo često zalazi u sferu agresivnog muškarca koji potiskuje emocije, a o ženama priča iznimno seksistično i iz pozicije moći, a nerijetko je i neugodan. „Ček, kako da mu ja pomognem, da uvalim Ireni drogu za silovanje. Pa ne mogu ga ja napraviti visokim, zgodnim, šarmantnim“. „Svaka žena ti je

jedinstvena. Da bi ju osvojio, trebaš pronaći pravi put u labirintu njezina srca. A za to će ti najbolje pomoć dobar auto. Druga bitna stvar je ono što već imaš, samo ga treba podebljati. Novčanik. Nije važno je li u njemu imaš 5 ili 500 kuna, važno je da izgleda debelo“. Iako ga se može u neku ruku smatrati stereotipom štrebera, u stvarnosti je to tek krinka za sve loše osobine koje relativno neuspješno pokušava prikriti pa ga možemo opisati i kao idealan primjer tipičnog prešutnog konzervativca ili vuka u janjećoj koži. Iako većinom isplivaju njegove negativne strane, ponekad, doduše rijetko, ima i pozitivne osobine, no opet vezane uz ustaljene društvene prakse (tješi dijete) „*Svi znaju da onaj koji nema sreće u djetinjstvu, ona mu se dvostruko vrati kad odraste (...)* Mali, ovo ti je moj sretan sat, uzmi, meni više ne treba. Ja sam dovoljno sretan i bez toga, a tebi će sigurno pomoći“.

KARTICA LIKA: LUCIJA TOĆ

Lucija je stereotip alternativne mlade žene, vječne studentice, a uglavnom se uz nju vežu stereotipi praznovjerne, nemarne, nesigurne, nerealizirane, sramežljive i neodgovorne žene niskog samopouzdanja. „*Joj Lucija kozo opet si ostavila otključano“.* „*Sutra idem ubost jedan bolji posao, ali neću pričat o tome da ne ureknem. Mislim kad pričaš, onda energetski slabiš situaciju pa sve propadne. Šutnja je zlato“.* Ipak, ima i pozitivnih stereotipa. Topla je žena, izražene empatije i majčinskih instinkata, brižna, kolegijalna, ali također i kompetitivna. „*Ja sam Lucija, dolazim iz grada i studiram egiptologiju pri Hrvatskim studijima (...)* Volim se natjecati“ . „*Irenu ne mogu izbaciti iz ženske solidarnosti, Robija sam već jednom napisala pa me strah da će me sačekati ispred, a Teodora ne mogu jer mi je simpatičan“.* Djeluje pasivno i submisivno prema muškarcima, i na poslu i privatno, upada u nevolje, a jako je nepovjerljiva prema muškarcima, osim kada je u pitanju Teo u kojega ima potpuno povjerenje te je stereotipno prikazana kao naivna kućanica koja brine o obitelji pa tako u zadnjim sezonama isključivo brine o Teovom djetetu. „*Ako se trebaš nekome svetiti, sveti se ženi, ona je tu najviše kriva, ovako blatiš i svoju profesiju, i sebe kao čovjeka“.* „*Jednostavno mi je bilo lijepo da me netko primijetio. Ne događa mi se to baš u zadnje vrijeme“.* Slično ju opisuju i drugi likovi. „*Znaš li kolika je statistička vjerojatnost da žena tvoje dobi, neuhranjena, potplaćena, bez miraza, neriješenog stambenog pitanja, da nađe muža? Ako se neki jadnik i pojavi, uz ovu kamatnu stopu bit ćete doživotno podstanari“.* Budući da je submisivna, a kako je istraživanje pokazalo, sklona prihvaćanju nečijeg iskazivanja moći, i sama prihvaća takve opise kao realne. „*Ajoj, znala sam da statistički stojim loše, ali zapravo stojim još i gore. Ma ne, zbilja mi se crno piše“.*

KARTICA LIKA: KAZIMIR HRASTEK

Kazo je netipičan lik heteroseksualnog muškarca kada su u pitanju muško-ženski odnosi jer je jako moderan i prešutno sudjeluje u ravnopravnosti rodova. No, njegov stereotip je onaj teen mladića koji vrijeme provodi gledajući filmove, igrajući igrice i čitajući stripove. Najbolji si je opis, zapravo, sam dao u seriji. *„Glavni junak, smotani štreber, brije na komada za kojim bruji cijela škola, plavu, obdarenu cheerleadersicu, koja hoda s kapetanom ragbi ekipe. I onda on jedan reže žile, svi ga u školi zafrkavaju i ne kuži da za njim cijelo vrijeme slini njegova najbolja prijateljica. Neugledna, nepopularna cura, koja se na kraju, naravno, pretvara u Mensa ljepoticu. A ja sam toliki luzer, da nemam čak ni takvu jadnicu kojoj ću biti interesantan“*. Stereotip je *papučara*, bojažljivog, sramnog, prosječnog muškarca, no ipak je aktivan lik koji se bori sa svakodnevnim nedaćama, a ne odustaje pri izazovima, unatoč introvertnoj ličnosti. *„Kaj da te Bog stvoril, malog, debelog, nesposobnog da zbariš trebu. Kaj, da ja napravim harakiri zbog toga, neću, ima i drugih stvari u životu, ako nemam pravu trebu, imam barem Laru Croft“*. Unatoč visoko razvijenim emocionalnim vještinama, i dalje se koncentrira na fizički izgled žena, a ne na njihovu nutrinu, čak i kada je sam svjestan toga. *„Stalno mi je pred očima. Najavljuje anticiklonu, a grudi joj poskakuju, nadolazi vruća fronta. Al budimo realni buraz, ona je TV zvijezda, a ja sam samo jedan introvertirani tip s neatraktivnom vanjštinom“*.

KARTICA LIKA: ARMANDO VUKUŠIĆ

Armando je stereotipno gotovo karikatura homoseksualca te izraženo seksistički prikazan lik. Pridaju mu se osobine promiskuitetnog muškarca opsjednutog seksom, feminiziran je, napadan, histeričan, emotivan i predstavlja stereotipniju verziju lika Irene. *„Bokić, ja sam Armando, to je moje umjetničko ime, dolazim iz Mrkoplja, radim kao elitni konobar i eskort u slobodno vrijeme“*. *„Armando, neobično ime“*. *„Da, sam sam si ga nadjenuo“*. *„A volite kad vam ga i drugi nadjenu“*. *„Pa nije mi mrsko, da“*. S obzirom na to da ga tako vidi i okolina u seriji, a i da se sam često identificira kao žena, ili muškarac sa vrlo ženskim obilježjima, u ovom radu ćemo ga tretirati kao stereotip ženskog lika, o čemu ćemo pisati kasnije. *„Prekjučer Robi, danas Lucija, kako je krenulo, uskoro bih mogao biti djeveruša“*. Izravan je i otvoren prema seksu, kao i svojoj seksualnosti, te rijetko jednako otvoreno nastupa prema drugim likovima, naročito muškarcima, što ga nerijetko dovodi u neugodne situacije. *„Netko mi je tužan danas. Ma siguran sam da bi ti jedna masažica dobro prijala“*. *„Apsolutno i to ako ju ja pružim tebi i to s*

bejzbol palicom“. „A da, ti svog zoveš *bejzbol palica*. Ja svog zovem *Ramzes*“. „Ma daj, dva metra od mene“.

Iz navedenoga je vidljivo kako Armando ipak nema obilježja heteroseksualnog muškarca. Dapače, njegovi su stereotipi oni koji se uglavnom vežu uz žene. Ipak, treba napomenuti razloge za to. Povjesničar Chauncey tako, kada je riječ o rodnim stereotipima i definiranju tranzitivnog roda, muškaraca koji se identificiraju kao žene, ističe kako se krajem 18. i početkom 19. stoljeća u literaturi, ali i društvenom životu mogao često čuti termin 'vile' kojim se opisivao homoseksualni muškarac. „Ovi muškarci (...) djeluju ženstveno, većina ih je oslikana i sređena, zovu ih princeza ova i dama takva i vojvotkinja od Marlbora, i ustaju i pjevaju kao žene, i plešu (...) zovu se sestrama i zavode ljude u nemoralne svrhe“ (Chauncey, 2008; 16). Vile tako, suočene s diskriminacijom, seksizmom i guranjem na margine društva, skrivaju svoje potpetice i odjeću kako ih ne bi napadali policajci (Chauncey, 2008; 22).

Iako bez skrivanja, lik Armanda prati ovu vrstu definiranja roda, budući da često govori o nošenju ženske odjeće, izboru vlastitog laka za nokte, šminkanju ili nošenju ženskih gaćica. Za sebe 'čoporotivno' u društvu drugih žena govori da je curka jer „mi curke moramo držati do svog izgleda“. „Koji je ovo *super badić*. Posudite mi to za večeras“. *Ne znam kada će ljudi shvatiti da svatko ima pravo na svoj osobni izbor laka za nokte*“. I ostali likovi u seriji ga percipiraju na isti način, pa tako Robi, vidjevši ga da tješi uplakanu Luciju i Irenu, daje ovakav komentar: „*Gle ovo, pijane i uplakane i to sve tri*“. No, ne samo da se identificira kao žena, i da ga okolina identificira kao ženu, već su mu dane i osobine nalik onih Irene, a koje su stereotipno seksistički naravno, ženske osobine lika. Tako je emotivan, otvoren pri stupanju razgovoru o seksu, no sramežljivo govori o svojim iskustvima, a ima čak i jak stereotip po kojemu je žena ženi vuk, a koji vidimo vrlo često kod upravo – Irene. Tako upravo o njoj govori ovo: „*U sljedećem krugu očekujem da će ispasti ona napirlitana flundra*“.

