

FILOZOFSKI FAKULTET U ZAGREBU  
ODSJEK ZA ETNOLOGIJU I KULTURNU ANTROPOLOGIJU  
KATEDRA ZA ANTROPOLOGIJU

Jelena Skendžić

**Portret žene: (de)konstrukcija rodnih stereotipa na primjeru  
časopisa *Svijet***

Diplomski rad

Mentorice: dr. sc. Sanja Potkonjak  
dr. sc. Valentina Gulin Zrnić

Zagreb, rujan 2014.

**Sadržaj:**

1. Uvod
2. *Svijet* - kolaž rodnih reprezentacija
3. Oslobođena žena - iluzija povlaštenih
4. Od stereotipizacije do idealtipizacije: kako je stvorena *Zagrebčanka*?
5. Primjeri rodne reprezentacije u androcentričnom sustavu
6. Slikovno konstruiranje roda u *Svjetu*
7. Pogled izvana: reprezentacija ženske putenosti
8. Rodni identitet kao prepreka
9. Prema socijalizmu
10. Nova faza, stare koncepcije
11. Žena, radnica, socijalistkinja
12. Žena, majka, kućanica
13. Žena, ljepotica, konzumentica
14. Zaključak

## **Abstrakt**

*Svijet je u intervalima publiciran tijekom više od pola stoljeća, a u ovome radu dijakronički se propituje način na koji je časopis portretirao rodne stereotipe stvarajući, perpetuirajući, reprezentirajući i naglašavajući dihotomiju žena - muškarac. Rad polazi od postavke da je žena kroz povijest, pa tako i u reviji, označena kao Druga i drugačija, kao nositeljica stigme pasivnosti, banalnosti i inferiornosti, i izmještena iz pozicije moći. Ovakav rodni imaginarij, najvidljiviji u prvoj fazi Svijeta, prežitak je tradicionalističkog svjetonazora koji se oslanja na biologistička objašnjenja rodnih razlika, no kroz stereotipiju se prenosi i u kasnije socijalističko okruženje u kojem dobiva novu formu prožetu idejom ženskog, odnosno općeljudskog (klasnog) oslobođenja, a zadržava staru, vrijednosno opterećenu logiku. U radu se dekonstrukcija medijskog diskursa na primjeru časopisa *Svijet* oslanja na suvremene sociološke i kulturnoantropološke teorije poput framinga (uokviravanja), objektivizirajućeg pogleda (male gaze) i hiperritualizacije, kao i suvremene (feminističke) teorije koje se bave pitanjima roda, identiteta i stereotipa. Cilj rada je rodne stereotipe prikazati kao kulturni konstrukt - model (re)interpretacije, ali i (re)konstrukcije socijalne strukture.*

**Ključne riječi:** rodni stereotipi, *Svijet*, emancipacija, medijsko uokviravanje, hiperritualizacija

## **1. Uvod**

Druga polovina 20. st. obilježena je postupnim, no sve intenzivnijim bavljenjem ženskim pitanjem i ženskom poviješću. Ovakvo isticanje rodno specifične problematike u znanstvenom i akademskom diskursu neodvojivi je dio poststrukturalističkog i postmodernističkog obrata koji daje suvremenu kritiku esencijalističkih, univerzalističkih i biologističkih paradigma o klasnim, rasnim i rodnim pitanjima. Društvene znanosti posljedično zauzimaju socijalno angažiranu poziciju u pristupu marginalnim skupinama i time afirmiraju nužnost dalnjeg bavljenja problemima nejednakosti, dominacije, opresije, asimetrije i drugosti. Feministička kritika u ovom ključnom periodu definira problem utjelovljenih rodnih stereotipa, shvaćenih kao prirodni nastavak biološke (spolne) različitosti, kao izvorište praktične nejednakosti žena i muškaraca u društvenom, ekonomskom i političkom kontekstu. Naturalizacija i internalizacija prešutnim kolektivnim konsenzusom usvojenih rodnih razlika, a time i pojedinačnih modusa percepcije i ophođenja u okvirima rodne uloge, proces je koji se u modernoj feminističkoj kritici pokušava osvijestiti postavkom o stvorenom (umjesto prirođenom) rodnom identitetu koji nastaje kao kulturno uvjetovani konstrukt, fluidan i promjenjiv u vremenu. Rodni identitet, kao i klasni identitet ili bilo koji drugi kulturno determinirani i hijerarhizirani identitet, agens je u proizvodnji odnosa moći, konfliktu i neprestanog pregovaranja pozicija; strateškog preslagivanja, politiziranja i reprezentacije. Upravo iz tog razloga, pitanje rodne reprezentacije i stereotipizacije je nemoguće analizirati odvojeno od političkog, povjesnog, ekonomskog i sociokulturnog konteksta.

Joan W. Scott (2003) iznosi stav da je žena u historiografiji nevidljiv, marginalan lik koji je u povijest potrebno naknadno upisati, no bez novog pisanja same povijesti. U radu *Rod i politika povijesti*, Wallach Scott ističe da izraz "rod" u problematiziranju muško - ženskih odnosa zamjenjuje izraz "žena", odnosno eufemizira nejednaku distribuciju moći kao osnovnu karakteristiku rodnog pitanja: "U toj upotrebi "rod" ne nosi sa sobom prijeko potrebno očitovanje o nejednakosti ili moći niti ne imenuje one kojima je nepravda učinjena (i koji su sve do sada nevidljivi)" (Wallach Scott, 2003:51). Biološka osnova rodne podjele - spolna podjela - u znanstvenom je diskursu također označena kao konstrukt, proizvedeni oblik znanja. Teoretičarka roda i queer aktivistica Judith Butler (1993), preuzimajući tu misao i zanimajući se za diskurzivne granice spola, ističe kako spol nije samo norma nego i regulatorna praksa koja razgraničava i diferencira tijela kojima vlada, a rojni identitet u tom smislu nije prirodni, utjelovljeni nastavak spolne razlike nego kategorija koja ideju spola u potpunosti apsorbira. Rodna performativnost, sveprisutna u našoj svakodnevici, reiteracija je

upisanih, kulturno naslijedenih pravila, a enkultuirana priroda rodnog identiteta zamagljuje svoju konvencionalnost iluzijom utjelovljene prirođenosti (usp. Butler, 1988:522).

Rod, shvaćen kao jedan od glavnih promora nejednake društvene raspodjele moći, općeprihvaćen je i "normalan" način na koji se društvena hijerarhija svakodnevno stvara, označava i perpetuira. Ta se hijerarhija legitimira društvenim pojavama koje nisu rodno neutralne - ustvari, ispod slojeva značenja ništa nije uistinu rodno neutralno (prema Ograjšek Gorenjak, 2011). Tako kodirana značenja upisana u povjesno relevantne pojavnosti poput politike i ratova, ali i naoko trivijalne sfere svakodnevice poput stereotipiziranog, kodiranog prikaza na plakatu u šoping centru, služe reafirmaciji postojećih rodnih odnosa. Žene su stereotipno označene kao nježne, plahe, slabe, plačljive, zbumjene, čangrizave i histerične, a muškarci kao snažni, autoritativni, racionalni i logični, pri čemu potvrdu za patrijarhalno označavanje rodne različitosti i perpetuiranje klasičnih rodnih stereotipa pronalazimo čak i u relativno svježem izdanju Aničevog *Rječnika hrvatskih riječi* iz 2000. g. koji ženu primarno definira kao "...biće suprotno muškarcu koje može rađati djecu i preuzeti brigu za uzgoj i odgoj djece..." (Barada i Jelavić, 2004:20), a neosvješteni derogativni frazeologemi poput "ženska glava" ili "ženska logika" u svakodnevnoj su kolokvijalnoj cirkulaciji. Muškarac je u diskurzivnoj jezičnoj analizi, oslonjenoj na Foucaultovu tezu da jezik utječe na oblikovanje obrazaca moći (prema Ograjšek Gorenjak, 2011), opisan kao istodobno univerzalan i partikularan član (kao muškarac i kao čovjek, pri čemu su ovi izrazi shvaćeni kao značenjski pandan), a žena tek kao partikularan<sup>1</sup>. Ženski humanitet u jeziku nije inherentno razumljiv. Žena je shvaćena kao Druga (spram muškarca) u rječničkoj definiciji, no i šire - jer ono što je implicitno prisutno u takvoj stereotipno obojenoj sintagmi, prežitak je davno upisanih patrijerhalnih kodova muške *prvosti* i ženske *drugosti*.

*Tradicionalno* vrednovanje rodnih razlika sadržano je, dakle, u naslijedenim lingvističkim, ali i filozofskim postavkama. Jasenka Kodrnja u radu *Žene zmije* (2008) portretira patrijarhalne konstrukcije koje su afirmirale zapadnjačku filozofsku misao apologirajući tezu da je rodnina dihotomija i time ženska *drugost* prirodan izraz pravog stanja stvari. Za Hegela "žene mogu imati pojedinačne slučajeve, ukuse, kićenosti, ali ideale nemaju" (Kodrnja, 2008:43), dok prema Kantu ženama "nedostaje građanski ili politički razum" (ibid., 41). Ovi postulati tek su fragment filozofske tradicije koja je zagovarala rodnu dualnost kao prirodan slijed spolne različitosti, i argumentirala ju polariziranim kategorijama kartezijanskog dualizma: tijela i uma, prirode i kulture, materije i duha. Muškarac kao

---

<sup>1</sup> Npr. izraz "ona je moj čovjek" nije u duhu jezika.

(raz)um suprotstavljen je iracionalnoj ženskoj tjelesnosti - prirodnosti koju treba (kulturom) obuzdati - i redefinirati svijet prevlašću racionalnog uma nad emotivnim bezumljem, čovjeka nad prirodom. Dok je muškarac napredovao u javnoj sferi života, u prostoru koncentracije i reprodukcije ekonomске i političke moći, ženi je pripalo vođenje privatne sfere u kojoj se njezina vrijednost mjerila ponajviše biološkom reprodukcijom kvalitetnih i dugoživućih potomaka, no s reduciranim socijalnom mobilnošću bez potpore muškarca i ograničenim mogućnostima u samostalnom životu (prema Ograjšek Gorenjak, 2011). Otuđenje žene u društvu strogo podijeljenom na javnu i privatnu sferu dvostruk je prirode: žena "poistovjećujući se sa svojom porodicom (...) i (ne)pristupanjem javnom izgrađuje svoj društveni status" (Čakardić, 2005:842), odnosno žena je otuđena "posredno (preko porodice) i neposredno (vlastitim odigravanjem društvenih uloga)" (ibid., 842).

Esencijalistički modeli uokvireni biologističkim redukcijama služili su reaffirmaciji postojećeg društvenog poretku u kojem žena nije imala nikakvu efektivnu vrijednost izvan svoje razmnožavačko - služinske uloge. Načelno, kroz povijest ovakva je politika prema ženama u praksi označavala smanjene ekonomski, obrazovne, političke i statusne mogućnosti spram muškaraca, odnosno proizvodila "nevidljivost" žena u službenoj historiografiji. No, čak i novo građansko društvo, uspostavljeno socijalnim i industrijskim revolucijama u 18. i 19. stoljeću koje su dovele do pozitivnih društvenih promjena, legitimiralo se kroz tu "prirodnu hijerarhiju" i ženama reatribuiralo *tradicionalnu* rodnu ulogu. Dapače, prema Idi Ograjšek Gorenjak (2011), podjela na privatnu i javnu sferu ojačana je pojavom modernog društva. Ratni i revolucionarni periodi u povijesti obilježeni su revitalizacijom tradicionalnog i konzervativnog elementa koji u društvo, između ostalog, ponovno uvode i intenzivniju stereotipizaciju pasivne i subjektivne žene kao stabilizacijski faktor. Prema istoj autorici, rodni stereotipi se koriste u objašnjavanju društva i kanonizaciji takvih modernih procesa te petrificiraju muško - ženske odnose u dominantnom rodnom konstruktu (ibid.).

*Svijet* počinje izlaziti 06. veljače 1926. godine u Zagrebu pod izdavaštvom *Tipografije d. d. Zagreb* kao ilustrirani tjednik građanske orientacije, odnosno "časopis za društveni život" (Kolveshi, 2006:29). Njegov je pokretač ujedno i prvi urednik i illustrator, Otto Antonini, koji će biti stalno angažiran u *Svjetu* do kraja 1932. godine. *Svijet* donosi priloge s područja zabave, glazbe, mode, sporta, umjetnosti, filma, kazališta, arhitekture, politike; izvještava o društvenoj kronici, novostima i senzacijama, jazzu, charlestonu, velikanima hrvatske i inozemne zabavljачke i političke scene. Stilski, časopis je obilježen profinjenom estetikom

*art decoa*, popraćenom visokim grafičkim standardom časopisa (ibid.). U pojedinačnim brojevima *Svijeta* nalazili su se pretplatni listići kojima je bila ponuđena pogodnost pretplate uz snižene cijene tjednika, a sam časopis je zamišljen gotovo kolekcionarski: svako polugodište je počinjalo brojem jedan i moglo se uvezivati kao knjiga svih brojeva pojedinog polugodišta. Novinari *Svijeta* su uglavnom nepotpisani, a jedan od poznatih kontribuenata bio je Zyr Xapula koji je potpisao tekst “Zagrebčanka i moda”.

Ovaj rad je podijeljen na dvije faze: prvi period u našem interesu (1926. - 1936.) obilježen je društvenim i političkim prevratima i međuratnom, politički nestabilnom klimom u kojoj dolazi do proturječnih procesa u otvaranju pitanja ženske emancipacije, a drugi proučavani period (1953. - 1994.) oblikovan je u duhu socijalističke ideologije koja zadire u svaku poru jugoslavenskog društva. U ovome periodu žene konačno dobivaju formalna, ustavno zajamčena ljudska prava, no njihov položaj time ipak nije i neformalno izjednačen s položajem muškaraca, te *tradicionalne* stereotipizacije utemeljene na spolnoj i rodnoj dualnosti bivaju i dalje prešutno reificirane, kako u svakodnevnoj interakciji pojedinaca, tako i u sredstvima masovne komunikacije. Prva faza *Svijeta* nastaje pod kreativnim vodstvom već spomenutog Antoninija, a u drugoj fazi časopis izlazi pod uredničkom palicom Smilje Dončević (do 1980.), a kasnije Vesne Blüml, Zoje Padovan pa Đurđe Milanović (do 1994.). Faze su razdvojene i samostalno analizirane kao dvije odvojene cjeline jer u periodu neizlaženja dolazi do velikih strukturnih promjena u časopisu, ali i u sociopolitičkom okolišu Jugoslavije. Dotad orijentiran višoj građanskoj klasi, časopis se tematski okreće širim društvenim slojevima; uvode se rubrike koje omogućuju komunikaciju na relaciji čitatelj – uredništvo; intervjuiraju se “obični” ljudi, pišu se praktični i edukativni tekstovi koji manje opisuju fantaziju povlaštenog života, a više “priateljski” savjetuju žene o pitanjima pravne, obiteljske, romantične, moralne ili kućanske prirode.

