

Analiza stereotipa u seriji "Teorija velikog praska"

Krička, Elena

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:359377>

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

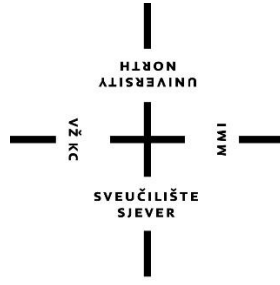
Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-25**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



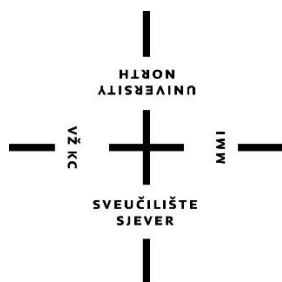


**Sveučilište
Sjever**

Diplomski rad br. 61_NOVD_2022

Analiza stereotipa u seriji *Teorija velikog praska*

Elena Krička,1033/336



**Sveučilište
Sjever**

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Diplomski rad br. 61_NOVD_2022

Analiza stereotipa u seriji *Teorija velikog praska*

Studentica

Elena Krička, 1033/336

Mentorica

Lidija Dujić, izv. prof. dr. sc.

Koprivnica, rujan 2022. godine

7/3.10

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Novinarstvo

PRISTUPNIK Elena Krička MATIČNI BROJ 1033/336

DATUM 30. 9. 2022. KOLEGIJ Rodni stereotipi i novinarstvo

NASLOV RADA Analiza stereotipa u seriji "Teorija velikog praska"

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Analysis of stereotypes in the series "The Big Bang Theory"

MENTOR Lidija Dujić ZVANJE izv. prof. dr. sc.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc. dr. sc. Željko Krušelj
2. doc. dr. sc. Krešimir Lacković
3. izv. prof. dr. sc. Lidija Dujić
4. doc. dr. sc. Irena Radej Miličić
5. _____

Zadatak diplomskog rada

BROJ 61_NOVD_2022

OPIS

Tema ovoga diplomskog rada jesu stereotipi u humorističnoj seriji "Teorija velikog praska", kao i općenito utjecaj medija na oblikovanje i distribuciju stereotipa u društvu. Rad se sastoji od dva dijela. U prvom, teorijskom dijelu, definiraju se najprije glavne vrste stereotipa, a potom slijedi osvrt na ulogu humora u promoviranju stereotipa i problem medijske manipulacije. U istraživačkom dijelu rada analizira se fenomen sitcoma na primjerima glavnih likova iz prvih dviju sezona "Teorije velikog praska".

- U radu je potrebno:
1. Uvodno postaviti teorijski okvir istraživanoga fenomena.
 2. Definirati metodologiju istraživanja.
 3. Odrediti ulogu medija u kreiranju i distribuiranju stereotipa.
 4. Osvrnuti se na političku (ne)korektnost humorističnih serija.
 5. Izvesti zaključke na temelju provedenog istraživanja.



ZADATAK URUČEN 30. 9. 2022 POTPIS MENTORA

Predgovor

Humoristične serije postale su dio našega svakodnevnog života. Svatko od nas sigurno je pogledao barem jednu epizodu neke humoristične serije, hrvatske ili strane. Serija *Teorija velikog praska* stekla je popularnost u mnogim državama svijeta, ponajprije zbog glavnoga lika Sheldona Coopera, ali i ostalih koji ga prate u svakoj epizodi. Gledajući seriju uočila sam mnoštvo stereotipa s kojima se i sami susrećemo – zbog čega sam odlučila za diplomski rad istražiti načine na koje ova serija tematizira različite stereotipe, a koje možda odmah ne prepoznajemo kao stereotipe jer su se toliko uklopili u naš život da ih smatramo „normalnima“. Stereotipi u serijama nisu bezazleni jer mogu potaknuti negativna mišljenja o drugim vjorama, spolu, rasama... Zanimalo me je također koliko ću stereotipa otkriti usmjerenim gledanjem serije, odnosno – koliko mi je stereotipa uopće promaknulo u prethodnim višekratnim gledanjima.

Želim ujedno zahvaliti svojoj obitelji, dečku i prijateljima na neizmornoj podršci koju su mi pružili tijekom čitavog školovanja. Iako je ovo kraj jednoga prekrasnog poglavlja u mom životu, smatram da će ono što slijedi biti veliko i pozitivno. Zahvaljujem i svim profesorima i djelatnicima Sveučilišta Sjever koji su proteklih pet godina moga školovanja bili strpljivi, usmjeravali nas i prenosili nam svoja znanja, a najviše zahvaljujem svojoj mentorici, izv. prof. dr. sc. Lidiji Dujić na nesebičnoj pomoći, brojnim savjetima, konstruktivnim kritikama i strpljenju pri pisanju ovoga diplomskog rada.

Završit ću Predgovor rečenicom koja me prati kao nit vodilja i kojoj se uvijek rado vraćam: „If you can dream it, you can do it.“ (Walt Disney)

Sažetak

Ovaj diplomski rad rezultat je proučavanja stereotipa u seriji *Teorija velikog praska*. Rad je podijeljen u dva dijela. U prvom, teorijskom dijelu rada, definiraju se ključni pojmovi poput stereotipa, vrsta stereotipa, predrasuda, *sitcoma*. U drugom, istraživačkom dijelu diplomskog rada, analizira se serija *Teorija velikog praska* – u rasponu od općih informacija o samoj seriji do usporedbi s jednako popularnim *Prijateljima*. Glavni je cilj ovog rada otkriti stereotipe kojima smo izloženi u seriji, a koji mogu dovesti do iskrivljene slike o sebi i drugima. Posebno se analizira pet glavnih likova koji se pojavljuju u svih dvanaest sezona popularne serije – opisani su njihovi odnosi kako bi se ukazalo na količinu stereotipa prisutnih u seriji. Istraživanje likova provedeno je na temelju epizoda prvih dviju sezona u kojima se na konkretnim primjerima prepoznaju stereotipi.

Postavljene su dvije istraživačke hipoteze: prva (H1) da su stereotipi previše zastupljeni u humorističnim serijama te da mogu imati loš utjecaj na gledatelje, i druga (H2) da sama serija ima dvostruki odnos prema stereotipima jer se istodobno „igra“ općepoznatim stereotipima, ali i „provjerava“ njihovu političku (ne)korektnost.

Ključne riječi: stereotipi, predrasude, *sitcom*, *Teorija velikog praska*, glavni likovi

Summary

This thesis is the result of the study of stereotypes in *Big Bang Theory* series. The paper is divided into two parts. In the first theoretical part of the paper, key concepts such as stereotypes, types of stereotypes, prejudices, sitcoms are defined. In the second, research part of the thesis, the *Big Bang Theory* series is analyzed – ranging from general information about the series itself to comparisons with the equally popular *Friends*. The main goal of this work is to reveal the stereotypes we are exposed to in the series, which can lead to a distorted image of ourselves and others. The five main characters who appear in all twelve seasons of the popular series are analyzed in particular – their mutual relationships are described in order to indicate the amount of stereotypes present in the series. The character research was conducted on the basis of the episodes of the two seasons in which stereotypes are recognized on specific examples.

Two research hypotheses were put forward: the first (H1) that stereotypes are overrepresented in comedy series and that they can have a bad influence on viewers, and the second (H2) that the series itself has a double relationship with stereotypes because it simultaneously „plays“ with commonly known stereotypes, but and „checks“ their political (in)correctness.

Keywords: stereotypes, prejudices, sitcom, *Big Bang Theory*, main characters

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Mediji i popularna kultura.....	3
2.1. Odnos medija prema distribuciji stereotipa.....	4
2.2. Medijska manipulacija	5
3. Stereotipi i predrasude.....	8
3.1. Uloga humora u promoviranju stereotipa i predrasuda	11
3.2. Rodni stereotipi	12
3.3. Rasni, kulturološki i etnički stereotipi.....	15
3.4. Klasni stereotipi.....	17
4. Humoristične serije (<i>Sitcomi</i>).....	19
4.1. Stereotipi u medijima i njihov utjecaj na publiku	20
5. Sitcom <i>Teorija velikog praska (The Big Bang Theory)</i>	24
5.1. Zanimljivosti o seriji	26
5.2. Stereotipi u seriji <i>Teorija velikog praska</i>	28
5.3. Sheldon Cooper	29
5.4. Penny	32
5.5. Leonard Hofstadter	34
5.6. Rajesh Kootrapalli	36
5.7. Howard Wolowitz	38
6. Anketa	41
6.1. Analiza rezultata ankete	41
7. Zaključak.....	52

8. Literatura.....	54
9. Popis slika i grafova.....	58

1. Uvod

Mediji kreiraju društvo, nameću određene teme, razmišljanja i utječu na naš pogled na svijet u kojemu živimo. Predrasude i stereotipi postoje oduvijek, zato ih je i teško izbjeći. Gotovo nitko ne može reći kako nema predrasude prema nekome ili nečemu. Ono što se može dogoditi zbog velike količine negativnih stereotipa jest dovođenje do niske razine samopoštovanja pa tako primjerice zbog lošijega imovinskog statusa možemo smatrati da nemamo pravo na dobro školovanje ili bolje društvo.

Ovaj diplomski rad bavi se stereotipima u humorističnoj seriji *Teorija velikog praska* kao i općenito utjecajem medija na oblikovanje stereotipa u društvu. Svrha rada jest istražiti vrste stereotipa zastupljenih u seriji, procijeniti njihovu učestalost, ali i „igranje“ političkom (ne)korektnošću jer se u seriji višekratno pokazuje da nije svejedno tko plasira koju vrstu stereotipa.

Prvi dio rada bavi se teorijskim aspektima stereotipa i predrasuda s kojima se susrećemo, i u medijima i u svakodnevnom životu, kao i njihovom distribucijom prema publici – objasnit ćemo najprije što su mediji te kako su povezane popularna kultura i humoristične serije, a zatim se osvrnuti i na problem medijske manipulacije. Uz definiranje nekoliko glavnih vrsta stereotipa (rodni, rasni, etnički, kulturološki i klasni), u teorijskom dijelu rada bit će protumačena i uloga humora u promoviranju stereotipa.

Drugi, istraživački dio rada bavi se fenomenom *sitcoma*, humorističnih serija i njihovom ulogom u kreiranju, odnosno distribuiranju stereotipa prema gledateljima. Posebno se analiziraju glavni likovi – na temelju stereotipa kojima su oblikovani u prve dvije sezone serije *Teorija velikog praska*.

Cilj je rada ukazati na stereotipe kojima smo izloženi u popularnoj seriji *Teorija velikog praska*, a kojih možda prilikom gledanja nismo ni svjesni jer su prikazani tako da nas zabave i da čine smiješnima ono što u stvarnosti i nije uvijek smiješno. U radu se istražuje na koji način gledatelji percipiraju prikazivanje stereotipa u *sitcomima*, kako oni utječu na njihovu percepciju te u kojoj mjeri humoristične serije uopće promoviraju stereotipe.

Postavljene su dvije istraživačke hipoteze: prva (H1) da su stereotipi previše zastupljeni u humorističnim serijama te da mogu imati loš utjecaj na gledatelje, i druga (H2) da sama serija ima dvostruki odnos prema stereotipima jer se istodobno „igra“ općepoznatim stereotipima, ali i „provjerava“ njihovu političku (ne)korektnost.

2. Mediji i popularna kultura

Riječ medij latinskoga je podrijetla (*medius*), a označava ono što je „srednje“. Jurčić (2017: 128) u znanstvenom članku „Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj“ definira medije kao sredstvo komuniciranja ili prenošenja vijesti koji informiraju javnost o svim važnim temama za društvenu zajednicu. Moguće ih je definirati i kao posrednike u prijenosu poruke od pošiljatelja do primatelja. No, mediji ne služe samo za informiranje, već imaju i druge uloge. Z. Peruško s druge strane definira masovne medije kao institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. „Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije i kulturne formacije.“ (Peruško 2011: 15)

Malović (2005: 11) piše ovako: „Ništa se nije dogodilo, ako to mediji nisu zabilježili ili, još bolje, sve što se dogodilo mediji su zabilježili. Mediji nas informiraju, zabavljaju, podučavaju, nameću mišljenje, a mnogima od nas često su jedini prijatelji.“ Televizija je, u odnosu na druge tradicionalne medije (radio i tisak), a izuzevši internet, vjerojatno medij koji se najviše koristi za zabavu. Zabavni televizijski program nudi raznolike sadržaje i formate – od natjecanja u pjevanju, plesu ili kuhanju, preko kvizova, do humorističnih serija... Svakako treba upozoriti na činjenicu da televizija istodobno nudi i mnoštvo neprimjerenih zabavnih sadržaja koji „iskrivljuju“ sliku stvarnosti. Mediji jačaju i ruše naša stajališta, djeluju na naše emocije, mogu nas razveseliti, rastužiti, smiriti, ali i potaknuti na neko djelovanje. „Glavni cilj medija je zadovoljavanje potreba čovjeka da bude obaviješten o važnim društvenim procesima i svim relevantnim događanjima, a preko medija se prenose informativni, edukativni i zabavni sadržaji koji imaju utjecaj na svaku osobu.“ (Jurčić 2017: 133)

Popularni sadržaji su svojevrsno ogledalo težnji, vrijednosti i stavova društva u kojem su popularni, kao i odraz trenutčne društvene zbilje (Labaš, Mihovilović 2011: 97). Popularno je ono što je poznato i prihvatljivo većini. Društvo dakle igra glavnu ulogu u populariziranju sadržaja jer je ono to koje ih (ne) prihvaća, ali najznačajniji proizvod industrijske kulture jest publika, pretvorena u robu koja se prodaje oglašivačima (Fiske 2001: 35). Bez publike, nema ni sadržaja.

Još uvijek nije moguće sasvim precizno definirati popularnu kulturu. Ona može podrazumijevati spektakl, društvene promjene, raskid s tradicionalnim normama i vrijednostima. U popularnu kulturu svrstavaju se filmovi, tehnologija, humoristične serije, moda (Labaš, Mihovilović 2011: 96). „Popularna kultura teško da može biti revolucionarna u nekom klasičnom, lukačevskom smislu te riječi; ali itekako može i treba biti kritična i najjednostavnije rečeno – društveno odgovorna.“ (Dedić 2014: 430) Premda se popularna kultura stalno mijenja, američka je kultura i dalje najdominantnija, već i zato što svi gledaju holivudske filmove, *sitcome*, različite *showove*...

2.1. Odnos medija prema distribuciji stereotipa

Način na koji se u medijima prikazuju pojedine skupine ljudi može uvelike utjecati, prije svega na pogled djece i adolescenata na njih same, kao i na druge, što naravno ne isključuje ni odrasle. Praćenjem medijskih sadržaja koji su puni stereotipa, iskrivljenih poruka i pogleda na svijet, publika može početi stvarati pogrešnu sliku o sebi, osjećati se manje vrijednima, ali i vidjeti druge oko sebe na negativan način, odnosno – ono što u medijima vide kao „normalno“, mogu početi primjenjivati i u svakodnevnom životu.

Primjerice, promidžbeni program stereotipnim načinom prikazivanja može ljude iz određene skupine poticati na stvaranje stereotipa i predrasuda.¹ Programe koji sadrže diskriminacijski jezik kojim se s osnova spola, rase, dobi, vjere određene osobe prikazuju manje vrijednima treba vrednovati po tome opravdavaju li takav tretman osoba ili ga prikazuju u jasnom šaljivom kontekstu. S obzirom na to da djeca uglavnom ne razumiju ironiju i sarkazam niti ih mogu uvijek točno shvatiti, trebalo bi posebno obratiti pozornost na programe koji su im namijenjeni, a koji (ne)svjesno promiču stereotipe, te umjesto njih prikazivati i senzibilizirati ih za pripadnike različitih skupina. Mediji prikazuju određene situacije uvijek jednako zbog čega ih publika počinje smatrati „normalnim“ i u svakodnevnom životu. Tako se recimo žene u serijama i filmovima nerijetko prikazuje kao loše vozačice, invalide se uvijek tretira kao one kojima je neophodno potrebna pomoć, svekrve su uvijek prikazane kao jako loše, siromašne se prikazuje prljavima i sl. Što više

¹ <https://www.medijskapismenost.hr/stereotipi-diskriminacija-kult-tijela-medijima-zastiti-djecu/>

takvoga sadržaja gledamo i što se on češće ponavlja, to nam više ulazi u (pod)svijest i počinjemo se sukladno tome ponašati. Internet je donio puno dobroga, ali i lošega jer „savršeni“ prikazi putem društvenih mreža utječu na pogrešnu sliku o koječemu pa korisnici više ni u što nisu sasvim sigurni – naprosto je previše informacija koje sa svih strana „napadaju“.

2.2. Medijska manipulacija

Medijski sadržaj koji činjenice tumači na obmanjujući način smatramo manipulacijom. Najčešće se koristi kako bi publiku usmjerio prema pogrešnim zaključcima u odnosu na stvarno značenje informacija koje se prenosi. Mediji nerijetko pokušavaju kreirati određenu sliku o nekoj temi koju publika zatim i prihvaća takvom kakvu vidi.² Naprimjer, ako se u serijama, reklamama, filmovima pa čak i svakodnevnim informativnim vijestima plavuše prikazuje kao manje inteligentima, stvara se stereotip koji korisnici počinju smatrati istinitim i ponašati se sukladno tome.

Komunikacija između medija i publike usko je povezana s proizvodnjom i utjelovljenjem kulturnih identiteta, odnosno – sadržajima koji su prezentirani putem medija prenose se i određeni općeprihvaćeni kulturni obrasci poimanja raznih dimenzija identiteta, spola i roda. Preslikavanjem stereotipizirane stvarnosti mediji konstruiraju određenu novu stvarnost koja može utjecati na izgradnju identiteta kao i socijalizaciju (Lubina, Klimpak 2014: 214). Za razumijevanje medija neophodne su dakle medijske kompetencije. To „podrazumijeva stjecanje vještina, znanja i upućenosti pri sprječavanju medijske manipulacija“ (Miliša, Tolić, Vertovšek 2009: 174). Publika s medijima treba graditi odnos kako bi znala prepoznati i manipulativne medijske ponude.