5. REZULTATI

Definiravši likove po rodu i osnovnim obilježjima, provela su se dva istraživanja. Prvo se pomoću analitičke matrice bilježilo sve zamijećene stereotipe iz analiziranih 15 epizoda serije, a zatim ih se sistematiziralo te se provela usporedba rezultata prema odnosu muškaraca i žena, ali, u nekim kategorijama, i prema razlikama u ponašanju kod pojedinih spolova. Analitička matrica istražuje stereotipe prema sedam kategorija: Fizički izgled (A), aktivnost (B), vrsta aktivnosti (C), emocije (D), teme razgovora (E), upotreba znanja (F), seksualnost (G), seksizam (H), demonstracija moći (I) i nasilje (J). Prva kategorija, fizički izgled, proučava govori li lik iz serije o svome izgledu i brine li o njemu (A1) te komentira li tuđi izgled ili daje normativan komentar ili naputak kako bi netko trebao izgledati (A2). Aktivnost se koristi kako bi se prikazala aktivnost ili pasivnost lika u svakodnevnom funkcioniranju. Pokušava se tako vidjeti je li lik aktivan u obavljanju svakodnevnih poslova, iskazuje li samostalnost ili borbenost u reakcijama, čini li (B1), ili pak iskazuje pasivnost (B2). Vrsta aktivnosti služi istraživanju podjele poslova, a istražuje se, kada je lik aktivan, bavi li se kućanskim poslovima (C1), obvezama izvan doma (C2) ili popravcima (C3). Kod emocija se pokušava otkriti izražava li lik emocije koje se češće stereotipno vezuje uz žene, ili muškarce, a analiziraju se: histerija i euforija (D1), zbunjenost ili iznenađenje (D2), strah (D3), ljutnja ili bijes (D4), tuga (D5), radost (D6) i sram (D7).

Zatim se određuje koja je tema razgovora, pa se tako bilježe trenuci u kojima likovi pričaju o stereotipno češće muškim ili ženskim temama, a analiziralo se sljedeće: Sport (E1), politika (E2), moda/izbori ljepote (E3), drugi ljudi (E4), filmovi/videoigre/kultura (E5), samopomoć (E6), mediji (E7) te biznis i poslovi (E8). Zatim se istražuje upotreba znanja u svakodnevnom razgovoru kojom se želi vidjeti postoji li razlika u reprezentaciji inteligencije likova po spolu. Istražuje se oslanja li se lik na: praznovjerje (F1), znanje i stručnost (F2) ili na površno znanje i neznanje (F3). Kod seksualnosti se istražuje govore li muškarci i žene otvoreno o seksu i seksualnosti (G1) ili zatvoreno, pri čemu dolazi do izbjegavanja te teme ili do posramljenosti pri razgovoru o seksu i seksualnosti (G2). Nadalje, kod seksizma se utvrđuje je li isti prisutan kod lika kroz diskriminiranje, generaliziranje, simplificiranje ili homofobiju (H1) te kod kojeg roda je to češće, a traži se i koji rod učestalije koristi obrnuti seksizam kod kojega ističe prisutnost seksizma ili brani zapostavljenoga (H2). Sljedeća kategorija odnosi se na demonstraciju moći tj. čini li lik da netko radi nešto protivno svojoj volji, bilo da je riječ o

manipulaciji, verbalnoj ili fizičkoj nadmoći (I1) te je li lik submisivan i prihvaća li tuđu nadmoć (I2). Zadnja kategorija se odnosi na izražavanje i oblik nasilja, bilo verbalno nasilje kroz vrijeđanje, psovanje, napadanje i prijetnje (J1) ili fizičko nasilje kroz gurkanje, naguravanje, bacanje stvari ili udaranje (J2).

Prije grafičkog prikaza rezultata i odgovaranja na postavljena istraživačka pitanja i hipoteze, prvo će se odraditi interpretacija rezultata, u kojoj se numerički dokazivalo razlike u reprezentaciji muških i ženskih likova. Nakon toga slijedi pregled rezultata, a zatim i sinteza sa drugim sličnim istraživanjima u diskusiji. Kvantitativni dio istraživanja na odabranom uzorku od 15 epizoda dokazuje da u seriji zaista jesu prisutni rodni stereotipi, te da su raznovrsni i u velikoj mjeri prate one navedene u teorijskom dijelu rada. Nadalje, istražujemo jesu li potvrđene navedene hipoteze.

Prvo se ističe prisutnost rodni stereotipa te ekstrahira koji su najčešće prisutni u analiziranim epizodama. Nakon toga prikazuje se aktivnost likova te se dokazuje da žene češće iskazuju pasivnost, dok kod aktivnosti, obavljaju poslove koji su stereotipno dodijeljeni ženama, dok muškarci rade fizički zahtjevnije poslove. Ističe se i koje su najčešće teme razgovora kod ženskih, odnosno muških likova. Zatim se istražuje postoji li različito prikazivanje inteligencije kod muških i ženskih likova. Nakon toga analizira se koji spol češće pokazuje koje emocije te se odgovara na hipotezu prema kojoj ženski likovi izražavaju raznovrsnije emocije. Zaključno se dokazuje da su muški likovi češće vezani uz izražavanje moći i nasilja. Nakon toga se kvalitativno raspravlja o rezultatima istraživanja te na primjerima proširuju dokazi hipoteza ekstrahirani iz rezultata kvantitativnog istraživanja. Na kraju se u sintezi uspoređuju rezultati dobiveni istraživanjem sa rezultatima drugih sličnih istraživanja.

5.1 REZULTATI: KVANTITATIVNO ISTRAŽIVANJE

Na uzorku od 15 kodiranih epizoda, ukupno je pronađeno 1.060 slučajeva koji potvrđuju obilježja ili stereotipe likova. Svi su sistematizirani iz epizoda, koristeći analitičku matricu, u zajedničku tablicu iz koje se interpretiraju rezultati, a koja se nalazi u prilogima pod nazivom: *Prilog 3. Rezultati bilježenja stereotipa na uzorku od 15 epizoda*. Tablica sadrži ukupan broj detektiranih stereotipa po vrstama, a zatim i periodičnost pojavljivanja zamijećenih obilježja tj. prosječan broj pojavljivanja po epizodi, a prema tim podacima se i iskazuju rezultati kvantitativnog istraživanja.

Iz tablice se već letimice može vidjeti velik broj pojavljivanja stereotipa. Oni su također gotovo u potpunosti ravnomjerno pronađeni kod muškaraca (534 primjera) i kod žena (526 primjera). Za podjelu poslova i motivaciju njihova obavljanja, pronađen je manji broj primjera, dok je za seksizam, nasilje te iskazivanje moći pronađeno najviše primjera stereotipnog ponašanja. Pri bilježenju iskazivanja emocija i tema razgovora broj zatečenih obilježja je sličan kod muškaraca i žena.

Kada je riječ o fizičkom izgledu, likovi se njime bave ukupno 77 puta. Od toga se u 64% slučajeva izgledom bave žene, a 36% muškarci. Muškarci češće komentiraju tuđi izgled, nerijetko atraktivnih žena, nego što brinu o svome i to u tri četvrtine slučajeva. Žene pak tuđi izgled komentiraju u 61% slučajeva. Stave li se te brojke u muško-ženski odnos, žene brinu o svom izgledu u puno većem omjeru od muškaraca. U 73% primjera žene su te koje brinu o svom izgledu, a muškarci samo u 27% slučajeva. No, muškarci češće komentiraju tuđi izgled i daju normativ kako bi netko trebao izgledati, što čine u 41% svih primjera.

Motivacija za obavljanje kućanskih poslova, popravaka te drugih poslova, kao i aktivnost i volja za činjenjem, kako se pokazalo, nije nešto što se može često prepoznati, pogotovo jer se velik dio radnje epizoda odvija vani i u interakciji s drugim ljudima. Također, žene su u više primjera bile vidljivije i aktivne i pasivne. Kada je riječ o muškarcima, oni su u čak 76% zamijećenih situacija bili aktivni, a u 24% slučajeva pasivni. Žene su bile aktivne u 61% situacija, a pasivne u njih 39%. Ipak kada se uspoređuju međusobno, razlika je manja. Od svih situacija u kojima je iskazana aktivnost, muškarci su u 56% primjera aktivni, a žene u 44%.

Kada analiziramo konkretne poslove koje obavljaju uočavamo izražene stereotipne razlike. Zamijećeno je kako muškarci ukupno 15 puta obavljaju poslove. Od toga u 60 posto slučajeva rade fizičke poslove popravka, a u 20% slučajeva brinu o poslovima koji se događaju izvan doma, najčešće je riječ o vožnji. U istom postotku se bave kućanskim poslovima, no to je možda uvećano zbog toga što u jednom stanu žive tri muškarca. Kod žena je situacija dijametralna. Od ukupno 16 slučajeva, u čak 94 % slučajeva radi se o kućanskim poslovima. Jedini put kada to nije slučaj je kada Lucija skida tapete i liči zid. U spolnoj usporedbi, od svih prikaza obavljanja kućanskih poslova, 83% puta obavljaju ga žene. Sve zamijećene poslove izvan kuće obavljaju muškarci, kao i 90% svih popravaka koji su prikazani u analiziranim epizodama.