Cilj ovog rada bio je istražiti, odnosno dekonstruirati rodne stereotipe na kojima počiva *Svijet*, no prvenstveno kroz tu dekonstrukciju promotriti na koji je način u *Svjetu* rodna dihotomija uopće postavljena, predstavljena i ojačana. U radu se ne provodi samo textualna dekonstrukcija, već se razmatra (premda sporedno) i rodna reprezentacija iz drugih izvora, primjerice iz ilustracija ili reklumnog sadržaja. Kao osnovni teorijski i metodološki alat za razumijevanje načina na koji ovaj magazin reinterpretira i rekreira ženski svijet, odnosno što sve probire kao relevantan sadržaj kako bi se zadovoljila forma ženskog časopisa, preuzela sam teoriju uokviravanja (*frame analysis*) Ervinga Goffmana. *Framing* ili uokviravanje je,

pojednostavljeni, proizvodnja specifičnog znanja. U radu *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (1974) Goffman se bavi organizacijom iskustva u pojedinaca i pritom uvodi pojam "okvira" kao načina na koji je određena situacija uokvirena (reprezentirana) za naše razmijevanje, ali i kao način našeg razumijevanja (interpretacije) te situacije. U *Svjetu*, "okviri" su centralne, organizirajuće ideje pojedinih priča koje daju značaj prezentiranim događajima (prema Scheufele, 1999:106). "Uokviriti" znači probrati sadržaj, arbitrarno selektirati i naglasiti one elemente u tekstu ili na slici koji služe afirmaciji, odnosno promociji željene poruke. U kontekstu medijske reprezentacije to najčešće znači redukciju, zgušnjavanje kompleksnosti ili višestrukosti značenja u jednodimenzionalnu reprezentaciju kojom se objašnjava postojeća društvena struktura ili, u našem slučaju, postojeća rodna struktura. Ovaj rad je, propitujući rodne reprezentacije i stereotipizacije u *Svjetu* kao način objašnjavanja socijalne strukture, usmjeren dekonstrukciji tih pojednostavljivanja, odnosno razotkrivanju načina na koji mediji uokviruju "cijelu sliku" zamišljene Žene. Reprezentacija "cijele slike" moguća je zbog hiperritualizacije (Goffman, 1979), zgušnjavanja koje se ostvaruje standardizacijom, pretjerivanjem i simplifikacijom ritualiziranih odnosa moći koji već postoje u društvu, i koji su anticipirani postojećom socijalnom strukturu.

Koristeći ideju uokviravanja, u radu sam pokušala prikazati okvire preko kojih se na pojednostavljen i zgusnut način reprezentira zamišljena ženskost: to su industrija mode i kozmetike (koja je u *Svjetu* predstavljena kao nadgradnja tjelesne ljepote i ženstvenosti); majčinstvo i vještine u kućanstvu (koje služe kao reprezentant ženine *tradicionalne* socijalne uloge) i rad izvan kućanstva (koji služi kao indikator ženske emancipacije, odnosno liberalizacije). Narativi u *Svjetu* najčešće su koncentrirani na barem jednu od ovih tema i stoga je rad, izuzev osnovne podjele na dvije faze *Svijeta*, istovremeno podijeljen na nekoliko većih tematskih cjelina koje odgovaraju iznad navedenim "okvirima" kojima časopis kreira generičan, univerzalan, stereotipiziran lik Žene. Kao osnovni teorijski okvir unutar kojeg se razmatraju pojmovi roda i stereotipa, preuzima se ponajviše feministička teorija (npr. Judith Butler, 1988) koja rod kao društvenu konstrukciju promatra kroz vizuru odnosa moći, a stereotipe smatra načinom komunikacije, interpretacije, ali i rekreacije društvenih struktura (Ograjšek Gorenjak, 2011).

Dvadesetih i tridesetih godina *Svijet* nije namijenjen isključivo ženama već pod krilaticom "Svak ga čita, svak ga voli!" funkcioniра kao časopis namijenjen uvezivanju i čuvanju u kućnoj biblioteci (Kolveshi, 2006). U prvoj fazi, međutim, za nas nije značajan samo

jednodimenzionalan portret žene u časopisu (koja je uglavnom predstavljena kroz materijalno i tjelesno), već i ono čega u časopisu nema - poput tema o ustavnom formaliziranju ženskog prava glasa, ženama radnicama, seljankama, samohranim majkama, udovicama. Svet je okupiran mondenim temama i serviran imućnim građanima u obliku satiričnih ili moralnopoučnih narativa, no uvijek reprezentirajući njih same laskavo intoniranim tekstovima i ilustracijama. *Svijet* je slavio ženu, no tek onu specifičnu, o kojoj je i sam pisao u superlativima: imućnu, mladu, lijepu protagonisticu. Prva poglavlja, izuzev upoznavanja s temeljnim pojmovima poput roda i stereotipa, i konceptima koje koristim u ovome radu, orijentirana su tako dekonstrukciji okvira, kako tekstualnog, tako i slikovnog, kojim je stvoren lik putene i emancipirane *Zagrebčanke* kao modela rodne ispravnosti, a osmo poglavlje zatim pokušava dati metanarativno objašnjenje ovakvom uokviravanju upozoravajući pritom na skrivena značenja koja stoje iza naoko rodno afirmativnih tekstova. U sličnom tonu nastavlja se preostalih šest poglavlja koja se bave socijalističkim periodom *Svijeta* te se pojedinačno analiziraju "okviri" kojima se u *Svjetu* portretirala žena radnica, žena kućanica i, na kraju, žena ljepotica. Ovaj period obilježen je ideološkim pokušajem uspostave besklasnog društva što je u *Svjetu* vidljivo kroz simboličko odbacivanje tradicije i patrijarhalnog sustava, u feminističkoj teoriji definiranog kao sustav socijalnih struktura i praksi u kojem muškarci dominiraju, podređuju i izrabljuju žene (prema Walby, 1990:20). U radu se simplificirane ideje "patrijarhata" i "tradicionalnosti" ne preuzimaju kao način objašnjavanja ženske pozicije, već se prema njima postavljamo kritički i promatramo ih kao dio medijskog diskursa *Svijeta*, odnosno kao dio diskursa vladajuće politike Jugoslavije. Poglavlja rada pisana su u relativno pravilnom kronološkom slijedu, te su na isti način namijenjena i čitanju kako bi se demonstrirala krostopostojnost rodne dihotomije i utilizacija rodnih stereotipa u svrhu stvaranja reprezentativne slike žene pri čemu su pojmovi "patrijarhalno", "konzervativno", "tradicionalno", "liberalno" i "moderno" dekonstruirani kao *okviri*, hiperritualizirane slike društva unutar kojih su u *Svjetu* situirani modeli rodne (ne)korektnosti.

## 2. *Svijet* - kolaž rodnih reprezentacija

Željka Kolveshi, autorica muzeološkog projekta "*Otto Antonini, Zagreb i "Svijet" / "Svijet"*" i *Zagreb dvadesetih...*" i istoimene knjige u izdanju Muzeja Grada Zagreba iz 2006. već u uvodu ističe misao koja je idejno vodila i ovaj rad: "Ilustracije Otta Antoninija koje su objavljivane u "Svjetu" od 1926. do 1932. godine kao da poznaju samo jednu stranu ovog razdoblja, onu ljepšu, koju je vodila estetika art decoa" (Kolveshi, 2006:9). *Svijet* je, dakle,

reprezentacija arbitarno odabranih elemenata koji su stvorili iluzorni prikaz života zanesenog ljepotom, mladošću, dalekoistočnom egzotikom, umjetničko - kulturnom fuzijom, modernom, urbanom arhitekturom i tehnološkim dostignućima, novootkrivenim hedonizmom i dekadentnim užicima. Međutim, *Svijet* opisima balova i plesnjaka, ljepote tijela i najnovijih modernih oprava, nije konstruirao samo iluziju ljepše strane dvadesetih i tridesetih godina prošlog stoljeća, kako to Kolveshi primjećuje, već je i naturalizirao postojeće, kulturno specifične rodne razlike. Inicijalno ova revija nije bila namijenjena isključivo ženama, barem ne na način na koji je to bio *Ženski list* pod uredništvom Marije Jurić Zagorke<sup>2</sup>, premda je bila uvelike inspirirana inozemnim modnim magazinima pa su prilozi s opisima recentnih modnih trendova bili učestali. No, čak i tekstovi koji se nisu neposredno bavili modom bili su portretirani kroz vizuru elegancije, stila i uzvišenog, mondenog duha koji je prožimao sve od politike do humora. Premda izrijekom namijenjen svima<sup>3</sup>, svojim temama i senzacionalističkim stilom, *Svijet* se ponajviše obraćao dobrostojećim, gradskim ženama. U svakome broju informirao je čitateljice o posljednjim "modnim krikovima" s pariških ulica i modnih pista; vodio ih sugestivnim tekstovima u neke druge, daleke svjetove; objavljuvao fantastične priče koje su stvarale moralne okvire za razumijevanje vlastitog kognitivno - bihevioralnog okoliša. Implicitno, stvarao je rodne okvire i perpetuirao rodne stereotipe - na androcentričan, no ne i hotimično mizogin način. *Svijet* je slavio ženu, ili je barem time bio motiviran - ali, samo onu uglađenu, civiliziranu ženu, proizvod najviših vrijednosti svoje kulture. Suprotno političkim tendencijama dvadesetih godina, romantiziranje seljaštva u *Svjetu* je od sporedne važnosti, osim kad se narodni motivi koriste kao kontrast građanskoj eliti kojoj je posvećena revija, ali i koja je kroz nju reinterpretirana:

"Da stavim prijedlog, da i one usvoje te naše lijepe narodne ornamente, znam da bih propao, jer čim našoj ženi samo i spomeneš narodni motiv, ona već pomišlja na nošnju seljanke. To je pogrešno, jer se naši narodni motivi dadu jednako divno upotrijebiti kao garniranje i aplikacija skroz modernism toaletama..."<sup>4</sup>.

Razmažena ili plemenita, lijepa ili jalna, stara ili mlada, oslobođena ili konzervativna žena glavni je protagonist većine tekstova u koje je smještena preko zamišljenih scenarija, i s

---

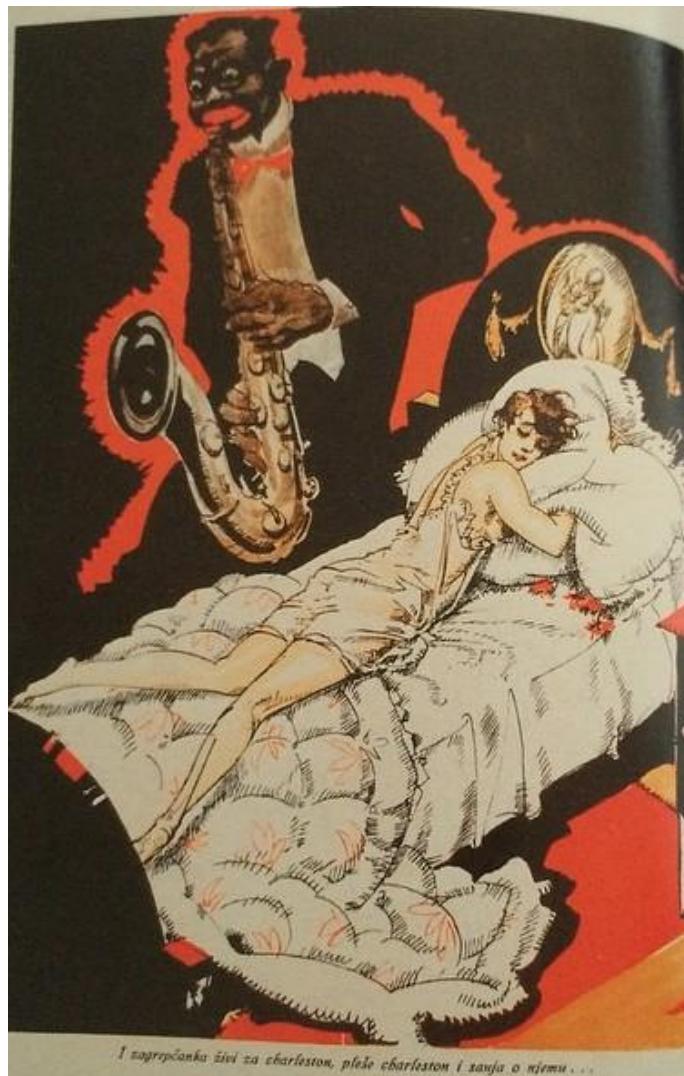
<sup>2</sup> Oba ova lista izdavala je Tipografija d. d. Zagreb, osnovana 1920. godine., jedan od dva najveća novinska koncerna u državi tog vremena.

<sup>3</sup> Na tekstu reklamnog listića s pozivom na pretplatu na *Svijet* stoji da će revija pratiti aktualnosti "iz umjetničkog, kazališnog i elegantnog svijeta i života, (...) život i rad naše žene, (...) šport, moda, film, ples, zabave, razne kulturne priredbe, humor s karikaturom" (prema Kolveshi, 2006:30).

<sup>4</sup> "Naše moderne gospodje i narodno vezivo", 27. 02. 1926.

obzirom na količinu dodijeljenih kvaliteta, služi kao personificirana reaffirmacija određene moralne poruke. Te poruke su, naravno, odraz i revalidacija vladajućih rodnih stereotipa, a najčešći su oni koji sagledavaju ženinu ljepotu kao njezin najveći resurs: "Moda se i žene snalaze najbolje onda, kad se radi o tom, da se istakne njihova ljepota u teškoj borbi za Njega..."<sup>5</sup>

Osim toga, žene su vrlo često portretirane kao rastrošne i razmažene djevojčice koje svoju vrijednost doživljavaju preko materijalnih užitaka; kao lukavice koje svoju putenost koriste protiv naivnih muškaraca; kao povodljive, krhke, manipulativne, nestabilne, histerične, nesamostalne ili tople, emotivne, majčinski nastrojene *ženice* i *ženetine*.



Slika 1.

"*I zagrepčanka živi za charleston, pleše charleston i sanja o njemu...*", 20. 11. 1926.

<sup>5</sup> "U jeku sezone", 05. 02. 1927.

S druge strane, uredništvo *Svijeta* svoje protagonistice stavlja u naoko emancipirajući imaginarij društvenog napretka: žene *Svijeta* tako voze automobile, puše, ljubuju, nose odijela ili erotično rublje koje se nazire ispod vrlo kratkih haljina. *Svijet* portretira dvostruku sliku žene: ona je istovremeno predstavlјana i kao konzervativna gospođa i kao emancipirana mladica. Jasno je da *Svijet* žensko oslobođenje velikim dijelom vidi kao seksualnu liberalizaciju kojom se dokida *tradicionalni* konzervativizam, no pomalo lascivni prikazi koje su inicijalima i pseudonimima označeni novinari tekstualizirali, a Otto Antonini oslikavao, nisu imali takav praktični učinak. Dapače, ovakvi hiperritualizirani prikazi žena adoptirani su iz muške vizure, a služili su pojačavanju dojma o ženskoj *drugosti*, tako različitoj od racionalnog, analitičnog, no istovremeno grubog, ispolitziranog, čak pomalo vulgarnog muškog svijeta. Simplificirana poruka koju je *Svijet* neprestano obnavljao bila je ona o rodnoj dihotomiji kao inherentnoj, prirodnoj nespojivosti muškog i ženskog svijeta koja je vidljiva iz generaliziranog, bezimenog, plošnog prikaza Muškarca i Žene.

### 3. Oslobođena žena: iluzija povlaštenih

Ilustrirani je tjednik *Svijet*, kao i mnogi drugi magazini i drugi mediji masovne komunikacije prve polovine 20. st., isticanjem morfološke, bihevioralne i perceptivne različitosti muškaraca i žena pomogao zatvoriti začarani krug rodne dihotomije i stereotipizacije. Ovo poglavlje kontrastira prikaz ženske zamišljene emancipiranosti u *Svjetu*, i konzervativnog shvaćanja rodnih uloga s druge strane. Ženska priroda, kako se sugerira u časopisu, treba korelirati sa željom i aktivnim trudom žene da istovremeno bude uređena dama, vjerna supruga, brižna majka i savršeno pedantna kućanica. Muška priroda je sve ono što ženska nije: On se bavi prljavom politikom ili možda radi u drvnoj industriji, odnosno prihvata društvene odgovornosti za obaveze koje žena fizički, intelektualno ili moralno ne bi mogla (niti trebala) obavljati. Poslovi koje žene obavljaju uglavnom su prezentirani kao nastavak onih vještina za koje su žene *predodređene* svojom biologijom i tradicijom.