² <https://medijskapismenost.raskrinkavanje.ba/oblici-manipulacija-i-kome-se-obratiti-ako-ih-uocite/koji-sve-oblici-medijskih-manipulacija-postoje/>

Noam Chomsky, američki jezikoslovac, znanstvenik, pisac i predavač, definirao je deset strategija medijske manipulacije:

„1. Preusmjeravanje pažnje

Pažnju javnosti treba preusmjeravati s važnih problema na nevažne. Ako se javnost prezaposli nebitnim informacijama, ljudi neće razmišljati i neće steći dojam o osnovnim saznanjima.

2. Stvaranje problema

Ta se metoda još naziva i problem-reakcija-rješenje. Smatra da treba stvoriti neki problem da bi dio javnosti reagirao na njega.

3. Postupnost promjena

Da bi javnost pristala na neku neprihvatljivu mjeru, potrebno je postepeno uvoditi promjene. Svijet se tako mijenja, a da to ne budi svijest o promjenama.

4. Odlaganje

Potrebno je najavljivati promjene puno ranije, ljudi tako ne osjete svu težinu promjena odjednom, jer se prvo prilagođavaju na samu ideju o promjeni.

5. Upotreba dječjeg jezika

Kada se odraslima obraća kao kad se govori djeci, postiže se da javnost potiskuje svoju kritičku svijest i poruka ima snažnije djelovanje na ljude.

6. Buđenje emocija

Zloupotreba emocija utječe na razumno prosuđivanje, kritičku svijest zamjenjuju emotivni impulsi. Upotreba emocija omogućava pristup nesvjesnom, pa je kasnije moguće lakše provesti ideje, želje.

7. Neznanje

Kvalitetno obrazovanje nižim društvenim slojevima treba biti što slabije ili ispod prosjeka da bi razlika između obrazovanja viših i nižih slojeva ostala različita.

8. Veličanje gluposti

Javnost treba podupirati u prihvaćanju prosječnosti. Potrebno je uvjeriti ljude da je poželjno biti manje inteligentan, a istovremeno treba izazvati otpor prema kulturi i znanosti.

9. Stvaranje osjećaja krivice

Treba uvjeriti svakog pojedinca da je samo on odgovoran za vlastitu nesreću. Tako nesiguran pojedinac, opterećen uzrokom krivice odustat će od traženja pravih uzroka svog položaja.

10. Zloupotreba znanja

Tijekom posljednjih 50 godina, napredak u znanosti je doveo do ubrzanog rasta „rupa” u znanju između javnosti i onih u vlasništvu vladajuće elite. Zahvaljujući neurobiologiji i psihologiji, sustav može bolje razumjeti prosječnu osobu, nego što prosječna osoba može razumjeti sebe. To znači da u većini slučajeva, sustav ima više kontrole i veliku moć nad pojedincima od samih pojedinaca što može dovesti do određenih problema u društvu.“³

³ <https://exploringyourmind.com/10-strategies-of-media-control-noam-chomsky/>

3. Stereotipi i predrasude

S obzirom na to da se ovaj diplomski rad prvenstveno bavi stereotipima, potrebno ih je najprije definirati. Izdvojiti ćemo nekoliko definicija koje pokazuju što su stereotipi i kako nastaju: „Stereotipi su uređena, konzistentna slika svijeta, kojoj su prilagođeni naši ukusi, naše navike, naše sposobnosti, naše radosti, naše nade. Oni možda nisu potpuna slika svijeta, ali su slika nekog mogućeg svijeta na koji smo adaptirani. U tom svijetu ljudi i stvari imaju sasvim određena mjesta i postupaju na određeni način.“ (Lippmann 1998: 95) Stereotipi su standardizirana mentalna slika koju prihvaćaju članovi određene grupe te predstavljaju pojednostavljeno mišljenje, pristran stav ili nekritičnu procjenu. Prema toj definiciji možemo zaključiti kako su stereotipi netočni te dovode do negativne generalizacije, stoga psiholozi predlažu izmijenjenu definiciju stereotipa koja bi glasila: „Stereotipi su specifična svojstva koja pridajemo ljudima na osnovi njihove pripadnosti određenoj grupi.“⁴

„Stereotip je sklop pojednostavnjenih i pretjerano uopćenih osobina koje se pridaju svim pripadnicima neke društvene skupine (etničke, rasne i dr.). Raširena i razmjerno trajna kognitivna shema o zajedničkim, češće negativnim nego pozitivnim značajkama društvene skupine (npr. profesori su rastreseni i sitničavi, Japanci marljivi i točni, crnci glazbeno nadareni i skloni lagodnu životu). Stereotipi pojednostavnjivanjem složene društvene sredine olakšavaju obradu informacija i snalaženje u njoj.“⁵

Stereotipi pojednostavljuju socijalni svijet jer smanjuju potrebu za razmišljanjem kako reagirati prema novim stvarima, novim događajima i novim osobama. Sukladno tome zanemarujemo činjenice i razvijamo predrasude koje su najčešće negativne, iako mogu biti i pozitivne. „Predrasuda je neprijateljski ili negativan stav prema pripadnicima prepoznatljive grupe ljudi, koji se zasniva isključivo na njihovom članstvu u toj grupi. Uočljivo je da diskriminacija obuhvaća ponašanje, stereotip obuhvaća spoznaju, odnosno mišljenje ili vjerovanje, a predrasuda emocionalnu sastavnicu.“⁶ Predrasude mogu biti opasan fenomen jer mogu prerasti u potpunu mržnju. Mogu se naučiti od roditelja tako da se kroz odrastanje zadrže ili ne zadrže kod djece.

⁴ <https://www.krenizdravo.hr/zdravlje/psihologija/sto-su-to-stereotipi-i-koliko-su-zapravo-tocni>

⁵ <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=58036>

⁶ <https://www.zzzj-zz.hr/stereotipi-predrasude-diskriminacija/>

Stereotipi održavaju kulturna vjerovanja, toliko smo naučeni da stereotipi postoje da bi bilo nemoguće odjednom ih izostaviti iz naših života. Okruženi smo njima od rođenja – majka je ta koja čisti kuću, kuha, brine za obitelj, a otac je taj koji radi... Kada je jednom aktiviran, stereotip može imati velike posljedice na to kako mi kao osobe tretiramo druge osobe o kojima imamo određene predrasude. Neke stavove npr. o vježbanju, zdravoj ili nezdravoj prehrani možemo puno lakše promijeniti od stereotipa, koji se puno dublje „urezuju“ u naš život. Kada spomenemo određena zanimanja, uz njih vežemo stereotipe o vjeri, o rasama, o spolu. Primjerice, kada govorimo o vozaču autobusa, uvijek se smatra da je to muškarac, a ne žena; ili ako trebamo majstora za neki popravak, očekujemo opet muškarca, a ne ženu; stereotip je i to da su u Engleskoj svi vozači taxija doseljeni migranti s Istoka, itd. „Najčešće se koriste stereotipi o drugima (drugim ljudima, zajednicama, grupama).“ (Šakija 2001: 28) Sve što poznajemo, možemo povezati s nekom vrstom stereotipa, a mediji nam u tome ne pomažu, već nas još više „zatrpavaju“ različitim stereotipima i predrasudama. Stereotipi nužno ne moraju biti negativni, postoji niz stereotipa koji su pozitivni, npr. da svi Španjolci dobro plešu, Talijani dobro kuhaju, Francuzi rade najbolja vina...

Stavove možemo definirati kao „trajnu mentalnu dispoziciju stečenu putem socijalizacije koja se izražava kao tendencija u odnosu na neki objekt misli, osjeća na određen način za ili protiv.“ (Živković 2015: 66) Živković dalje piše kako predrasude pripadaju kategoriji stavova koji su mješavina osjećaja, ponašanja i nekih uvjerenja. Stavovi se sastoje od emocija, spoznaje i ponašanja. Spoznaja uključuje vjerovanja koja sačinjavaju stav prema predrasudama na temelju očekivanja koja imamo o određenoj skupini ljudi, npr. navijačima za koje se smatra da su divljaci, da razbijaju i sl. Što se tiče ponašanja, tu možemo vidjeti kako se u određenim situacijama, kada imamo predrasude prema nekome, ponašamo drugačije, izbjegavamo određene skupine ljudi, diskriminiramo i to s namjerom. Stereotipe najčešće povezujemo s vjerom, spolom, religijom, nacionalnosti, mentalnim ili tjelesnim oštećenjima, političkom orijentacijom (Živković 2015: 84). Iz predrasuda proizlazi diskriminacija. „Kad predrasude prerastu u djelovanje, potaknute stereotipima, tada postaju diskriminacija.“⁷ Žene su tako kroz povijest bile višestruko diskriminirane – od toga da nisu smjele raditi, nego su morale biti samo u kući s djecom, kuhati i brinuti se za kućanstvo, preko toga da nisu imale pravo glasa, do toga da primjerice nisu smjele voziti.

⁷ <https://www.zzzjz-zz.hr/stereotipi-predrasude-diskriminacija/>

Prema Živkoviću, postoje tri pristupa socijalne psihologije po pitanju predrasuda i stereotipa: 1. Individualni pristup prema kojem predrasude proizlaze iz različitih tipova ličnosti, pojedinac svoje unutarnje probleme i sukobe pokušava prebaciti na druge ljude i druge grupe; 2. Međuljudski pristup je zapravo individualni pristup, ljudi više za svoje prijatelje žele ljude koji imaju slične stavove nego boju kože; 3. Međugrupni pristup koji govori o stereotipima između jedne ili više grupa. Obično se unutar jedne grupe formira posebna veza i pripadnost pa dolazi do pojma mi i vi te do diskriminacije i sukoba između dvije ili više grupa (Živković 2015: 86-88)

Predrasude smo stvorili sami, nitko se s njima nije rodio – kako smo se naučili na njih, trebali bismo ih se i odučiti.⁸ Kada se npr. djeca rugaju Romima da su prljavi, da krađu, da su nekulturni, ili ih nazivaju „ciganima“, sve su to uglavnom čuli od odraslih koji se isto tako ponašaju prema njima. Nerijetko se djecu plašilo i da će ih ukrasti cigani ako ne budu dobri. A zašto je tome tako? Koliko puta su nam na vrata zvonile Romkinje i tražile novac, koliko puta su nam Romi na ulici dobacivali neke komentare, koliko puta smo vidjeli Romkinje da „kopaju po smeću“, koliko puta smo vidjeli u vijestima da voze neregistrirane automobile, bez vozačke dozvole? Vjerojatno toliko puta da možemo zaključiti kako Romi sami o sebi stvaraju stereotipe i predrasude kojih se zaista teško riješiti.

Organizacija Advertising Standards Authority koja u Ujedinjenom Kraljevstvu provodi nadzor nad oglašivačima, uvela je pravilo kojim je zabranjeno korištenje štetnih stereotipa u oglasima jer prikazi muškarca koji popravlja stvari ili žene koja brine o djeci mogu biti opasni za društvo – dokazali su naime da štetni stereotipi, koji se osnažuju upravo oglasima, mogu ograničiti izbore i prilike djeci, mladim i odraslima. I hrvatski Zakon o medijima (čl. 20. st. 8.) zabranjuje „oglašavanje u kojem se žene i muškarci prikazuju na uvredljiv ili ponižavajući način, s obzirom na spol“. No, u praksi se nerijetko događa da oglašivači prekrše ovo pravilo. Industrija oglašavanja jedna je od najprofitabilnijih, ali i najutjecajnijih. Oglasi koje vidimo mogu utjecati na naše stavove i preferencije, ali nas uče i tome kako se trebamo ponašati, što je društveno prihvatljivo, a što nije.⁹ Zakon o suzbijanju diskriminacije (čl. 1. st. 1.) navodi sljedeće: „Ovim se zakonom osigurava zaštita i promicanje jednakosti kao najviše vrednote ustavnog poretka Republike Hrvatske, stvaraju se pretpostavke za

⁸ <https://www.living-democracy.hr/textbooks/volume-3/part-1/unit-1/material-for-teachers-8/>

⁹ <https://www.medijiskapismenost.hr/stetni-stereotipi-u-oglasima-mogu-ograniciti-izbore-i-aspiracije-djece-i-mladih/>

ostvarivanje jednakih mogućnosti i uređuje zaštita od diskriminacije na osnovi rase ili etničke pripadnosti ili boje kože, spola, jezika, vjere, političkog ili drugog opredjeljenja (...).“ Isti Zakon sadrži odredbe koje su u skladu s aktima Europske unije kao što su uspostava jednakog tretmana na području zapošljavanja i odabira zvanja, primjeni načela ravnopravnosti osoba bez obzira na njihovo rasno ili etničko podrijetlo, provedba načela jednakih mogućnosti i jednakog tretiranja muškaraca i žena u pitanjima zapošljavanja i obavljanja zanimanja.¹⁰

3.1. Uloga humora u promoviranju stereotipa i predrasuda

Humor je neizostavan dio našeg života. Svakodnevno se susrećemo s humorističnim sadržajem u reklamama, serijama, filmovima. Humor je zajednički naziv za crtane, verbalne i pisane sadržaje koji izazivaju smijeh. Prvobitno je označavao raspoloženje, a kasnije se počeo primjenjivati na veselo raspoloženje.¹¹

Humor nam također pomaže da se nosimo sa stresnim situacijama, bitan je za mentalno zdravlje i štiti od pesimizma. Korištenjem šala i smijehom uopće djelujemo smirujuće i pozitivno na druge oko nas.¹² Humoristične serije koje se najčešće prikazuju u večernjim terminima odlične su za smijeh i opuštanje nakon napornog dana jer se najčešće koriste temama iz svakodnevnog života, u kojima se i sami možemo pronaći – uključujući i različite stereotipe. Humor se može koristiti kao dobronamjerno toleriranje i prihvaćanje sebe i drugih, ali isto tako može i štetiti drugima oko nas. Štetne su situacije u kojima korištenjem humora pokušavamo poboljšati osjećaj grupnog identiteta tako što ismijavamo nekoga drugog.

Prema znanstvenom radu „Stilovi humora sveučilišnih nastavnika kao prediktori evaluacije nastavnika i motivacijskih čimbenika u studenata“ (Fileš, Pavlin-Bernardić 2021: 41) moguće je koristiti dobronamjeran humor koji ne vrijeđa druge, ali isto tako i humor koji je štetan za nas ili druge. Prema tome, autori navode četiri vrste humora koji se koriste svakodnevno.

¹⁰ <https://www.zakon.hr/z/490/Zakon-o-suzbijanju-diskriminacije>

¹¹ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=26678>

¹² <https://www.koronavirus.hr/kako-koristiti-humor-u-suocavanju-sa-stresom/371>

„1. Afilijativnom stilu humora cilj je zblížiti ljude. Afilijativni stil humora može se naći još pod nazivom društveni stil humora, a prikazuje se kao pričanje viceva, zabavljanje drugih te se ogleda kao potreba da se humor podijeli s ostalima. Glavna namjena mu je da opusti i oraspoloži ljude u okolini. Kod takvog oblika humora pojedinci se usredotočuju na druge, a pritom ignoriraju sebe. Cilj je stvoriti osjećaj zajedništva.

2. Samopoboljšavajući humor ima karakteristiku humorističnog pogleda na život. Takav stil humora pomaže pojedincima da se nose sa stresom i kako bi se riješili ili minimalizirali negativne emocije. Kod ovog humora cilj je usmjeren na unutarnji fokus.

3. Agresivni humor koriste ljudi koji u šale uključe uvrede koje su usmjerene prema pojedincima. To je humor koji obično u nama izaziva nelagodu pa se smijemo kako bi to prekrili. Takav stil humora odnosi se na ismijavanje, ponižavanje i zadirkivanje drugih osoba. Ovakva vrsta humora se smatra štetnim i društveno neprihvatljivim, a najčešće ih koriste osobe koje žele biti u nadmoći nad drugim osobama.