TABLICA 2. Iskazivanje emocija kod muških i ženskih likova

ISKAZIVANJE EMOCIJA PREMA SPOLU		
	M	Ž
HISTERIJA, EUFORIJA	7 (5.3%)	22 (16.5%)
ZBUNJENOSTI, IZNENAĐENJE	21 (15.8%)	22 (16.5%)
STRAH, NELAGODA	24 (18.1%)	21 (15.8%)
LJUTNJA, BIJES	34 (25.6%)	33 (24.8%)
TUGA, ŽALOST	7 (5.3%)	10 (7.5%)
RADOST, SREĆA	27 (20.3%)	16 (12%)
SRAM, POSRAMLJENOST	13 (9.8%)	9 (6.8)
UKUPNO	133	133

Muškarci najviše iskazuju ljutnju i bijes (25.6%) što je najčešće vidljiva emocija kod oba spola. Uglavnom je iskazuju u razgovoru s drugim muškarcima, kada im nešto ne polazi za rukom, ili kada njihovo iskazivanje nadmoći ne urodi plodom. Slijedeća najvidljivija emocija je radost (20.3%). Zatim slijede strah i nelagoda (18.1%), te zbunjenost i iznenađenje. Muški likovi iznimno rijetko pokazuju svoju tugu ili žalost (5.3%), a ona je najčešće vidljiva u primjeru Teove tuge zbog rastave. Muškarci najmanje iskazuju euforiju ili histeriju pa se ona pojavljuje u tek 5.3 % slučajeva. Žene također najčešće iskazuju ljutnju (24.8%), no ona je vrlo često tek odgovor na uvrede muškaraca ili iskaz nemoći pri trpljenju seksizma. Slijedeće emocije po frekvenciji su histerija i zbunjenost (16.5%) koje najčešće nastaju kao reakcija pri suočavanju sa neočekivanim, nepoznatim situacijama te stvarima koje pođu po krivu. Vrijedi napomenuti kako u 15.8 posto slučajeva iskazuju strah, što je u primjerima uglavnom vezano uz nasilje te iskazivanje nadmoći muškaraca. Kod direktne usporedbe, likovi većinu emocija iskazuju u sličnoj mjeri. Najveće razlike su u histeriji koju žene pokazuju triput više od muškaraca te sram, koji muškarci iskazuju neznatno više. Najveća suprotnost vidljiva je kod tuge i radosti. Žene su malo češće prikazane tužnima, a muškarci dosta češće radosnima.

TABLICA 3. Teme razgovora likova

TEME RAZGOVORA		
	M	Ž
SPORT	10 (9.4%)	2 (1.8%)
POLITIKA	15 (14.2%)	8 (7.1%)
MODA, IZBORI LJEPOTE	7 (6.6%)	21 (18.6%)
DRUGI LJUDI	19 (17.9%)	27 (23.9%)
FILM, VIDEOIGRE, KULTURA	24 (22.6%)	16 (14.2%)
SAMOPOMOĆ	8 (7.6%)	15 (13.3%)
MEDIJI	6 (5.7%)	10 (8.9%)
BIZNIS, POSLOVI	17 (16%)	14 (12.4%)
UKUPNO	106	113

Rezultati pokazuju da su teme razgovora o kojima žene pričaju lake teme, najčešće je to tračanje to jest drugi ljudi (23.9%), pa moda i izbori ljepote (18.6%). U sličnom omjeru pričaju o kulturi (14.2%), samopomoći (13.3%) te o svojim poslovima, poslovnim idejama i biznisu općenito (12.4%). Najmanje razgovaraju o sportu koji se kao tema pojavljuje samo dva puta u 15 epizoda (1.8%) te o politici (7.1%). Muškarci pak najčešće pričaju o kulturi (22.6%), u čemu prednjači lik Kaze sa filmovima i videoigrama. Česte teme su drugi ljudi (17.9%) i biznis ili poslovi (16%). Kada je riječ o modi, izborima ljepote, medijima i samopomoći, muškarci rijetko sudjeluju u razgovoru (od 5 do 8%). Zanimljivo je kako je tema sporta prisutna u 9.4% slučajeva te je tek peta tema po učestalosti, no to dijelom ovisi o radnji serije i specifičnosti epizoda koje su kodirane. Analiziramo li teme pojedinačno, muškarci o sportu pričaju peterostruko češće nego što to rade žene, o politici dvostruko češće, dok je značajna razlika u korist muškaraca vidljiva kod tema kulture i biznisa. Žene s druge strane pričaju trostruko češće o modi, a dvostruko više o samopomoći. Razlika u korist žena vidljiva je kod razgovora o drugim ljudima te kod teme medija.

TABLICA 6. Upotreba znanja likova

UPOTREBA ZNANJA LIKOVA			
	M	Ž	UKUPNO
ISKAZUJE PRAZNOVJERJE	7 (25.9%)	20 (74.1%)	27
ISKAZUJE ZNANJE I STRUČNOST	21 (60%)	14 (40%)	35
ISKAZUJE POVRŠNOST ILI NEZNANJE	24 (30.1%)	54 (69.2%)	78

Kada govorimo o upotrebi znanja u svakodnevnom razgovoru, rezultati pokazuju kako žene puno češće koriste praznovjerje te kako se koriste površnim znanjem ili iskazuju neznanje. Na činjenice se puno češće oslanjaju muškarci. Od zabilježenih slučajeva u kojima lik iskazuje praznovjerje, u 74% slučajeva koriste ga žene. Kada se likovi pozivaju na znanje ili govore točno i informirano o nekoj temi, u 60% slučajeva to rade muškarci. Kod zabilježenih primjera neznanja, netočnih izjava i pogrešaka u govoru ili razumijevanju teme, žene prednjače u 69% slučajeva.

Rezultati pokazuju i da žene češće iskazuju seksualnost nego sram kod razgovora o seksu, a isti je rezultat i kod muškaraca. Kada žene pričaju o seksu, pokazuju otvorenost u 79% slučajeva, dok sram i prikrivanje iskazuju 21% puta. Muškarci također otvoreno pričaju o seksu, ali tek u 63% slučajeva. Usporedimo li sve slučajeve u kojima se otvoreno priča o seksu, žene to čine češće od muškaraca i to u 55% slučajeva. Muškarci češće iskazuju sram u takvim temama i to u 64% svih takvih situacija. Ipak važno je napomenuti kako muškarci češće otvoreno pričaju o seksu pred drugim muškarcima, a puno su zatvoreniji pred ženama.

Puno jasniji su podaci za seksizam. Muškarci tako diskriminiraju, generaliziraju, simplificiraju tuđe osjećaje i potrebe, te iskazuju homofobiju puno češće od žena. Žene s druge strane, dok su objekt seksističkih izjava, puno češće staju u obranu zapostavljenog/e, pogotovo kada je riječ o homofobnim ispadima. Od svih zabilježenih slučajeva seksizma, za njih 86% odgovorni su muškarci, a žene tek za 14%. One pak u identičnom omjeru staju u obranu zapostavljenih pa čine 86% svih slučajeva obrane. Interesantno je istaknuti i podatak o tome koliko slučajeva seksizma je bilo istaknuto. Od ukupno 66 situacija u kojima se iskazuje seksizam, samo u 14 navrata netko ga ističe i suprotstavlja mu se.

TABLICA 4. Iskazivanje moći

DEMONSTRACIJA MOĆI		
	M	Ž
ISKAZUJE MOĆ	22	22
PRIHVACA, SUBMISIVNOST	9	12

Muškarci i žene u jednakoj mjeri iskazuju nadmoć nad nekim drugim likom. Muškarci češće traže od drugih da učini nešto protiv svoje volje iskazivanjem verbalne ili fizičke moći, dok žene uglavnom koriste verbalnu ili manipulaciju tijelom. S obzirom da muškarci češće pokazuju fizičku nadmoć, logično je u nekoj mjeri da žene češće prihvaćaju nametnuto, pa tako od ukupno zabilježenih situacija submisivnosti, žene obuhvaćaju njih 57%. Interesantno je istaknuti i da u gotovo pola slučajeva likovi prihvaćaju tuđe iskazivanje nadmoći. Najčešće to čini Kazo koji prihvaća Ireninu manipulaciju koja se često vidi u njegovoj zbunjenosti kada ona koristi svoju tjelesnost kako bi iskoristila činjenicu da mu je privlačna, te ga uz pomoć iste nagovorila na radnje koje od njega želi. S druge strane tuđu nadmoć kod žena najčešće prihvaća Lucija i to uglavnom iz straha ili zbog fizičke submisivnosti npr. kada ju muški likovi fizički zaustavljaju pri pokušaju odlaska iz prostorije.

TABLICA 5. Nasilje i uporaba nasilja kod muškaraca i žena

NASILJE			
	M	Ž	UKUPNO
VERBALNO	38	19	57
FIZIČKO	20	5	25
UKUPNO:	58	24	

Kategorija nasilja pokazuje kako je to konstrukt koji se puno češće veže uz muškarce. Od ukupnog broja slučajeva verbalnog nasilja, psovki, uvreda, prijetnji i napadanja, muškarci su odgovorni za njih 67%. Fizičko nasilje obuhvaća gurkanje, naguravanje, udaranje, bacanje stvari i fizički napad, a od detektiranih slučajeva, njih 80% čine muškarci. Valja istaknuti i da je kod muškaraca svako treći slučaj nasilja fizički napad, dok je kod žena to slučaj u svako petom iskazu nasilja.

5.2 REZULTATI: KVALITATIVNA RASPRAVA

Na uzorku od 15 epizoda serije Bitange i princeze, cilj je bio pronaći izjave i ponašanja likova kojima bi se dublje analiziralo razumijevanje sadržaja, skrivenih, latentnih simbola i značenja. Serija, naime, ističe pretpostavljene stereotipe te ih koristi kao osnovu radnje, a banaliziranjem i ismijavanjem ustaljenih rodnih obrazaca želi se pokazati sav besmisao nametnutih uloga te umanjiti izraženost društveno konstruiranih rodnih razlika. Ipak, serija koristi stereotipe za humor, tj. temelji humor na stereotipima. To se već vidi na primjeru iskazivanja intelekta likova gdje je korištenje stereotipa o neinteligentnim lijepim ženama i običnim kvartovskim dečkima kako bi se nasmijalo gledatelja prisutno u gotovo svakoj sceni, svake epizode u seriji. Naime, kroz trajanje serije, i muškarci i žene pokazuju velik nedostatak znanja i često se koriste iskrivljenim činjenicama i izjavama koje pokazuju manjak znanja.

