

# **STEREOTIPI I MEDIJSKI PRIKAZI LJEPOTE**

*Kako mediji oblikuju naš pojam lijepoga?*



# Stereotipi

“ Žene su loše vozačice. Muškarci vole sport. Pripadnici navijačkih skupina su agresivni. ”



Prethodne rečenice naizgled nemaju ništa zajedničko, no unatoč tome sve su one jako slične. Zašto?

*Sve ove tvrdnje ne vode računa o tome da smo međusobno različiti. One se temelje na pogrešnim očekivanjima prema kojima se svi mi ponašamo na isti način. Ukratko, možemo reći da su one stereotipne.*

*Stereotipi su zapravo uopćena mišljenja ili stavovi o nekim ljudima ili nekim skupinama ljudi, ali i o nekim idejama. Mogu biti pozitivni i negativni.*



*Oni negativni dovode nas do predrasuda koje onda možemo imati prema, primjerice, drugim narodima, religijama, rasama i spolovima.*

*A što je predrasuda? To je kada o nekome misliš nešto unaprijed – i prije nego što si ga upoznao, čuo, susreo ili pitao za njegovo mišljenje. Nažalost, naše neznanje može utjecati na naše ponašanje pa se prema drugima ponašamo ružno i diskriminiramo ih.*

## Kako mediji utječu na stvaranje stereotipa i predrasuda?

Prikazi rasnih i etničkih manjina u televizijskim programima ograničeni su i uglavnom stereotipni. Naime, pripadnici manjina najčešće se prikazuju kao kriminalci ili žrtve (Browne Graves, 1999).

Tako su Afroamerikanci gotovo uvijek prikazani kao osobe nižeg statusa i radnici te se njihova djeca povezuju sa sportom ili glazbom (rap ili hip-hop). Latinoamerikanci se gotovo uvijek na televiziji povezuju s kriminalnim aktivnostima.