“Naš pješčar I ugljenar voze I izvikuju svoju robu, bijelu i crnu – black and white! – rekli bismo, već sto godina uvijek istim riječima, istim naglaskom i pripjevom. “Pijeska belega, pijsko – o – o – o !”, povik, koji se gotovo ne da imitirati; jednako kao i onaj drugi: “Vuglena bukova gospoja!”... I tako tumarajući i pjevajući gradskim ulicama, do večeri je pješčar već bijel, a ugljenar crn, da sve konkurira dimnjaka. (...) Zagrebačko rublje pere se u Šestinama. Šestine primaju uprljano i vraćaju čisto u grad. To je šestinska industrija na veliko. Svake nedjelje dolaze mlade i stare Šestinske seljakinje u svojoj slikovitoj nošnji u grad i dijele oprano rublje po kućama

i pobiru presvučeno, zamataju ga u ponjeve, i nose na kola, na kojima imade po dvadesetak takih velikih zamotaka.”<sup>6</sup>

Muški i ženski svijet su posve odvojene i tek iznimno preklapajuće sfere života, što je analogno s podjelom na javnu i privatnu sferu. Kao što to J. Simon u *L’ouvriere* (prema Wallach Scott, 2003.) pojednostavljeno objašnjava sintagmom "žena koja postane radnica, više nije žena", problematično je bilo miješanje rada i esencijalne prirode *ženskosti* čime se ugrožavaju ženina konstitutivna obilježja: emotivna fragilnost, moralnost i majčinstvo.

Premda je ovaj tjednik isticao načelno pozitivan stav prema ženskoj emancipaciji, on to nikada nije činio na ozbiljan, društveno angažiran i kritički način. Tako *Svijet* u ovoj prvoj fazi svojedobno izvještava o velikom uspjehu prve zastupnice američkog Senata, Hattie W. Caraway (no opominjući da je ona tek zamijenila mjesto svojeg preminulog supruga) ili piše o velikom uspjehu transatlantskog leta Amelie Earhart 1928. nazivajući ju u dalnjem tekstu "Lady Lindy"<sup>7</sup>. I Carraway i Earhart tako su dobile svoj komad medijskog prostora i u svjetskim novinama i u zagrebačkom *Svjetu*, no takva formulacija koja im odriče pravo na puni identitet zapravo je služila afirmaciji i legitimaciji postojeće neravnopravne društvene strukture. Drugi problem s *oslobađajućom* perspektivom žene u *Svjetu* koju tjednik naoko validira tekstovima o ženi koja bira (muškarca, odjeću i slično) leži upravo u činjenici da je njegovo osnovno polazište u definiciji žene materijalističko, a njezina najistaknutija karakteristika je neraskidiva veza sa blještećim, trivijalnim i mondenim svijetom kojeg ozbiljan muškarac nije dio. "Zagrebčanka voli pokrete, rješava "žensko pitanje", traži jednakost sa jakim spolom (kad već nosi Bubikopf a la garcon i smoking!), aktivno i pasivno pravo glasa, da sudi zločincima, da ne bude ropkinja, već slobodna kao ptica, koja leti prostim zrakom."<sup>8</sup> Naravno, ovakve rodne reprezentacije iz najstarijeg hrvatskog pandana *Vanity Fairu* (prema Kolveshi, 2006) tek su idealizirani, fantastični i simbolički zgasnuti portret jugoslavenske žene pisan uvelike iz androcentrične perspektive.

Netom prije Prvog svjetskog rata, žene se na području Kraljevine Jugoslavije po prvi put u povijesti formalno uvode u radnički sektor, no nedugo nakon toga rat dovodi do stagnacije privrednog razvoja grada i negativno utječe na imigracijske trendove muškaraca i žena, kao i trendove zapošljavanja (Ograjšek Gorenjak, 2011). Ratni imaginarij stvara novu koncepciju

<sup>6</sup> "Zagrebački tipovi s ulice", 25. 09. 1926.

<sup>7</sup> Pritom se aludira na Charlesa Lindbergha.

<sup>8</sup> *Svijet*, Zagrebčanka i moda, 22.05.1926.

žene koja će u mnogim evropskim sredinama inauguirati ideju emancipacije u ekonomskom i političkom smislu. Dvadesetih godina prošlog stoljeća, s relativnom revitalizacijom ekonomije, u urbanim sredinama Kraljevine Jugoslavije osnivaju se pogoni tekstilne, kožne, prehrambene, kemijske i metalne industrije - industrijske grane koje zapošljavaju žene (ibid.). Sličan trend primjetan je i 1932. kada zbog ekonomске krize u državi raste broj radnica (ali i činovnica): radnice su, naime, slabije plaćene i time isplativija radna snaga, a relevantan faktor je i prosperitet tekstilne i kemijske industrije u kojima su pretežito zaposlene (za razliku od velike depresije u drvnoj industriji).<sup>9</sup> Međutim, prema Pilipoviću (2010), 1931. u Kraljevini Jugoslaviji preko 75% stanovništva još uvijek prezivljava od poljoprivrednog sektora u ruralnim sredinama kojima se glamurozni i mondeni tematski prilozi *Svijeta* ne obraćaju, pa krilatica časopisa "svak ga čita, svak ga voli" s naslovnice od 1. siječnja 1930. zapravo nema temelje u stvarnosti.



Slika 2.

"Svak ga čita, svak ga voli!", naslovnica od 01. 01. 1930.

---

<sup>9</sup> Radnice su u Kraljevini Jugoslaviji sačinjavale jednu četvrtinu od ukupnog broja radnika što je donja granica s obzirom na ostale europske države.

Dapače, revija u prvom desetljeću postojanja gotovo uopće ne adresira ovaj ogromni ruralni contingent osim kad spominje kumice kao radnice sa zagrebačkih ulica<sup>10</sup> ili ga suprotstavlja građanstvu pisanjem o narodnoj baštini (poglavito o nošnjama ili inkorporaciji narodnog veza u moderni motiv na haljini elegantne dame)<sup>11</sup>. Kao što Božidar Novak primjećuje, *Svijet* se čita "po gradovima u obiteljima inteligentnijih stališa" (Novak, 2005:242). U nastavku isti autor donosi sud o *Svjetu* kao apolitičnom mediju, no ovo možemo smatrati točnim samo ako u obzir uzmem formalnu definiciju politike kao arene političkih stranaka. U protivnom, *Svijet* je potrebno sagledati kao nositelja i medijatora povjesno povijesno situirane politike prema ženama.

Međuratni period obilježen je također i pitanjem ženskog prava glasa. Treba li ženama omogućiti potpunu integraciju u biračko tijelo ili ih ograničiti statusom, obrazovanjem i imovinom (Ograjšek Gorenjak, 2011)? Ženska je aktivistička scena očekivala da će poslijeratna demokratizacija društva značiti i izborni pravo žene kao u mnogim drugim europskim državama<sup>12</sup>, no izbornim zakonom iz 1922. pravo glasa dodjeljuje se samo muškarcima koji su navršili dvadeset i jednu godinu života, a zatim to isto ponavlja i Oktroirani Ustav Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca iz 1931 (ibid.). Dodatno, Zakonom o državljanstvu iz 1934. propisano je kako žena mora imati državljanstvo supruga, odnosno udajom za stranca automatski gubi državljanstvo Kraljevine Jugoslavije. Dapače: "Kraljevina Jugoslavija nije tijekom čitavog svojeg postojanja imala jedinstveni građanski zakonik. U njoj je bilo šest pravnih područja, i pet-šest priznatih vjera<sup>13</sup> koje su nerijetko bile u koliziji. Jedina im je zajednička crta, prema analizi A. Prokop, bio "patrijarhalni sistem" (Sklevicky, 1996:90).

Preuzimanjem inozemnih sadržaja (napose pariške mode, a onda i tehnološke fascinacije Amerikom, i egzotiziranim utjecajima u umjetnosti i arhitekturi) dvadesetih i tridesetih godina 20. st. kroz revije poput *Svijeta* prodrmalo se tradicionalno definiranje rodnih identiteta i tradicionalni sustav vrijedosti, no za veliku većinu žena stvarnost je i dalje bila ograničena faktičnom isključenošću iz društveno relevantnih procesa. *Svijet* je pisan

---

<sup>10</sup> *Svijet*, Zagrebački tipovi s ulice, 25.09.1926.

<sup>11</sup> Naše moderne gospođe i narodno vezivo (27.02.1926.)

<sup>12</sup> 1927. Engleskinje dobivaju pravo glasa, a Francuskinje ga dobivaju 1936., no u Jugoslaviji žene će pravo glasa dobiti tek u periodu nakon Drugog Svjetskog rata.

<sup>13</sup> Svaka je priznata vjerska organizacija također donosila svoje propise o sklapanju, rastavi i poništenju braka.

uglavnom *zbog* žena koje su ga konzumirale, ali ne i *za* žene: njegove su teme, unatoč specifičnom stilskom izričaju, obilovale prikazima koji su zatvarali žene u rodno specifične okvire.

"I dok se gospodin suprug ljuti na bijeli samovez, koga nikako ne može da sveže oko ogrlice, dotle ga milostivica oblijetava sa stotinama pitanja, kako joj стоји ово, како он, je li bolje ovako, je li onako i sva ljuta opet konstatira, da on u najvažnijem trenutku ne pokazuje "nikakova interesa" za njenu toaletu, već samo za svoju kravatu i frak – uh, to je strašno, to je moralni debacle. I opet dolazi onaj stari prijekor, da muž ne razumije ženu, a on, jadnik, ne razumije, ni kako bi svladao neposlušnu kravatu."<sup>14</sup>

Većina žena u međuratnoj Kraljevini Jugoslaviji, a i kasnije, nisu živjele luksuznim životom kakvog je *Svijet* propagirao niti je za njih bilo samorazumljivo (ili moguće) njegovati se u vlastitom *boudoiru*, sezonski mijenjati odjeću i odlaziti na egzotična putovanja Afrikom, pa je upravo zavodljivim tekstovima prešutno stvoren prototip nove kulture konzumacije čija se iluzija luksusa i posjedovanja mogla okusiti listajući stranice magazina tiskane najsuvremenijim strojevima u državi. Neravnopravan položaj žena u ovome periodu legitimiran je i institucionaliziran, a stereotipija koja ga implicitno podržava sadržana je i u pripadajućim elitističkim sadržajima poput *Svijeta*.

#### **4. Od stereotipizacije do idealtipizacije: kako je stvorena *Zagrebčanka*?**

Judith Butler i mnoge druge autorice (poput Jasenke Kodrnje, 2008; Ankice Čakardić, 2013) koje su se gotovo aktivistički angažirale oko rješavanja "ženskog pitanja", nadovezuju se na glasovitu uzrečicu francuske intelektualke i spisateljice Simone de Beauvoir prema kojoj se ženom ne rađa nego postaje. Preuzimajući tu premisu, potrebno je razmotriti skrivene i vidljive procese kojima je u *Svjetu* stvorena generična slika žene kako bi se podcrtala plošnost i selektivnost medijske reprezentacije roda. Butler se u radu "Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory" (1988) oslanja na fenomenologiju kako bi objasnila identitet kao stiliziranu repeticiju pojedinih rodno određenih radnji. Intencionalni pokreti tijela i neosvještena gestikulacija utjelovljeni su rituali kojima konstituiramo iluziju rodno uokvirenog "Ja", no misliti da sami kontroliramo te upisane obrasce ponašanja posve je pogrešno. Tijelo je uvijek mehanizam činjenja,

<sup>14</sup> "U oči elitnog plesa zagrebačkih novinara", 09. 02. 1929.

dramatiziranja i reprodukcije povijesne situacije, a rod kao takav nikada ne eksternalizira neku svoju neopipljivu, jednoličnu suštinu već je konstrukcija koja vrlo uspješno prikriva svoju genezu (Butler, 1988:522). Ne samo žensko, već ljudsko tijelo općenito, politizirano je, ritualizirano i disciplinirano poviješću i praksama društvenog uokviravanja i kontrole (ibid.). Svi društveno relevantni procesi u ljudskoj povijesti vodili su prema ovome trenutku u kojem se sastaju stoljetne percepcije, izmišljene tradicije, velike i male povijesti, pokorenji i hegemoni - i redefiniraju ideju muškarca i žene, odnosno postuliraju pravila društveno prihvatljivih oblika ženskosti i muškosti.

U čitavom periodu prije Drugog svjetskog rata, gotovo da i nema članka koji u obraćanju ženama ne naglašava važnost ženske ljepote i uščuvanosti, manira dostoјnih dame, skladnog i gracioznog držanja, i modne osviještenosti - no sva toaleta ne vrijedi mnogo ako žena ne zna kako urediti kuću<sup>15</sup>. Žena je predmet pohvale, pokude i satire: i dama i laka "ženska", ponekad u liku Španjolke ili Arapkinje, no najčešće rastrošne i u jazz zaljubljene Zagrepčanke. Stav prema rastrošnosti moderne žene vidljiv je u inauguraciji imperativa glamuroznog, profinjenog stila života kao u tekstu "Luksuzna ženica od jutra do mraka". Portret je ovo tridesetogodišnje moderne žene koja svoje godine ne taji jer je za mladolik izgled njezina lica i tijela zadužen kult koji svakodnevno posvećuje sama sebi. "Najprije mnogo postim, a ja tako volim da se dobro najedem. Moji obroci to je vječna borba s kalorijama. Ustajem u devet, a onda nakon voća i ništa drugo, dolazi na red masaža".<sup>16</sup> Ova Zagrepčanka redovito održava higijenu, gimnasticira, frizira se, pedikira i šminka, izlazi u bar i kazalište, ili u večernjim satima priređuje zabave za svoje jednakо luksuzne goste. Rodne granice se zamagljuju u ovome periodu pa će moderna žena večernju toaletu, ako poželi, zamijeniti smokingom ili sjesti za volan auta nakon treninga hazene. Ženska oslobođenost slavljenja u *Svijetu* izrazito je tjelesne i materijalne prirode čime se uspješno izbjegava otvoriti pitanje politike kojoj odgovara ovakvim opisima reducirati ženin potencijal i time je držati u poziciji zavisnosti. Unatoč glamuru i raskoši koju moderna dama živi, ona je nedvojbeno i dalje ograničena rodnim konvencijama koje ju stavljuju u neravnopravan položaj u odnosima moći. Isključena iz javnog života i stvarnog utjecaja, ona se zadovoljava iluzijom slobode i samostvarenosti: blještavim haljinama, muževljevom ili očevom lisnicom i uparivanjem modernog kupaćeg kostima s pripadajućim asesoarom za kupalište. Materijalističkim

---

<sup>15</sup> Za ženski svijet, 21.06.1930.

<sup>16</sup> Svijet, 04.12.1926.

gledištem *Svijet* stvara jednodimenzionalni portret žene, tipične *Zagrebčanke*, kojoj je jedina preokupacija u životu biti lijepom:

"Zagreb slovi sa svojih lijepih žena, koje se dijele: u djecu (dakako žensku), kevice ili bakfiše, puce, gospodjice, dame, milostive, stare frajle, udovice, bake I intelektualke. Sve nose kratke suknje I kratku kosu, a lice I usnice bojadišu raznim bojama prema godišnjoj dobi I kalendaru. One mijenjaju boju, ali čudi nikada..."<sup>17</sup>

Perspektiva kojom *Svijet* kreira sliku svoje protagonistice s druge je strane moralizirajuća i naglašeno lokalpatriotska. U tekstu "Mia Čorak", *Svijet* hvali vještinu prve hrvatske primabalerine, međutim ne propuštajući umetnuti komentar o njezinoj "vanredno lijepog glavi i savršenom obliku tijela" te istodobno opominje kako će isinska umjetnica, unatoč zamarnim ponudama iz inozemstva uvijek "ostati vjerna svojoj publici, svojem gradu i svojoj pozornici"<sup>18</sup>. Moderna dama je portretirana kao empatična (pa tako suosjeća s junakinjama ljubavnih romana) i predana dobrotvorka "stavljanjući se u nezavidnu i nezahvalnu službu sabiranja za zagrebačku sirotinu djecu i t. d."<sup>19</sup>

Čak i u tekstovima koji pozitivno afirmiraju ženinu novostečenu, no još uvijek vrlo rijetku prisutnost u ponekim javnim sferama života (poput umjetnosti), ženi se i dalje ne priznaje uspjeh sam po sebi: primjerice, u prilogu o Ivani Brlić Mažuranić koji slavi njezin literarni talent, već u četvrtoj rečenici spominje se kako joj je djed slavni ban pučanin Ivan Mažuranić, (neimenovana) baka joj je bila sestra utemeljitelja hrvatskog kazališta Dimitrija Demetra, otac joj je Vladimir Mažuranić, a muž Vatroslav Brlić, "sin vatrenog ilirca Andrije Torkvata".<sup>20</sup> Ovaj popis slavnih muških predaka pružio je kontekst u kojem njezina spisateljska kvaliteta može biti razumljiva i - prihvatljiva. Da radna kvaliteta žene nije samorazumljiva u periodu djelovanja prve faze *Svijeta* svjedoči i sljedeći citat:

"Naše su slikarice same sebi izvoštile ravnopravnost, za koju se naše žene drugih staleža tek bore. Na ovoj njihovoј izložbi vidimo nešto još više i jače. Malo ih je naime na toj izložbi, koje nemaju po dva prezimena. To znači, u prvom redu, da su supruge, u drugom, da su domaćice, u trećem kućanice, a u četvrtom neke i - majke. (...) To nam ih diže visoko u očima i za to taj umjetnički njihov rad je dvostruko, trostruko, a i četverostruko cijenjen i štovan."<sup>21</sup> Tekst

<sup>17</sup> "Zagreb kao velegrad", 24. 12. 1927.