Teo tako pokazuje praktično znanje i najrjeđe je neinteligentan, no Robi jako često pokazuje neznanje, dok Kazo zapravo jedino znanje ima u polju filma. S druge strane Armando, Lucija i Irena često govore stvari koje se doimaju smiješnima, ponekad i glupima, no iza krivih izgovora i odstupanja od činjenica, uvijek stoji neko šire znanje. Irena tako ne zna kako se zove Jan Palach, ali zna da je Čeh koji se spalio na prosvjedima i sl. I: *„Ako smo zemlja u tranziciji, to ne znači da možete nekažnjeno ugnjetavati svoje uposlenike. Prijavit ću vas Hlebinskom odboru za ljudska prava“*. Pri proučavanju epizoda, najčešće omaške, koje likove prikazuju manje inteligentnima čine Irena i Robi, zbog čega je teško istaknuti jedan spol kao 'glup'. I: *„Ma ti si fakat na nivou, kak se zovu oni buljavi koji su po Krapini goli hodali“*. R: *„Ma zbrisao sam s posla, trebao sam ići na neke vježbe fonetike. Kao da mi prirodne znanosti budu pomogle da budem bolji voditelj“*. I: *„Ma sad bi trebala biti tamo na nekakvim vježbama dikcije, ali ja sam i u školi uvijek izbjegavala tjelesni. Idem na aerobik dva puta tjedno i to mi je dosta“*. Ipak, ukoliko samo znanje određuje tko je manje inteligentan, a likovi su izjednačeni, prevagu gluposti na mušku stranu eventualno može donijeti seksizam. R: *„Nemojte sad svu krivicu svodit na nas, ja uopće nisam znao da se ženske bave sportom i to me zbunilo“*.

Iako rezultati istraživanja mogu potvrditi da su muškarci prikazani inteligentnijima od žena, velik udio u takvom zaključku ima i kategorija praznovjerja, koja nije vjerodostojan dokaz manjka inteligencije. Ulazeći dublje u analizu, kvalitativno nije moguće potvrditi navedeno jer

unatoč doprinosu subjektivnog dojma, količina neinteligentnih izjava je toliko velika kod svih likova neovisno o spolu, da je nemoguće jednostrano potvrditi tezu.

Inače, kako u manjku inteligencije prednjače likovi Robija i Irene, može se povući paralela sa istraživanjem Foriš koja je analizirajući humoristične serija potvrdila stereotip glupog i jednostavnog muškarca te lijepe, ali glupe plavuše. Tendencija prikazivanja nesposobnog muškarca, ističe, traje u osamdesetima i devedesetima, no on postaje manje simpatičan te više odbojan i bezobrazan. Takvi su muškarci prikazani kao lijeni, neostvareni muškarci, nedopadljivi i neinteligentni. Autorica to, između ostaloga ističe na primjeru serije Bračne vode te zaključuje da je to ključni element oko kojega se gradi humor. No uz oca Ala i majka Peg i kći Kelly prezentirane su kao glupe plavuše, dok je jedini inteligentan, opet muškarac, sin (Foriš, 2018: 6). Navedeni rezultati potvrđeni su i našim istraživanjem, pa tako ženski likovi češće iskazuju površno znanje ili neznanje.

No, uz intelekt, provjerivi su i drugi dokazani rodni stereotipi. Kako je već istaknuto, za žene i muškarce se vežu specifični stereotipi, a koje u nastavku i potvrđujemo. Tako se prema autorima iz rada uz žene vežu idući stereotipi: brižnost, žustrina, iskazivanje empatije, tvrdi stavovi, emocionalnost, submisivnost, pasivnost, nježnost, strpljivost, lojalnost, histerija, plačljivost, ranjivost. Nadalje žene često trpe seksizam, smatra se da su nepouzdana i da im nije za vjerovati, tretira ih se kao objekt, a naglasak njihova vrednovanja je na fizičkom izgledu. Drži ih se domaćicama, a razgovaraju o lakim temama. S druge strane, za muškarce se u literaturi pojavljuju sljedeća obilježja: nijekanje empatije, agresija, aktivnost, skrivanje osjećaja, prilagodljivost, dominantnost, samopouzdanost, fizička snaga, uspješnost, ambicioznost, kompetentnost, seksizam verbalno usmjeren prema ženama i manjinama. Njihov izgled nije od presudne važnosti, a uz njih se vežu ozbiljnije teme razgovora poput politike i kulture.

Na analiziranom uzorku većina navedenih stereotipa se potvrđuje, kod Irene i Robija u većoj mjeri. Tako kod Robija vidimo seksizam, dominaciju, samopouzdanost. „*Ovak zgodnoj p***, ovaj ženi, dao bih sve. Imam samo jedno pitanje. Ja se vama sviđam, a vi meni? Ne, moram vam reći da ste mi zbilja, ono, turbo dizel zgodni, teško mi je uopće gledat tu ljepotu, daj mi pomogni gledat*“. U ovom primjeru Robi govori o Ireni te pokušava iskazati svoju dominaciju, ali i muževnost pred drugim muškarcem Kazom. Ti stereotipi, vezani uz muškarce nastavljaju eskalirati nakon što od Irene dobije odbijenicu te kratko i odrješito – ne. „*Bahata krava. Kaj nije, digla je nos kao da sam ju probao silovat, a ne šarmirat. A kad su normalne ženske u pitanju, onda sam otrov, otrov*“. Iz navedenoga je vidljivo obilježje muškaraca da se hvale

svojom seksualnom povijesti i uspjesima, ali i konstrukt uvrede, koja u nekim slučajevima može biti i nagovještaj nasilja, ili u manjoj mjeri, iskazivanja nadmoći. „*Gle, pa ja sam ti ozbiljan igrač, svaku večer orgije, crtice, autoputi, komadi, fiju-briju i te spike. Kako bi ti sam rekao, budimo realni, kaj ćeš ti s onim playstationom i nekakvim štrebericama delat sa mnom u stanu*“. Robi u ovoj primjedbi Kazi ističe stereotip muškarca niskih strasti, koji je aktivan i bezosjećajan, a iskazuje i nadmoć nad sugovornikom koji nije dovoljno muževan niti ikakva konkurencija zbog izbora svakodnevnih aktivnosti te žena koje nisu po njegovoj mjeri atraktivne.

Ipak, stereotip koji je kod Robija najizraženiji je onaj da je seksist. Tako opetovano ističe banalizaciju i generalizaciju kako ženama ne treba vjerovati, kako su žene ili lijepe ili glupe. „*Ni u najglupljoj komediji za balavce štreber ne završi s glupom plavušom*“. „*Žena ti se predomisli u sekundi. Pa i tvoja, i tvoja*“. „*Ženama nije za vjerovati ni kad prognozu čitaju*“. Također, banalizira i ženske osjećaje, jer su oni bezvrijedni, te smatra da je besmisleno biti vjerna ili odana. „*Šteta je zbog nekog kretena patiti te lepe okice*“. Ističe i kako su žene ljubomorne, te smatra da razmišljaju samo o muškarcima. U nedostatku argumenata, pokušava iskazivanjem nadmoći izazvati reakciju kod Irene, po mogućnosti histeriju, a poražen njezinim komentarom o njegovu izgledu, vrijeđa ju pred drugima. „*Ona tamo s prćastim nosom i spaljenom kosom u zelenom sakou mi je bivša. Želim ju napraviti ljubomornom, a ti ćeš mi pomoći. Trebaš samo odglumit da ideš sa mnom u krevet*“.

S druge strane, Irena također prati velik broj pretpostavljenih obrazaca ponašanja žena, no također je prikazana i kao lik koji se ponaša onako kako bi muškarac očekivao od nje. Tako upravo ona ističe stereotip muškarca kao osobe koja je fizički jaka i atraktivna. „*Na moment su me privukli tvoje muževnost, i tvoja sirova snaga*“. Istraživanje medija koje je provela Kosanović također svjedoči o tome da su medijski imperativi muškosti izraženi kroz tjelesnost i istaknutu vizualnu kodifikaciju seksualnosti. S druge strane dokazuje kako je ženstvenost prikazana kroz ljepotu, erotičnost i stalno promjenjivu modu koja inzistira na čimbenicima novog i iznenađenja (Kosanović, 2008: 99). Takav rezultat podudaran je sa zamijećenim stereotipima u Bitangama i princezama, jer Irena opetovano ističe svoje fizičke attribute, a često ih koristi kako bi manipulirala Kazom. S druge strane Robi je prikazan sirovo snažno, dok u Teu vidimo stereotip visokog, crnog i zgodnog muškarca.

U seriji je prisutno i korištenje spola i isticanje slabosti žene naspram muškarcu, a to najčešće radi Irena. Ponekad, sama svjesna stereotipa žena, koristi stereotipe kako bi sebi priskrbila korist. „*Pa ako meni, jednoj ženi, ovako prijeti, možete si zamislit kaj je sve u stanju napraviti*“.

U navedenom primjeru je prikazana kao stereotip slabe i pasivne žene koja prihvaća svoju submisivnost kada je u pitanju snaga. Prikazana je kao lik koji jako brine o svom izgledu pa se tako u gotovo svakoj epizodi šminka, uređuje i razgovara o odjeći, težini i sličnim vizualnim značajkama. Tako u jednom primjeru na Lucijinu izjavu „*Ponuđena mi je životna šansa*“, zainteresirano odgovara sa „*Koliko kilograma za koliko dana?*“. Na ovom primjeru vidi se stereotip žene kojoj je samo fizički izgled važan i plijeni pažnju. Stereotip submisivnosti žene i podređenosti muškarcu možda je najviše istaknula u primjeru koji slijedi. „*Etika, patetika, kokić, pa taj tip je prvi narušio svetu instituciju braka, nema tu. Moja je deviza, osim eura naravno, uvijek bila oko za oko*“. Uz to što brak definira kao najuzvišeniju kategoriju, stereotipno je prikazana kao lik atraktivne žene koja trči za novcem i koja je površna, a vidljivi su i tvrdi stavovi koji se često u humorističnim serijama vežu uz ženske likove.