## MEDIJSKI PRIKAZ LJEPOTE

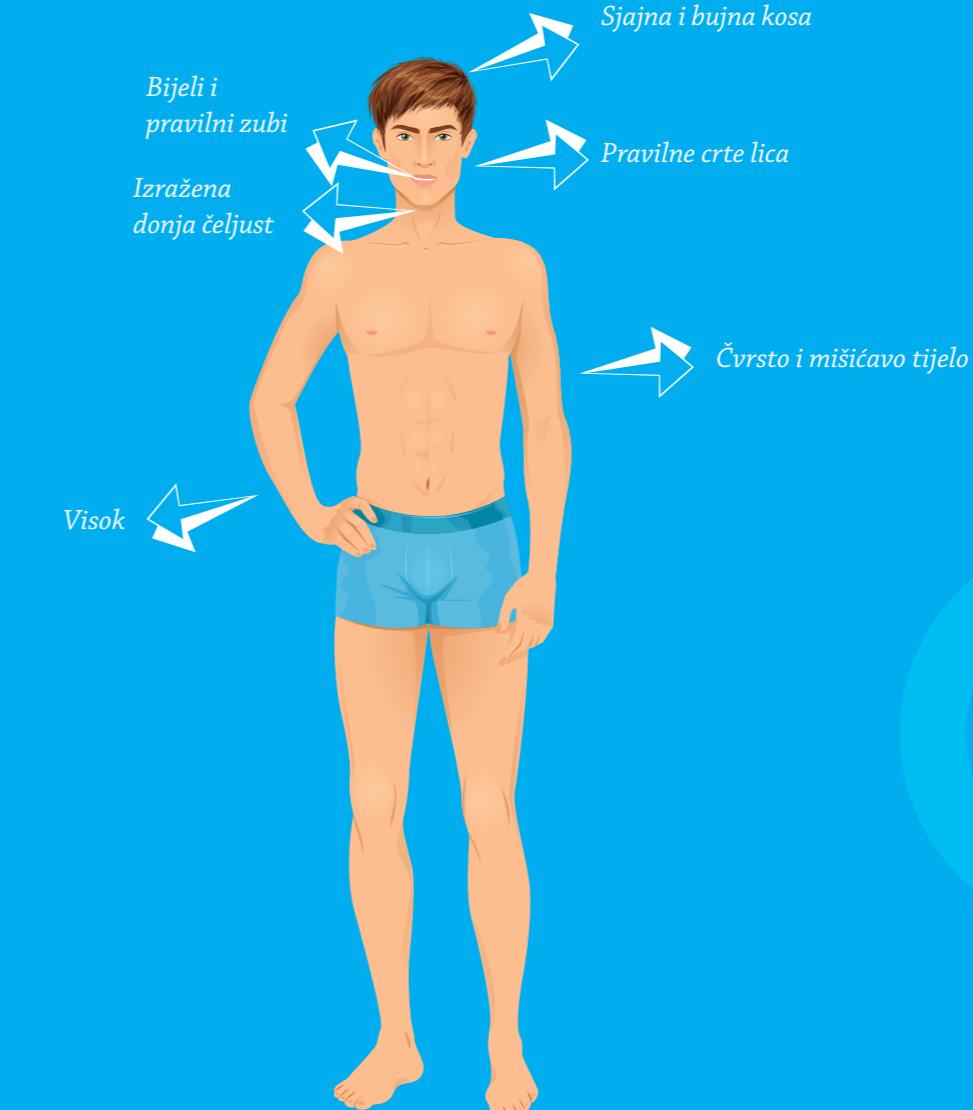
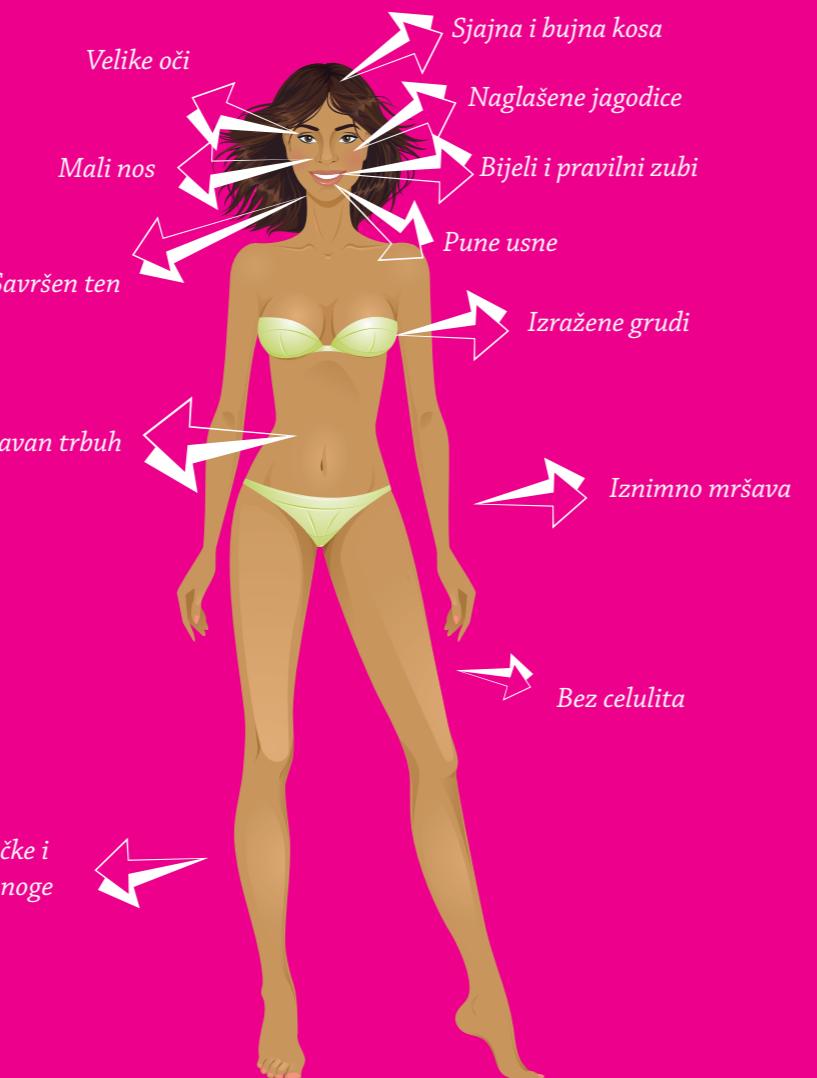
Kada gledamo što sve mediji objavljaju ponekad nam se čini da se muškarci i žene prikazuju kao idealni – poput manekena. A kada se govori o ljepoti teško je vidjeti starije ili punašne osobe. Mediji nam neprestano nude savjete kako postati vitkiji, mišićaviji, ljepše kože i kose. Privlačan vanjski izgled povezuje se s uspjehom, popularnosti, ljubavi i zdravljem (Kuhar, 2005)