<sup>18</sup> *Svijet*, 16.03.1935.

<sup>19</sup> ibid. str

<sup>20</sup> *Svijet*, 60-god. Ivane Brlić Mažuranić, 28.04.1934.

<sup>21</sup> *Svijet*, Među našim umjetnicama, 20.10.1928.

završava mišlu autora da moderna "žena nije samo žena, nije samo toaleta i šetnja i kavana i zabava"<sup>22</sup>.

Ispisujući ove retke, autor reafirmira stereotipne stavove o ženi dajući pritom paradoksalnu kritiku modno - dokoličarskoj svakodnevici novog vremena koju *Svijet* svojim tekstovima zapravo pomaže stvoriti. "(Radna) žena nije *samo žena*" - kao da biti ženom koja ne radi, znači živjeti banalnu, neproduktivnu egzistenciju. Obzirom da su vrata rada i obrazovanja u Kraljevini Jugoslaviji tada za žene tek odškrinuta, ova rečenica je vrlo simptomatična, manje kao progresivna tendencija u politici prema ženama, a više kao odraz (za žene) devalorizirajuće društvene pozicije. Žena koja postaje radnicom, dakle, nije *više žena*, a žena koja radi nije *samo žena*. Ovakvo izmještanje perspektive o radnoj ženi spojiti će se u ideji da žena načelno može i treba raditi, no samo neke poslove i ne za istu plaću kao muškarac (Ograjšek Gorenjak, 2011). Time će se diskriminatorska politika prema ženama nastaviti i nakon gašenja *Svijeta* 1936., a žene će vremenom postati preopterećene u pokušaju da se ostvare na području ekonomskog privređivanja i zadrže enkulturacijom upisanu *tradicionalnu* ulogu majke, supruge i kućanice.

## 5. Primjeri rodne reprezentacije u androcentričnom sustavu

Rodna dihotomija nije se u *Svijetu* naglašavala samo tekstovima o ženama već i neposredno - sadržajem poput humorističnih i satiričnih priloga, reklama i ilustracija. Slično kao i u primjeru karikature, vicevi i pošalice imaju za zadatku invertirati, istaknuti, ironizirati, odnosno dati impersonalnu kritiku vladajućoj društvenoj strukturi, političkom trenutku ili pak stereotipnoj karakteristici pojedinca. U humorističnom prilogu tjednika *Svijet* gotovo da i nema vica koji na neki način ne perpetuirala rodno podijeljenu strukturu društva, odnosno ne sadrži implicitno rodno vrednovanje: u jednom takvom primjeru tetka nećaku Branku nudi dinar u zamjenu za poljubac (što je primjer tipičnog rodno obojenog motiva u kojem je žena reprezentant emotivnog, a muškarac racionalnog), na što on s podsmijehom odgovara da će više profitirati ako popije ricinus. Žene su u vicevima uglavnom prepoznate kao brbljave pa je komičan element usmjeren njihovom ušutkavanju; sljedeća česta opcija je poigravanje s motivom ženske taštine pa je poanta vica u podrugljivom komentaru koji ponizuje subjekt,

---

<sup>22</sup> ibid. stranica?

vrlo često ismijavajući odstupanje žene od zamišljenog idealnog ljestvica ili (in)direktno ju nazivajući guskom, aždajom i slično.



Slika 3.

Humor u *Svjetu*, preuzeto iz: Ilustrirana tonfilmska revija *Svijet* : Zagreb 1926. - 1936.

Nerijetki su i vicevi u kojima se otkriva suprugova bračna indiskrecija pri čemu je smiješan element u tome što naivna supruga za nevjeru svojeg luckastog muža (još uvijek) ne zna, ili oni u kojima se muškarac prikazuje pačenikom u braku koji ga više ni najmanje ne usrećuje. U jednom takvom primjeru Rozalija pita Zvonka bi li ju još uvijek volio da se nisu vjenčali, a on joj odgovara "naravno, i daleko više". Muškarci su u vicevima o ženama, ljubavnicama i bračnim nedraćama uglavnom prikazani kao žrtve (rastrošnica, raspuštenica, prevrljivica, nesretnih brakova itd.).

U drugom tekstu, *Stara, nova i buduća naša generacija*, portretira se muškarac kroz tri generacije, i time se implicitno prikazuje kakav (ne) bi trebao biti u novom, postratnom vremenu. Predratni je muškarac u ovome tekstu prikazan kao biflant u lovnu na diplomu i dekret koji je "izvršio svoju dužnost nasprama roditeljima, profesorima i domovini"<sup>23</sup>, a zatim na scenu stupa (post)ratna generacija koja je knjigu zamijenila interesom za sport pa dolazi do intelektualne i moralne erozije: "Dane bi prospavao, a noći potratio po barovima, sa ženskinjama sumnjive prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, lijevao šampanjac i vitlao hiljadarkama, dok ih je bilo."<sup>24</sup> Moderno doba okrenulo je muškarca suviše prema kultu tijela

<sup>23</sup> *Svijet*, 06.03.1926.

<sup>24</sup> ibid.str

i "mondenom duhu bezbrižnosti, flertova, lagodnosti i užitka"<sup>25</sup>. Dok autor teksta kritizira ovakvo stanje muške okupiranosti trivijalnim i dekadentnim, za ženu su frivilne okupacije mondenim užicima i tjelesnom ljepotom neotuđive od vlastite prirode, pa se tako u tekstu posvećenom usmjeravanju mladih žena na buduća zanimanja, naglašava važnost da ženina vanjština u poslovnom okruženju bude uvijek ugodna: "Njega tijela vodi svaku ženu k uspjehu. Fini teint, mirisava kosa, divne ruke, sve to upliviše na poslodavca i mušterije simpatično i ugodno, a žene koje na sebe ne paze, upravo su nepočudne"<sup>26</sup>. Dakle, ne samo da žena koja drži do svojeg ugleda mora biti okupirana "banalnošću" poput tjelesnog izgleda, već su neugledne žene opisane i kao nemoralne pri čemu se na ženu stvara implicitni pritisak da se potčini degradirajućim *standardima ženskosti*. Stil kojim se pritom piše je vrlo autoritaran i imperativan, stil je to koji ne predlaže već diktira. Ta diktatura nije šestosječanska, no svakako je politička u kontekstu discipliniranja i normaliziranja tijela. Prema Susan Bordo "...ljudsko tijelo je politički upisani subjekt, njegova fiziologija i morfologija je oblikovana povijestima i praksama zatvaranja i kontrole" (King, 2004:31, prema Bordo, 1993:21)<sup>27</sup>.

Stvaranje i perpetuiranje mode i tjelesnih ideaala društveni su pritisak na uniformiziranje ženskog izgleda, i upravo zbog ovakvih pritisaka, *Svijet* se pokazuje fantastičnim medijem za iskušavanje novih marketinških strategija. Međutim, ono što se reklamira, da bi reklama bila uspješna, ne može pojedincu ostavljati prostor stvarnog biranja već mora, u zamjenu za novac, u jednoj slici ili rečenici potencijalnom kupcu ponuditi kodirani paket sreće, zadovoljstva, uspjeha i ljepote, najčešće dovoljno nejasan da ga kupac ne prepozna kao strategiju, a opet dovoljno jasan da u što većem broju ljudi stvari žudnju za nedostiznim životom koji se može okusiti detaljnim iščitavanjem *Svijeta*. Pod iluzijom teksta o pariškoj modi i šeširima inspiriranim Parizom u tekstu "Paris - Zagreb", piše se tako zapravo o novootvorenom dućanu Ethel, a upravo ta neopipljiva, no tako privlačna suština elegantnog i luksuznog pariškog šika ili luckaste modernosti, u *Svjetu* predstavlja novi Zagreb, velegrad po mjeri *modernog čovjeka*.

---

<sup>25</sup> *Svijet*, 16.07.1932.

<sup>26</sup> *Svijet*, "Čime da se zanimam?", 06.10.1928.

<sup>27</sup> "...the human body is itself a politically inscribed entity, its physiology and morphology shaped by histories and practices of containment and control" (King, 2004:31, prema Bordo, 1993:21).

## **6. Slikovno konstruiranje roda u *Svijetu***

Prema Stuartu Hallu identitet je pogrešno shvatiti na esencijalistički spram strategiskog i pozicijskog načina: "To nije takozvani povratak korijenima nego pomirenje sa svojim koracima" (Hall, 2001:217). U tom smislu, bitno je definirati rodni identitet kao dinamičan proces predstavljanja. Promišljanje identiteta kao strategije implicitno zahtijeva i razmatranje stereotipa koji su petrificirali rodna obilježja i uloge. Prema Hallu, identiteti se konstruiraju kroz razlike i u odnosu s Drugim, i unutar reprezentacije. Iz biologističke perspektive, spol kao morfološka determinanta čovjeka, ono je što određuje (u "normalnim" okolnostima) i rod. Kad je netko spolno obilježen kao muškarac, a rodno se osjeća ženom (ili obratno), ta diskrepancija nosi određenu težinu i osudu društvu u kojem vlada prešutni standard normalnosti o istovjetnosti roda i spola. Dapače, ovi termini su i kolokvijalno shvaćeni vrlo često kao istoznačnice pa kad nam na osobnoj iskaznici piše spol, inherentno se prepostavlja da će i rod osobe odgovarati tom opisu. Tek u relativno novije vrijeme otvaraju se diskusije o epistemološkoj odvojivosti ova dva (ne)preklapajuća, simbolički, historijski i vrijednosno opterećena pojma.

Hall (ibid.) identifikaciju opisuje kao proces proces artikulacije, dinamičan i neprestano promjenjiv, odnosno oponira naturaliziranim definicijama za koje je identitet naprsto svrstavanje negdje u socijalnu strukturu. Na tragu onoga što Judith Butler u svojem fenomenološkom pristupu apologira, i Hall će vidjeti identifikaciju kao konstantnu rekonstrukciju uslijed reiteracije svakodnevnih radnji i pokreta: "...prava se bit stvarnih identiteta nalazi u pitanjima povezanima s upotrebot resursa povijesti, jezika i kulture u procesu postajanja, prije negoli bivanja: ne "tko smo" ili "odakle dolazimo", nego što bismo mogli postati, kako smo reprezentirani i kako to utječe na našu reprezentaciju nas samih" (ibid., 218.). Prema tome, rodno određenje u kritičkoj analizi ne smijemo reducirati tek na statičan osjećaj pripadnosti određenom spolu čiji je prirodni nastavak rod - već je u srži rodne identifikacije zapravo reprezentacija po temporalno promjenjivom, no uvijek rodno podvojenom kulturnopovijesnom modelu. A kad govorimo o reprezentaciji - uvijek govorimo o odnosu moći.

Ako rodnu identifikaciju vidimo kao dinamičan proces reprezentacije, tada je jasno da *Svijet* nije neposredan dio mehanizma rodne identifikacije pojedinca, no svakako je dio mašinerije koja održava percepciju roda kao statičnog i nepromijenjivog dijela ljudske prirode. Velik broj tekstova koristi rodno obojene i stereotipizirane predloške pod kriptom autorativnog, sveznajućeg prenošenja "čitave slike stvarnosti". Nisu samo tekstovi bili

problematični u toj konstrukciji Žene koja vodi vrlo uzbudljiv, raskošan, *très chic* život: Otto Antonini je svojim slikama koje su redovito slavile žensku ljepotu i eleganciju također pomogao stvoriti rodno specifični ideal svojeg vremena. Žene Antoninijevih ilustracija redom su prekrasne, skladne, vitke, samouvjerene moderne dame iz urbanih sredina. One žive u art decou, nose Bubikopf, odijevaju smoking danju i večernje toalete noću, ukrašavaju se krznom zimi i japanskim suncobranom ljeti; "sanjaju, plešu i žive za charleston"<sup>28</sup> i jazz, posjećuju balove, jašu i voze auto.



Slika 4.

"—A — D — A — C / Automobilistica" naslovica Svijeta od 20. 04. 1929.

<sup>28</sup> Svijet, Epidemija charlestona, 20.11.1926.

Međutim: "Stil i anonimnost ključne su definicije njegovih ženskih portreta iz 'Svijeta' (Kolveshi, 2006:49)". Iako je riječ o portretima, portretirane žene nisu poosobljene. "Štoviše, one su bez karaktera, bez profesije, bez stava, bez imena, o njima ništa ne znamo. Stil vremena određuje njihovu idealiziranu i impersonalnu ljepotu te su samo prototipovi željenog, modernog izgleda" (ibid.). Jednako tako, i u pripadajućim tekstovima *Svijeta* opisane su bezimene, besposlene, beskarakterne ljepotice o kojima najčešće samo doznajemo da su (gotovo isključivo) Zagrepčanke. Zajedničko obilježje svih Antoninijevih ženskih portreta je neosoban pristup, i korištenje protagonistica kao rekvizita koje univerzalno dopunjaju ili uljepšavaju sliku.

Lokalna i nacionalna identifikacija ("zagrebačka ljepotica" ili "zagrebačka dama") jedna je od dvije vidljive karakteristike, uz klasnu pripadnost, najčešće anonimnih protagonistica *Svijeta*. Međutim, i za tekst o slavnoj Milki Trnini bitno je stoga naglasiti: "A ta Milka je naše, hrvatsko dijete, iz sela Vesišća kraj Vojnoga Križa"<sup>29</sup>, odnosno da je "...Mia Čorak velika umjetnica, koju bi već kao našu, Zagrebčanku, morali zadržati u našoj sredini"<sup>30</sup>. Premda *Svijet* naizgled nema politički pravac, neprestano naglašavanje lokalnog i nacionalnog identiteta protagonistica vjerojatno ima prešutni, politički orijentirani karakter. Ovo nije neobično obzirom da su žene u međuratnom periodu vrlo često simbolički bivale označene kao čuvarice granice i predstavnice kolektiviteta, kao simbol doma i čuvateljice sjećanja. Primjerice, na ilustraciji Žena uz more / Žalovanje od 07.07.1928., prikazana je zamišljena i sjetna figura žene u dugačkoj ravnoj haljini koja sjedi povijenih nogu što je "prigodna naslovница uz prilog u "Svjetu" o pogrebu trojice mladića, žrtava prosvjeda u Zagrebu u povodu umorstva hrvatskih zastupnika u Narodnoj skupštini u Beogradu" (Kolveshi, 2006:92). Ipak, osnovni razlog pridavanja lokalnog i nacionalnog identiteta reviji bila je demografija čitateljstva kojemu je *Svijet* bio namijenjen. Ovo je bio časopis koji je nedvojbeno prepoznao potrebe publike i koji je znao ponuditi sadržaj koji će čitatelje, dobrostojeće kupce, zanimati: fantaziju glamura, pariških haljina i parfema, egzotičnog Chinatowna. Štoviše, on je točno znao kako u tu vizuru uvesti čitateljice tako da one postanu prividnim sudionicama te fantazije. Ne pruživši svojim ilustriranim ili opisanim protagonisticama kontekst i ime, *Svijet* je čitateljicama dao mogućnost da u liku na naslovnici ugledaju - sebe! Revija se obraćala svojim čitateljicama vrlo laskavim tonom, igrajući upravo na kartu ženske taštine. Tako su *Zagrebčanke* gotovo uvijek opisane kao lijepe, drage, mile,

<sup>29</sup> Svijet, 70 - god. života Milke Trnine, 01.01.1934.