Istraživanje je tako u velikoj mjeri potvrdilo da su Irena i Robi preplavljeni stereotipima, no ono što je pomalo iznenađujuće, jest to da se stereotipi mijenjaju u njihovom međusobnom razgovoru. U takvim situacijama stereotipi Robija se naglašavaju, dok Irena nastupa upravo suprotno njima, te postaje aktivna, defanzivna prema drugima, lojalna, borbena, a nekada čak i agresivna. R: „*Čuj nju ej, frajer ne zna hoće li prije naj****t od mafije ili ovih svojih, a ti bi mu pomogla. Jedino ako si mislila na jednu laganu 'shiatzu masažicu'*“. I: „*Vidim ja ti moraš sr*t bila školjka slobodna ili ne*“. Dok Robi ovdje govori o stereotipu prema kojemu žena služi muškarcu, te mu intelektualno ne može pomoći, već samo nagonski, Irena pak iskazuje borbenost, kritiku i predstavlja se kao žena koja ne prihvaća lako uvredu.

Ipak, u nekim slučajevima u društvu, Irena kao lik odstupa od borbenosti i podređuje se muškarcu, pa tako u situaciji kad se ustraši stonoge koju Teo ubije, skače muškarcu u naručje pri bijegu u zaštitu. I: „*To je bilo napeto*“. R: „*A čuj, to si ti mogla najbolje osjetiti*“. I: „*Stoko, mislila sam na ovu borbu čovjeka i stonoge. Ti si moj vitez*“. Ovdje se muškarci pokazuju kao hrabri osvajači, dok su žene one koje od njih traže zaštitu i rješavanje problema. Ipak, Irena u razgovoru o Robiju, često najviše podcjenjuje muškarce te ističe njihove stereotipe, a zbog tog i sama iskazuje stereotipna ponašanja. Tako u razgovoru s Lucijom komentira fizički izgled i svodi Robijeva ponašanja na ona životinja. L: „*Kazo nije kao Robi*“. I: „*To je istina, Kazo se ni ne trudi. A ovaj sa širokim razdjeljkom se trudi i trudi, pa, jesmo li ikada vidjeli da mu se trud isplatio. Bome nismo, ali mi pričamo o pravim osjećajima, a ne o potrebama (majmunske geste) Robi gladan, Robi žedan, Robi bi (simulira seks)*“. Muškarca se tako prikazuje kao biće nagona, koje ne misli o osjećajima, a njegov fizički izgled pripisuje se karakternim nedostacima čime i Irena izražava seksizam. No, često kada se Irena služi seksizmom, isto radi i Robi. I: „*Onda bi*

vam sigurno bilo draže da tu bude neke cure, jer s dečkima se nikad ne zna, napiju se pa prave s**nja“. R: „Za njih barem znate tko su, a koga su vam sve cure u stanju dovesti u stan, to si ne možete zamisliti“. Ovdje je tako prisutan stereotip muškaraca kao agresivnih, naglih, nemarnih pa i opasnih, dok se za žene ističe da su promiskuitetne odnosno upitnih moralnih vrijednosti.

Interesantno je da iako smo ranije dokazali da muški likovi češće izražavaju nadmoć, kod odnosa Irene i Robija, nerijetko upravo Irena to radi. R: „Otkaz nam ne gine“. I: „Ja ću riskirati jer sam hrabra i nesebična. Tebe nitko ne tjera, nije to za mekušce“. R: „Daj to simo“. Irena tako ima stereotip demonstracije moći manipulacijom, no tu kod Robija vidimo stereotip muškarca koji ne želi biti kukavica, već radi sve da ne bi ispao 'papak'. Konačno, uz brojne negativne stereotipe obaju likova, i kod njihova prikaza i kod ponašanja prema drugim likovima, Irena ipak ima pozitivan stereotip, a koji je potvrđen i u kvantitativnom istraživanju. Ona se suprotstavlja seksizmu, na sljedećem primjeru konkretno homofobiji koju Robi iskazuje vrijeđanjem gej konobara kada sazna da mu je brat u zatvoru. R: „Jadan on, pa nije ni njegovom burazu lako“. I: „Ma dosta mi te više, iskopat ću ti oko štiklom“. A: „Ne, ne se tući, osim toga Robi ima pravo. Buraz me se odrekao prije nego ja njega. Čak je i mojoj obitelji on drugi na listi crnih ovaca u obitelji“. I: „Primitivci. Teški“. Robi tako iskazuje homofobiju koju Barada definira kao seksizam, a Irena mu se suprotstavlja te staje u obranu Armanda, nazivajući one koji ga diskriminiraju primitivcima.

Robi je prikazan kao stereotipan muškarac, a Irena kao stereotipna žena. Njihovi stereotipi su raznovrsni i prate one destilirane iz literature. Iako ponekad odstupaju od svojih stereotipa, do toga najčešće dolazi pod utjecajem kompetitivnosti te specifičnih odnosa s drugim likovima. Stereotipi nisu isključivi pa tako likovi prikazuju djelovanja suprotna svojim stereotipima, no ona ih obilježavaju kroz cijelu seriju te se njima gradi percepcija lika kod gledatelja. Dalje se analiziraju stereotipi kod likova Tea i Lucije. Iako se očekuje da i oni slijede stereotipe, želi se istaknuti da su njihovi stereotipi kontradiktorni pa stoga ti likovi odudaraju od stereotipa uobičajenih za humoristične serije i društvo. Ipak, u međusobnom odnosu i komunikaciji oni su naglašeni možda i više nego oni individualni. To se već potvrđuje u trenutku kada Teo dobije dijete s drugom ženom te dobiva posao tajnog agenta koji mu oduzima većinu vremena, dok Lucija brine o njegovu djetetu te postaje u velikoj mjeri kućanica i dadilja. No, prvo ističemo individualne stereotipe.

Lucija je prikazana kao pasivan i nezainteresiran lik, a često ima agresivne izljeve i unatoč snažnim stavovima, ne staje često u obranu manjina već samo sebi bliskih ljudi. Ipak,

prevladava stereotip pasivnosti, nemarnosti i površnog znanja. Tako pokazuje neznanje pri obavljanju stereotipno muškog posla – ličenju stana. „*A što znači ovo po kvadratnom metru? Aha, a to se tako inače? Za sve boje ista cijena? A za plafon?, Ma mislila sam da će za plafon možda biti više, jer je viši.* Uz stereotip da žene ne znaju ništa o popravcima i radovima po kući, Lucija iskazuje i stereotip o muškarcima koji ne mare za urednost. „*Dam se kladit, da su dečki izgubili par nepar, da bi samo zgurali smeće u ćoškovu i opće im ne bi smetalo*“. Nerijetko nesvjesno potiče nasilje, bilo usputnim izjavama poput „*tko se tuče taj se voli*“, ili značajno ozbiljnijim razumijevanjem žena, kada njih krivi za probleme u braku i kada izgovara stvari koje potpomažu podređenost i pasivnost žene. „*Ako se trebaš nekome svetiti, sveti se ženi ona je tu najviše kriva, ovako blatiš i svoju profesiju, i sebe kao čovjeka*“. Lucija tako ističe da je žena najviše kriva za preljub, iako je i muškarac bio dio istoga. No te stvari izgovara samo kad je s Teom, u drugim slučajevima govori o tomu kako žene mogu biti bilo s kim, a i sama na kraju serije upada u niz odnosa sa muškarcima, iako je do tada čuvala Teovo dijete. Stereotip žene koji je najizraženiji kod lika Lucije je onaj o fizičkom izgledu i sramežljivost kod istog. Tako krije stvari koje joj se čine intimne. „*Samo malo, da obrijem nog..., ovaj, operem zube*“. Iako kod svojih nedostataka pokazuje sram, kod muškarca su ti nedostaci dopušteni. „*Moram pod hitno na dijete inače ću na plaži hodati u trenirci. Blago vama dečkima, na vama trbuščić izgleda tako seksi*“.

Dakle, ženi nije dopušteno, ono što muškarcu jest. No, neke stvari, Lucija ni muškarcima ne oprašta. „*Clooney depilira prsa? Fuuuu*“. Kod Lucije se vidi i stereotip da se bavi nebitnim i trivijalnim temama u razgovoru. „*Pročitala sam u Gloriji da se clooney spetljao s nekom fufom pa me to malo pogodilo*“. Ovdje vidimo i da vrijeđa nepoznatu joj ženu pa se potvrđuje i stereotip da je žena ženi vuk. „*Harisona Forda znam, zgodan mi je, ali nije kao Clooney. HF je rak, a ja jarac, idealna kombinacija*“. Uz trivijalne stvari nerijetko se oslanja na praznovjerje, kako smo i ranije utvrdili, a kod nje je to izraženo i kod dobivanja posla, svakodnevnih događanja i dociranja drugima. Ono što odskače od stereotipa je Lucijina posramljenost kod razgovora o seksu pa tako čak ni ne izgovara tu riječ već hihoće pri spomenu kod drugih ljudi.

Teo s druge strane ima i negativne i pozitivne stereotipe. Za početak, unatoč percepciji okoline da je ozbiljan i uspješan, miran čovjek, često iskazuje agresiju. „*Što kuniš tu j**enu loptu više (baca kišobran, jaknu, upaljač na teren i viče) Pa jel možeš barem trčati kad igrati ne znaš čobane jedan indolentni. Nabijem i tebe i tko te dovede u klub. Dabogda vam djeca bila na profesorskoj plaći*“. Iako se doima kao bezuman i agresivan, to se mijenja u prisutstvu Lucije. Kad je ona u blizini, atipično iskazuje emocije što nije stereotipno za muškarce. „*Ti misliš da*

ja pretjerujem, a ja se stvarno tako osjećam. Ni posao me više ne veseli. Ni žene, ni pjesma, ni vino...“.