# ŠTO JE LIJEPO DANAŠNJIM MEDIJIMA?



ŽENE



MUŠKARCI

**Znate li kako se mijenjao prikaz i  
shvaćanje ljepote kroz 20. stoljeće?**



1920. – bob frizure, lepršave haljine,  
vrpce u kosi, biserje



1950. – suknje punog kruga i visokog  
strukta, bikini, česta uporaba laka za kosu,  
kovrče i zalisci

‘70



1970. – mini suknje, dugačke haljine,  
disco moda, slobodna kosa, trapez hlače,  
pojava hippie mode



1990. – ekstremna mršavost, “heroin  
chic”, “Rachel” frizura, tajice i topići

‘90

# KULT VITKOSTI

Pretjerano mršavo tijelo nije bilo idealom ljepote ni u jednom prošlom razdoblju. Početkom dvadesetog stoljeća došlo je do promjene poželjnog izgleda – od punašnjeg prema mršavome. Šezdesetih godina jača utjecaj modne industrije i popularizira se tip izgleda koji je utjelovila izrazito mršava manekenka Twiggy  
(Labaš, Mihovilović, 2014).



A što je  
tebi lijepo?

## JE LI BARBIE UZOR?

Idealan oblik tijela nameće se još od najranije dobi kroz lutke, kao što je **Barbie**. Istraživanja su pokazala da **djevojčice od 5 do 7 godina razvijaju negativnu sliku tijela i želju za mršavijim oblikom odmah nakon izloženosti fotografijama takvih lutki** (Dittmar, Halliwell, Ive, 2006).

*Barbie je kulturna ikona izgleda koji se nameće kao poželjan, iako znanstvenici tvrde kako je takav izgled nemoguće postići (Radford, 2007). Kada bi Barbie bila čovjek, morala bi hodati četveronoške zbog svojih malih stopala, imala bi mjesta za samo pola jetre, ne bi mogla držati glavu uspravnom zbog premršavog vrata ni dizati većinu predmeta (Time). Također, imala bi iskrivljenu kralježnicu, ne bi mogla roditi i nedostajalo bi joj jedno rebro.*



## Poremećaji u prehrani

*Masovni mediji idealiziraju nerealan izgled ženske ljepote kojim dominira mršavost, ali s oblinama koje nadopunjuju savršena koža, zubi i kosa (Bell, Dittmar, 2011). Promiču nerealnu i umjetnu sliku ženske ljepote koju većina žena ne može dostići (Levine i Mumen, 2009. prema Bell i Dittmar, 2011).*

**Pretjerana izloženost nerealnim idealima ljepote može utjecati na razvoj poremećaja slike tijela kod kojeg osjećaji, misli i perepcija tijela postaju iskrivljeni i mogu dovesti do nezdravih prehramenih navika ili čak poremećaja u prehrani.**





## NAJČEŠĆI SU POREMEĆAJI U PREHRANI **ANOREKSIJA I BULIMIJA**

*Bulimija je ponavljanje napada prejedanja velikom količinom visokokalorične hrane u kratkom razdoblju (nekoliko sati) nakon čega slijedi namjerno izazvano povraćanje kojim se štiti od dobivanja na težini (Vidović, 2009).*

***Osoba koja boluje od bulimije jede jako velike količine hrane, sklona je prejedanju, a poslije svakog obroka odlazi u kupaonicu kako bi povratila sadržaj koji je pojela.***