<sup>30</sup> Svijet, Mia Čorak, 28.01.1933.

napredne, socijalno osviještene, moderne, kulturno uzdignute, divlje na plesnom podiju ili pak prave damice. *Svijet* će za njih organizirati natječaj ljepotica na kupalištima, uvjeren da će odaziv biti velik jer prelijepih djevojaka "imade na pretek iz svih naših krajeva"<sup>31</sup>, a na tim istim kupalištima: "(...) se i stari debeli "Feinschmekeri" iliti sladokusci, upravo gurmani, nasladjuju, gledajući taj mladi ženski svijet, te zlatne ribice, Nimfice i Sirene te vode srebrobjene..."<sup>32</sup>



Slika 5.

"Zagrljene", 25. 07. 1932.

---

<sup>31</sup> *Svijet*, 25.06.1927.

<sup>32</sup> *Svijet*, Na Savi i u Africi, 19.07.1930.

Laskavo intonirani tekstovi pisani su češće iz pozicije obožavatelja nego izvjestitelja, a dame u ovim crticama opisane su u superlativima, uglavnom dok su mlade i lijepе. Situaciju na kupalištu promatraju i starije dame koje, spazivši kako spomenuti sladokusci moraju sjesti na pivo nakon pogleda na ove oskudno odjevene savske nimfe, komentiraju da su djevojke gotovo gole i uzdišu: "Uh, kako je svijet pokvaren!"<sup>33</sup> Novinari *Svijeta* dosta se često poigravaju s motivom žensko - ženske mizoginije, ljubomore i jala pa se u članku "Iz ženskog svijeta" piše da je film "zahvalna tema za opaske, čavrlijanja, zlobne primjedbe, garnirane s malo starog "horvackog jala" koji je tim papreniji, je je - ženski"<sup>34</sup>, a u drugome se tekstu iz 1930. navodi pak da dama "što je ljepša, toliko lakše triumfira nad slučajnostima i suparnicama."<sup>35</sup>

## 7. Pogled izvana: reprezentacija ženske putenosti

Teme za žene o kojima se u *Svjetu* piše uglavnom su uvijek utemeljene u tradicionalnoj rodnoj ulozi - žena je na ovaj ili onaj način uvijek portretirana kao dama, supruga, majka i(ljepotica. Međutim, unatoč posvećenosti ženama i "ženskim temama" u časopisu, pozicija iz koje *Svjet* piše nije ženska. To je, primjerice, pogotovo vidljivo u gotovo lascivnom tekstu "Nožice i samo nožice" iz 1927.: "Danas nije samo moda imati... nožice, već je to kategorički imperativ svake žene, sposobne za ljubav. To je malo indiskretno, ali istinito. Uostalom, sad se radi o nožicama, a ne o ljubavi, premda je jedno i drugo neprekidni lanac, o koji se veže "jaki spol". Ali ostanimo zasad kod nožica. Kad se veli: nožice, onda se samo po sebi razumije da su to lijepo noge - lijepo dame. (...) Ženo - ime ti je... nožica! Slatka nožica, ružičasta nožica, mala nožica - mačja capica! (...) Slavljeni i hvaljeni budi današnja žena, kad čovjek ne uzima mačku u vreći već vidi nožice svoje ženice."<sup>36</sup> Perspektiva iz koje je pisan ovaj, a i mnogi drugi tekstovi u *Svjetu*, perspektiva je muškarca - promatrača i komentatora općinjenog tom prekrasnom, mondenom, neimenovanom ženom s kupališta ili bala. U većini tekstova slavi se ženina vanjština i usvojeni maniri, njezino praćenje trendova, kulinarske sposobnosti, tankoćutnost i krhkost; u onim rjeđima satirički se ističe njezina taština, egocentrizam, prijetvornost i naivnost. Tako je u "Zagrebčanka i moda" objavljen

<sup>33</sup> ibid.

<sup>34</sup> *Svjet*, 01.01.1927.

<sup>35</sup> *Svjet*, Na početku sezone zabave i plesa, 11.01.1930.

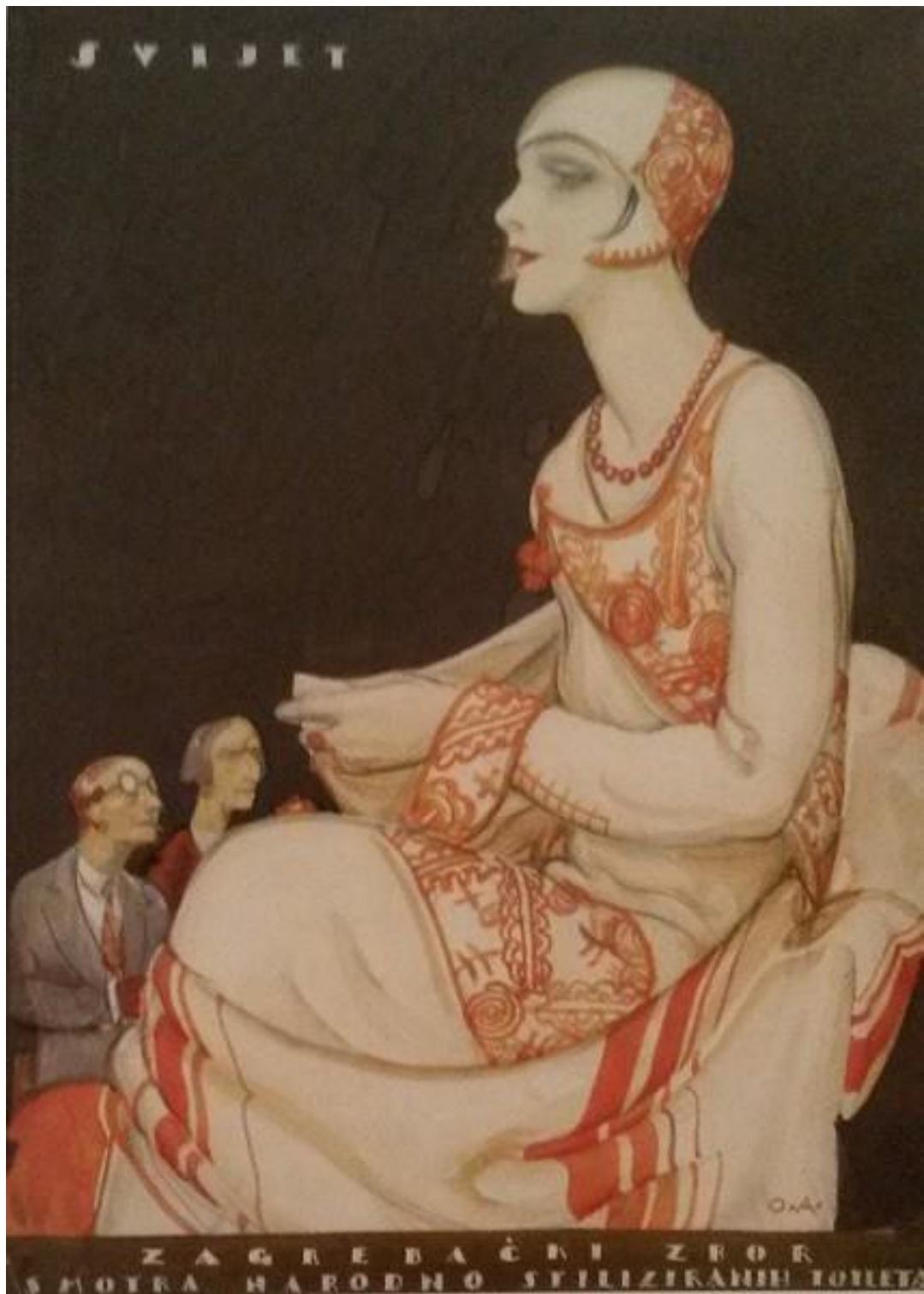
<sup>36</sup> *Svjet*, 24.12.1927.

opsežan opis dame koja je "...lijepa, feš, šik, divna, sjajna, okretna, marljiva, koketna, vjerna, nevjerna, lukava, domišljata, zavodljiva, nestošna...", ona voli "šport, zabave, jourove, five o clock tea, psiće, putovanja, cigaretu...", ona je poliglot i svira mnoge instrumente, "rado mijenja toaletu, preoblači se, gleda u modne žurnale, traži prvu modu, skupe svile, dragocjena krvna, lake cipelice, divne čarape, poetične šešire, ona je bajoslovno - skupa...". Zagrepčanka "...nesmiljeno reže kosu, preobrazuje glavu u Bubikopf, a sebe u muško...", a s druge strane "...razumije govor očiju, zamamnost decolletea, pokazuje nogu do koljena, na Savi i puno, puno više. Za njom idu, i ona za njima..."<sup>37</sup>

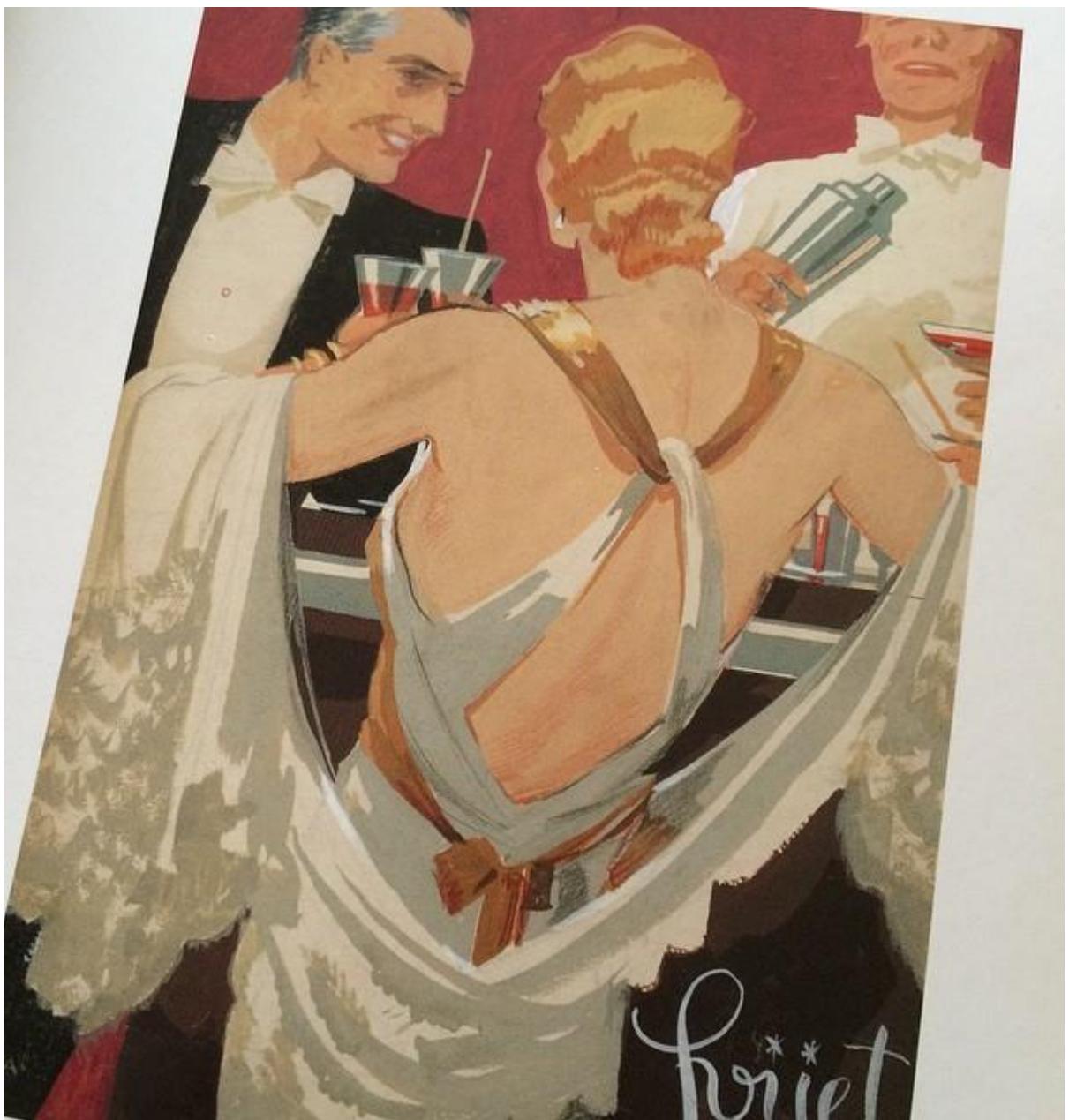
Vratimo se na trenutak na Stuarta Halla i njegovu viziju identifikacije kao dinamičnog procesa koji se odvija u reprezentaciji i u razlikovanju s Drugim. Prema njemu, tri su faze razvoja identiteta: fantazija, projekcija i idealizacija (Hall, 2001:217). Rodni identitet kao proces se u tom kontekstu formira u fluidnom preuzimanju fantazije (o rodu kao nizu statičnih, ahistoričnih, urođenih karakteristika), zatim projekciji te fantazije i naponslijetu internalizaciji, odnosno idealizaciji te fantazije kao nečeg potpuno neodvojivog od našeg *Ja*. *Svijet* je svojim reprezentacijama dame, *Zagrebčanke*, supruge, majke, radnice, rastrošnice, plesačice i pomodnice pomogao stvoriti fantaziju, stereotip Žene. Tko je zapravo ta žena o kojoj *Svijet* piše, je li stvarna ili je potpuno izmišljena? Taj podatak manje je bitan jer je efekt rodne dihotomizacije postignut: u neformalnom tonu isписан je ženski kodeks poželjnog ponašanja i izgleda, a žena je demarkirana kao *Druga* i *drugačija*. Varljive reprezentacije Žene, inspirirane mondenim Parizom ili možda dalekoistočnom egzotikom, umotane su u anegdote o gradskom životu i likove raznih ženica, damica i Nimfica, a zatim ponuđene čitateljicama koje su se s njima mogle poistovjetiti ili o njima makar fantazirati. Autoritativni stil pisca (prava Zagrepčanka *mora*, istinska dama *treba* itd.), validiran je činjenicom da u uredništvo pristižu fotografije novinske fotoagencije Foto Bonney (Therese Boney) preko kojih je tjednik tekstualno, ali i vizualno - Antoninijevim ilustracijama - tumačio trendove s pariških ulica i revija. Dodatno, u pozadini te fantazije leži iluzija muškog pogleda. Na ilustraciji naslovnice *Svijeta* iz 20. listopada 1928. godine, naziva "Zagrebački zbor / Smotra narodno stiliziranih toaleta", u prvom je planu lik lijepa, mlade, na bubikopf ošišane žene koja sjedi u luksuznoj opravi ornamentiziranoj narodnim motivom, a iz pozadine je sa zanimanjem promatraju dva, u odijelo obučena, gospodina.

---

<sup>37</sup> *Svijet*, 22.05.1926.



Slika 6.  
“Zagrebački zbor / Smotra narodno stiliziranih toileta”, 20. 10. 1928.