Inače, kada govorimo o iskazivanju osjećaja, kod likova iz serije se pokazalo da unatoč malom odstupanju, ipak postoji razlika u emocijama koje iskazuju. Isto pokazuje i istraživanje od Sever Globan i Kralj, koje ističu da, kao što se moglo pretpostaviti, ženski likovi pokazuju više osjećaja (njih 69,23 %) od svojih muških pandana (46,67 %). Međutim broj muških junaka koji su osjećajni ipak nije zanemariv te se pokazalo da u posljednje tri godine uoči njihova istraživanja postoji trend porasta pokazivanja emocija kod muških likova (Sever Globan i Kralj, 2019: 24). Važno je istaknuti da u našem istraživanju muškarci također pokazuju zamjetan broj slučajeva iskazivanja tipično ženskih osjećaja poput tuge, straha i srama. No, unatoč tomu, razlika i dalje postoji, te žene te osjećaje ipak iskazuju češće.

Važno je u radu istaknuti i vrlo prisutan seksizam i to poglavito kod muških likova. No, postoje iznimke, pa tako Teo o ženama povremeno priča nestereotipno i pozitivno. Ipak, to čini većinom kad je Lucija prisutna. T: *„Ljubav na prvi pogled je preopasna bolest“*. R: *„E zato ja preferiram ljubav na prvi krevet“*. T: *„Pardon, mislim da ženu prvo treba upoznat prije nego s njom ideš u krevet“*. Ipak, kada Lucija nije u blizini, razgovor o seksu i ženama se mijenja, pa Teo postaje izražen stereotip seksista i mizoginog muškarca. *„Osim zgodnih djevojaka morate imati i nekoga tko zna nešto o filmu“*. *„(o stolici) Pazi, mekana ko duša, masira, a šuti. Još da pegla i kuha, ne bi ti žena više uopće ni trebala“*.

Čak i u direktnom odnosu s drugim ženama je neumjesan u komentarima pa tako dok sjedi s Irenom komentira seks kao da je on onaj koji odlučuje o tome hoće li do snošaja doći. *„Toliko sam u banani da mi ni do seksa nije. Ti sjediš tu, zgodna, draga, da sam u normalnoj fazi, rekao bih poželjna*. Kada govori o bivšoj ženi, postaje čak agresivan, histeričan i nasilan. *„Ubit bi ju trebo. Ozbiljno ti velim, (plače, baca noževe) da me imalo voli ne bi me se tako lako riješila“*. Ovdje je uz agresiju vidljiv i atipičan stereotip jer otvoreno pokazuje emocije. Ipak, kada je Lucija prisutna, emocija se srami što je još jedan stereotip muškaraca (Teo i Kazo se grle) L: *„Joj kako mi je super kad prijatelji tako iskreno izmjenjuju nježnosti“* (Teo i Kazo se naglo razdvoje). K: *„Mislim Teo trebali bi fakat izbacit ovo s grljenjem. To više nije to, nije fora“*. T: *„Možda neka šaka u trbuh lagana, ili okoš-bokoš“*.

Iako su neki od stereotipa vezanih uz Tea i Luciju pomalo kontradiktorni, većina stereotipa Lucije kao žene i Tea kao muškarca su slični onima od Robija i Irene te se čini kako ipak ne postoji neko veće odstupanje. No, kada je riječ o tipičnim muško-ženskim odnosima, pokazuje

se da u međusobnoj komunikaciji, te kada se u društvu nađu zajedno, i Teo i Lucija pristupaju svojoj vezi tradicionalno, no ipak su stereotipi ublaženi, pa je tako Lucija sramežljiva u prisustvu svoga dečka, a Teo, iako ne uvijek, iskazuje emocije izraženije kraj Lucije, čime ideja da su njihovi stereotipi u vezi tipični, pada u nekoj mjeri u vodu jer ipak nije riječ o tipičnom ponašanju u vezi.

Uz navedene primjere sukladnosti rezultata istraživanja sa sličnim, relevantnim istraživanja, valja istaknuti i rezultate koji se tiču tema razgovora. Oni su pokazali da muški likovi češće pričaju o politici i biznisu, a taj rezultat sličan je rezultatima istraživanja Sever i Andraković u stvarnome svijetu. One su naime analizirale o kojim temama žene pričaju najčešće na primjeru dvaju informativnih sadržaja. Pokazalo se da su teme u čijoj su raspravi sudjelovale žene najčešće bile zdravstvo, građani, banke, kultura i unutarnja politika te pretilost. S druge strane nisu uopće bile prisutne u studiju pri raspravi o sportu, diplomaciji RH, političkim temama poput socijalizma i kapitalizma, ili Fimi medije te ratu (Sever i Andraković, 2013: 15). Ti su rezultati u nekoj mjeri slični našem istraživanju te donekle svjedoče zrcaljenju stereotipa iz serije na svakodnevnicu i stvarni život.

Dio rada koji najviše potvrđuje rezultate drugih istraživanja je onaj koji se odnosi na obavljanje kućanskih poslova. Tako rezultati pokazuju da ženski likovi gotovo isključivo brinu o domu, obitelji i kućanskim poslovima. Istraživanje Leinert-Novosel potvrđuje isto. Tako se ističe da u više od 90 posto ispitanih mladih kućanski poslovi i dalje ostaju ženski (97% M i 89% Ž 1999. te 78% M i 85% Ž 2016.), ali uz smanjenje broja takvih odgovora. Podjednaka uključenost oba spola u brigu za djecu i njihov odgoj bilježi značajan pad, uz porast odgovora da se radi o ženskoj zadaći. Odgovori potvrđuju da je odlazak dječjem liječniku kao i posjećivanje roditeljskih sastanaka, percipiran kao ženska zadaća (Leinert-Novosel, 2018: 60).

Tako je još jedan od stereotipa koji se koriste u seriji Bitange i princeze, u velikoj mjeri potvrđen u stvarnosti. To je najočitiije u brizi Lucije za Teovim djetetom, kao i kod toga da žene čiste ne samo stan, već u nekim situacijama i radna mjesta, pa je Irena jednom prezentirana pred klijentima marketinške agencije kao čistačica koja je došla počistiti WC. S druge strane, muškarci koji u stanu nemaju ženu, ne čiste, kućanski poslovi nikada nisu fokus radnje u njihovu stanu, a kada se i referiraju na takve poslove radi se o npr. Kazi i Teu koji govore o nošenju veša na pranje njegovoj majci.

6. ZAKLJUČAK

Istraživanje je obuhvatilo uzorak od 15 epizoda u kojima je identificirano čak 1.060 zabilježenih primjera rodni stereotipa. Ustanovljeno je kako su rodni stereotipi prisutni u seriji, kako je ona građena oko njih te kako su oni nerijetko nositelji radnje i humora. Odgovorena su istraživačka pitanja te se pokazalo kako su rodni stereotipi prisutni, raznovrsni i prate u velikoj mjeri stereotipe u društvu. Istraživanje je pokazalo da su žene češće komentirale svoj izgled od muškaraca, ali u manjoj mjeri i tuđi. Iz toga je vidljivo kako muškarci češće komentiraju tuđi izgled, dok žene, iako rade isto, u većoj mjeri brinu o svom izgledu. Muškarci su češće aktivni, a žene su češće pasivne. Žene gotovo uvijek odrađuju kućanske poslove, dok muškarci voze, popravljaju i rade tehničke poslove. Emocije koje se vezuju uz oba spola su ljutnja, no žene su češće prikazane kao histerične, tužne i uplakane, a muškarci kao sretni i smireni. Žene prate stereotipe tema razgovora, pa tako najviše traćaju te govore o modi, kulturi i samopomoći. Muškarci uglavnom prićaju o kulturi, drugim ljudima i biznisu. Iako sport nije posebno istaknut, muškarci o njemu ipak prićaju peterostruko češće nego žene. Žene su prikazane manje inteligentnima, a češće se oslanjaju na praznovjerje. Otvorenije su u razgovoru o seksualnosti, dok muškarci češće pokazuju sram pri takvim temama. Muškarci su češće seksisti, a žene češće istiću seksizam iako ne pretjerano često. Oba spola u jednakoj mjeri iskazuju moć, no žene su submisivnije, pa češće prihvaćaju takvo stanje. Zaključno, muškarci su češće nasilni, a to pokazuju i verbalno i fizićki. Rezultati kvantitativnog istraživanja u velikoj su mjeri sukladni sa stereotipima koje autori iz teorijskog okvira istiću u medijima, društvu i humoristićnim serijama.

Važnost ovoga rada je stoga upravo u dokazivanju prisutnosti rodni stereotipa u medijskim sadržajima kojima su ljudi okruženi i koje konzumiraju svakodnevno. Rad dokazuje da se u humoristićnoj seriji koja se prikazivala na javnom servisu, istiću i protećiraju rodni stereotipi, seksizam, a iskazuje se i nasilje. Žene se, kako smo ranije doznali iz literature, a i iz rezultata istraživanja u ovome radu, u medijima prikazuju u podrećenom položaju muškarcima. Ono što u rezultatima istraživanja najviše frapira je činjenica kako je na uzorku od svega 13.9% ukupnog broja epizoda, pronaćen iznimno velik broj slućajeva izražavanja seksizma, ispoljavanja moći kao i verbalnog i fizićkog nasilja. Praktićno prikazano, u prosjeku se nakon svako šest minuta serije vidi jedan slućaj prijjetnje ili fizićkog nasilja. Slićno je i sa seksizmom te iskazivanjem nadmoći. Većinom se to nasilje i nadmoć, odnosno manipulacija relativiziraju te se njima pokućava postići humor. Jednom kada se gledatelj nasmiće, to je nasilje gotovo, o

čemu svjedoči i jako mali broj detektiranih slučajeva isticanja seksizma, te više od pola slučajeva u kojima likovi pri tuđem iskazivanju nadmoći, nemoćno prihvaćaju sudbinu. Nadalje, u najvećem broju detektiranog nasilja, počinitelji su muškarci, kao i kod seksizma, što ženske likove stavlja u jako teške situacije. Takvo stanje prisutno je i u medijima i u društvu.