4. Samoporažavajući humor je humor kao što sama riječ kaže šala kojom omalovažavamo sami sebe. Kako ne bi bili predmet šale, dosta ljudi zna preusmjeriti ovu vrstu humora na druge kako ne bi sami bili žrtva ove vrste humora.“ (Fileš, Pavlin-Bernardić 2021: 42)

3.2. Rodni stereotipi

Rađamo se kao muškarci i žene, a društvo nam tijekom odrastanja nameće da se ponašamo u skladu sa svojim društvenim ulogama. „Svaka kultura ili zajednica potiče određene vrijednosti i ponašanja, a druge osuđuje ili kažnjava, modulirajući tako svoje članove prema željenom obrascu.“ (Marović 2009: 20)

Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe za razdoblje od 2018. do 2023. kaže da su rodni stereotipi unaprijed stvoreni društveni i kulturni obrasci ili predodžbe prema kojima se ženama i muškarcima pripisuju osobine i uloge utvrđene i ograničene njihovim spolom. Druga definicija koju nalazimo jest da „rodni stereotipi podrazumijevaju osobine ili ponašanja koja se smatraju tipično ženskima ili muškima, čak i kada ne odgovaraju stvarnom

stanju.“¹³ Prvi strateški cilj „Strategije za ravnopravnost spolova Vijeća Europe za razdoblje od 2018. do 2023.“ jest borba protiv rodnih stereotipa i seksizma. Rodni stereotipi predstavljaju ozbiljnu prepreku postizanju stvarne ravnopravnosti spolova te potiču diskriminaciju na temelju spola. Takvi stereotipi mogu sputavati razvoj prirodnih talenata i sposobnosti djevojčica i dječaka, žena i muškaraca, njihove obrazovne i profesionalne sklonosti i iskustva, kao i općenito njihove životne prilike. „Rodni stereotipi posljedica su i uzrok duboko ukorijenjenih stavova, vrijednosti, normi i predrasuda. Služe za opravdavanje i održavanje povijesnih odnosa u kojima muškarci imaju prevlast nad ženama, kao i seksističkih stavova koji priječe napredovanje ravnopravnosti spolova.“¹⁴ „Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe za razdoblje od 2018. do 2023.“ također upozorava na negativan utjecaj rodni stereotipa: „Nasilnim online sadržajima uključujući i pornografiju učvršćuje se predodžba o ženinoj podređenoj ulozi. Njima se potiče nasilje nad ženama, seksistički govor mržnje usmjeren na žene te pridonositi održavanju i jačanju stereotipa i seksizma.“¹⁵

Društvo nameće obrasce i(li) norme kako bi muškarci i žene trebali izgledati, kako bi se trebali ponašati, čime bi se trebali baviti; a sve što odudara od toga, jača rodne stereotipe. Strukturalna neravnopravnost koja pogađa i muškarce i žene i dalje opstaje u sustavu odgoja i obrazovanja sve do tržišta rada. U određenim zanimanjima vidljiva je veća prisutnost muškaraca (u znanosti, tehnologiji, građevinarstvu, vojsci) dok žene prevladavaju u njegovateljskim uslugama, uredskim poslovima, sestinstvu. Iako se danas u svim segmentima zapošljavaju oba spola, i dalje je vidljiva podjela, a ne čini se da će se situacija uskoro promijeniti. Osim kod poslova, podjela je vidljiva i u segmentu plaća. Položaje koji su u hijerarhiji viši pa samim time i bolje plaćeni zauzimaju muškarci, a položaje koji su hijerarhijski niži, a samim time i niže plaćeni zauzimaju žene. Premda je broj visokoobrazovanih žena visok, to se i dalje ne odražava na jednake plaće i mirovine kakve imaju muškarci. S druge strane, samohrane majke, migrantice, Romkinje suočene su s puno više problema i još težim pristupom tržištu rada. Prema strategiji za ravnopravnost spolova, mediji su ti koji imaju važnu ulogu osobito u širenju svijesti o takvim temama. Sloboda govora često se zlorabi za opravdavanje uvredljivog ponašanja, kao i drugih oblika nasilja nad ženama.

¹³ Ibid.

¹⁴ https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/gender-equality-strategy_hr

¹⁵ Ibid.

Povijest potvrđuje da se žene oduvijek povezivalo s domom, obitelji i majčinstvom, zbog čega je ova „nova stvarnost“ još uvijek nova jer nije u potpunosti prihvaćeno to da se žene školuju, imaju karijere, da nisu samo domaćice. Danas žene polako preuzimaju i „muške“ uloge, posebno u poslovnom svijetu. No, da bi uspjele, moraju se truditi mnogo više od muškaraca, upravo zbog stereotipa duboko ukorijenjenih u društvu. Djeca rano postaju svjesna kojem spolu pripadaju, što se vidi u podjeli igara – rugat će se vjerojatno djevojčici koja želi igrati nogomet, kao i dječaku koji se želi igrati s lutkama; u trgovinama postoje posebno muške i ženske igračke koje su vidljivo odvojene, a razlikuju se i bojom (dominantno ružičastom za djevojčice, plavom ili zelenom za dječake).

Rodne uloge uvelike su se promijenile tijekom posljednjih 50 godina, ali medijski prikazi ne prate te promjene. Mediji koji prikazuju stereotipe mogu utjecati na izbor zanimanja, osjećaje i sliku samoga sebe kod djece. Istraživanje američke neprofitne organizacije Common Sense Media bavi se utjecajem rodno pristranih medija na razvoj djece.¹⁶ Tako naprimjer istraživanje „Pogled na rod: Kako stereotipi u filmovima i na televiziji utječu na dječji razvoj“ pokazuje da mediji jačaju ideju da su muške osobine i ponašanja vrijednija od ženskih, što onda navodi dječake da se tako i ponašaju; zanimljivo je i da trećina majki misli da osmogodišnji dječak ima svjetliju budućnost od osmogodišnje djevojčice. Mediji su ti koji promoviraju besprijekoran izgled djevojaka i time potiču djevojčice i djevojke da se pretjerano brinu za izgled i počinju same sebe tretirati kao seksualni objekt. Čak 75 posto roditelja u istraživanju smatra kako su djevojke pod snažnim utjecanjem televizijskih emisija kada je riječ o izgledu. Oko 68 posto roditelja „jako“ je ili „iznimno“ zabrinuto kada medijski prikaz žena i djevojaka uključuje nasilje, a 64 posto jako je ili iznimno zabrinuto zbog izloženosti djece seksualiziranim prikazima žena i djevojaka. Gledanje sadržaja koji tradicionalno prikazuje rodne uloge utječe na djecu i mlade tako da imaju još čvršća uvjerenja o tome što muškarci i žene jesu i kako bi se trebali ponašati.¹⁷ Nerijetko i danas čujemo da je nešto ženski posao ili muški posao. Zašto muškarac ne bi skuhao ručak, a žena popravila kvar na sudoperu? Istraživanje također potvrđuje da su roditelji zabrinuti zbog prikaza roda u medijima te mnogi žele promjene, smatraju kako je došlo vrijeme da kreatori sadržaja naprave iskorak s uzorima koji će inspirirati narednu generaciju za postizanje svoga punog potencijala, bez rodnih ograničavanja.

¹⁶ <https://www.medijskapismenost.hr/kako-stereotipi-u-filmovima-i-na-televiziji-utjecu-na-djecji-razvoj/>

¹⁷ Ibid.

Rodni stereotipi pogrešno usmjeravaju na procjenjivanje razlika između grupa i razlika unutar grupa. Dovode do toga da vidimo samo ono što želimo vidjeti, a samim time potvrđujemo stereotipe koji su se ukorijenili u društvo, poput onoga da se muškarci ne snalaze s malim bebama dok je majkama to prirodno. Takav se fenomen zove „prijetnja stereotipom“. Američka producentica Ava DuVernay na temelju vlastitih iskustava o stereotipima kaže sljedeće: „Kada su očekivanja drugih od nas niska, možemo izbjeći opasnost od prijetnje stereotipima i prevladati niska očekivanja putem četiri načina djelovanja. Prvo kada pristupamo visokorizičnoj situaciji kao npr. razgovoru za posao moramo se smiriti i uobličiti nervozu u uzbuđenje. Drugo, o stereotipima s kojima se suočavamo možemo razmišljati da određene kvalitete promatramo kao prednosti, a ne mane. Treće, žene mogu vježbati kako kršiti pravila, jer je prema istraživanju muškarcima lakše kršiti pravila i ići „protiv struje“. Četvrto, žene mogu smisliti vlastita pravila koja će slijediti.“¹⁸ Posebno su značajne sljedeće dvije rečenice: „Mislim da danas postoje pukotine na staklenom stropu koje su napravile one žene koje su se popele dovoljno visoko kako bi ga mogle udariti. Ali najviše me ohrabruju oni ljudi koji kreiraju vlastite stropove.“¹⁹

3.3. Rasni, kulturološki i etnički stereotipi

Rasa je u sociologiji i antropologiji tradicionalan naziv za veliku ljudsku populaciju koja živi i reproducira se odvojeno od drugih populacija i od njih se razlikuje po određenih fizičkim obilježjima kao što su tip kose, dužina kose, boja kože. Među ljudskim rasama postoje stalne razlike, odnosno boja kože pokazuje određene karakteristike kategorija ljudi, različite vanjske značajke upućuju na različite unutarnje značajke, kao su što su naprimjer fizičke i psihičke sposobnosti rasa²⁰; na temelju kojih onda i dolazi do stereotipiziranja rase. Prema Mari Castañedi, rasni stereotipi koji se pojavljuju u medijima odaju dojam održavanja realne slike stvarnosti. Ljudi crne rase se doživljavaju kao utjelovitelji negativnih rasnih i etničkih stereotipa, dok se predstavljanjem bijele rase kao nadmoćne stvara ideologija u zabavnom programu i vijestima (Castañeda 2018: 5).

¹⁸ <http://womenforum.org/2018/10/09/cetiri-nacina-na-koje-zene-mogu-prevladati-barijere-krseci-pravila/>

¹⁹ Ibid.

²⁰ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=51847>

Pojam kulture vežemo uz institucije i vrijednosti koje čine svakodnevni život ljudi koji su određene skupine, a prenosi se unutar obitelji i učenjem. Prema definiciji E. B. Tylora (*Primitivna kultura*, 1871), koja se smatra prvom znanstvenom i najširoom definicijom, kultura se odnosi na znanje, vjeru, umjetnost, moral, zakone i običaje.²¹ Pojam rase možemo definirati kao tradicionalni naziv za veliku ljudsku populaciju koja živi i reproducira se odvojeno od drugih populacija i od njih se razlikuje po vidljivim fizičkim obilježjima (*fenotipu*), kao što su boja kože, oblik lubanje, tip kose ili dužina nosa.²²

Prema Gordani Đerić, najviše se pažnje posvećuje kulturološkim i etničkim stereotipima. Riječ je pritom o nekom narodu koji ima specifična svojstva, osobnosti i razlike u odnosu na druge narode. Oni stereotipi koje je društvo postavilo o nekom narodu, teško će samo tako nestati i promijeniti se. Stereotipi su neophodni, oni su sredstvo izražavanja posebnosti, kulturne i svake druge pripadnosti, iskazivanje identiteta.²³

Etničke manjine možemo definirati kao skupinu stanovnika jedne države koja se po svojoj etničkoj pripadnosti razlikuje od većine stanovništva te države. Takve manjine najčešće su dijelovi naroda koji su u nekoj drugoj državi (ili državama) većinski narod, kao što su to npr. češka, njemačka ili talijanska manjina u Hrvatskoj.²⁴

Filmovi i serije svakodnevno donose sadržaje iz kojih možemo puno toga naučiti o drugim vjerama, nacijama, narodima, kulturama. Stoga je posebno važno da takvi sadržaji budu prikazani bez stereotipa kako se ne bi stvarala pogrešna slika. Sadržaj koji pratimo mnogo je više od same zabave, služi nam kao vrsta uzora u koji se ugledamo. Neprimjereni prikaz neke skupine u zabavnim sadržajima neće samo povećati raširenost stereotipa, nego i utjecati na pogoršanje mišljenja o samima sebi. Popularna kultura često nedovoljno zastupa ili još češće ismijava manjinske društvene skupine, a publika na temelju toga stvara stavove koje je kasnije teško promijeniti. Mediji nam moraju prikazivati da postoje ljudi različitih

²¹ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=34552>

²² <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=51847>

²³ https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=fb7d688c-2849-a7be-4601-5dd212d983c0&groupId=252038

²⁴ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18519>

boja kože, vjere, porijekla i seksualne orijentacije. Prikaz različitosti u popularnoj kulturi može dovesti do smanjenja stereotipa u društvu.²⁵

Novinarka, radiovoditeljica i šefica udruženja Neue deutsche Medienmacher (Novi njemački kreatori medija) Konstantina Vassillioenz smatra „da bi se mnogi stereotipi mogli izbjeći kada bi se novinari senzibilizirali. Gotovo svi članci o integraciji stranaca popraćeni su ženama, pokrivenim maramama. Novinari pri tom ne moraju ići u krajnost i posezati za slikama potpuno zamotanih muslimanki koje nose pune vrećice i vuku dječja kolica. Ako već moraju uzeti sliku žena s maramom, jer to ima određenu simboličnu snagu, zbog čega onda ne pokažu muslimanku koja u pekari plaća kruh ili koja s mobilnim telefonom na uhu prolazi pješачkom zonom? Takve slike, uvjeren je Konstantina Vassillioenz, puno više odgovaraju realnosti.“²⁶

3.4. Klasni stereotipi

Društvenu klasu možemo definirati „kao skupine s istim ili sličnim materijalnim i kulturnim položajem u društvu, koje obilježava svijest o zajedničkoj (klasnoj) pripadnosti. Osnivač klasne teorije je Karl Marx koji je smatrao da se radnici mogu ponašati kao klasa svjesna svojeg položaja i svojih mogućnosti. On je razlikovao radnike, kapitaliste i zemljoposjednike. Suprotstavljajući se Marxovu poimanju, M. Weber polazi od „situacije klase“, tj. od vjerojatnosti ili šanse da pojedinci imaju ili očituju iste interese. Zato Weber klasu smatra čisto ekonomskom kategorijom. Također, prema Weberu, klasna pripadnost ne određuje nužno društveni ugled (staleški status, profesije), kao ni političku moć ljudi (političke stranke). Netko može zauzimati visok položaj na jednoj hijerarhiji a niži na drugoj: npr. skorojević s mnogo novca ne mora biti javno ugledan član društva i obrnuto, ugledni ljudi mogu biti skromna imovnog stanja.“²⁷

Klasne stereotipe vežemo uz klase. Postoje vrlo siromašni, beskućnici, srednji stalež, bogati i ultra bogati. Kada ljudi vide beskućnika, osjećaju najčešće gađenje, odbojnost, nelagodu. S druge strane, kada vide poznate bogate „zvijezde“ ili nekoga u skupom

²⁵ <https://www.medijskapismenost.hr/zasto-je-vazno-prikazivati-manjine-u-zabavnim-sadrzajima/>

²⁶ <https://www.dw.com/bs/stereotipi-o-etni%C4%8Dkim-manjinama-u-medijima/a-17861152>

²⁷ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=16318>

automobilu, sa skupim cipelama i torbom, to izaziva osjećaj divljenja ili želje da budu poput njih. Težnja za savršenstvom koje mediji svakodnevno prikazuju najviše stvara diskriminaciju i stereotipe. Psiholozi dodatno zaključuju kako vrlo siromašne smatramo hladnim i nekompetentnim – tako primjerice ispitanici, koji su u jednoj studiji gledali slike beskućnika, nisu aktivirali dijelove mozga koji su uključeni u pripisivanje misli i osjećaja drugima, već su aktivirali onaj dio koji podupire gađenje. Manje siromašni smatraju se nekompetentnim, ali toplima. Ovaj stereotip služi funkciji koja opravdava položaj siromašnih u društvu, a time i pravednost našega ekonomskog sustava.²⁸

²⁸ <https://hrv.acousticbiotech.com/class-stereotypes-chavs-white-trash-bogans-514690>

4. Humoristične serije (*Sitcomi*)

Sitcom je kratka humoristična serija koja sve svoje glavne likove „vrti“ u istom okruženju, obično ograničena na jedno kućanstvo. Najčešće traje 20 do 30 minuta, a na televiziji se prikazuje u večernjim terminima. Idealna je za pauzu od rada, učenja ili samo zabavu²⁹ prije spavanja. Mnogi su vjerojatno 90-ih godina prošloga stoljeća gledali neke od ovih serija: *Svi vole Raymonda*, *Prijatelji*, *Lude 70-e*, *Princ iz Bel-Aira*, *Seinfeld*, *Puna kuća*.

Sitcom je skraćenica od engleske riječi *situation comedy* (situacijska komedija), televizijski žanr, humoristična igrana serija sa stalnim, ograničenim brojem likova. Radnja takvih serija najčešće se odvija u jednom ili nekoliko ambijenata, zbog čega je produkcijski jeftina. Narativno je uobličena oko neke situacije koja se odvija u vedrom tonu, ležerno, a završava sretno. Iako ima sretan kraj, počinje mirnom situacijom koja se ruši nekom pogreškom da bi se na kraju ponovno uspostavila mirna situacija. Većina *sitcoma* ima jedan do dva glavna ambijenta, a to su najčešće dom i posao, između čega se odvija cijela radnja.³⁰ Glavni likovi se prikazuju u svakodnevnim situacijama, kao obični ljudi kojima se često događaju neobične stvari. Radnja se bazira na međusobnim odnosima i aktualnim situacijama. Posljednjih nekoliko desetljeća najboljima su se pokazale dvije formule – obitelj ili grupa najboljih prijatelja kao glavni akteri. Potvrđuje to nekoliko različitih i uspješnih *sitcoma*: *The Cosby Show*, *Princ iz Bel Aira*, *Bračne vode*, *Dadilja*, *Dva i pol muškarca*, *Teorija velikog praska*. Spomenimo još i da se prvom humorističnom serijom smatra *Pinwrights Progress* koja se sastojala od 10 epizoda, a bila je emitirana na BBC-u 1946. i 1947. godine.³¹

Sve humoristične serije povezuje humor i smijeh jer su namijenjene zabavi i opuštanju. Znanstvenici su 1940-ih otkrili da su ljudi skloni nasmijati se nečemu ako su okruženi drugim ljudima pa su se u početku snimali *sitcomi* uživo s publikom koja je gledala snimanje i

²⁹ Primjerice, Rtl televizija najavljuje svoje *sitcome* rečenicom: „Samo zabava.“

³⁰ <https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/s/sitcom/>

³¹ <https://www.rtl.hr/tv/tv-novosti/1817417/znete-li-kako-je-i-kada-nastala-prva-humoristicna-serija/>

smijala se, a producenti su to snimali i kasnije smijeh publike montirali kako bi kod gledatelja pobudili potrebu za smijehom i kada publike nije bilo.³²

Humor možemo definirati kao dramsku vrstu koja u smiješnom i podrugljivom tonu obrađuje društvene ili psihološke sukobe te ih prikazuje na vedar način. Radnja i likovi se povezuju s društvenim navikama određenog doba.³³ Amerikanci su, kao izumitelji *sitcoma*, napravili primjerice istraživanje o porukama koje može dobiti Amerikanac o muško-ženskim odnosima, koji televiziju gleda u prosjeku 56 sati tjedno. Neke od poruka koje su dobili istraživanjem jesu da se uloga majke u serijama mijenjala s godinama, od toga da postaje sve samostalnija i jača u osamdesetima, do danas kada majke svoju dominantnost i moć dobivaju tako što se s druge strane ismijavaju očevi pa je u mnogim serijama lik oca prikazan kao odrasli adolescent koji (iako je ismijavan) i dalje hrani obitelj dok je žena također i dalje u poziciji domaćice (*Malcolm u sredini*).³⁴ Muškarce se često prikazuje u situacijama u kojima smiju lagati suprugama sve dok ih one ne ulove u laži, ili iskorištavati djecu za sitne ciljeve. Likovi su na taj način pretjerano stereotipno prikazani do te mjere da postaju nerazumne individue koje nisu vrijedne poštovanja. No, upravo su stereotipi ti na kojima se temelji mnoštvo *sitcoma*, pri čemu se najčešće radi o rodnim stereotipima; podjeli kućanskih poslova ili uopće podjeli na „ženskost“ i „muškost“.³⁵

„Ženski likovi više stoje u interakciji s drugima u obiteljskim i romantičnim ulogama. Nasuprot tome, muški likovi češće preuzimaju profesionalne uloge i uloge ambicioznog vršitelja radnje koji želi uspjeti.“³⁶

4.1. Stereotipi u medijima i njihov utjecaj na publiku

Različiti žanrovi imaju i različite funkcije/uloge. Prema Heleni Popović (2012: 25), najpoznatija trodioba funkcija uključuje: informiranje (vijesti), educiranje (dokumentarni,

³² Ibid.