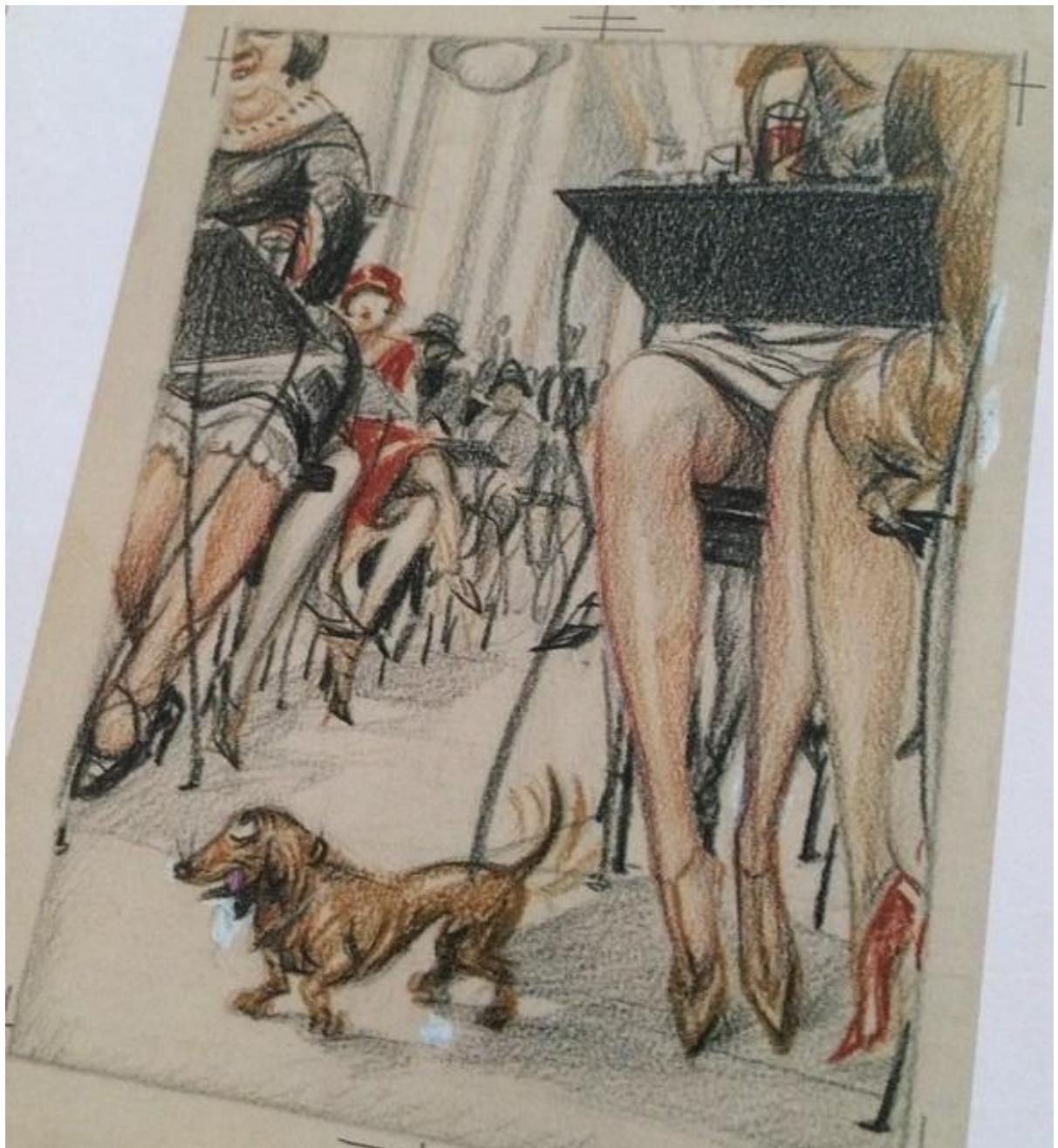


Slika 7.

"U modi su gola leđa!", 30. 01. 1932.

U drugome primjeru, na naslovnici naziva "U modi su gola leđa!" iz 30. siječnja 1932., prikazana je žena okrenuta leđima, u večernjoj toaleti, kako u baru uz piće čavrlja s otmjenim gospodinom čije držanje tijela sugerira kako je naprsto oduševljen njezinim sjajnim izgledom. Ponovno, protagonistica bez lica i identiteta koja u ovoj ilustraciji prikazuje nadolazeći trend - haljinu otvorenih leđa - stavljena je u poziciju objekta koji plijeni mušku pozornost. Slično tome, na ilustraciji "Zagrebčanka iz pasje perspektive / Na kavanskoj

terasi"<sup>38</sup>, u prvom je planu scena ženskih nogu u kratkim, zadignutim suknjama, gledana iz "pseće" perspektive pri čemu Antonini, u figurativnoj ulozi psa, zapravo prikazuje mušku opsesiju lijepim ženskim nogama.



Slika 8.

"Zagrebčanka iz pasje perspektive / Na kavanskoj terasi", 22. 05. 1926.

---

<sup>38</sup> Svijet, 22. svibnja 1926.

Ove ilustracije vrlo su jasan indikator povezanosti zamišljenog idealnog ženske ljepote i tjelesnosti, i prešutne muške potvrde: u *Svijetu* je muškarac predstavljen kao osnovni motiv ženskog uljepšavanja. Za Johna Bergera (1972), "muški", odnosno objektivizirajući pogled je ženski "način viđenja" stvarnosti koji ustvari implicira odobravanje (najčešće nevidljivog) muškog promatrača. Čitateljica, prema Bergeru (ibid.) nesvesno može internalizirati muški pogled iz tekstova koji diktiraju najnoviju modu opisujući pritom ljepotu ženinih nogu i dekoltea, ili iz ilustracija koje poistovjećuju žensku ljepotu i uređenost s muškom pažnjom i čudoređem. Pri listanju tjednika opsjednutog modnom i statusnom prezentacijom, koji ustvari reprezentira anonimno i nepostojeće savršenstvo, čitateljica vrlo lako može (u kontrastu sa hiperritualiziranim slikama i idealiziranim tekstovima) početi razmatrati i ocjenjivati vlastiti izgled i društvenu poziciju. Ta imaginarna zagrebačka dama iz *Svijeta* nije samo financijski dobrostojeća (što se ogleda u bogatoj kolekciji bundica i posebnoj plesnoj haljini za svaku novu prigodu), ona je i obrazovana pa zna mnoge jezike, i lijepa - vitka, mlada, sve joj pristaje; ona uživa status, privlači mušku pozornost, samostalna je u odlučivanju pa u prirodu odlazi bez muške pratnje. Nova žena međuratnog perioda koja istodobno koketira s muškarcima i muškom modom, prototip je i najava novog društva sve više opterećenog stranim utjecajima, ali i magičnim učinkom posjedovanja. Ideja da novac i status mogu kupiti sreću zasigurno nije nova, no s tiskovinama poput *Svijeta* koje polako, ali sigurno postaju dio masovnomedijske mašinerije, ta se ideja počinje širiti u sve slojeve društva. Sve prisutnija je percepcija da se sreću može komodificirati i da su ljepota, luksuz i status nadomak ruke - tako se slika prve jugoslavenske misice i ujedno Miss Europe 1927., Štefice Vidačić, nalazi na reklami za *Elida shampoo* uz napomenu kako ga i sama Miss koristi; ljekarna Zimmerman se u *Svijetu* pak reklamira nudeći "prvorazredne kozmetičke preparate za odlične gospodje", a salon Ema nudi trajnu ondulaciju jer "ništa ne pruža ženskom licu više miline i draži od valovite kose". Ovakvi se upisima stvarima i mjestima pridaje simboličko značenje i oni vremenom bivaju inskribirani u žensku percepciju, postajući kodom sami po sebi.

*Miss Jugoslavija*  
upotrebljava „Elida Shampoo“

Čini kosu svilenkastom i mekom  
Daje joj ugodan miris  
Čisti temeljito sa bogatom pjenom  
Spriječava pehut i opadanje kose.

# ELIDA SHAMPOO

Slika 9.

Reklama za Elida šampon sa Šteficom Vidačić

Koristiti Elida šampon nije više samo pitanje osobne higijene: ovom strategijom specifična marka šampona biva vezana za specifičan lik (u ovome slučaju službeno najljepšu europsku damu za 1927. godinu) i time dotad običan šampon najednom dobiva novo značaje, odnosno postaje simbolički vezan za dobar izgled i status djevojke na putu prema holivudskoj slavi. Žiri, sastavljen redom od uglađenih muškaraca (među kojima je bio i sam Antonini), odabrao je ovu djevojku na jugoslavenskom natjecanju kao reprezentativni primjerak ljepote, postavio ju na naslovnicu *Svijeta* 08. kolovoza 1927. i od nje u kratkom roku stvorio

zvijezdu, šaljući time (ne)posredno poruku svim čitatelji(ca)ma o fizičkoj ljepoti kao velikom ženinom resursu i, štoviše, o potencijalu da se ugodnom vanjštinom dosegne uspjeh, status i bogatstvo. Nova zvijezda Štefica Vidačić, kako je opisana u *Svijetu*, utjelovljenje je glamura i simbol brzopotrešnih trendova: "Mase svijeta, burni poklici i pozdravi, cvijeće i opet - novinari, a onda fotografiranje. A već su njezin bubikopf počele imitirati naše gospodje i gospodjice kao frizuru "a la Miss Jugoslavija" nu ne za dugo, jer je Miss Europa osvanula u novoj frizuri - nazivimo ju "a la Miss Europa".<sup>39</sup> Ova svježa, no sve glasnija propaganda masovne kulture suptilno se time uvlači u jugoslavensko društvo i postavlja temelje za izgradnju novog, konzumerističkog i zapadnocentričnog društva.

## 8. Rodni identitet kao prepreka

Spol i rod su označke moći; način razumijevanja svijeta i osovina konstrukcije *Svijeta*; društvena organizacija spolne različitosti; povjesno proizvedeni oblici znanja; posljedice i agensi konstantnog pregovaranja i konflikta. U tom smislu, ovo poglavlje demonstrira tezu da niti društvene pojavnosti prikazane relevantnima u *Svijetu* nisu rodno neutralne već su obojane naoko prirodnom rodnom hijerarhijom i koriste se za legitimaciju već postojeće vrijednosno opterećene ljestvice. Gay Bryant (prema Barreto, Ryan i Schmitt, 2008:5) je 1984. prvi iskoristio termin "stakleni strop" kako bi opisao nevidljivu granicu na kojoj se žene u svojem obrazovanju i karijeri zaustavljaju premda im je formalno omogućeno jednak napredovanje kao i muškarcima. U Kraljevini Jugoslaviji žene čak niti formalno nisu mogle biti u jednakom povoljnem položaju što je vidljivo u izostanku mogućnosti ženske političke moći (nedostatku ženskog prava glasa), ekonomskoj potlačenosti (žene su manje plaćene za rad od muškaraca) i tradicionalističkom shvaćanju ženske uloge i pozicije (Ograjšek Gorenjak, 2011). Premda se entuzijastično ističe da je Zagrebčanka "...organizatorka, predsjednica, tajnica, blagajnica, profesorica, tipkačica, kontuaristica, kuvarica, telefonistica..."<sup>40</sup>, odnosno da može obavljati mnoga i raznovrsna zanimanja, u tekstu "Čime da se zanimam?" iz 1928. autor konkretnije piše kako: "Licejka nastavlja rado daljnje nauke na sveučilištu, ali to je mnogo puta radi skučenih finansijskih prilika nemoguće. Stoga se ona posvećuje praktičnim zanimanjima koja je čine pomoćnicom muškarca..." i napisljeku: "Mora se napomenuti, da imade žena, koje energijom i uspješnim djelovanjem nikako ne zaostaju za muškarcima".

---

<sup>39</sup> Svijet, Štefica Vidačić - Miss Jugoslavija - Miss Europa, 19.03.1927.

<sup>40</sup> Svijet, Zagrebčanka i moda, 22.05.1926.

Stavljanje naglaska na ženinu radnu etiku tek je prividno afirmativna politika prema ženama jer u temelju ovakvog društvenog stava leži ideja muške *prvosti* i ženske *drugosti*. Muškarac je taj koji postavlja mjerilo poslovne sposobnosti, a žena ga tek prati - i trudom i položajem. Ova zamisao o muškarcu koji vodi i ženi koja slijedi, povezana je i s konceptom tehnološkog, civilizacijskog, muškog napretka kojeg *Svijet* sa zanimanjem prati. Facinacijom tehnokulturom, urbanističkim planovima, zrakoplovima, automobilima i sportom, *Svijet* zapravo iskazuje divljenje javnom, *muškom* svijetu koji je jukstapozicioniran ženskom, privatnom, trivijalnom svijetu. Primjerice, kada je 1. veljače otvorena prva Domaćinska škola u Zagrebu (i Hrvatskoj), *Svijet* je ovaj događaj obilježio prikladnim tekstom o ustanovi koja će i siromašnijim djevojkama dati priliku da "...nauče sve, što je potrebno da znaju o svom budućem kućanstvu, kad postanu same svoje, samostalne gospodarice i domaćice."<sup>41</sup> Ponovno, ovakvi upisi koji naglašavaju privatnu sferu života kao područja ženske moći i samoaktualiziranosti, tek su naizgled afirmirajući za žene jer u svojoj suštini imaju retradicionalizirajuću funkciju: kako bi žena zaslužila svoj status i potvrdila svoju humanu kvalitetu, potrebno je da bude (i) dobra domaćica. Time se ženi suptilno ukazalo na njezino mjesto u socijalnoj strukturi, a stvarnoživotni i anegdotalni primjeri reprezentirani u tiskovinama popu *Svijeta* služili su kao podloga na koju su se takve koncepcije mogle nadovezati. Rodna dihotomizacija izuzetno je vidljiva u tekstualnim primjerima u kojima se na neki način propituje tradicionalna podjela uloga, primjerice kad se piše o (ženskom) natjecateljskom sportu ili o zamagljenju muško - ženskih granica u modnom smislu. 1926. godine *Svijet* najavljuje smoking kao novi pomodni način odijevanja ženskog tijela, a zatim 1930. s odmakom komentira odbacivanje smokinga: "Sve što se uziglo protiv potpunog feminiziranja ženske mode, ostalo je bez odziva, jer je sama žena osjetila, da je njega uloga mladenačke naivke na pozornici života odigrana."<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Domaćinska škola u Zagrebu, 04.02.1928.

<sup>42</sup> *Svijet*, Najnovije kreacije mode: značenje krznenog ukrasa, 18.10.1930.



Slika 10.

"Ženski smoking / Smoking – senzacija današnje mode", 27. 03. 1926.

Dvadesetih godina 20. stoljeća jača kult tijela, opsjednutost sunčevom energijom, gimnasticiranjem, "snagom i ljepotom čovječjeg tijela"<sup>43</sup>. Krilaticom "Tijelo kržljavi, a duh u takvom tijelu postaje trom, slab, plitak"<sup>44</sup> ističe se važnost tjelovježbe koja postaje "drugom higijenom". Sport je povezan s prestižem: treniraju se tenis, *hockey*, hazena, nogomet, plivanje i skijanje, a svaka od tih disciplina ima propisanu opravu kojoj se teži dati neki razlikovni, moderni pečat. Neki su sportovi pogodni za muškarce i žene (poput skijanja koje je ponekad na naslovnicama *Svijeta* predstavljeno u obliku moderno obučene skijašice), a neki su rodno označeni: hazena će tako "medju ženskim svijetom naskoro uživati interes i

<sup>43</sup> Svijet, Snaga i ljepota čovječjeg tijela, 10.07.1926.