Žene tako, kako istraživanjem potvrđuju Car, Stević i Stipović, ne dobivaju jednako prostora u medijima kao novinarke i voditeljice niti kao sugovornice ili nositeljice reportaža. Zapostavljene su i rjeđe se pitaju za mišljenje kada su u politici, a čak i onda kada su na najvišim pozicijama moći (Car, Leaković, Stević, Stipović, 2017: 90). Nadalje, na istoj toj poziciji moći rijetko se i nalaze jer su slabo zastupljene kao predsjednice, premijerka, šefice, ravnateljice i slično, što vidimo i u istraživanju struke (Leinert-Novosel, 2003: 104). Stoga kao najvažniji dio ovoga rada ostaju dokazi o negativnom prikazu ženskih likova, te o nadmoći koju muškarci iskazuju nad njima.

Daljnji cilj i preporuka za buduća istraživanje koja iz navedenoga proizlaze su: potvrditi postojanje rodni stereotipa, posebice onih vezanih uz moć, nasilje i seksizam i u drugim serijama javnog servisa, a nadalje i promjena takvoga stanja kako se diskriminacija i rodna neravnopravnost ne bi i dalje prikazivala na državnoj televiziji za koju građani i građanke sami, između ostaloga, plaćaju pristojbu. Time bi se onemogućilo perpetuiranje istih rodni stereotipa u medijima i posljedično u društvu. Takvi radovi su potrebni i jer ne postoji niti jedan dostupan rad sličan ovomu, a koji se bavi hrvatskim humorističnim serijama. Veći broj takvih radova mogao bi doprinijeti konkretnoj usporedbi rezultata pri istraživanju rodni stereotipa u serijama, sa rezultatima istraživanja rodni stereotipa u društvu te uvidjeti sve načine na koje su muškarci neispravno prikazani, ali i sve situacije koje svjedoče o tome na koje su sve načine žene zapostavljene u odnosu na muškarce.

Sve se tako na koncu svodi na borbu onih koji su za promjenu i napredak, i onih koji imaju pozitivan položaj u aktualnoj strukturi. Borba je to koja traje i trajat će koliko god je čovjeka i svijeta, vlasti i naroda, muškarca i žene u nejednakom, zapostavljenom položaju, jer bez hrabrih žena, jednakosti - nema. U društvu nejednakosti, upravo su zapostavljene one koje neminovno donose promjenu, a na koncu, ako ima pravde – i pobjedu.

7. POPIS LITERATURE:

1. Barada, Valerija i Jelavić, Željka (2004) Uostalom, diskriminaciju treba dokinuti! Priručnik za analizu rodnih stereotipa. Zagreb, Centar za ženske studije.
2. Car, Viktorija; Leaković, Katarina; Stević, Anja; Stipović, Jelena (2017). Žene i muškarci u televizijskim vijestima: glasovi nejednake vrijednosti. U: Medijska istraživanja – znanstveno/stručni časopis za novinarstvo i medije. 23 (1). Zagreb.
3. Chauncey, George (2008) Gay New York : Gender, Urban Culture , and the making of the Gay Male World 1890-1940. Basic Books, New York.
4. Esquenazi, Jean-Pierre (2009) La vérité de la fiction. Hermès-Lavoisier, Pariz.
5. Fiske, John (1987) Television culture. Routledge, Abingdon.
6. Foriš, Iris (2018) Završni rad: Uloga humorističnih televizijskih sadržaja na oblikovanje stereotipa u društvu, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb.
7. Gauck, Joachim (2015) Govor na sedamdesetoj godišnjici devastacije Dresdena. Dresden: Bundespräsidialamt. www.bundespraesident.de, (pristupljeno: 12.7.2023.).
8. Gerbner, George (1999) The Stories We Tell. Peace Review: A Journal of Social Justice 11 (1): 9-15.
9. Heffer, Hrvoje (2007) Biološka i društvena kategorija roda u rodnoj teoriji i rodna teorija stereotipa, Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje, 33 (1).
10. Kosanović, Silvana (2008) Suvremene muško-ženske konstrukcije u američkim televizijskim serijama Seks i grad, Kućanice i Vatrene dečki. Medijska istraživanja 2(14): 87-102.
11. Kovačević, Sanja (2017) Kvalitetne TV serije: Milenijsko doba ekrana. Naklada jesenski i Turk, Zagreb.
12. Laqueur, Thomas (1990) Making Sex : Body and Gender from the Greeks to Freud. Harvard University Press
13. Leinert-Novosel, Smiljana (1999) Žena na pragu 21. stoljeća: između majčinstva i profesije. Ženska grupa TOD, Zagreb
14. Leinert-Novosel, Smiljana (2003) Politika zapošljavanja žena, Politička misao, 15(3): 103–127.
15. Leinert-Novosel, Smiljana (2015) Žene – politička manjina. U: Šinko, Marjeta (2015) Žene i politika. Centar za ženske studije, Zagreb.

16. Leinert-Novosel, Smiljana (2018) Društveni položaj žena u Republici Hrvatskoj: žena i obitelj (1999. – 2016.), *Politička misao*, 55(1): 53-73.
17. Lubina, Tihana i Brkić Klimpak, Ivana (2014). Rodni stereotipi: Objektivizacija ženskog lika u medijima. U: *Pravni vjesnik – Časopis za pravne i društvene znanosti*. Vol. 30, No. 2. Pravni fakultet Sveučilišta J.J.Strossmayera, Osijek.
18. Mašanović, Blažo I Mašanović, Tatjana (2003) Smijeh kao lijek. *Medix: specijalizirani medicinski dvomjesečnik*, 9(50), 124-125.
19. McQueen, David (2000) *Televizija: Medijski priručnik*, u: Đorđević, Marija, Clio 2000., Beograd.
20. Miodrag Šmit, Jagoda (1998) Nevidljivost žene i pravo lice društvenih promjena u Hrvatskoj. U: Knežević, Đurđa (1998) *Žene i politika*. Ženska infoteka, Zagreb.
21. O'Connor, Alan (ur.) (1989) *Raymond Williams on Television: Selected Writings*. London i New York: Routledge.
22. Pikija, Lucija (2019) *Reprezentacija ženskog lika u klasičnom i suvremenom holivudskom filmu*. Sveučilište u Rijeci. Filozofski fakultet, Rijeka.
23. Schuller, Kyle (2018) *The Biopolitics of Feeling: Race, Sex, and Science in the Nineteenth Century*, Duke University Press.
24. Sever, Irena (2013) Žena na javnoj televiziji, *Nova prisutnost* 11 (1): 5-21.
25. Sever Globan, Irena I Kralj, Ana (2019) Akcijske filmske junakinje na početku novog tisućljeća. *Nova prisutnost* 1(17): 5-27.
26. Sever Globan, Irena I Pavić Antonija (2016) Zgodne i opasne: nova slika junakinja u sjevernoameričkim televizijskim dramskim serijama. *Medijske studije* 7 (13): 136-150.
27. Signorielli, Nancy i Bacue, Aaron (1999) Recognition and Respect: A Content Analysis of PrimeTime Television Characters Across Three Decades. *Sex Roles* 40 (7/8): 527-544.
28. Stamenković, Slađana i Milenković, Vesna (2014) Novinarstvo između služenja javnosti i povlađivanja ukusu publike. U: *Časopis filozofije medija „In medias res“*, 3 (5). Fakultet za sport, Beograd.
29. Vojković, Saša (2008) *Filmski medij kao (trans)kulturalni spektakl: Hollywood, Europa, Azija*. Zagreb. Hrvatski filmski savez: 71-80.
30. Zakon.hr (2020) *Zakon o elektroničkim medijima*. Narodne novine 136/13.

ANALIZIRANE EPIZODE SERIJE BITANGE I PRINCEZE:

1. HRT, Bitange i princeze (2005.) Zagreb. Sezona 1, Epizoda 2:
(<https://www.youtube.com/watch?v=0agrNnrB2lo&t=1152s>)
2. HRT, Bitange i princeze (2005.) Zagreb. Sezona 1, Epizoda 10:
(https://www.youtube.com/watch?v=gzMN_dJGHUg&t=1134s)
3. HRT, Bitange i princeze (2005.) Zagreb. Sezona 1, Epizoda 12:
(<https://www.youtube.com/watch?v=u1x6ttHTrfc&t=823s>)
4. HRT, Bitange i princeze (2005. – 2006.) Zagreb. Sezona 2, Epizoda 4:
(<https://www.youtube.com/watch?v=Cjb10L6vOmE&t=910s>)
5. HRT, Bitange i princeze (2005. – 2006.) Zagreb. Sezona 2, Epizoda 5:
(<https://www.youtube.com/watch?v=ym2eEZJDUyY&t=664s>)
6. HRT, Bitange i princeze (2005. – 2006.) Zagreb. Sezona 2, Epizoda 12:
(https://www.youtube.com/watch?v=_FwvI4jl3pw&t=898s)
7. HRT, Bitange i princeze (2007.) Zagreb. Sezona 3, Epizoda 7:
(<https://www.youtube.com/watch?v=1UUYkkYA3aQ&t=1538s>)
8. HRT, Bitange i princeze (2007.) Zagreb. Sezona 3, Epizoda 8:
(<https://www.youtube.com/watch?v=FZMTzYPFTN4&t=1723s>)
9. HRT, Bitange i princeze (2007.) Zagreb. Sezona 3, Epizoda 18:
(<https://www.youtube.com/watch?v=AFVgKo2v6NY&t=1631s>)
10. HRT, Bitange i princeze (2008.) Zagreb. Sezona 4, Epizoda 6:
(<https://www.youtube.com/watch?v=Qep0KXz5rNM&t=1527s>)
11. HRT, Bitange i princeze (2008.) Zagreb. Sezona 4, Epizoda 15:
(<https://www.youtube.com/watch?v=dgSYZ6Xe6Sg&t=896s>)
12. HRT, Bitange i princeze (2008.) Zagreb. Sezona 4, Epizoda 17:
(<https://www.youtube.com/watch?v=WXkVm6iLynk&t=1692s>)
13. HRT, Bitange i princeze (2009. – 2010.) Zagreb. Sezona 5, Epizoda 5:
(<https://www.youtube.com/watch?v=VuR9hbYQ9Oc&t=1177s>)
14. HRT, Bitange i princeze (2009. – 2010.) Zagreb. Sezona 5, Epizoda 16:
(<https://www.youtube.com/watch?v=ThlEDsXgrU8>)
15. HRT, Bitange i princeze (2009. – 2010.) Zagreb. Sezona 5, Epizoda 17:
(<https://www.youtube.com/watch?v=rvijsWKcKoY&t=1339s>)