³³ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=32554>

³⁴ https://www.libela.org/sa-stavom/3202-skriveni-stereotipi-u-omiljenim-serijama/?fbclid=IwAR0fE_UXxCXfh-XOQZDnG6vwDEWS47QBjPwGNHdXh0UhhhNaUIaTQg3a5-o

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

dječji) i zabavljanje (kvizovi, sport, glazba, sapunice, humoristične serije). Humoristične serije sastavni su dio slobodnoga vremena svih nas, djece, adolescenata i odraslih koji svakodnevno koristimo televiziju kao medij za informiranje – bilo gledanjem vijesti, reportaža ili humorističnih i ostalih serija. Posebno moramo paziti na djecu koja u sve ranijoj dobi počinju gledati različite programe na televiziji, uz nadzor ili bez nadzora roditelja, što može dovesti do pogrešnih zaključaka i percepcije, pogrešnih informacija koje vide na televiziji. „Djeca i mladi diljem svijeta odrastaju uz medijske sadržaje. U njima traže uzore i preuzimaju obrasce ponašanja, i važno je da kroz te sadržaje dobiju realan prikaz svijeta u kojem žive. Svijeta u kojem postoje ljudi različitih boja kože, religije, porijekla, seksualne orijentacije, osobe s invaliditetom, ljudi koji su im slični, i oni od kojih se razlikuju. Važno je da takvi sadržaji dođu i do one publike koja se inače ne susreće s različitim skupinama ljudi u stvarnom životu, kako bi stvorili otvoreniji stav prema tim skupinama. Prikaz različitosti u popularnoj kulturi može dovesti do smanjenja stereotipa i predrasuda u društvu, i zato je ona posljednjih godina toliko prisutna u zabavnim sadržajima.“³⁷

Dva su glavna načina na koji su se *sitcomi* promijenili u posljednjih 50 godina – javlja se različit prikaz ljudi, s obzirom na rasu i rodnu ulogu. *Cosby Show* je prva humoristična serija u kojoj glavne uloge imaju crnci što je otvorilo vrata svim ostalim serijama koje su uslijedile nakon njih, npr. popularni *Princ iz Bel-Aira*. S druge strane, serija iz 50-ih godina *Volim Lucy* prikazuje lik žene koja se želi probiti u svijet rada, ali se na kraju svake epizode vraća kućanskim obavezama. Mnoge serije tog doba pojačavale su ideal majke koja ostaje kod kuće. Sve što je bilo suprotno tome, u humorističnim serijama prikazivalo se kao loše. Zaposlene žene prikazivane su kao muževne, nepoželjne i slobodne. Starije neudane žene prikazivane su kao neprivlačne i usamljene. S godinama su se takve stvari mijenjale pa su danas žene prikazane kao zaposlene majke, neovisne žene, samohrane uspješne žene.³⁸ Situacija je dakle drugačija, između ostalog i zato što se nekadašnje tabu teme obrađuju uz dozu humora.

Sitcomi su predstavnik naših postupaka, misli, ideala i tolerancije koji nas uče vidjeti raznolikosti, prihvaćati drugačije od onoga na što smo naviknuti u sredini u kojoj živimo. Humoristične serije pokazuju stvarnu sliku svijeta kojom smo okruženi, u kojoj postoje i

³⁷ <https://www.medijskapismenost.hr/zasto-je-vazno-prikazivati-manjine-u-zabavnim-sadrzajima/>

³⁸ <https://www.thejunkietribe.com/post/2016/12/26/american-sitcoms-what-they-tell-us-about-society-today>

čudne obiteljske veze, izvanbračna djeca, polubraća i polusestre, *gay* parovi, rastavljeni roditelji, čudni znanstvenici, obitelji u kojima otac radi, a majka je i dalje samo kućanica... Odnosi prikazani u *sitcomima* vrlo su vjerojatno proizašli iz neke stvarne situacije, ili iz moguće stvarne situacije. S druge strane, iako nas humoristične serije zabavljaju i prikazuju situacije s kojima se možemo susresti u stvarnome svijetu, postoji i mogućnost „otupljenosti“ na takav sadržaj ukoliko se ne informiramo i drugačije o različitostima. Stereotipe koje vidimo u humorističnim serijama možemo shvaćati kao vjerodostojne prikaze bez alternative te na temelju informacija i količine stereotipa koje nam takve serije plasiraju možemo kao gledatelji u stvarnom životu diskriminirati određene društvene skupine.

Postoje tri teorije o utjecaju medija na korisnike – priming teorija, socijalno-kognitivna i kultivacijska.

Priming teorija naglašava važnost promatranja podražaja koji uspostavljaju trenutnu povezanost između djelovanja i ponašanja koje medij prezentira (Valković 2010: 3). Medijski priming jedan je od najpopularnijih teorijskih pristupa istraživanja stereotipa u medijima. Gledajući sa stajališta informacijskih znanosti i komunikologije, medijski podražaji ponašaju se kao *primes* (pripremni podražaji) koji pobuđuju određene misli i osjećaje te naizmjenice igraju ulogu u stvaranju impresija o problemima, stvarima ili ljudima. Kada se jedan čvor aktivira uz medijsku poruku, ostali se srodni čvorovi u mreži također aktiviraju putem procesa poznatog kao „širenje aktivacije“ (Ramasubramanian, Murphy 2014: 388). Kao primjer možemo uzeti stereotipni prikaz mlade neinteligentne žene, plave kose (u ovom slučaju Penny) koja služi kao pripremni podražaj jer svaki put kada se ponovno pojavi lik tako prikazane žene, u gledateljevom umu stvorit će se misao da bi ona mogla biti manje pametna, što se također može prenijeti u stvarni život.

Druga teorija je socijalno-kognitivna koja ističe da ljudi kognitivno procesuiraju informacije i donose zaključke na temelju vlastitih shvaćanja, čak i kad ih ne proživljavaju iz prve ruke (Bandura 1997: 191-215). Prema ovoj teoriji gledatelji mogu naučiti određena ponašanja putem medijskih poruka koje se prikazuju u humorističnim serijama.

Treća je kultivacijska teorija koja proučava dugoročne posljedice televizijskog programa na gledatelje. Osnovna tvrdnja kultivacijske teorije jest da što više ljudi provode vremena „živeći“ u svijetu televizije, veća je vjerojatnost da vjeruju kako se društvena realnost usklađuje s realnošću prikazanom na televiziji (Riddle 2009: 1-34). „U okviru kultivacijske

teorije razdvajaju se „dvije vrste učinaka: učinci prvog reda ili neposredne posljedice manifestnih programskih sadržaja i učinci drugog reda, više vezani uz vrijednosti, uloge ili trajne političke orijentacije. Televizija, naime, dugoročno djeluje tako da pojačava postojeće vrijednosti, bitno pridonoseći održavanju društvene inercije.“ (Rihtar, Milas, Burušić 2000: 569-570)

5. Sitcom *Teorija velikog praska (The Big Bang Theory)*

Seriya *Teorija velikog praska* svjetski je poznat američki *sitcom* koji su producirali Chuck Lorre, Bill Prady i Steven Molar. Sva trojica su napisali i scenarij. Serija se premijerno počela prikazivati na američkoj CBS televiziji, prva epizoda prikazana je 24. rujna 2007., a posljednja 16. svibnja 2019. godine. Ukupno je snimljeno 12 sezona, odnosno 279 epizoda. *Sitcom* je najbrojniji oblik programa koji nudi televizija. Trajanje epizoda *sitcoma* je oko 30 minuta. U *sitcomu*, smiješno znači da napisani tekst koji izvode glumci izaziva smijanje. Producenti ove serije odlučili su umetnuti „smijeh iz konzerve“ koji potiče i(li) povećava smijeh publike.³⁹ S obzirom na značenje *sitcoma*, možemo zaključiti kako je serija u punom smislu *sitcom* jer epizode traju 30 minuta, a radnja prati pet glavnih likova u njihovom svakodnevnom okruženju kod kuće i na poslu uz umetnuti „smijeh iz konzerve“.

Radnja se zbiva u Pasadeni u Kaliforniji, a glavni likovi su fizičar Sheldon Cooper, fizičar Leonard Hofstadter, konobarica i glumica Penny kojoj jedinoj do kraja serije nije otkriveno prezime, astrofizičar Raj Koothrappali i inženjer Howard Wolowitz. Uz glavne likove, pojavljuju se i (uvjetno) sporedni koji ostaju do kraja serije, a to su neuroznanstvenica Amy Farrah Fowler, mikrobiologinja Bernadette Rostenkowski i vlasnik trgovine stripovima Stuart Bloom. Nije nemoguće da takvi „sporedni“ likovi u nekoj od sljedećih sezona postanu i glavni, primjerice Barney u *Kako sam upoznao vašu majku*, George Costanza u *Seinfeldu*, Karen u *Will i Grace* ili Samantha Jones u seriji *Sex i grad*.

Sheldon i Leonard rade kao fizičari na Sveučilištu Caltech. Na istom sveučilištu rade i Howard Wolowitz i Rajesh Koothrappali. Njih četvorica su kolege i prijatelji koji zajedno provode vrijeme na poslu, ali i slobodno vrijeme – u igranju videoigrica, gledanju serija i filmova znanstvene fantastike te čitanju stripova. Kada se Penny useli u stan preko puta Sheldona i Leonarda, shvaćaju da ne znaju ništa o ljubavnim vezama, odnosno o životu izvan posla.

³⁹ <https://public.wsu.edu/~taflinge/sitcom.html>



Slika 5.1. Glavni likovi u seriji *Teorija velikog praska*

S obzirom na to da se serija temelji na znanstvenim činjenicama, producenti su angažirali fizičare koji su pisali znanstvene dijelove teksta kako bi sve informacije bile točne. Zanimljivo je da su naprimjer zadaci koji su zapisani na pločama koje se često vide u seriji, najčešće kada Sheldon nešto računa, također točni. Prvi stereotip koji možemo vidjeti jest prikaz likova na početku serije. Prvih nekoliko epizoda prve sezone prikazuje muške likove kao slabašne, povučene, asocijalne, pametne štrebere, odnosno *geekove*, one koje nitko ne zove na *partyje*. Takve ljude društvo obično smatra „čudacima“, dok serija pokazuje da *geekovi* mogu biti i zabavni. Opsjednutost *Star Warsima*, SF filmovima nije dozvoljavala puno prostora za djevojke, no i to se mijenja. Na početku serije nije bilo zamislivo da bi tako povučeni i asocijalni Sheldon, Raj, Leonard i Wolowitz pokušali ostvariti romantičnu vezu s djevojkom, ali kroz sezone svatko od njih pronalazi djevojku s kojom na kraju ulazi i u brak.

Serija *Teorija velikog praska* često se uspoređuje sa serijom *Prijatelji* – radnja obiju serija odvija se u dva različita američka grada, ali je radnja svake serije većinskim dijelom u samo jednom gradu, obje serije su humoristične i američke. *Prijatelji* su *sitcom* koji se bavio skupinom šest prijatelja koji žive u New Yorku, a to su Phoebe, Monica, Rachel, Chandler, Joey i Ross. „U seriji se prati njihov život, kako se bore s traženjem posla, uspostavljanjem veza i osamostaljivanjem. Sve zajedno vodi do emotivnog finala u kojem svaki od prijatelja prihvaća velike promjene u svojim životima, ali i dalje uspijeva ostati blizu jedan drugoga.“⁴⁰ *Prijatelji* su izlazili iz stana u omiljeni kafić, podzemnu željeznicu, na razne igre, dok je *Teorija velikog praska* većinskim dijelom snimana u stanu ili na poslu, osim kada su putovali na simpozije/konvencije ili Sheldon u Teksas. Obje grupe imaju središnji par, a to su Leonard i Penny, odnosno Ross i Rachel.

⁴⁰ <https://www.cbr.com/big-bang-theory-vs-friends-which-better/>

Teorija velikog praska šalje poruku da su *geekovi* i „štreberi“ zauzeli svijet, dok su se *Prijatelji* trudili pažnju usmjeriti na trendove i slang. *Teorija* nudi znanstvenu ironiju i većina šala nije za široku publiku, *Prijatelji* su realniji i većina situacija se zapravo i može dogoditi gledateljima, što nije baš situacija s *Teorijom velikog praska*.⁴¹

5.1. Zanimljivosti o seriji

Podsjetit ćemo i na nekoliko zanimljivosti o seriji i glumcima. Jim Parsons koji glumi Sheldona Coopera nikad nije pogledao *Zvezdane staze* kojima je opsjednut u seriji. Također, kada mu je agent javio da dođe na audiciju, pogrešno ga je razumio, mislio je da ide na audiciju za *game show*. Glumci koji glume Leonarda i Penny bili su u vezi dvije godine, u stvarnom životu. Glumica Mayim Bialik koja glumi Amy Farrah Fowler jedina je koja stvarno ima doktorat iz neuroznanosti i koja je napisala i tri knjige, a za potrebe snimanja serije naučila je svirati harfu; Jim Parsons naučio je svirati theremin, a John Galecki koji glumi Leonarda klavir. Svaki put kada su glumci hodali stepenicama, zapravo su stalno bili na istom katu i hodali u krug. Pjesma *Soft Kitty* stvarna je pjesma koju je producent Bill Prady naučio od učiteljice svoje kćeri. Leonard ima lažne naočale, u većini slučajeva samo okvire bez stakla.⁴² Sheldon u seriji nekad nosi majicu s motivom superjunaka Flasha, dok u seriji *The Flash* lik Ramon nosi majicu koja se odnosi na Sheldonov citat „This is my spot“ iz serije.

Serija nije bila predstavljena na uobičajen način – umjesto premise serije koja bi trebala sadržavati karakterizaciju likova i dugoročnu viziju serije, autori su napisali cijeli scenarij, unajmili glumce i odglumili predstavu za predsjednika CBS-a. Snimljene su dvije pilot epizode, a likovi su bili Sheldon, Leonard i dva ženska lika. Kunal Nayar dobio je ulogu Raja jer je bio jako šarmantan; čim je ušao u sobu za *casting*, znali su da je baš on za tu ulogu. Wil Wheaton se pojavio u seriji glumeći samog sebe tako što je na Twitteru napisao kako voli seriju – što su vidjeli producenti i pozvali ga na snimanje da glumi Sheldonovog neprijatelja. Zanimljivo je i da su novi rod meduza nazvali Bazinga; jer je otkriven prvi put u sto godina pa je trebao i spektakularno ime.

⁴¹ <https://hr.mort-sure.com/note/friends-vs-big-bang-theory/>

⁴² <http://serijskiubojica.hr/8-stvari-koje-vjerojatno-niste-znali-o-teoriji-velikog-praska/>

Seriya je srušila rekorde gledanosti, ali i pozitivne kritike publike. Tako je *The daily touch* izdvojio nekoliko životnih lekcija kojima nas serija može naučiti, posebice mlade ljude. Prvo, možemo izdvojiti kako dobri i uporni dečki uvijek uspijevaju – iako su Leonard i Penny imali uspona i padova, na prvi pogled nespojive karaktere i osobnosti, ipak su na kraju pronašli način kako ostati u vezi pa i u braku. U njihovoj vezi vidimo stereotip prema kojemu konobarica „ljepotica“ ne može biti u vezi s pametnim znanstvenikom. Drugo što nam serija pokazuje, jest da moramo otvoreno razmišljati i ne odustati. Iako se u početku Penny, Sheldon i Leonard nisu slagali, s vremenom su postali jako bliski prijatelji, a sve zahvaljujući prilagodbi i prihvaćanju međusobnih različitosti. Treće što vidimo jest da ne moraju svi biti najveći zabavljači da bi bili duhoviti. Iako nema razvijene socijalne vještine, Sheldon je najzanimljiviji lik zbog svojih ideja. Četvrto, svako područje ima neke svoje interne šale koje u većini slučajeva samo oni razumiju; često vidimo šale koje Penny ne shvaća ili koje ne shvaća Sheldon. Peto, zajednički život s prijateljem može trajati i nakon fakulteta. Često se zbog financijske situacije mnogi mladi odlučuju na zajednički život i nakon studentskih dana sve do trenutka kada svatko ne odluči imati svoju obitelj. Šesto, možda i najvažnije, blaži opsesivno-kompulzivni poremećaj je prihvatljiv; primjerice kada Sheldon mora triput pokucati na vrata ili ima „svoje“ mjesto na kauču.⁴³ Sedmo, veza može uspjeti i ako nije fizička, unatoč tome što je to danas iznimka i rijetkost – Sheldon i Amy su zajedno, bez držanja za ruke, ljubljenja ili fizičkog kontakta. Osmo, čak i odrasli ljudi, zaposleni i još k tome znanstvenici, igraju igrice. Povremeno okupljanje prijatelja radi igranja zabavnih društvenih igrica nikome nije naštetilo. Posljednje, deseto, nikad zapravo ne moramo odrasti, mala doza djece u nama nikome neće naštetiti. Maskiranje u junake omiljenih likova iz filmova ili serija, odlasci na konvencije, posjećivanje striparnice pruža im osjećaj zadovoljstva, čaroliju djetinjstva u koju se povremeno mogu vratiti.⁴⁴

U prve tri sezone Galecki, Parsons i Cuoco zarađivali su 60.000 dolara po epizodi. Od početka treće sezone plaća im je porasla na 200.000 dolara po epizodi, a svake sljedeće godine povećavala se za 50.000 dolara. No, i to se mijenja u osmoj sezoni kada su tražili ugovore na milijun dolara po epizodi za osmu, devetu i desetu sezonu. To se nastavilo i za jedanaestu i dvanaestu sezonu. Helberg i Nayyar su zaprijetili odlaskom iz serije ako im se ne

⁴³ <https://studentski.hr/zabava/zanimljivosti/13-manje-poznatih-cinjenica-o-seriji-teorija-velikog-praska>

⁴⁴ <https://www.srednja.hr/svastara/10-zivotnih-lekcija-koje-mladi-mogu-nauciti-iz-teorije-velikog-praska/>

poveća plaća kao i ostalim glumcima, što su i uspjeli do desete sezone. Na kraju su njih petero pristali na smanjenje plaće od 10% kako bi se podigla plaća Bialik i Rauch koje su dobivale po epizodi od 20.000 do 30.000 dolara, kasnije od 60.000 do 100.000 dolara. Magazin *Variety* u kolovozu 2017. godine objavio je listu najplaćenijih glumaca, a na samom vrhu su se našli Kaley Cuoco, John Galecki, Jim Parsons, Kunal Nayyar i Simon Helberg. Svaki od njih prosječno zaradi oko 900.000 dolara po epizodi.⁴⁵

Seriya je bila nominirana za nagradu Emmy za izvanrednu humorističnu seriju od 2011. do 2014. godine. Jim Parsons koji je utjelovio Sheldona Coopera osvojio je četiri puta nagradu Emmy za izvrsnoga glavnog glumca i Zlatni globus za najboljega glumca u televizijskoj humorističnoj seriji. Seriya je ukupno osvojila sedam Emmy nagrada, a nominirana je 46 puta. Za nagradu Emmy nominirana je i Christine Baranski za gostujuću ulogu Leonardove majke. Seriya je proglašena najboljom humorističnom serijom na dodjeli nagrade Peoples Choise.