<sup>44</sup> ibid.

simpatije, koje uživa nogomet kod muškaraca."<sup>45</sup> Preagresivni sportovi nikako nisu namijenjeni ženama, niti se od njih očekuje vatreći natjecateljski karakter, već ih se potiče na odlaske u šetnje, na kupališta, skijališta. Čak i centralne institucije prepoznaju važnost bavljenja tjelovježbom koja se promatra u kontekstu uspješne prokreacije, zdravlja kolektiva i nacionalne snage (prema Ograjšek Gorenjak, 2011) pa ideja gradnje parkova, poboljšanje savske infrastrukture i slično postaju dijelom urbanističkog plana razvoja Zagreba. U iznimnim primjerima kada se djevojke opisuju u situacijama sportskog natjecanja, gotovo se nikada ipak ne ističe izvanredni tjelesni domet tog pothvata na način na koji tekstovi inače obiluju divljenjem muškoj snazi i spretnosti - već se najčešće u prvi plan stavlja energičan i mladenački duh natjecateljica. I muška i ženska tijela u Kraljevini Jugoslaviji mogla su se, dakle, afirmirati kao nacionalne ikone, no u rodno prihvatljivim okvirima: muškarci kao stereotipni reprezentanti fizičke snage i agilnosti, bili su prihvatljivi simbolički pandan nacionalne snage, no žene - simbol ljepote, majčinstva i doma - nisu na isti način mogle predstavljati naciju (*ibid.*).<sup>46</sup> Vrlo sličan, ako ne i isti, dihotomizirajući simbolizam nalazimo i u kratkom segmentu "Zagrebačka djeca" gdje su djevojčice označene kao "mamine maze", a dječaci kao "tatin ponos".<sup>47</sup>

Kada govorimo o staklenom stropu, kontraproduktivno je reducirati ga samo na žensku nemogućnost najvišeg napretka u obrazovanju, karijari i politici (premda su ova indikatori, među drugima, nedvojbeno mjerodavni za ocjenu ženske involvirane uloge u javnoj sferi života). Stakleni strop kao nevidljiva sveobuhvatna barijera ženskoj emancamaciji vidljiv je u konstantnoj eksplisitnoj retradicionalizaciji rodne uloge kojom se transgeneracijski ponavlja ideja o spolno / rodno uvjetovanim (kognitivnim) sposobnostima, preferencijama i ukusima, kao i u implicitnoj osudi žene koja, primjerice, odbija ispuniti svoju *žensku* ulogu (domaćice, majke itd.) i time ne stječe status *prave žene*. Problem sa staklenim stropom je i njegova internalizacija kao "prirodne" pojavnosti u društvu. U androcentričnom društvu snaga, agresivnost i inicijativnost kodirani su tako da implicitno označavaju muškost, pravost i vodstvo, pa *ženstvena žena* - odnosno ona koja se ponaša, odijeva i misli *kao žena* - naprsto nije idealni kandidat za preuzimanje pozicije moći. To može uspješno uraditi tek moderna Amazonka, neosjetljiva, racionalna, *pomuškaračena* žena koja simbolički raskida sa svojom

---

<sup>45</sup> Svijet, Hazena, 10.04.1926.

<sup>46</sup> Osim tek iznimno, kada bi se u prenesenom značenju zemlja gotovo karikaturistički prikazivala opustošenom, osiromašenom, ranjenom.

<sup>47</sup> Svijet, 27.06.1931.

ženstvenošću i rodnim naslijeđem, i nalazi u teritorij rodnog ambiguiteta u kojem status i poštovanje ne zaslužuje zato što je uspješna, nego zato što nije nimalo nalik *tipičnoj* ženi.

Ipak, rodna segregiranost društva kao cjeline i jasno definiran rodni identitet pojedinca kriterij su normalnosti i ujedno oblik uspostave društvene kontrole. Kroz povijest, koncepti ženskosti i ženstvenosti neprestano su se redefinirali, no gotovo uvijek u pozadini tih procesa leži discipliniranje ženskog tijela i duha. Vodeći se idejom da moraju čuvati svoj ugled i moral, žene su se našle u zamci koja im je opstruirala slobodu. Kako se ne bi našle na margini društva, morale su se odijevati na određeni način, misliti (ili barem govoriti) na određeni način, poštovati određene formalne i neformalne društvene konvencije - samo zato što su žene (prema Hickey, 2013), a *Svijet* se u tom smislu, portretirajući Ženu u *tradicionalnom*, rodno podvojenom tonu, samo priklonio već postojećim društvenim obrascima. Međutim, u anticipaciji nadolazećeg Drugog svjetskog rata i političkih, demografskih, ekonomskih i ideoloških kolebanja, *Svijet* se gasi 1936. godine, a s njime i slika razmažene zagrebačke damice odlazi u prošlost.

## 9. Prema socijalizmu

Nakon Drugog Svjetskog rata, *Svijet* ponovno počinje izlaziti, no sada kao (polu)mjesečnik, i ne više u nakladništvu Tipografije već Vjesnika. To nije jedina preinaka u časopisu: pod uredništvom Smilje Dončević, časopis se tematski okreće širem čitateljstvu i uvodi rubrike u kojima čitateljice mogu od uredništva tražiti savjete pravne ili privatne prirode, a kasnije i komentirati ili kritizirati tekstove ranijih brojeva. U sociopolitičkom kontekstu, od zadnjeg broja *Svijeta* 1936. godine do prvog broja 1953. godine, mnogo se toga promijenilo u ekonomskom, političkom i društvenom kontekstu. Kraljevina Jugoslavija više ne postoji već ju je zamijenila Federativna Narodna Republika Jugoslavija; uvedeno je zatim i socijalističko uređenje, odnosno radničko samoupravljanje 1950. Zakonom o socijalističkom samoupravljanju. U takvoj političkoj klimi, žena se više no ikada prije potiče na konkretniji društveni angažman i u javnoj sferi života. Još 11. kolovoza 1945. godine, prvim Ustavom FNRJ, državljanke su Hrvatske napokon dobile pravo glasa, ali i nominalnu ravnopravnost s muškarcima u svim sferama državnog, sociopolitičkog i privrednog života, pravo na izbor za političku funkciju i jednaku plaću kao i muškarci - što je uvelike bilo omogućeno velikim angažmanom Antifašističke fronte žena (AFŽ). Konkretno, pripadnice su AFŽ-a validirane kao "tihe heroine" pobjedičkog rata, pomagačice Narodnooslobodilačkog pokretu, i pod ideacijom nacionalnih interesa njihov se društveni položaj uistinu donekle

popravio. No, samo donekle: prema pisanju Lydie Sklevicky u zborniku "Konji, žene, ratovi" (1996), rat je shvaćen kao područje muške djelatnosti, i u tom kontekstu je AFŽ unatoč velikom angažmanu, proglašen tek sporednim čimbenikom narodnooslobodilačke borbe.

Perzistiranje tradicionalnih rodnih obrazaca u novom političkom sustavu ranih pedesetih godina vidljivo je iz primjera ambivalentnosti AFŽ-a prema porodici: ona je ujedno i potreba i smetnja razvoju nove ženine društvene uloge, a ubrzo aktualna nacionalna ideologija metaforički državi pridaje ulogu "porodice svih poštenih i čestitih ljudi" afirmirajući time ženinu simboličku i praktičnu ulogu u stvaranju nacije. Socijalizam je obitelj pokušao izmjestiti iz privatne u javnu sferu deklarativnim preuzimanjem "...brige o obrazovanju djece, predškolskim ustanovama, zaštiti materinstva, socijalnom i zdravstvenom osiguranju" (Stanić, 2004:324). U prvim desetljećima nakon rata žene su svoju novu društvenu poziciju i dalje posmatrale kroz nastavljanje "prirodne" tradicionalne rodne uloge pa svoju zadaću svode na dobar odgoj djece i doprinos privredno - ekonomskom prosperitetu države. Ovakva perspektiva rezultat je spleta utjecaja - tradicije društva u kojem je žena živjela, obiteljskih vrijednosti, ali i kulta nove socijalističke države koja je za ženu namijenila ulogu radnice i odgajateljice novog, socijalistički indoktriniranog pomlatka. Unatoč tome što ovdje još nema naznaka stvarne emancipacije niti detradicionalizacije, socijalizam je očigledno dao povjesnu priliku da žene sebe učine vidljivima u javnoj sferi, pa su unatoč mnogim i dalje izraženim strukturalnim nepravilnostima (poput implicitne podjele profesija na "muške" i "ženske" pri čemu se *ženski poslovi* uglavnom i slabije plaćeni)<sup>48</sup> svoju novu poziciju načelno doživljavale kao vrlo pozitivnu društvenu promjenu. Velika zasluga AFŽ-a u ovome periodu svakako ide i sve većem opismenjavanju žena obzirom da se i prije formalnog utemeljenja Fronte (dakle, prije 1941.) organiziraju analfabetski tečajevi u gotovo svakom oslobođenom selu. U prikladno borbenom tonu, moto ove kampanje glasi: "Smrt nepismenosti - prosvjeta je oružje protiv neprijatelja" (Sklevicky, 1996:30) Vera Stein Erlich u knjizi "Jugoslavenska porodica u transformaciji" (1971) donosi neke od razloga izražene stope analfabetizma u ovome razdoblju:

"Za seljake u mnogim krajevima pismenost nije imala naročite privlačnosti niti ih je inspirirala da bi je sami stekli. Praktične koristi imali su od pismenosti malo. Literatura koja im je bila pristupačna bila je oksudna: osim kalendarja, novina i u nekim krajevima molitvenika slabo se čitalo. Popularnonaučnih knjiga, privlačnih časopisa sa slikama, lako razumljivih poljoprivrednih i tehničih publikacija bilo je premalo. Lektira je bila i preskupa, a za vrijeme krize potpuno nedokučiva" (Stein Erlich, 1971:341).

---

<sup>48</sup> Prema: Stanić, 2004:322

Ista autorica definira i obilježja patrijarhalnog poretka, među kojima i nepismenost kao normu, veliki autoritet muža (i svekra), strogoču spolnog morala i čvrstoću braka (ibid., 389). Percepcija *moderne žene* u *Svijetu* bit će uvelike utemeljena na negaciji poželjnosti ovih obilježja. (Poslijeratni) period općenito stvara novi ideal žene: "Iskustvo borbe stvorilo je novu ženu, koja više nije povučena, stidljiva, zatočenica u kući koja brine jedino za potrebe svog doma. Ona je izasla iz tog uskog kruga i osjetila se ravnopravnim članom naroda: govori na zborovima, čita i piše" (ibid., 51.).<sup>49</sup> Ideje koje će ženu motivirati u procesu emancipacije biti će, dakle, načelno usmjerene protiv tradicionalizirajućih tendencija. Međutim, koncept emancipacije i muško - ženske ravnopravnosti bit će uistinu tek uklopljen u širu sliku oslobođenog, socijalističkog čovjeka, dok će propagiranje *tradicionalnih ženskih vrednota* i dalje biti po potrebi eksplorativano u društvenom i političkom diskursu. Socijalizam je trebao nadvladati nehumanu, eksplorativnu prirodu kapitalizma i uključiti sve sposobne stanovnike u javni život, društveni rad van domaćinstva. Međutim, opcija nije bila privatni rad u domaćinstvu proglašiti društvenim radom jer, slijedom marksističkog učenja - rad označava društvenu proizvodnju, već se problem diskrepancije između privatnog i javnog pokušao riješiti zakonodavnim putem. Prema socijalističkom tumačenju Marxa i Engelsa, bit porodice nije izričaj čovjekove spolne prirode, već podizanje novih generacija ljudi što će u konačnici socijalizmu dati legitimitet da obitelj izmjesti iz privatne sfere i stavi je pod državni nadzor. Međutim, stvarno izmještanje žene iz tradicionalne pozicije u socijalizmu nije bio prioritet u praksi: tek uspostavom općeljudske jednakosti, riješiti se trebalo i "žensko pitanje". Iz tog razloga, 1953. godine AFŽ je ukinuta zbog "suvišnog bavljenja političkim radom" i zato što se smatralo da pitanja koja se neposredno tiču žena ne nastaju na osnovi spola, već klasne i konzervativne orientacije" (Čakardić, 2013:36).

Ženska subordiniranost shvaćena je velikim dijelom kao odraz povijesne manipulacije društvenom proizvodnjom u kojoj žene, zatvorene u privatnu sferu života, nisu imale gotovo nikakav utjecaj, pa se ženska emancipacija percipira kao proces gotovo identičan ženskom ekonomskom osamostaljenju. No, stvari ipak nisu toliko jednostavne: "Zamišljajući da je revolucionarnim obaranjem buržoazije rješeno i pitanje oslobađanja proletarijata, nije se vidjelo da radnička klasa, a time i žena kao njen dio, može ostati "u najamnom odnosu prema svojoj vlastitoj državi" (Vranicki, 1979:48). Prihvatanjem poslovnih, a zadržavanjem

---

<sup>49</sup> Prema: Nada Stremec, "Naša ženska štampa", *Žena u borbi*, 1945: 42- 43.

privatnih (kućanskih) obveza, žena je postala izuzetno opterećena u socijalizmu i time manje društveno aktivna. Konkretno, to znači da žensko uključivanje u javnu sferu života - u ekonomsku samostalnost, odnosno arenu političkog i društvenog utjecaja - opet nije realiziralo ideju oslobođenja i izjednačavanja već je, naprotiv, ženu dodatno otuđilo. Dodatno, Olivera Burić zamjećuje kako proces društvenog oslobođenja s jedne strane pokazuje nominalnu rodnu ravnopravnost, masovno zapošljavanje i obrazovanje žena, prodiranje u nova zaposlenja i pripomoć u kućanstvu, a s druge progresivno smanjenje udjela žena na rukovodećim funkcijama (Burić, 1979:90).

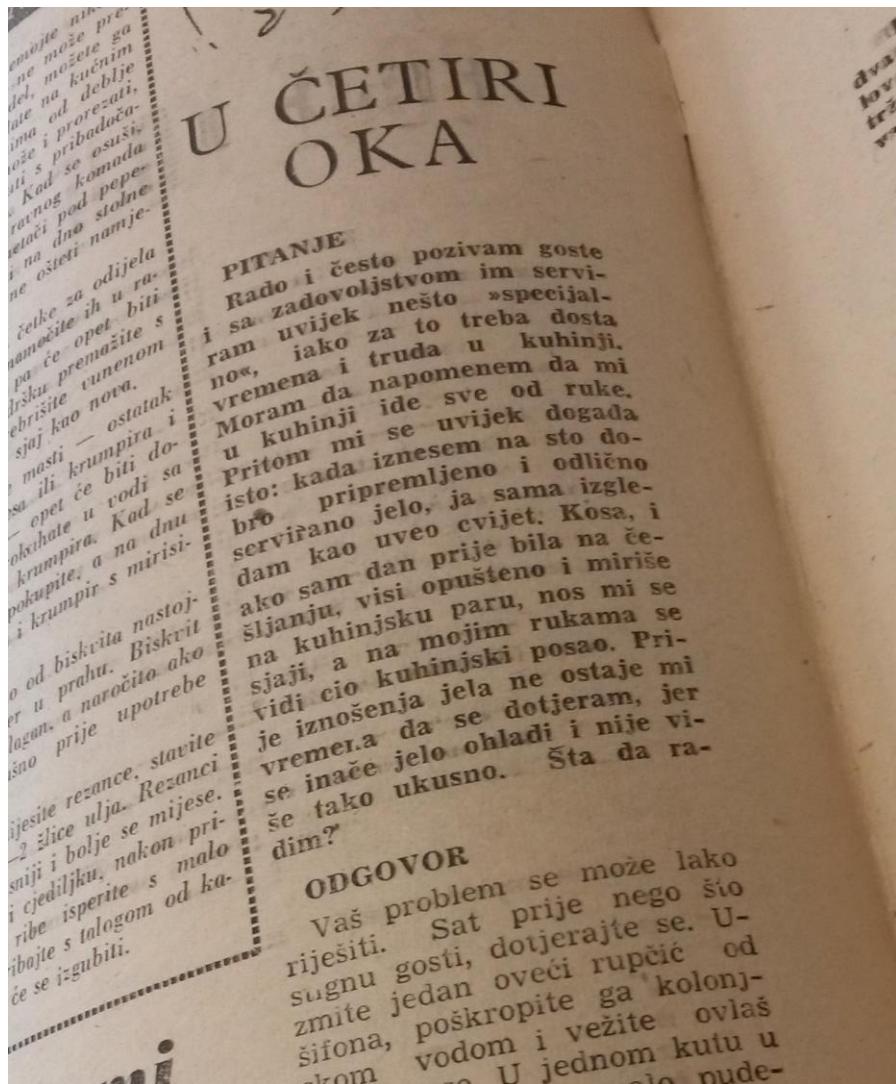
## 10. Nova faza, stare koncepcije

U siječnju 1953. godine izlazi prvi broj novog *Svijeta* koji nastavlja tradiciju prethodnika: pisan je uglavnom u modnom (mondenom) tonu, te donosi po jednu novelu ili dio romana u svakome broju, kao i priloge o kućanstvu, ženskoj njezi i higijeni; o arhitekturi i uređenju interijera, aktualnostima u filmu i kazalištu. Na svakoj naslovnici *Svijeta* koji isprva izlazi polumjesečno, a kasnije mjesečno, nalazi se po jedan anonimni, uniformizirani ženski model, odjeven u najmodernije boje i krojeve, koji daje vizualni identitet časopisu. Kao i ranije, časopis je i u drugoj polovini 20. st. numeriran karakteristično stiliziranim brojem u kutu naslovnice, a novost je pregled sadržaja na prvoj stranici. Osim toga, primjetna je i promjena u stilu pisanja: tekstovi koje sada po prvi put uređuje žena, Smilja Dončević, pokušavaju djelovati zrelijie i profesionalnije pa više nema infantilnog, tepajućeg obraćanja čitateljicama u deminutivima, niti slatkorječivih, lascivnih tekstova kakve je ranije objavljivao *Svijet* pod paskom muških urednika.