*Anoreksija je ustrajno gladovanje kako bi se postigla niska tjelesna težina koja se smatra ispunjenjem, a ne nesrećom, odnosno rješenjem problema, a ne bolešću (Jurčić, 2004). Ovaj poremećaj u prehrani češći je kod žena i djevojaka, ali zadnjih se godina sve više pojavljuje i kod mladića i muškaraca.*

***Osoba koja boluje od anoreksije konstantno mjeri unesene kalorije, strahuje od debljanja iako je već premršava, stalno je na dijeti, pretvara se ili laže da jede, poriče da je premršava te neprestano vježba.***

# *Svatko može biti lijep u medijima*



## **Što je to Photoshop?**

Program za obradu fotografija koji omogućuje korisnicima mijenjanje, ispravljanje i manipuliranje sadržajem fotografije.

*Naslovnice časopisa, oglasa i televizijskih ekrana obiluju idealno oblikovanim, kirurški popravljenim, profesionalno fotografiranim i računalno obrađenim tijelima mladih, mršavih manekenki i mišićavih manekena (Kuhar, 2001).*

# JESTE LI ZNALI?

1.

Djevojčica rođena nakon godine 1960. vidi na dan više slika nedostizno lijepih žena u seksualnim pozama, nego što je njezina majka vidjela tijekom cijelog puberteta (Wolf, 1991).

2.

Medijski tjelesni ideal genetski je nedostizan za 95 posto žena (Kilbourne, 1999).

3.

95% žena prati ideale ljepote na televiziji, a pritom 92% žena osjeća određeni stupanj pritiska i želi se približiti tome idealu (Murray i suradnici, 1996).



4.

Anoreksija se nalazi na trećem mjestu svih kroničnih bolesti među adolescenticama te uzrokuje više smrti od bilo kojeg psihičkog poremećaja (Tankard Reist, 2007).

Kada govorimo o standardima ljepote koje nam mediji nameću, uglavnom se bavimo posljedicama koje se pri izloženosti takvim sadržajima javljaju kod ženskih osoba. No, što je s drugom stranom?

Provedena istraživanja pokazala su kako u popularnoj kulturi danas i muškarcima postaje sve teže zadovoljiti standarde ljepote i poželjnosti koji se nameću.

Poželjni obujam tjelesne mase i mišića za muškarce u posljednja se tri desetljeća drastično povećao.

Posljedice su toga negativni osjećaji i misli te opće nezadovoljstvo vlastitim tijelom koje kod muškaraca sve češće dovode do pojave poremećaja u prehrani. Oni također postaju uzrokom korištenja steroida i povećanog unosa dodataka prehrani što negativno utječe na njihovo zdravlje (Barlett i suradnici, 2008).





No, nije sve  
tako sivo...

*Kako bi stale na kraj problemu, u borbu protiv iskrivljenog poimanja vlastita izgleda uključile su se brojne organizacije. Jednu od najpoznatijih kampanja pod nazivom „Kampanja za pravu ljepotu“ proveo je Dove. Tako su na svjetskoj razini, inspirirani stvarnim ženama, iz Dovea odlučili promovirati prirodan izgled i poručiti svima kako su naše male nesavršenosti upravo ono što nas čini posebnima i savršenima!*

## Kako su nastala Djeca medija?

Desetak mladih i angažiranih studenata odlučilo je 2008. godine dati svoj doprinos medijskom opismenjavanju djece i mladih u svojoj zajednici. Danas okupljamo više od 80 mladih stručnjaka koji su u sedam godina postojanja uspješno opismenili više od 8500 djece, mladih, školskih djelatnika i roditelja u Zagrebu, Osijeku, Vukovaru, Vinkovcima, Karlovcu, Metkoviću, Splitu, Buzetu, Pazinu, Krapini, Križevcima, Ogulinu, Gospiću, Sisku, Velikoj Gorici, Vukovaru i drugim hrvatskim gradovima. Tri glavne aktivnosti kojima se Djeca medija bave su: edukativna predavanja i radionice, radijske emisije te društvene mreže i internetska stranica djecamedija.org. Za svoje su aktivnosti članovi Djece medija 2015. godine nagrađeni Posebnom Rektorovom nagradom koju svake godine najboljim studentskim projektima i znanstvenim radovima dodjeljuje rektor Sveučilišta u Zagrebu.