Na temelju lika Sheldona Coopera odlično je zamišljena i kreirana nova serija *Mladi Sheldon*. Radnja se odvija oko glavnog lika maloga genijalca Sheldona i njegove obitelji, kao i načinima na koji se oni pokušavaju nositi s njim, ali i on s njima. S druge strane, ako na seriju gledamo kao na pretpriču o djetinjstvu Sheldona Coopera, onda ona ne podržava verziju na koju se Sheldon često poziva u *Teoriji velikog praska*. Naime, iz te priče proizlazi kako ga nitko nije naučio ničemu što se ne može naučiti iz knjiga; ili, da se njegova obitelj nije znala nositi s činjenicom da je iznadprosječno pametan. Budući da se mladi Sheldon oslanja na velikog Sheldona, on je i narator iz budućnosti.

5.2. Stereotipi u seriji *Teorija velikog praska*

Istraživački dio ovoga diplomskog rada otvorit ćemo analizom konkretnih primjera stereotipa iz serije *Teorija velikog praska* – rodnih, etničkih, profesionalnih, rasnih, religijskih... Određena vrsta stereotipa vezana je uz određene likove, što ćemo na izdvojenim primjerima pokušati i dokazati. Naprimjer, Sheldon i njegova majka koji dolaze iz Texasa povezani su religijskim stereotipom, uz Penny se najviše veže rodni stereotip, uz Raja rasni i

⁴⁵ <https://studentski.hr/zabava/zanimljivosti/13-manje-poznatih-cinjenica-o-seriji-teorija-velikog-praska>

etnički stereotip, uz Wolowitza religijski. Građa na kojoj ćemo analizirati stereotipe jesu epizode prve i druge sezone serije – svaki od likova bit će analiziran posebno.

5.3. Sheldon Cooper

Glavnik lik Sheldona Coopera utjelovio je glumac Jim Parsons. Iako je po epizodi zarađivao milijun dolara, odlučio je napustiti seriju zbog čega su je onda producenti zaključili 12. sezonom.⁴⁶ Sheldon Cooper dolazi iz istočnog Texasa. S obzirom na to da mu je kvocijent inteligencije 187, s 11 godina počeo je studirati i stekao čak dva doktorata. Posebno voli vlakove. Iako je jako pametan, ima problema s komunikacijom i nerazumijevanjem ironije, humora i sarkazma. Često je vrijeđao one koji nisu obrazovani kao on, čega uglavnom nije bio svjestan. U jednoj epizodi šeste sezone Sheldon doživi blokadu zbog čega odluči neko vrijeme raditi nezahtjevne poslove – primjerice, samoinicijativno počinje raditi kao perač posuđa u Chessecake Factoryju jer smatra da će tako odmoriti svoj mozak. Međuljudski odnosi za njega su nepoznanica, osobito dio koji je vezan za žene i romantiku, što vidimo iz njegovog odnosa s Amy.

U desetoj epizodi prve sezone, „The Loobenfeld Decay“, vidimo Sheldonovo pretjerano tipiziranje svega. Penny je dobila ulogu u mjuziklu i zove ih da dođu na mjuzikl, na što Leonard odgovara da imaju simpozij baš taj petak u osam sati i da ne mogu doći (pritom joj je lagao jer je simpozij bio u utorak). Nakon što Penny ode, Sheldon komentira kako je Leonard mogao tako nonšalantno lagati Penny: „Nisi ubrzano disao, znojio se. Nedostatak reakcije dok lažeš obilježje je nasilnih sociopata.“

Rodni stereotip koji vidimo u trećoj sezoni, u epizodi „The Gorilla Experiment“, u kojoj Sheldon objašnjava Penny što je fizika i kako je nastala, započinje ovako: „Bila je topla ljetna noć u antičkoj Grčkoj...“, čime daje do znanja kako smatra da je Penny neobrazovana konobarica kojoj treba objašnjavati sve od prapovijesti. Također joj daje do znanja da mora zapisivati jer neće sve zapamtiti, a na kraju ima ispit(e).⁴⁷

⁴⁶ <https://www.bug.hr/tv-serije/the-big-bang-theory--prica-o-sablonskoj-osrednjosti-5621>

⁴⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=AEIn3T6nDAo>

U četvrtoj epizodi prve sezone, „The Luminous Fish Effect“, upoznajemo Sheldonovu majku koja dolazi na Leonardov poziv. Ona smatra da sva Sheldonova inteligencija potječe od Isusa. Tu vidimo karakteristike njegove majke koja u sve miješa kršćanstvo i vjeru. U istoj epizodi dolazi Sheldonu u sobu, vadi mu odjeću iz ormara i govori da ide u ured ispričati se šefu i vratiti se na posao. Kada on to ne želi učiniti, odgovara mu ovako: „Jesam li na početku rekla ako je Veličanstvu po volji?“; „Od četvrte ti godine govorim: U redu je biti pametniji od svih, ali nije u redu ukazivati na to. Idemo. Tuš, košulja, cipele i pokret.“ Ona odlazi s njim kod šefa da se ispriča, a navečer ga ušuškava u krevet riječima „danas si bio hrabar“ kao da se obraća djetetu od nekoliko godina. U ovom dijelu vidimo kako se majka prema Sheldonu ponaša kao da je dijete kojemu može govoriti što će i kako napraviti, pritom dovodi u pitanje kakav je to odrasli znanstvenik koji se ponaša kao dijete koji ne želi slušati naredbe majke i ponaša se kao dijete, zatvara se u sobu, ni sa kim ne želi govoriti. Ovaj rodni stereotip koliko je smiješan, toliko je ozbiljan.

U sedamnaestoj epizodi prve sezone, „The Tangerine Factor“, vidimo kako Sheldon ismijava Penny koja želi saznati što Leonard voli i kako da se ponaša s njim na spoju. U razgovoru kaže ovako: „On ne traži avanturu, njemu veze traju kao što bi ti rekao, svjetlosnim godinama.“ Odmah je ispravlja i kaže kako to ne bi nitko rekao jer je to mjera za udaljenost, a ne vrijeme. Penny ga moli za pomoć, a on joj priča o Schrödingerovoj mački. Nakon što završi, ona ga pita: „Schrödinger... Je li to žena iz stana 2A?“ Cijeli taj razgovor prikazuje Penny glupom i neobrazovanom te opet do izražaja dolazi rodni, ali i profesionalni stereotip.

U drugoj sezoni u epizodi trinaest, „The Friendship Algorithm“, Sheldon se pokušava sprijatelji s kolegom s posla, ali mu to baš ne uspijeva pa daje Penny upitnik o tome zašto ga voli kao prijatelja kako bi otkrio u čemu je problem. Upitnik traje oko tri sata, a ima 211 pitanja. Prvo pitanje je da poreda njegove osobine prema privlačnosti. Stvara se pogrešna slika o tome da se može naučiti kako biti nečiji prijatelj te da odgovaranje na pitanja zašto se netko druži s nama ili ne, ne znači da će to biti uspješno s nekim drugim. Prijatelji se ne pronalaze prema algoritmu kao što to Sheldon misli. Nakon što mu prijatelji nisu željeli ispuniti upitnik o prijateljstvu, odlazi u knjižaru i traži knjigu o stjecanju prijatelja. Na dječjem odjelu susreće djevojčicu kojoj ponudi da zajedno odu gledati majmune, pritom ne shvaćajući što radi i što je upitao djevojčicu, pri čemu ponovno vidimo rodni stereotip.

U devetnaestoj epizodi druge sezone, „The Dead Hooker Juxtaposition“ upoznajemo još jednu Sheldonovu osobinu – ne voli promjene; što nam pokazuje profesionalni stereotip da znanstvenici ne vole promjene, baziraju se samo na činjenicama za koje postoje konkretni argumenti. Penny tijekom večere spominje da se ljudi iz stana iznad njih sele što je za Sheldona veliki šok jer smatra da su to idealni susjedi zato što nije bilo neugodnih pozdrava na hodniku, zvukova štikli na parketu.

U trinaestoj epizodi prve sezone, „The Bat Jar Conjecture“, Sheldon ponovno pokazuje kako ne razumije osnovna pravila ponašanja. Prilikom igre odgovara na sva pitanja – i kada je on na redu, i kada nije. Kada mu kažu kako to nije u redu i da je pristojno pustiti druge, on pita kakve veze ima s time pristojnost, što nam ponovno pokazuje da mu, koliko god je pametan, nedostaju „kultura“ i odnos prema drugim ljudima; čime se opet potvrđuje profesionalni stereotip o asocijalnim znanstvenicima, „štreberima“. Uspoređuje igru s ratom jer je cilj odgovoriti točno na pitanja, a kada mu Howard odgovara da možda i oni znaju odgovore na pitanja, Sheldon odgovara: „Molim te! Ti nemaš ni doktorat“, što ilustrira profesionalni stereotip prema kojemu Sheldon sve manje obrazovane od sebe smatra „glupima“.

U petoj epizodi prve sezone, „The Hamburger Postulate“, Sheldon naglo promijeni raspoloženje kada mu Leslie, koja provodi noć kod Leonarda, dira ploču na kojoj je jednadžba, a još više promijeni raspoloženje kada sazna da to što je promijenila rješava njegov problem. Također mu je rekla da kod nje nema potrebe da netko dolazi dirati ono što je na ploči zato što kod nje nema pogrešnih jednadžbi, što ga još više naljuti zato jer je uvijek najpametniji, a ovo mu je uvreda i poniženje; što ponovno pokazuje profesionalni, ali i rodni stereotip.

U petnaestoj epizodi prve sezone, „The Pork Chop Indeterminacy“, upoznajemo Sheldonovu sestru. Raj, Howard i Leonard dolaze do Sheldonovog ureda i vide zgodnu mladu ženu koja je Sheldonova sestra blizanka Missy. Čak se i njoj naruga kada kaže kako se njegov humor ne može ni izmjeriti, na što on pita kako bi se humor izmjerio – humorometrom? Sheldon se ruga svima i u svakoj situaciji jer uvijek misli da je u pravu i da je najpametniji; što i dalje pokazuje rodni i profesionalni stereotip.

U petnaestoj epizodi druge sezone, „The Maternal Capacitance“, upoznajemo Leonardovu majku koja je jako slična Sheldonu. Čim je došla u stan, počela je razgovor sa

Sheldonom, završili su na razgovoru o broju seksualnih odnosa, o čemu je napisala i rad. Nakon toga se diže i kaže: „Moram urinirati.“ Sheldon misli da je izuzetna žena jer je jako slična njemu, fokusirana na posao, bez pokazivanja osjećaja za druge. Leonard mu objašnjava kako je njegova majka puna ljubavi, ali kako on uz svoje djetinjstvo ne veže puno topline i ljubavi.

U liku Sheldona Coopera prepoznali smo i na konkretnim primjerima analizirali profesionalne i rodne stereotipe. Stereotip koji se promovira likom Sheldona jest intelektualna nadarenost koja je samo muška kvaliteta. U liku Sheldona Coopera najviše vidimo profesionalnih stereotipa koji se konkretno odnose na znanstvenike, njihov odnos prema drugima koji nisu obrazovani kao oni, razmišljanja znanstvenika koji mogu potaknuti gledatelje na razmišljanje da su svi znanstvenici *geekovi* jer smatraju da su najpametniji, da su acocijalni te da se ne mogu kvalitetno uključiti u društvo, kao ni imati „normalnu“ romantično-emocionalnu vezu jer sve gledaju svisoka zbog svog stupnja obrazovanja i znanja.

5.4. Penny

Lik Penny utjelovila je glumica Kaley Cuoco. Penny je zgodna, privlačna plavuša koja je odrasla u Omahi, američkoj državi Nebraska, a živi u stanu preko puta Leonarda i Sheldona. Serija počinje njezinim doseljavanjem. Penny je jedini lik u seriji koji nema prezime, jedina koja nije visokoobrazovana, zapravo je prikazana stereotipno kao „zgodna plavuša-konobarica koja želi biti glumica“. U većini slučajeva ne razumije o čemu razgovaraju Leonard i Sheldon, prikazana je promiskuitetno jer izlazi s puno muškaraca koji nisu toliko inteligentni kao ostali likovi te vjeruje u horoskop.

U prvoj epizodi kaže kako je vegetarijanka, osim za ribu i pokoji odrezak. U razgovoru s Leonardom priča o neuspješnoj ljubavnoj vezi, pritom spominje da je živjela s dečkom četiri godine što uspoređuje s trajanjem srednje škole, na što Sheldon kaže: „Trebala si četiri godine za srednju školu?“ Sheldon u više epizoda ismijava sve ljude koji su manje obrazovani i inteligentniji od njega – što je profesionalni stereotip koji često srećemo i u svakodnevnom okruženju. Oni koji su manje obrazovani, u društvu manje vrijede.

Penny radi u Cheesecake Factoryju, ali zapravo želi biti glumica pa neprestano odlazi na audicije koje se pokazuju neuspješnima. Kasnije se uz pomoć Bernadette zaposlila u farmaceutskoj kompaniji kao promotorica proizvoda.

Iako Sheldon, Leonard, Raj i Howard nemaju sreće u ljubavi, Leonard se zaljubljuje u Penny i želi je osvojiti. Njezina uloga u seriji je da im bude protuteža jer su oni fizičari koji ne vide dalje od posla i igrice, ali i da im pomogne sa socijalnim vještinama koje im nedostaju.

Lik Leslie Winkle trebao bi predstavljati sve ono što Penny nije, ali i bolju djevojku za Leonarda. Ona je inteligentna, radi na odsjeku za fiziku zajedno s Leonardom, fizički nije zgodna kao Penny, no prikazuje se kao djevojka koja želi samo seksualne odnose bez obaveze. To nam ukazuje ponovno na rodni stereotip da žena može biti glupa i lijepa ili pametna i ružna. Vidimo to i u liku Amy, koja je fizički neprivlačna, nosi odjeću svoje bake, ali je zato jako pametna. S druge strane, pojavljuje se Rajeva sestra u nekoliko epizoda (i lijepa i obrazovana), koja prvo ne želi reći roditeljima za vezu s Leonardom, a nakon što ode u Indiju, odmah ga prevari. U pitanju su „klasični“ rodni stereotipi koji se vežu uz žene.

Penny je u sedamnaestoj sezoni prve sezone, „The Tangerine Factor“, prikazana kao plavuša koja prekida s dečkom, pritom krivi sebe da nalazi samo „luzere“. Na blogu koji je pisao njezin dečko opisan je cijeli njihov seksualni život čime ju je jako povrijedio. Nakon razgovora s Leonardom preispituje treba li ga nazvati i reći da joj je žao. Otišla se pomiriti, a nakon što se vraća, dolazi Leonardu i ljutitim glasom mu zahvaljuje na glupom savjetu. Cijela ta radnja je rodni stereotip o ženama koje u svađi s partnerom na kraju sebe krive za to što se dogodilo i misle da im treba oprostiti.

U petnaestoj epizodi, „The Shiksa Indeterminancy“, Penny „spašava“ Missy, Sheldonovu sestru, od Raja i Howarda tako da je pozove na lakiranje nokata. Time se ponovno plasira dojam da žene zanimaju samo nokti, šminka i slične stvari.

U petnaestoj epizodi druge sezone, „The Maternal Capacitance“, upoznajemo Leonardovu majku. Prva je upoznaje Penny kada je sretne kako gleda u lift i govori joj da lift ne radi, na što joj Leonardova majka odgovara da zna čitati i objasni zašto gleda, nakon čega Penny zaključuje da je to sigurno Leonardova majka. Želi se upoznati s njom i prža joj ruku, a Beverly kaže: „Ti se rukuješ? Zanimljivo?“ Penny je odlučila odvesti do stana i usput upita

kakav je Leonard bio kad je bio malen. Beverly joj ponovno daje do znanja da je pametnija od nje jer je u svemu ispravlja.