8. SAZETAK

U radu se analiziraju rodni stereotipi likova u humorističnoj seriji Bitange i princeze. Istraživanjem je obuhvaćen uzorak od 15 epizoda serije, a cilj je bio potvrditi postojanje rodni stereotipa te istaknuti učestalost njihove pojave kod muškaraca i žena. Također, cilj je bio potvrditi da postoje razlike u reprezentaciji muških i ženskih likova po pitanju tema o kojima razgovaraju, njihovih emocija, poslova koje obavljaju, dokazati da se žene u seriji prikazuju manje inteligentnima nego muškarci te istražiti tko češće iskazuje seksizam, nameće moć ili se koristi nasiljem. Metodom kvantitativne analize utvrđena je prisutnost rodni stereotipa i njihova raznovrsnost, dok je kvalitativnom interpretacijom i raspravom potvrđeno da glavni likovi iskazuju stereotipno ponašanje u svom djelovanju i u muško-ženskim odnosima. Pokazalo se da su muški likovi prikazani inteligentnijima od žena, da su agresivni, uspješni i snalažljivi, dok su žene prikazane kao nježne, emocionalne i submisivne. Prema rezultatima, muške likove se prikazuje i kao veće seksiste koji se koriste nasiljem, dok su žene prikazane submisivnima i histeričnima.

Ključne riječi: rod, rodna ravnopravnost, stereotip, muško-ženski odnosi, humoristična serija, žene u medijima, seksizam, analiza sadržaja, analiza narativa, javni servis, rodni stereotipi

SUMMARY

This paper analyzes gender stereotypes of characters in the comedy series Bitange i Princeze. The research included a sample of 15 episodes of the series, and the goal was to confirm the existence of gender stereotypes and highlight the frequency of their occurrence in men and women. Also, the goal was to confirm that there are stereotypical male-female relationships to the damage of women, and that women in the series are portrayed as less intelligent than men. The quantitative analysis method established the presence of gender stereotypes and their variety, while the qualitative analysis confirmed that the main characters exhibit stereotypical behavior in their actions and in male-female relationships. Male characters are shown to be more intelligent than women, to be aggressive, successful and resourceful, while women are portrayed as gentle, emotional and submissive. According to the results, male characters are

depicted as more sexist and use violence, while women are depicted as submissive and hysterical.

Keywords: gender, gender equality, stereotype, male-female relations, comedy series, women in the media, sexism, content analysis, narrative analysis, public service, gender stereotypes

9. PRILOZI I DODACI

Prilog 1. Analitička matrica

A → Fizički izgled

A1 → brine i/li govori o svom izgledu

A2 → komentira tuđi izgled i/li daje normativ, kako bi netko trebao izgledati

B → Aktivnost

B1 → Aktivan u obavljanju poslova, čini

B2 → Pasivan, izbjegava rad i akciju

C → Vrste aktivnosti koju lik obavlja (+ ako je aktivan, -- ako izbjegava)

C1 → Kućanski poslovi: kuhanje, pranje odjeće, pospremanje, briga o djetetu

C2 → Poslovi izvan doma: kupovina namirnica, vožnja, popravljanje automobila

C3 → Popravci: ličenje, popravak namještaja, kvarovi

D → Izražavanje emocija

D1 → Histerija, euforija

D2 → Zbunjenost ili iznenađenje

D3 → Strah

D4 → Ljutnja ili bijes

D5 → Tuga

D6 → Radost

D7 → Sram

E → Teme razgovora

E1 → Sport

E2 → Politika

E3 → Moda/Izbori ljepote

E4 → Drugi ljudi

E5 → Filmovi/videoigre/kultura

E6 → Samopomoć

E7 → Mediji

E8 → Biznis, posao

F → Upotreba znanja u svakodnevnom razgovoru

F1 → Oslanja se na praznovjerje

F2 → Oslanja se na znanje i stručnost

F3 → Prikazuje površno znanje ili neznanje

G → Seksualnost

G1 → otvorena (priča o seksu i seksualnosti)

G2 → zatvorena (izbjegavanje ili sram kod razgovora o seksu/alnosti)

H → Seksizam (u govoru i ponašanju)

H1 → prisutan (diskriminiranje, generaliziranje, simplificiranje, homofobija)

H2 → obrnut (lik kritizira seksizam, brani zapostavljenu/og/o/e)

I → Nametanje moći

I1 → Ispoljava moć prema drugome, traži da učini nešto protiv svoje volje:
manipulacija, verbalna ili fizička moć

I2 → Prihvaća činiti nešto protiv svoje volje (da ugodí drugima), submisivnost

J → Nasilje

J1 → Verbalno: Vrijeđanje, psovanje, prijetnje, napadanje

J2 → Fizičko nasilje ili naznaka istoga: gurkanje, naguravanje, udaranje, bacanje stvari

ANALIZA RODNIH STEREOTIPA U SERIJI			
BITANGE I PRINCEZE: Kodni list			
KATEGORIJA STEREOTIPA	OBILJEŽJA I PONAŠANJE	BROJ PRONAĐENIH STEREOTIPA: MUŠKARCI	BROJ PRONAĐENIH STEREOTIPA: ŽENE
A	A1	0	0
	A2	0	0
B	B1	0	0
	B2	0	0
C	C1	0	0
	C2	0	0
	C3	0	0
D	D1	0	0

	D2	0	0
	D3	0	0
	D4	0	0
	D5	0	0
	D6	0	0
	D7	0	0
	E	E1	0
E2		0	0
E3		0	0
E4		0	0
E5		0	0
E6		0	0
E7		0	0
E8		0	0
F	F1	0	0
	F2	0	0
	F3	0	0
G	G1	0	0
	G2	0	0
H	H1	0	0
	H2	0	0
I	I1	0	0
	I2	0	0
J	J1	0	0
	J2	0	0

Prilog 2. Rezultati bilježenja stereotipa na uzorku od 15 epizoda

ANALIZA RODNIH STEREOTIPA U SERIJI BITANGE I PRINCEZE				
KATEGORIJA STEREOTIPA	OBILJEŽJA I PONAŠANJE	UKUPAN BROJ PRONAĐENIH STEREOTIPA: MUŠKARCI	UKUPAN BROJ PRONAĐENIH STEREOTIPA: ŽENE	UKUPNO / (po epizodi)
A	A1	7 (0.47)	19 (1.27)	26 (1.73)
	A2	21 (1.4)	30 (2)	51 (3.4)
B	B1	25 (1.67)	19 (1.27)	44 (2.93)
	B2	8 (0.53)	12 (0.8)	20 (1.33)
C	C1	3 (0.2)	15 (1)	18 (1.2)
	C2	3 (0.2)	0 (0)	3 (0.2)
	C3	9 (0.6)	1 (0.07)	10 (0.67)
D	D1	7 (0.47)	22 (1.47)	29 (1.93)
	D2	21 (1.4)	22 (1.47)	43 (2.87)
	D3	24 (1.6)	21 (1.4)	45 (3)
	D4	34 (2.27)	33 (2.2)	77 (5.13)
	D5	7 (0.47)	10 (0.67)	17 (1.13)
	D6	27 (1.8)	16 (1.07)	43 (2.87)
	D7	13 (0.87)	9 (0.6)	22 (1.47)
E	E1	10 (0.67))	2 (0.13)	12 (0.8)
	E2	15 (1)	8 (0.53)	23 (1.53)
	E3	7 (0.47)	21 (1.4)	28 (1.87)

	E4	19 (1.27)	27 (1.8)	46 (3.07)
	E5	24 (1.6)	16 (1.07)	40 (2.67)
	E6	8 (0.53)	15 (1)	23 (1.53)
	E7	6 (0.4)	10 (0.67)	16 (1.07)
	E8	17 (1.13)	14 (0.93)	31 (2.07)
F	F1	7 (0.47)	20 (1.33)	27 (1.8)
	F2	21 (1.4)	14 (0.93)	35 (2.33)
	F3	24 (1.6)	54 (3.6)	78 (5.2)
G	G1	12 (0.8)	15 (1)	27 (1.8)
	G2	7 (0.47)	4 (0.26)	11 (0.73)
H	H1	57 (3.8)	9 (0.6)	66 (4.4)
	H2	2 (0.13)	12 (0.8)	14 (0.93)
I	I1	22 (1.47)	22 (1.47)	44 (2.93)
	I2	9 (0.6)	12 (0.8)	21 (1.4)
J	J1	38 (2.53)	19 (1.27)	57 (3.8)
	J2	20 (1.33)	5 (0.33)	25 (1.67)
UKUPNO:		534	526	1060