## Edukativna interaktivna predavanja i radionice:

prilagođena djeci, mladima, roditeljima i školskim djelatnicima

- Cyberbullying – nasilje putem novih medija
- Kako se zaštititi od nasilja na Facebooku
- Odgojna i obrazovna uloga medija
- Utjecaj videoigara na djecu i mlade
- Senzacionalizam u medijima
- Medijski prikaz ljepote
- Mediji i oglašavanje
- Crtani filmovi

## Društvene mreže (Facebook, Twitter) i internetska stranica [www.djecamedija.org](http://www.djecamedija.org)

- Zanimljivi tekstovi o aktualnostima iz svijeta medija
- Medijska svakodnevica
- Publikacije
- Istraživanja
- Roditeljski kutak
- Dječji kutak
- ...i mnoge druge zabavno-edukativne sadržaje potražite na našem profilu na Facebooku – Djeca medija, Twitteru – djeca\_medija i na internetskoj stranici [www.djecamedija.org](http://www.djecamedija.org)



## Radijske emisije:

Radio Marija - emisija „Odgoj za ideale“

- Medijsko opismenjavanje
- Volontiranje i mladi
- Cjeloživotno učenje i medijska pismenost
- Cjeloživotno učenje i medijska pismenost
- ...i mnoge druge teme poslušajte svake četvrti nedjelje u mjesecu na 96,4 ili 106,8 MHz

## Znanstveno-istraživačke aktivnosti:

- Tematska sjednica „Medijska pismenost za sigurnost djece u svijetu medija i interneta“ u Hrvatskom saboru
- Zbornik „Djeca medija – od marginalizacije do senzacije“
- Organiziranje znanstvenog simpozija „Mediji i djeca“
- Edukativne brošure za djecu i mlade: „Dobrodošli u svijet interneta. Sigurni uz Djecu mediju“ te „Mediji bez nasilja“
- Suradnja s EAVI-jem (European Association for Viewer's Interest) te adaptacija edukativnog crtanog filma „Put u svijet medijske pismenosti“
- Stalna suradnja s Uredom pravobraniteljice za djecu Maticom hrvatskom
- Međunarodna suradnja sa srodnim institucijama i projektima
- Suradnja i istraživanja na području medijskog odgoja s različitim udružgama, posebno „Pragmom“
- Sudjelovanje na manifestaciji „Noć knjige“



[www.djecamedija.org](http://www.djecamedija.org)

## Posjetite nas na...

- Internetska stranica: [www.djecamedija.org](http://www.djecamedija.org)
- Facebook: Djeca medija
- Twitter: @djeca\_medija
- Instagram: @djecamedija

## Pišite nam...

- E-pošta Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu: [info@dkmk.hr](mailto:info@dkmk.hr)
- E-pošta projekta Djeca medija: [info@djecamedija.org](mailto:info@djecamedija.org)
- Adresa: Kordunska 1, 10 000 Zagreb
- Predsjednik Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu: izv. prof. dr. sc. Danijel Labaš



## Djeca medija u brojkama:

- Održali smo više od 350 predavanja i radionica za više od 8500 djece, mladih, roditelja i školskih djelatnika.
- Emitirali smo 55 radijskih emisija na temu medijskog odgoja na Radio Mariji.
- Objavili smo više od 900 priloga na službenoj stranici Djecamedija.org
- Naša Facebook stranica skupila je 2600 „lajkova“.
- Na Twitteru nas prati 559 pratitelja, a objavili smo čak 1113 tweetova



Impressum:

Izdavač: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK), Kordunska 1, 10 000 Zagreb [www.dkmk.hr](http://www.dkmk.hr)

Naklada: 1000

Tisk: Markulin d.o.o.

Autori: Irina Adamović, Mirta Andrlon i Virna Jorgunica

Lektura: Jelena Gazivoda

Dizajn i graf. priprema:

Andro Škerlј, Prsten d.o.o.

Urednici: Lana Ciboci, Igor Kanižaj, Danijel Labaš

Tiskano uz potporu  
Zaklade Adris





[www.djecamedija.org](http://www.djecamedija.org)