U liku Penny kreirani su rodni i profesionalni stereotipi, prikazana je kao plavuša-konobarica koja nema visoki stupanj obrazovanja, a najveća želja joj je postati glumica. U razgovoru s ostalim likovima prikazana je kao da ništa ne zna i ne razumije. No, stereotip da plavuša-konobarica ne može ništa drugo u životu postići, srušen je time što se na kraju serije zaposli u farmaceutskoj industriji kao promotorica u čemu joj je uvelike pomogla Bernadette koja u istoj kompaniji radi kao istraživačica. Ipak se zaključuje da svatko, bez obzira na obrazovanje, može uspjeti u životu.

5.5. Leonard Hofstadter

Leonard Hofstadter je eksperimentalni fizičar čiji je kvocijent inteligencije 173. Doktorirao je s 24 godine. On dijeli stan sa Sheldonom Cooperom, a s Penny je bio nekoliko puta u vezi koju su prekidali, da bi u osmoj sezoni ponovno bili zajedno, čak su se i zaručili, a na kraju i oženili. Penny mu se često ruga da je nizak, uz to je i nespretn i jako sramežljiv. Iako je dugo želio biti s Penny, kad se to dogodilo, ponekad se ponašao kao prema nagradi koju je trebao osvojiti, a podcijenio je i njezinu inteligenciju samo zato što nema diplomu; u čemu odmah vidimo profesionalni stereotip. Uz sve to je bio jako ljubomoran.⁴⁸ Njegovo je djetinjstvo također bilo čudno, a svaki njegov problem mogao se pratiti prema tome kako se njegova hladna i nezainteresirana majka ponašala prema njemu. Njegova obitelj nije slavila rođendane ni Božić zbog čega se osjećao dosta loše. U drugoj epizodi prve sezone, „The Fuzzy Boots Corollary“, govori Penny kako su njegovi roditelji slavili postignuća, a ne rođendane. Sheldon se nadovezuje primjedbom da su mu uskratili i Božić možda bi bio još bolji eksperimentalni fizičar. Njegova majka je dr. Beverly Hofstadter, psihijatričarka i neuroznanstvenica. Ona je kao osoba hladna, bez emocija.

U prvoj epizodi, „The Big Bang Hypothesis“, vidimo kako bi muškarci napravili sve kada je u blizini gola žena. Penny je ušla u kadu, skinula ručnik i zaustavila Leonarda da ga

⁴⁸ <https://www.cheatsheet.com/entertainment/the-big-bang-theory-was-leonard-hofstadter-overrated.html/>

pita hoće li joj napraviti uslugu koja se inače ne traži od dečka kojega tek upoznaš. Vidi se da on odmah misli na nešto povezano uz seksualne odnose; što nam ukazuje na rodni stereotip.

U petoj epizodi prve sezone, „The Hamburger Postulate“, Penny upoznaje Leslie. Sheldon negoduje što jedu tamo gdje Penny radi, a ne u uobičajenom restoranu. Prilikom naručivanja hrane dolazi Leslie, koju Leonard predstavlja Penny. Profesionalni i rodni stereotip vidimo kada Penny pomalo u čudu kaže „ženska znanstvenica“ kao da je to nemoguće. Leslie na to odgovara: „Sise ih privuku, mozak zadrži.“ Penny komentira kako bi Leslie i Leonard bili sladak par. Oni potom vježbaju sviranje čela i violine nakon čega odlaze u spavaću sobu, a u međuvremenu Sheldon odlazi kod Penny te je dovodi u stan ispred Leonardove spavaće sobe i pita što znači kravata na vratima. Ona mu objašnjava kako to znači da onaj tko je unutra ne želi da ga se smeta jer „ima posla“.

U petnaestoj epizodi prve sezone, „The Shiksa Indeterminacy“, prilikom posjeta Sheldonove sestre u stan ulazi Penny s Leonardovim gaćama (sa znakom Supermana) koje je ostavio u sušilici, no njega je stid pa kaže kako njima lašti harpune da Sheldonova sestra ne bi mislila da nosi takve gaće. Time se ponovno daje profesionalni stereotip o znanstvenicima koji nose čak i dječje donje rublje.

U devetoj epizodi druge sezone, „The White Asparagus Triangulation“, Leonard je na spoju s novom djevojkom. Sheldon im se naravno pridružuje jer ne razumije da su na spoju i da žele romantičnu večeru nasamo. Leonard se lijepo obukao, zapalio svijeću, no Sheldon im sve pokvari. Leonard ga je pitao zna li on da je to trebao biti spoj, na što mu Sheldon odgovara: „A znaš li ti?“

U petnaestoj epizodi druge sezone, „The Maternal Capacitance“, Leonard, Raj, Howard i Sheldon razgovaraju s Leonardovom majkom o postignućima Leonardovog brata i sestre te joj kažu kako se sigurno ponosi njihovim uspjehom, na što ona odgovara da to nisu njezina postignuća. Tu vidimo kako je njegova majka žena koja uopće nema osjećaje, ljubav prema svojoj djeci, već su joj bitna samo njezina karijera i njezina postignuća, a sve u životu gleda kroz znanost; čime se ponovno pokazuje profesionalni stereotip.

Uz lik Leonarda Hofstadtera pojavljuju se profesionalni i rodni stereotipi prema fizičarima koje se prikazuje kao nespretni i sramežljivi. Neki od profesionalnih stereotipa temelje se na odgoju u braku znanstvenika koji su imali velika očekivanja od svoje djece (fakultet, doktorat) čime je stvoren pritisak da je to jedino ispravno. Majka mu nije pružala

ljubav i toplinu, već je sve bilo podređeno osobnom profesionalnom uspjehu, što je uvelike utjecalo na Leonarda i njegovo razmišljanje o istim stvarima. Iako je i sam znanstvenik, njegov lik se najviše „sudara“ sa stereotipima povezanim sa Sheldonom s obzirom na to da su obojica znanstvenici koji i rade zajedno. U početku sramežljiv, Leonard se ipak kroz seriju promijeni i više shvaća socijalne norme i odnose muškaraca i žena te se mijenja kroz sezone da bi na kraju serije oženio Penny; čime se ruše stereotipi o visokoobrazovanim i manje obrazovanim, odnosno da za sreću i ljubav nije bitan stupanj obrazovanja i da se znanstvenici ne družu samo sa znanstvenicima.

5.6. Rajesh Kootrapalli

Prema studiji Adite Bhatkhande „The line between humor and racism“, Indijci su poznati kao siromašni, fizički niski, dlakavi, mršavi, jednom riječju kao neprivlačni muškarci. Indijce se smatra ljubiteljima znanosti, ali također i prepoznaje po „feminiziranoj osobnosti“ – upravo kao što možemo vidjeti kod Raja. Ono što posebno čini Indijce prepoznatljivima jest nepravilan engleski naglasak.⁴⁹ Uz Indijce se dakle vežu mnogi stereotipi; rasni, kulturološki, religijski i etnički.

Lik Rajesha Koothrappalija, Raja, utjelovio je glumac Kunal Nayyar. Podrijetlom je iz New Delhija (Indija), a radio je kao astrofizičar i također ima doktorat. Njegova je glavna osobina da je među ženama jako sramežljiv, što dovodi do nemogućnosti komuniciranja sa ženama, osim ako nije pod utjecajem alkohola. Njegove roditelje srećemo samo preko videopoziva, uvijek ih vidimo kako sjede, a iza njih je crveni zastor s indijskim motivima. Saznajemo također da mu je otac ginekolog, ima petero braće i sestara od kojih je jedna Priya koja je neko vrijeme u vezi s Leonardom. U njihovoj vezi vidimo kako ona ne može reći roditeljima da je u vezi s Amerikancem jer oni očekuju da se uda za Indijca, a ne za stranca; što pokazuje rasni stereotip. Često spominje kako je iz siromašnog dijela Indije pa ga prijatelji podsjećaju da mu je otac imućni ginekolog koji ima skup automobil i da je odrastao sa slugama. Njegovi roditelji često kažu kako su poprilično bogati u siromašnoj zemlji te se sukladno tome nemaju na što žaliti.

⁴⁹ <https://campusdiaries.com/stories/the-line-between-humor-and-racism>

Tek u sedmoj sezoni Raj počinje svladavati strah prema ženama i razgovarati s njima bez alkohola. Jako je povezan sa svojim psom i ima poseban modni ukus, ljubičasta jakna i kaki hlače česta su kombinacija, kao i košulja preko koje nosi pullover kariranog uzorka.⁵⁰ Iako je hinduističke vjere, jede govedinu jer smatra da neki običaji nisu u redu i da ih se ne treba pridržavati. Uz to što se ne pridržava prehrane, ne voli baš ni indijsku kulturu, kao ni indijsku hranu, niti indijske običaje. Psa koji se zove Cinnamon, pasmine jorkširski terijer, poklonili su mu Bernadette i Howard kako ne bi bio stalno sam jer nema sreće u ljubavi. Veza između njih dvoje je pomalo nalik na romantičnu vezu između muškarca i žene. Kuha joj, mazi je, izvodi u šetnje, tepa.

U prvoj sezoni, u epizodi broj jedan, „The Big Bang Hypothesis“, jasno vidimo rasni stereotip kada se pojavi Penny koja se obrati Raju, a on joj ne odgovori jer ne može razgovarati sa ženama. Ona ga pita „Oprosti, govoriš li engleski?“ pretpostavljajući da je stranac koji ne razumije što mu govori. Na to se nadovezuje Howard koji objašnjava Penny da Raj ne može odgovoriti zato što je „štreber“.

U epizodi broj četiri, „The Luminous Fish Effect“, vidimo ismijavanje drugih vjera što predstavlja vjerski odnosno religijski stereotip. Sheldonova majka se obraća Raju ovako: „Pripremila sam piletinu. Nadam se da to nije jedna od vaših „čarobnih životinja“.“ Kako ne može razgovarati sa ženama, Raj samo kima glavom lijevo-desno. Prije večere, Sheldonova majka se pomolila, ali se prije kraja opet obraća Raju i Howardu: „Poslije tihe meditacije završit ću s „u Isusovo ime“, ali vas dvojica ne morate se pridružiti. Osim ako vas Duh Sveti ne ponese.“

Također, u prvoj sezoni, u epizodi broj osam, „The Grasshopper Experiment“, roditelji mu putem videopoziva govore da mora ići na spoj naslijepo s Indijkom i da se mora oženiti Indijkom, a ne Amerikankom čime je jasno prikazan kulturološki stereotip. Prije toga se smiju tome što znanstvenici imaju malu plaću, u čemu prepoznajemo profesionalni stereotip. Kako nije imao sreće u ljubavi, pristao je na spoj, ali se brzo i razočarao jer je Indijka pristala na spoj samo zato da svojim roditeljima ne mora reći da zapravo voli žene. Raj je u toj epizodi vidno razočaran jer je mislio da je došla na spoj zato što želi biti s njime. Ponovno se u sve umiješa Sheldon. Prilikom videopoziva Raj je zbunjen zašto se njegovi roditelji miješaju u njegov ljubavni život, a Sheldon mu počinje objašnjavati da su ugovoreni brakovi

⁵⁰ <https://www.writeups.org/rajesh-koothrappali-big-bang-theory-kunal-nayyar/>

u Indiji česti; čime je prikazan etnički stereotip. Raj ga prekida i pita zašto mu objašnjava njegovu tradiciju, na što Sheldon odgovara da je bio zbunjen i da je smatrao da mu treba objasniti, nije razumio da Raj nije tražio takvo objašnjenje. Sheldon, kao što smo već vidjeli, ne razumije sarkazam ni ironiju. U toj epizodi Raj shvati da može razgovarati sa ženama ako pije alkohol. Penny je svima slagala koktele i kada je Raj popio nekoliko gutljaja, počeo je razgovarati s Penny, a da toga nije ni bio svjestan.

U trećoj sezoni Raj izjavi kako je u Indiji jako vruće i previše ljudi i da se zbog toga ne želi vratiti, što gledateljima može zvučati jako odbojno; čime se ponovno prikazuje kulturološki stereotip.

U liku Raja vidimo najviše kulturološke, etničke i rasne stereotipe vezane uz njegovo podrijetlo. Roditelji mu nameću da mora ići na spoj s Indijkom i oženiti Indijku, traže da se vrati u Indiju iz Amerike i sl. Raj je prikazan kao jako sramežljiv Indijac koji ne može razgovarati sa ženama, asocijalan, povučen, sramežljiv. Penny je pretpostavila da ne govori engleski zato što je stranac; u čemu se vidi kulturološki stereotip da stranci koji dođu u Ameriku ne znaju engleski. Najviše stereotipa kod Raja povezano je s Indijom, čime se stvara pogrešna slika o Indijcima u Americi, ali i uopće Indiji.

5.7. Howard Wolowitz

Howard Wolowitz, kojega je utjelovio Simon Helberg, inženjer je i jedini koji nema doktorat, Židov koji živi s majkom (religijski stereotip) koju u seriji nikada nismo vidjeli, nego je samo čujemo. Odmah vidimo religijski stereotip o Židovima. Ima posebne veze sa ženama, njegovi „uleti“ su ponekad užasni i neprimjereni. Opsjednut je seksualnim odnosima i ženama općenito, a imao je i avanture s prostitutkama. Uz pomoć Penny upoznaje Bernadette, s kojom se kasnije i oženi i dobije djecu. Imaju neobičan odnos, ona radi u farmaceutskoj industriji pa ima više novaca od njega na što mu često ukazuje, posebno kada kupuje stvari koje su preskupe, a nju pritom ne pita za mišljenje. Ovdje vidimo profesionalni i rodni stereotip u odnosu između muškaraca i žena i novaca, odnosno tko kod kuće raspolaže novcem. Njegov odnos s Rajom ponekad asocira na homoseksualan. Najveće postignuće, što često ističe, jest njegov odlazak u svemir.

U prvoj epizodi serije Howard, čim ugleda Penny, počinje nabrajati što radi i hvaliti se svojim postignućima: „Enchante, mademoiselle, Howard Wolowitz, Caltech, primijenjena fizika. Možda ste vidjeli moje radove...“ (profesionalni stereotip), a netom prije toga, kada je saznao da je ženska osoba u stanu, ne vjeruje već pita Leonarda je li mu opet došla baka, čime ga podcjenjuje jer kao znanstvenik ne može dovesti djevojku u stan; time se potencira rodni, ali i profesionalni stereotip kako bi on kao znanstvenik mogao privući osobu suprotnog spola. Penny mu odgovara: „Penny, radim u Cheesecake Factoryju.“

U četvrtoj epizodi prve sezone, „The Luminous Fish Effect“, prilikom posjeta Sheldonove majke, možemo vidjeti kako Howard ne odustaje od žena, pa čak i ako se radi o prijateljevoj majci. „Sad mi je jasno na koga je Sheldon tako opako zgodan“, kaže Howard, a onda mu odgovara: „Neće ti upaliti, ali trudi se i dalje.“

Šesnaesta epizoda prve sezone, „The Peanut Reaction“, pokazuje njegovu drugačiju stranu – voli mamin poseban doručak, nošenje rođendanske krune i gađanje laserima s prijateljima. Penny mu govori kako bi to sva djeca trebala imati, ali on odgovara da mu je takav bio rođendan prošle godine. Znanstvenici su prikazani kao jako djetinjasti, a ne kao odrasle osobe koje slave rođendane primjereno svojim godinama.

U prvoj sezoni u sedamnaestoj epizodi, „The Tangerine Factor“, vidimo kako Howard podcjenjuje žene i misli samo na sex. Nakon što Leonard kaže da ide pokušati razgovarati s Penny jer je prekinula s dečkom, on mu predlaže da sjedne s njom, zagrlji je, utješi, a kada mu se učini da je dobar trenutak, da je pokuša „zašlatati“. U međuvremenu pokušava pronaći blog na kojem je opisan seksualan život Penny i njezinoga sad već bivšeg dečka.

Howard i Raj su najbolji prijatelji, no njihov odnos podsjeća na ljubavni par. U petnaestoj epizodi druge sezone, „The Maternal Capacitance“, Leonardova majka Beverly Hofstadter proglasi njihov odnos umjetnim homoseksualnim brakom; što pokazuje rodni stereotip o homoseksualnim parovima, ali i parovima općenito. Čim muškarac pokazuje osjećaje ili je blizak s drugim muškarcem, zaključujemo da je homoseksualac.

U šesnaestoj epizodi druge sezone, „The Cushion Saturation“, vidimo kako Howard napokon uspije osvojiti Leslie. U sceni u kojoj leže zajedno u krevetu, u kuću ulazi njegova majka koja se ranije vratila i traži da joj otkopča haljinu, no on joj odgovora da ne ulazi u sobu, a Leslie viče da ima društvo. Na njezino pitanje je li Židovka, Leslie odgovora da nije, ali on svedjedno laže da jest. Ovdje se radi o religijskom stereotipu.

Howard sve povezuje sa seksom i neprimjereno se ponaša kad je u blizini žena. U sedmoj epizodi druge sezone, „The Panty Piñata Polarization“, razveseli se kada čuje da postoji puna kuća supermodela u L. A. „I stanuju skupa, tuširaju se... i gole se tuku jastucima?“

U liku Wolowitza najviše se prikazuju religijski, rodni i profesionalni stereotipi. Većina je povezana s njegovom vjerom. Židov koji živi s majkom, opsjednut seksualnim odnosima sa ženama, „nabacivanje“ svim ženama koje sretno, hvalisanje postignućem da je bio u svemiru. Lijepe žene se prikazuju tek kao objekti koji žude za muškom pažnjom i činjenicom da žene mogu biti ili lijepe ili pametne, ali ne i jedno i drugo; što Penny ipak nakraju ruši kao stereotip, kao i njegov brak s Bernadette.

6. Anketa

Anketa je organizirano ispitivanje ili prikupljanje podataka o nekom političkom, socijalnom, ekonomskom ili drugom pitanju, raspoloženju javnosti, odnosno metoda prikupljanja empirijskih podataka o stavovima građana o različitim društvenim pojavama posebno u novinarstvu. Najčešće je u pisanom obliku, a koristi se za ispitivanje trenutnog stanja raspoloženja ispitanika.⁵¹ Riječ je o metodi istraživanja koja se najčešće koristi prilikom prikupljanja podataka u socijalnim istraživanjima (Tkalac Verčić et al. 2010: 103). „Anketa je, dakle, prikupljanje podataka ispitivanjem uz primjenu posebnog formulara – anketnog upitnika.“

Uvodnim istraživanjem uočeni su već brojni stereotipi koji mogu pogrešno utjecati na kreiranje javnog mnijenja, percepcije određene rase, vjere, profesije, ali i mišljenja o samome sebi. Stoga je kao druga metoda istraživanja u ovome diplomskom radu odabrana anketa. Cilj provođenja ankete bio je utvrditi kako gledatelji percipiraju stereotipe u *sitcomu Teorija velikog praska* te koje od njih prepoznaju.

Postavljene su dvije istraživačke hipoteze:

H1: stereotipi su previše zastupljeni u humorističnim serijama i mogu imati loš utjecaj na gledatelje

H2: sama serija ima dvostruki odnos porema stereotipima jer se istodobno „igra“ općepoznatim stereotipima, ali i „provjerava“ njihovu političku (ne)korektnost.

6.1. Analiza rezultata ankete

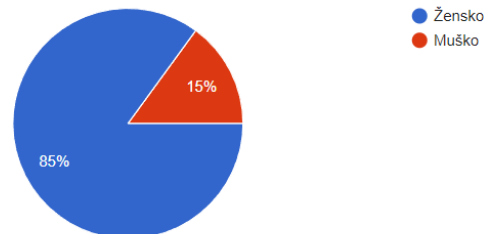
Anketa je bila dostupna za ispunjavanje tjedan dana, od 3. do 10. rujna 2022. godine. Ciljana skupina bila je opća populacija, a ispunilo ju je 147 ispitanika. Na početku ankete prikupljeni su opći podatci o ispitanicima. Na anketu je odgovorilo 85% žena (N=125) i 15% muškaraca (N=22). Anketa je anonimna, a sastoji se od 22 pitanja koja su ista za sve

⁵¹ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=2842>

ispitanike. Cilj provođenja ankete bio je utvrditi kako gledatelji percipiraju stereotipe u *sitcomu Teorija velikog praska* te koje od njih prepoznaju.

Spol :

147 odgovora

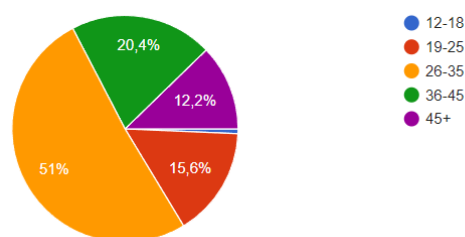


Grafikon 6.1.1. Spol ispitanika

Ciljana skupina ispitanika bila je opća populacija. Minimalna dobna granica za popunjavanje ankete bila je 12 godina dok maksimalna dobna granica nije bila određena. Uzevši u obzir rezultate ankete, moguće je vidjeti kako je najveći broj ispitanika u dobi od 26 do 35 godina, njih 75, a najmanje 12-18 godina, samo jedan ispitanik.

Vaša dobna skupina:

147 odgovora



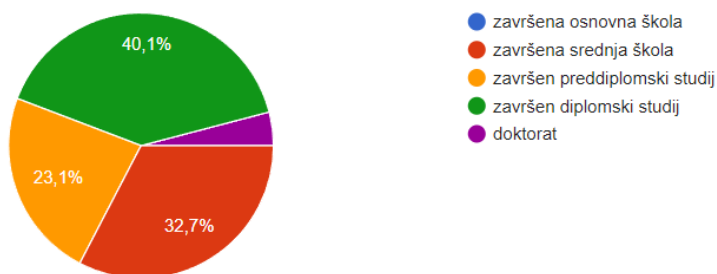
Grafikon 6.1.2. Dobne skupine ispitanika

Prema razini obrazovanja, u anketi je sudjelovalo 32,7% ispitanika sa završenom srednjom školom (N=48), 23,1% sa završenim preddiplomskim studijem (N=34), 40,1% sa

završenim diplomskim studijem (N=59) i 4,1% sa završenim doktorskim studijem (N=6), dok sa završenim samo osnovnom školom nije sudjelovao ni jedan ispitanik. Vidljivo je da je najveći postotak ispitanika sa završnom srednjom školom.

Obrazovanje:

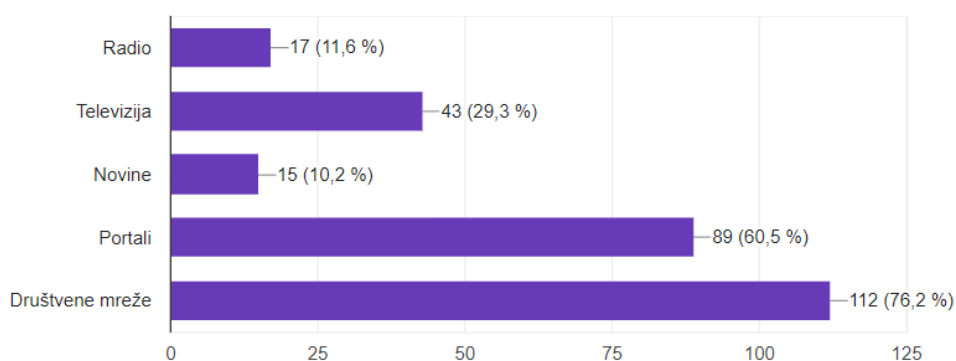
147 odgovora



Grafikon 6.1.3. Obrazovanje ispitanika

Na pitanje „Preko kojih medija se najviše informirate?“, najveći broj ispitanika 76,2% (N=112) odgovorio je putem društvenih mreža, 60,5% (N=89) odgovorilo je putem portala, 29,3% (N=43) putem televizije, 11,6% (N=17) putem radija, a najmanje 10,2% (N=15) putem novina. Vidljivo je da se najviše korisnika informira putem društvenih mreža, što je bio i očekivan rezultat.

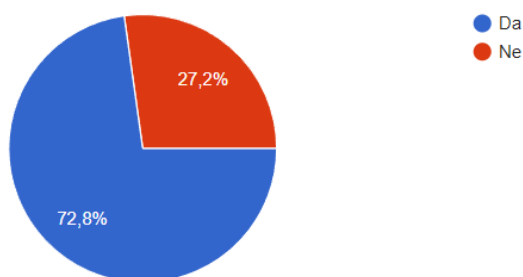
147 odgovora



Grafikon 6.1.4. Mediji putem kojih se ispitanici najviše informiraju

Na pitanje „Smatrate li da mediji (općenito) mogu utjecati na vaše stavove/percepciju?“, 72,8% (N=107) ispitanika odgovorilo je „Da“, dok je 27,2% (N=40) odgovorilo „Ne“.

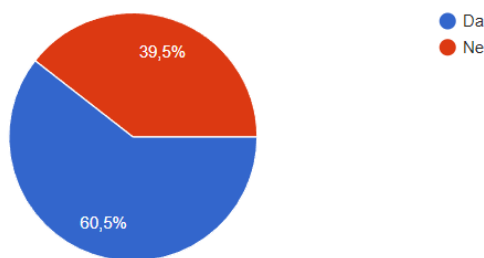
Smatrate li da mediji (općenito) mogu utjecati na vaše stavove/percepciju?
147 odgovora



Grafikon 6.1.5. Utjecaj medij na stavove/percepciju

Sljedeće pitanje glasilo je „Gledate li televiziju“, na što je 60,5% (N=89) odgovorilo da gleda, a 39,5% (N=58) da ne gleda televiziju. Možemo pretpostaviti kako dio ispitanika ne gleda klasične programe na televiziji, ali gleda npr. Disney, Netflix i slične platforme koje su kod dijela publike zamijenile klasičnu televiziju.

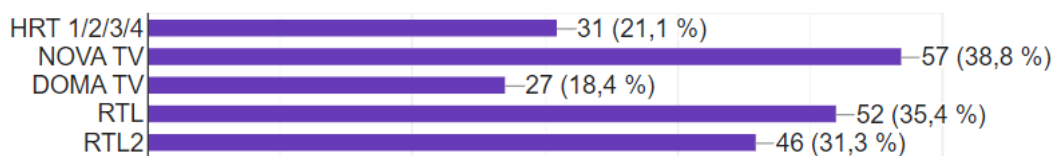
Gledate li televiziju?
147 odgovora



Grafikon 1.1.6. Koliko ispitanici gledaju televiziju

Slijedi pitanje: „Koje programe pratite?“ Ponuđeno je nekoliko odgovora RTL, DOMA TV, NOVA TV, HRT 1/2/3/4, RTL2, a bilo ih je moguće izabrati više. Najviše ispitanika

odgovorilo je NOVA TV, 38,8% (N=57), zatim RTL, 35,4% (N=52), RTL 2 31,3 (N=46), HRT 1/2/3/4 21,1% (N=31) i DOMA TV 18,4% (N=27). Ostali navedeni programi bili su: BBC, Netflix, Uk kanali, HBO, njemački programi, Channel 4, Natural History, Disney plus, Sport klub, ITV, UK TV, a bilo je i nekoliko odgovora ispitanika da ne gledaju televiziju.

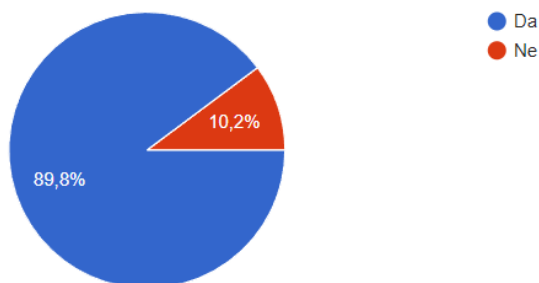


Grafikon 6.1.7. Prikaz programa

Na pitanje „Gledate li humoristične serije/sitcome“, 89,8% (N=132) ispitanika odgovorilo je „Da“, dok je 10,2% (N=15) ispitanika odgovorilo da ne gleda.

Gledate li humoristične serije/sitcome ?

147 odgovora

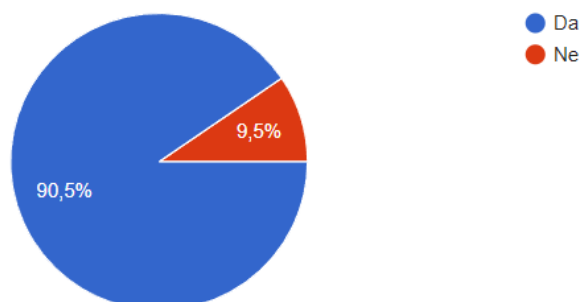


Grafikon 6.1.8. Gledanost humorističnih serija

Sljedeće pitanje bilo je usko povezano s predhodnim, a glasilo je „Jeste li gledati sitcom „Teorija velikog praska“. Ukupno 90,5 % (N=133) ispitanika odgovorilo je potvrdno, dok je samo 9,5% (N=9) ispitanika odgovorilo da nije gledalo.

Jeste li pratili sitcom "Teorija velikog praska"?

147 odgovora

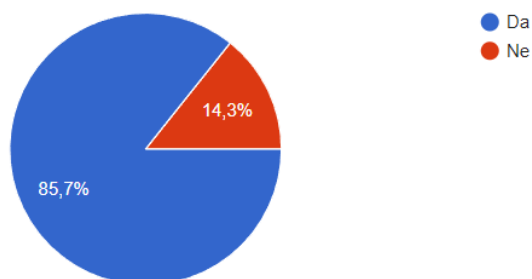


Grafikon 6.1.9. Gledanost sitcoma Teorija velikog praska

Na pitanje „Smatrate li da sitcomi mogu promovirati stereotipe?“, 85,7% (N=126) ispitanika odgovorilo je potvrdno, dok je 14,3% (N=21) odgovorilo da smatraju kako *sitcomi* ne promoviraju stereotipe.

Smatrate li da sitcomi mogu promovirati stereotipe ?

147 odgovora

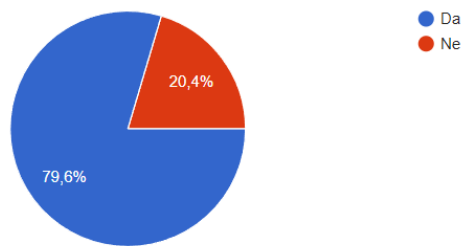


Grafikon 6.1.10.Promoviranje stereotipa u sitcomima

Na pitanje, povezano s predhodnim, „Smatrate li da sitcom *Teorija velikog praska* gledateljima nudi neke rasne, rodne, kulurološke i profesionalne stereotipe?“, 79,6% (N=117) ispitaika odgovorilo je da smatraju kako se gledateljima nude neki stereotipi, dok je 20,4% (N=30) odgovorilo negativno.

Smatrate li da sitcom "Teorija velikog praska" gledateljima nudi neke rasne, rodne, kulurološke i profesionalne stereotipe?

147 odgovora

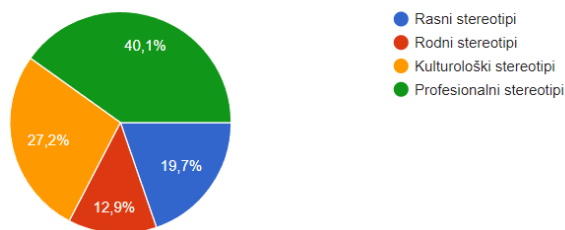


Grafikon 6.1.11. Gledateljima se u sitcomu nude stereotipi

Na pitanje, također povezano s prethodna dva, „Za koje od njih smatrate da su u prevelikoj mjeri prisutni u seriji *Teorija velikog praska*?“, 40,1% (N=59) ispitanika odgovorilo je profesionalni stereotipi, 27,2% (N=40) ispitanika odgovorilo je kulurološki stereotipi, 19,7% (N=29) ispitanika navelo je rasne stereotipe, a 12,9% (N=19) rodne stereotipe.

Za koje od njih smatrate da su u prevelikoj mjeri prisutni u seriji "Teorija velikog praska" ?

147 odgovora



Grafikon 6.1.12. Zastupljenost stereotipa

Na iduće pitanje trebalo je odgovoriti koliko se na skali 1-5 slažu s navedenim tvrdnjama (1-u potpunosti se ne slažem i 5-u potpunosti se slažem).

Prva tvrdnja glasila je: „Humoristične serije mogu manipulirati gledateljima.“ Odgovor 1-u potpunosti se ne slažem, izabrala su 22 ispitanika, dok je samo pet ispitanika odgovorilo

da se u potpunosti slažu (5), a ostali su bili između odgovora niti da se pretjerano slažem, niti se pretjerano ne slažem s tvrdnjom.

Druga tvrdnja glasila je: „Humoristične serije mogu nametnuti teme o kojima će javnost više raspravljati.“ S time se u potpunosti slaže 35 ispitanika, a 12 ispitanika se u potpunosti ne slaže.

Treća tvrdnja bila je: „Humoristične serije imaju negativan utjecaj na mlade.“ U potpunosti se s tom tvrdnjom ne slaže 55 ispitanika, dok se samo 3 ispitanika u potpunosti slažu.

Četvrta tvrdnja glasila je: „Humoristične serije mogu prikazivati stereotipe kao svakodnevne i „normalne“.“ S tom se tvrdnjom u potpunosti slaže 38 ispitanika, dok se 12 u potpunosti ne slaže.

Peta tvrdnja glasila je: „Humoristične serije prikazuju pogrešnu sliku svakodnevnog života.“ S time se 27 ispitanika u potpunosti ne slaže, a samo 15 u potpunosti slaže.

Šesta tvrdnja bila je: „Humoristične serije prikazuju realnu sliku svakodnevnog života.“ S tom se tvrdnjom 40 ispitanika u potpunosti ne slaže, dok se 6 ispitanika u potpunosti slaže.

Posljednja tvrdnja glasila je: „Izbjegavam gledanje humorističnih serija.“ S time se 95 ispitanika u potpunosti ne slaže, a samo 2 u potpunosti slažu.

Na temelju dobivenih rezultata, možemo zaključiti da kod ispitanika prevladava negativno mišljenje o djelovanju i zastupljenosti stereotipa u *sitcomu Teorija velikog praska* s obzirom na to da se samo 27 osoba u potpunosti slaže da humoristične serije prikazuju pogrešnu sliku svakodnevnog života, a isto tako se 55 osoba slaže da humoristične serije imaju negativan utjecaj na mlade. Većina odgovora bila je između „u potpunosti se slažu“ ili „u potpunosti se ne slažu“, što također potvrđuje da postoji negativan utjecaj *sitcoma Teorija velikog praska* na gledatelje. Većina ispitanika se „niti slaže, niti ne slaže“ s tvrdnjom da humoristične serije mogu manipulirati gledateljima. No, da humoristične serije mogu nametnuti teme o kojima će javnost raspravljati, ipak se dio ispitanika (njih 35) u potpunosti slaže; iz čega se zaključuje da postoji određena medijska manipulacija gledateljima. Ukupno 38 ispitanika u potpunosti se slaže da humoristične serije mogu prikazivati stereotipe kao svakodnevne i „normalne“. S tvrdnjom da se u humorističnim serijama prikazuje pogrešna slika svakodnevnog života ne slaže se 27 ispitanika, dok se njih 15 u potpunosti slaže. Čak 40

ispitanika ne slaže se s tvrdnjom da se humorističnim serijama prikazuje realna slika svakodnevnog života.

Sljedeće pitanje u anketi glasilu je: „Koji od glavnih likova u „Teoriji velikog praska“ smatrate najviše stereotipiziranim?“ Na što se nadovezuje i sljedeće pitanje: „Zašto baš taj lik?“

Najviše ispitanika, čak njih 38,1% (N=56) smatra da je to Penny, 24,5% (N=36) smatra da je to Raj, 21,8% (N=32) ispitanika smatraju da je to Sheldon, 10,2% (N=15) smatra da je to Wolowitz, 2,7% (N=4) smatra da je to Leonard, isti je postotak i za Amy, dok za Bernadette nije odgovorio nitko.

Odgovori na pitanje „Zašto baš taj lik?“ vrlo su različiti. Među njima je bilo nekoliko odgovora „ne znam“, zatim bez odgovora i s nedefiniranim odgovorima.

Većina odgovora za lik Penny bila je slijedeća: „Glupa, lijepa plavuša, konobarica u snovima za glumom, kao da ne možeš biti lijepa i pametna“, „glupa plavuša“, „klasična glupa plavuša okružena pametnim geekovima“, „lijepa djevojka plave kose koja se prikazuje kao glupasta“, „Vizualni odabir diktira da će atraktivne plavuše imati smanjene intelektualne kapacitete i biti sklonije promiskuitetnom ponašanju te da su romantične zajednice osobe koja nema visoki stupanj obrazovanja sa osobama visokog stupnja obrazovanja nerealne“. Ostatak odgovora se ponavlja – uglavnom je to „glupa plavuša“.

Neki od odgovora za lik Raja bili su: „zbog toga što ga se konstantno stereotipizira zbog rase, metroseksualnosti, i uvijek mora sjediti na podu uz svu bjelačku glumačku postavu“, „zbog indijskog porijekla i tema vezanih uz tu kulturu koji se proteže kroz cijelu seriju“, „stereotipni indijac“, „tipični indijac“, „pretpostavka da su svi indijci isti“, „tipični stereotipni prikaz indijaca u Americi, komično predstavljanje njegovog govora, ponašanja i kulture“, „diskriminacija i šale gdje se ismijava činjenica da je indijac.“

Odgovori za lik Sheldona: „Portretiraju ga kao čudnovatog znanstvenika, daju sve stereotipe intelektualnog čudaka“, „previše naglašavaju koliko je akademski uspjeh bitan“, „jer on misli da je najbolji u svemu“, „mislim da je Sheldon prikazan kao najveći štreber od svih likova“, „uvijek ima mišljenje o svemu i isto potvrđuje znanošću“, „poseban, djeluje kao štreber“.

Odgovori za lik Wolowitza bili su sljedeći: „Židov, sitan, živi s mamom, niži stupanj obrazovanja u odnosu na ostale“, „klasični stereotip Židova“, „pripadnik židovske zajednice sa svim stereotipima koji se za njih vežu, inženjer i kao takav smatra se nižim intelektom od PhD“, „Židov i geek“.

Za ostale likove nije bilo odgovora koji bi eksplicitno ukazivali da je riječ upravo o njima, a znatan dio odgovora bio je „ne znam“ ili općenito „puno stereotipa“, „stereotipiziran je“ i sl.

Posljednjih nekoliko pitanja u anketi odnosilo se na stereotipe koje ispitanici vežu uz pojedine likove. Izdvojit ćemo primjere najzanimljivijih ili najčešćih odgovora.

Na pitanje „Koje stereotipe vežete uz Penny?“, odgovori su bili: „rodni, profesionalni, kulturološki“, „konobarica pa je „glupa“, nije uspjela ostvariti glumačke snove jer je neobrazovana“, „glupa plavuša, nedovoljno educirana“, „prikazana kao seksualni objekt“, „standardna plavuša“, „rodni stereotip“, „standardna američka plavuša koja je bila popularna u srednjoj školi, a nakon srednje škole nije postigla ništa sve dok joj Bernadette nije pronašla posao u kasnim 30-tim“, „zgodna mlada plavuša bez obrazovanja“, „plavuša, konobarica, priglupa“, „profesionalni, kulturološki“.

Sljedeće pitanje odnosilo se na stereotipe povezane uz lik Sheldona. Navest ćemo nekoliko odgovora: „profesionalni“, „štreber“, „introvert, IT geek“, „društveno neprilagođen zato što je pametan“, „socijalno i emotivno nedostupan“, „znanstvenik, fakultetski kadar“, „pametnjaković“, „najpametniji zato što je znanstvenik“, „štreber, autistična osoba, ocd osoba, egoistični muškarac“, „geek ne može biti zabavan“, „skinny looking antisocial guy-smart and nerdy“, „pametan, ali socijalno zaostao“, „tipičan štreber s opsesivno kompluzivnim poremećajem“.

Za Leonarda su ponuđeni sljedeći odgovori: „profesionalni“, „štreber“, „nema stereotipa“, „ne znam“, „geek“, „ne mogu definirati stereotip“, „on jedini nije stereotipiziran“, „štreber ne može imati zgodnu djevojku“, „nesiguran“, „pametnjaković koji se želi svidjeti svima, trudi se biti humorističan“, „štreber-znanstvenik“, „niti jedan stereotip“, „geek koji nema razvijene socijalne vještine, nosi naočale i koristi inhalator“, „povučen“, „štreber koji teško komunicira s djevojkama“, „on je jedini koji ne pokazuje neke izražene stereotipe“, „nisu svi sramežljivci pametni i uspješni“, „nesiguran, neatraktan, ograničen“, „teži za pravom ljubavi jer ju od svoje majke nije nikad dobio“.

Odgovori za Wolowitza bili su sljedeći: „mamin sin“, „štreber“, „vjerske stereotipe“, „profesionalni i kulturološki“, „Židov“, „Židov koji živi s mamom“, „klinac koji ništa ne zna bez majke“, „tipični židovski stereotip“, „štreber-inžinjer“, „geek koji nema razvijene socijalne vještine, ismijavanje debljine njegove majke“, „sličan Sheldonu“, „mamin sin“, „kompleks manje vrijednosti“, „religija kao pritisak“, „loša prezentacija vjere“, „zaposlen muškarac koji još uvijek živi s majkom“.

Stereotipi koje ispitanici prepoznaju kod Raja: „rasni“, „imigrant“, „indijac“, „naglasak“, „štreber“, „rasne i kulturološke“, „dolazi iz Indije i bogate obitelji pa je nesposoban za život“, „tipičan bogati indijac“, „astrofizičar koji se boji žena“, „indijac, mamin sin, gay“, „dogovoreni brak“, „rasna diskriminacija“, „nesamostalan, neprilagođen“, „druga kultura“, nijedan stereotip“, „ne znam“, „bogati indijac kojeg financiraju bogati roditelji“, „sličan je kao predhodna tri muška protagonista, no pokazuje najveću skromnost. Razlog je njegova kulturološka pozadina te odnos sa roditeljima zbog kojih je ponižen. Vjerojatno je izabran za postavu zbog rasne ideologije“.

Objekti postavljene istraživačke hipoteze dokazane su rezultatima provedene ankete.

7. Zaključak

Tema ovoga diplomskog radu bili su stereotipi u humorističnoj seriji *Teorija velikog praska* kao i općenito utjecaj medija na oblikovanje i(li) distribuciju stereotipa u društvu.

Rad se sastoji od dva dijela. Prvi dio rada bavi se teorijskim aspektima stereotipa i predrasuda s kojima se susrećemo, i u medijima i u svakodnevnom životu, kao i njihovom distribucijom prema publici. Objašnjava se što su mediji, kako su povezane popularna kultura i humoristične serije te ukazuje na problem medijske manipulacije. Uz definiranje nekoliko glavnih vrsta stereotipa (rodni, rasni, etnički, kulturološki, religijski...), u teorijskom dijelu rada protumačena je i uloga humora u promoviranju stereotipa.

Drugi, istraživački dio rada bavi se fenomenom *sitcoma*, humorističnih serija i njihovom ulogom u kreiranju, odnosno distribuiranju stereotipa prema gledateljima. Posebno se analiziraju glavni likovi – na temelju stereotipa kojima su oblikovani u prve dvije sezone serije *Teorija velikog praska*. Osim što ih nalazimo gotovo u svim epizodama izabranih sezona, utvrđeno je također da su najčešće prisutni i(li) prepoznatljivi rodni, profesionalni i kulturološki stereotipi.

U istraživačkom dijelu rada izloženi su i rezultati provedene ankete kojom su potvrđene postavljene istraživačke hipoteze: prva (H1) da su stereotipi previše zastupljeni u humorističnim serijama te da mogu imati loš utjecaj na gledatelje, i druga (H2) da sama serija ima dvostruki odnos porema stereotipima jer se istodobno „igra“ općepoznatim stereotipima, ali i „provjerava“ njihovu političku (ne)korektnost.

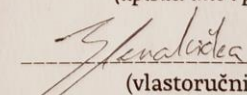


**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, ELENA KRIČKA (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ANALIZA STREŠTINA U SERLI TEORIJIA VELIKOG PRASKA (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

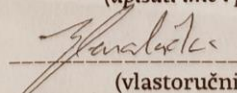
Student/ica: ELENA KRIČKA
(upisati ime i prezime)


(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, ELENA KRIČKA (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ANALIZA STREŠTINA U SERLI TEORIJIA VELIKOG PRASKA (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica: ELENA KRIČKA
(upisati ime i prezime)


(vlastoručni potpis)

8. Literatura

Knjige:

- [1] Critchley, Simon. 2007. *O humoru*. Zagreb: Algoritam.
- [2] Fiske, John. 2001. *Popularna kultura*. Beograd: Clio.
- [3] Lippmann, Walter. 1998. *Public opinion*. New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.): Transaction Publishers.
- [4] Malović, Stjepan. 2005. *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden Marketing-Tehnička knjiga.
- [5] Miliša, Zlatko; Tolić, Mirela; Vertovšek, Nenad. 2009. *Mediji i mladi, prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- [6] Živković, Ilija. 2015. *Temeljni koncepti socijalne psihologije*. Zaprešić: Veleučilište Baltazar.

Časopisi:

- [1] Bandura, Albert. 1977. „Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change“. *Psychological Review*, Vol. 84 No. 2, 191-215.
- [2] Castañeda, Mari. 2018. „The Power of (Mis)Representation: Why Racial and Ethnic Stereotypes in the Media Matter“. *Challenging Inequalities: Readings in Race, Ethnicity, and Immigration*, University of Massachusetts Amherst, 2-19.
- [3] Labaš, Danijel; Mihovilović, Maja. 2011. „Masovni mediji i semiotika popularne kulture“. *Kroatologija: časopis za hrvatsku kulturu*, Vol 2. No. 1, str. 95-121.
- [4] Lubina, Tihana; Brkić Klimpak, Ivana. 2014. „Rodni stereotipi: Objektivizacija ženskog lika u medijima“. *Pravni vjesnik*, Vol. 30 No. 2, str. 213-233.
- [5] Ramasubramanian, S.; Murphy, C. J. 2014. „Experimental Studies of Media Stereotyping Effects“. U: *Laboratory Experiments in the Social Sciences*. M. Webster, Jr. & J. Sell (ur.). Elsevier Academic Press, 385-402.
- [6] Rihtar, Stanko; Milas, Goran; Burušić, Josip. 2000. „Izloženost televiziji i percepcija političkog prostora“. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, Vol 9. No. 4-5, str. 567-580.

Zbornici:

[1] *Mediji i javnost*. Zbornik radova s međunarodnog znanstvenog simpozija Filozofija medija održanog 15.-17. studenog 2013. u Dubrovniku. Ur. Alić, Sead; Vuksanović, Divna; Milković, Marin. Sveučilište Sjever i Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb, 2014.

[2] Bedeković, Vesna; Lukačević, Vlatka. „Kultura društva kao osnova oblikovanja organizacijske kulture u kontekstu suvremenih menadžerskih procesa“. U: Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu. Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2011., str. 15-20.

[3] Riddle, Karyn. 2009. „Cultivation Theory Revisited: The Impact of Childhood Television Viewing Levels on Social Reality Beliefs and Construct Accessibility in Adulthood“. Conference Papers. International Communication Association, 1-29.

Internetski izvori:

[1] <https://www.medijska.pismenost.hr/stereotipi-diskriminacija-kult-tijela-medijima-zastiti-djecu/>, pristupljeno 15.07.2020.

[2] <https://medijskapismenost.raskrinkavanje.ba/oblici-manipulacija-i-kome-se-obraatiti-ako-ih-uocite/koji-sve-oblici-medijskih-manipulacija-postoje/>, pristupljeno 15.07.2020.

[3] <https://www.krenizdravo.hr/zdravlje/psihologija/sto-su-to-stereotipi-i-koliko-su-zapravo-tocni>, pristupljeno 16.07.2020.

[4] <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=58036>, pristupljeno 16.07.2020.

[5] <https://www.living-democracy.hr/textbooks/volume-3/part-1/unit-1/material-for-teachers-8/>, pristupljeno 17.07.2020.

[6] <https://exploringyourmind.com/10-strategies-of-media-control-noam-chomsky/>, pristupljeno 17.07.2020.

[7] <https://www.medijskapismenost.hr/stetni-stereotipi-u-oglasima-mogu-ograniciti-izbore-i-aspiracije-djece-i-mladih/>, pristupljeno 17.07.2020.

[8] <https://www.zakon.hr/z/490/Zakon-o-suzbijanju-diskriminacije>, Pristupljeno 17.07.2020.

[9] <https://www.medijskapismenost.hr/kako-stereotipi-u-filmovima-i-na-televiziji-utjecu-na-djecji-razvoj/>, pristupljeno 18.07.2020.

[10] <http://womenforum.org/2018/10/09/cetiri-nacina-na-koje-zene-mogu-prevladati-barijere-krseci-pravila/>, pristupljeno 25.07.2020.

[11] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=34552>, pristupljeno 25.07.2020.

- [12] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=51847>, pristupljeno 25.07.2020.
- [13] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18519>, pristupljeno 25.07.2020.
- [14] <https://www.medijskapismenost.hr/zasto-je-vazno-prikazivati-manjine-u-zabavnim-sadrzajima/>, pristupljeno 26.07.2020.
- [15] <https://www.dw.com/bs/stereotipi-o-etni%C4%8Dkim-manjinama-u-medijima/a-17861152>, pristupljeno 27.07.2020.
- [16] <https://hrv.acousticbiotech.com/class-stereotypes-chavs-white-trash-bogans-514690>, pristupljeno 28.07.2020.
- [17] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=16318>, pristupljeno 29.07.2020.
- [18] <https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/s/sitcom/>, pristupljeno 29.07.2020.
- [19] <https://www.rtl.hr/tv/tv-novosti/1817417/znae-li-kako-je-i-kada-nastala-prva-humoristicna-serija/>, pristupljeno 29.07.2020.
- [20] https://www.libela.org/sa-stavom/3202-skriveni-stereotipi-u-omiljenim-serijama/?fbclid=IwAR0fE_UXxCXfhXOQZDnG6vwDEWS47QBjPwGNHdXh0UhhhNaUIaTQg3a5-o, pristupljeno 30.07.2020.
- [21] <https://www.medijskapismenost.hr/zasto-je-vazno-prikazivati-manjine-u-zabavnim-sadrzajima/>, pristupljeno 30.07.2020.
- [22] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=32554>, pristupljeno 01.08.2020.
- [23] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=26678>, pristupljeno 01.08.2020.
- [24] <https://www.thejunkietribe.com/post/2016/12/26/american-sitcoms-what-they-tell-us-about-society-today>, pristupljeno 05.08.2020.
- [25] <https://www.bug.hr/tv-serije/the-big-bang-theory--prica-o-sablonskoj-osrednjosti-5621>, pristupljeno 06.08.2020.
- [26] <http://serijskiubojica.hr/8-stvari-koje-vjerojatno-niste-znali-o-teoriji-velikog-praska/>, pristupljeno 06.08.2020.
- [27] <https://studentski.hr/zabava/zanimljivosti/13-manje-poznatih-cinjenica-o-seriji-teorija-velikog-praska>, pristupljeno 08.08.2020.
- [28] <https://www.srednja.hr/svastara/10-zivotnih-lekcija-koje-mladi-mogu-nauciti-iz-teorije-velikog-praska/>, pristupljeno 08.08.2020.
- [29] <https://www.bug.hr/tv-serije/the-big-bang-theory--prica-o-sablonskoj-osrednjosti-5621>, pristupljeno 09.08.2020.
- [30] <https://www.cheatsheet.com/entertainment/the-big-bang-theory-was-leonard-hofstadter-overrated.html/>, pristupljeno 09.08.2020.

[31] <https://hr.mort-sure.com/note/friends-vs-big-bang-theory/>, pristupljeno 11.08.2020.

[32] <https://www.writeups.org/rajesh-koothrappali-big-bang-theory-kunal-nayyar/>, pristupljeno 29.08.2020.

9. Popis slika i grafova

<i>Slika 1. Glavni likovi u seriji Teorija velikog praska.....</i>	<i>25</i>
<i>Grafikon 6.1.1. Spol ispitanika</i>	<i>42</i>
<i>Grafikon 6.1.2. Dobne skupine ispitanika.....</i>	<i>42</i>
<i>Grafikon 6.1.3. Obrazovanje ispitanika.....</i>	<i>43</i>
<i>Grafikon 6.1.4. Mediji putem kojih se ispitanici najviše informiraju</i>	<i>43</i>
<i>Grafikon 6.1.5. Utjecaj medij na stavove/percepciju.....</i>	<i>44</i>
<i>Grafikon 6.1.6. Koliko ispitanici gledaju televiziju</i>	<i>44</i>
<i>Grafikon 6.1.7. Prikaz programa</i>	<i>45</i>
<i>Grafikon 6.1.8. Gledanost humorističnih serija.....</i>	<i>45</i>
<i>Grafikon 6.1.9. Gledanost sitcoma Teorija velikog praska</i>	<i>46</i>
<i>Grafikon 6.1.10. Promoviranje stereotipa u sitcomima.....</i>	<i>46</i>
<i>Grafikon 6.1.11. Gledateljima se u sitcomu nude stereotipi.....</i>	<i>47</i>
<i>Grafikon 6.1.12. Zastupljenost stereotipa.....</i>	<i>47</i>