Ako je *Svijet* ranije i bio namijenjen svima (što je htio sugerirati ilustracijom naslovnice od 1. siječnja 1930. i pripadajućim tekstom: "svak ga čita, svak ga voli"), pedesetih godina se definitivno prenamijenio u časopis rezerviran za žene. U ovoj novoj fazi *Svijet* ne generira samo nove životne stilove (kao što je to činio u Kraljevini Jugoslaviji) već s oprezom otvara i poneke kontraverzne teme. Žene se potiče na samostalnost, obrazovanje i razvoj novih vještina, a sve to pod parolom da svaka čitateljica, uz *Svijet*, može naučiti kako biti dotjerana, moderna i samoosviještena - čak i s malo novaca i vremena. Nova redakcija ne piše više o luksuznim ženicama čija se vrijednost mjeri u ormarima novih haljina, niti za dame iz visokog društva - već za kućanice, radnice i obiteljske žene koje sačinjavaju većinu u FNRJ-

u, ali i koje simboliziraju novi ideal socijalističkog, bezklasnog društva. Uz zabavni karakter, vrlo je važno uočiti da ovaj magazin ima i jaku obrazovnu notu za žene koje preko njega mogu steći osnovna znanja o svojim obvezama prema kućanstvu i kulinarstvu, djeci i suprugu, bontonu, prikladnoj obući i odjeći, tjelovježbi, držanju, kozmetici, krojenju i pletenju (uz skoro svaki broj priložen je i krojni arak prema kojem se u časopisu prezentirani modeli mogu iskrojiti u vlastitoj radnosti). Mogli bismo reći da *Svijet žene* uči kako da budu ženama, ili barem - boljim ženama.

Prototip žene s naslovnice ostao je, međutim, isti kao i u prvoj fazi Svijeta. To je uvijek bila uglađena, *fina dama*, odjevena u elegantnu haljinu ili šik kostim, sa šeširom velikog oboda, nasmijana ili zamišljenog (ali nikad sjetnog) pogleda - nikad umorna, nikad nenašminkana, nikad punašna, nikad s djecom, kuhačom ili peruškom u ruci, nikad na tvorničkoj traci. Kreirajući svoj vizualni identitet na ovaj način i postepenim prisvajanjem tema i sadržaja kakvi su bili prisutni u inozemnim modnim magazinima, časopis je u isto vrijeme bio aktualan (sinkroniziran sa stranim trendovima) i u raskoraku sa vlastitim čitateljstvom pa ubrzo uvodi stalne rubrike poput "Pitate... odgovaramo", "U četiri oka", "Razgovori o ljepoti", "Povjerljivi razgovori" i slično, gdje se uredništvu direktno mogu obratiti same čitateljice, a zatim na ta pitanja odgovaraju liječnici, pravnici, kozmetičarke, psiholozi i drugi specijalizirani stručnjaci. Iščitavajući ove rubrike, vrlo brzo postaje jasno da je časopis, barem u prvim dekadama postojanja, uživao doista veliki autoritet i djelovao kao prva linija informiranja o relevantnim životnim pitanjima: vrlo su česta pravna pitanja iz područja naslijedivanja, brakorazvodnih parnica i skrbništva nad djecom, a odmah iza njih po učestalosti slijede pitanja romantične ili obiteljske prirode iz kojih se može uočiti još vrlo izražen *tradicionalni* odgojni obrazac, bračna konzervativnost i nepisana pravila ženske uglađenosti i čudoređa.



Slika 11.

"U četiri oka", 1958. (br. 5)

U petom broju iz 1958. godine jedna se čitateljica obraća rubrici "U četiri oka" sa sljedećom dilemom: "Rado i često pozivam goste i sa zadovoljstvom im serviram uvijek nešto "specijalno", iako za to treba dosta vremena i truda u kuhinji. (...) Pritom mi se uvijek događa isto: kad iznesem na sto dobro pripremljeno i odlično servirano jelo, ja sama izgledam kao uveo cvijet. Kosa, iako sam dan prije bila na češljanju, visi opušteno i miriše na kuhinjsku paru, nos mi se sjaji, a na mojim rukama se vidi cio kuhinjski posao. Prije iznošenja jela ne ostaje mi vremena da se dotjeram jer se inače jelo ohladi i nije više tako ukusno. Što da radim?"

Autorica ovog pitanja zasigurno nije bila usamljena u ovome problemu koji vrlo jasno podcrtava novi društveni odnos prema ženi: od nje se očekuje da bude vrsna kuvarica, domaćica, radnica, ljepotica, majka i supruga, a da pritom ne pokaže ni najmanji znak umora

ili fizičke zapuštenosti. Dapače, žene koje nisu mogle adekvatno i s lakoćom obavljati sve svoje obaveze osjećale su se rasorganima između novog društvenog standarda za koji su se same borile, i potrebe da ne zaostanu za novim, nadirućim trendovima sve intenzivnije reklamirane industrije ljepote. *Svijet* je portretirao Ženu kroz njezine potencijale i obveze, no bez jasnog okvira: modeli u pregači koji su simbolizirali *ženu - majku* ili *ženu - suprugu* bili su zanosni, nasmiješeni i uvijek dotjerani; modeli u kostimima koji su predstavljali *ženu - radnicu*, ili oni u večernjim haljinama koji su glumili *ženu - zavodnicu*, također su bili zanosni, nasmiješeni, uvijek dotjerani... Uvijek anonimni i dekontekstualizirani. Kontekst su tako stvorile čitateljice same za sebe mišlu da je iluzija iskazana na fotografijama prikaz stvarnosti koja bi mogla biti. No, nije *Svijet* samo priloženim fotografijama izgradio okvir u koji su se žene diljem Jugoslavije htjele uklopiti.

Tekstovi iz područja rane *self-help* psihologije vrlo su česti u časopisu i u njima se na (para)znanstveni način pokušava objasniti ženin intelektualni doseg, odnosno emocionalna (ne)stabilnost. Jednim takvim člankom prekorava se navodni snobizam, infantilnost i neinteligencija koje žena iskazuje (ne)svjesnim tjelesnim radnjama: "Ako za vrijeme razgovora kašljucate, vi trpite od teškog kompleksa manje vrijednosti"<sup>50</sup>. U drugome tekstu, ženi se sugerira kako da drži ruke jer (pogrešnim) položajem puno otkriva o svojoj nesigurnosti, nedostatku samopouzdanja ili manjku ležernosti<sup>51</sup>, a u trećem, "Neuroza - bolest žena", piše: "Sigurno ste i sami zaključili, da većina žena nije posve zdrava. Pate od raznih bolesti, prkose svim liječenjima i lijekovima. Žene se uvijek znaju ispričati:

"Kad bih imala vremena, mogla bih se već izlijеčiti..."Ali ako se zaista pokušaju izlijеčiti i ako im to uspije, ubrzo se pojave simptomi nove bolesti. Ponajčešće liječnik ustanovi dijagnozu: neuroza." (...) Kao što vidimo, mnogostrane su mogućnosti nastajanja neuroze, a i raznoliki simptomi te bolesti. Djevojka sa sela koja - da bolje zaradi - odlazi u tvornicu, starija djevojka koja gleda kako joj mogućnosti za brak sve više iščezavaju, majka koja doživi, kako joj sinovi odlaze jedan za drugim iz kuće, žena koja se udala iz ljubavi za čovjeka kojemu duševno nije dorasla i t.d."<sup>52</sup>

Mnoge su se žene, nedvojbeno, u uvjetima poslijeratne tranzicije i uključivanjem u javnu sferu života, osjećale tjeskobno. No, dijagnoza neuroze kao ženske bolesti odraz je

<sup>50</sup> *Svijet*, Otkrivate svoje slabe strane, 1962. (br. 3)

<sup>51</sup> *Svijet*, Ruke vas odaju, 1971. (br. 3)

<sup>52</sup> *Svijet*, Neuroza - bolest žena, 1957. (br. 3)

povijesti demarkiranja žene kao histeričnog *Drugog*, povijesti kojoj je *Svijet* dao legitimitet rubrikom "Liječnik odgovara" i koja reducira ženu ponovno na "specifičnost vlastitog roda". Drugi sličan "medicinski" tekst koji navodno potpisuje jedan neimenovani psihijatar, izrijekom kaže kako su ženske psihičke i duševne patnje "...samo od nogu. Kad u čekaonici vidim pacijentiku kako sjedi, a peta joj je izvan cipelice, znam na što će se tužiti i što će joj savjetovati."<sup>53</sup> U konačnici završava: "Na pitanje, zašto baš žene najviše trpe od ovih bolesti, nije teško odgovoriti. Iako su u Kini već odavno prestali sa onim barbarskim običajima stiskanja ženske noge, da bude što manja, civilizirani se svijet još nije odrekao toga barbarizma i svojom modom, traži od žene, da hoda u pretjesnim cipelama, često sa petama i po sedam centimenatara visokima". Vrlo je zgodno ovdje zamijetiti paradoks u kojem *Svijet*, pretežito modno orijentirani magazin, daje kritiku (zapadnjačkoj) modi jer barbarski deformira ženska stopala i, očito - izaziva mentalne smetnje mnogih žena. Naravno, ova hrabra tvrdnja ipak ne priječi uredništvo časopisa da već koju stranicu kasnije prikažu najnovije modele odjeće i obuće, nerijetko i u (vrlo) visokim potpeticama.

Paradoks je time veći što je časopis gotovo kompletno izgrađen na "tipično ženskim" i situacijskim stereotipima umještenima u reprezentativni primjerak socijalističke egzistencije dok se u isto vrijeme propagiraju zapadnocentrične, konzumerističke vrijednosti. No, ovo nije toliko paradoks ili ironija časopisa koliko društva koje se u praksi nije posve svrstalo niti sa *svenarodnim*, ispolitiziranim socijalizmom niti sa materijalno orijentiranim, *svekomodificirajućim* kapitalizmom. Odlazak na more - naravno, omogućen preko sindikata - nezamisliv je tako bez osnovnih kozmetičkih potrepština u toaletnoj torbici<sup>54</sup>, na plaži se čita *Svijet* u kojem se otkrivaju tajne najvećih i najboljih hollywoodskih krojačica<sup>55</sup>, a zatim se žudi za novim ružem na tržištu, Labelle Lux, jer to su "naši domaći ruževi za usne, izrađeni od uvoznih sirovina, opremljeni u modernim navlakama od eloksiranog aluminija i cibanoida po francском i američkom uzoru..."<sup>56</sup> Postavljujući ovakve upise uz bok savjetima o spremanju zimnice i odgoju djeteta jedinca, ili pak uz indoktrinirane tekstove o Marijama i Ivankama na pokretnim trakama koji slave ženinu novostečenu radničku samostalnost, *Svijet* je ilustrirao čitav spektar *ženskih* uloga, dao ženskom liku višeslojnost i važnost. Time je

---

<sup>53</sup> *Svijet*, Ne mala, već zdrava noga, 1958. (br. 7-8)

<sup>54</sup> *Svijet*, Kozmetička torbica za odmor, 1956. (br. 9)

<sup>55</sup> *Svijet*, Koja bluza je za vas?, 1956. (br. 3)

<sup>56</sup> *Svijet*, reklama za Labelle Lux, 1957. (br 5)

naznačio i problem ženske preopterećenosti i nerealnih očekivanja kojime će se osamdesetih godina aktivno baviti ne uviđajući, međutim, da ga i sam pomaže stvoriti.

## 11. Žena, radnica, socijalistkinja

Slika nove žene koju je *Svijet* stvarao bila je, među ostalim, i politički obojana. Već u trećem broju prve godine izlaženja, časopis na prvoj stranici (umjesto modnog pregleda) donosi prilog o osmome martu posvećen četrdeset i trećoj godišnjici "revolucionarne mobilizacije ženskog proletarijata" koja je otpočela 1910. godine. Na crno - bijelom novinskom papiru, u ružičastoj boji, otisнутa je grafika oslobođene žene - heroine čija duga valovita kosa vijori na vjetru, i koja u jednoj ruci drži pušku, a u drugoj dijete. Ovaj tekst je imao praktičnu ulogu naglasiti ženi važnost praznika koji slavi njezinu dugogodišnju borbu za rodnu emancipaciju, a ta je misao bila validirana mnogim primjerima koji su utvrđivali parametre ženskosti u prihvatljivim socijalističkim okvirima:

"U borbi za slobodu naše žene davale su svoju djecu, braću, muževe, svoje živote i svoju snagu. One su pokazale bezbroj primjera herojstva i požrtvovnosti, raskinule okove koji su ih vjekovima sputavali, i postale nove žene. Jučer je domovina tražila od žene posljednjeg sina i posljednji zalogaj i ona ga je dala. Danas traži domovina od nje nova herojstva - herojstva rada i ona ih daje".

Retorika socijalizma prisutna je pritom u gotovo svakoj rečenici teksta pa je ženino oslobođenje od okova tradicije ustvari situirano u kontekst koji zapravo slavi socijalističku, radničku, sekulariziranu državu: "Povodom Međunarodnog praznika rada žene naše mogu s ponosom da govore o velikom broju žena koje su naučile čitati i pisati, o hiljadama muslimanki koje su skinule feredžu i postale aktivni članovi društvene zajednice". Osmim martom slavi se žena - no, samo žena oslobođena tradicijskog i religijskog jednoumlja; žena koju je stvorio socijalizam, kao što je to prikazano u tekstu "Takva je bila Roža" o mladoj djevojci koja je uslijed fašističkog napada za vrijeme Drugog svjetskog rata oslijepila, i onda tako slijepa plela rukavice i čarape za prozeble vojниke: "Danas mi je žao samo to što ne vidim kako je u slobodi, kako ste veseli, kako s radošću u punoj slobodi radite... Žao mi je da i ja ne mogu punom snagom raditi za našu novu Jugoslaviju, za našeg Tita."<sup>57</sup>

U procesu (re)definiranja rodnog pitanja i ženskog položaja, državna je politika nedvojbeno igrala jednu od ključnih uloga. Žene su tijekom povijesti uglavnom bile posve

---

<sup>57</sup> Takva je bila Roža, 1963. (br. 13)

izuzete iz političkog djelovanja i izmještene iz pozicije moći, uglavnom pod biologističkim objašnjenjima koja su legitimirala žensku reprezentaciju putem restriktivnih kategorija supruge, domaćice, romantičarke, neurotičarke itd. U socijalizmu ženama konačno biva priznata nominalna ravnopravnost s muškarcima, omogućuje im se intenzivniji prodor na tržište rada i samostalno privređivanje, a socijalističko samoupravljanje istovremeno radnicima daje osjećaj kontrole nad vlastitim potencijalima. Socijalistički radnik nije samo broj već glas (kolektiva) koji se može čuti neposredno ili preko delegata: "Budući da je društveno vlasništvo u biti društveni odnos samoupravljanja, zakonodavna je vlast, posredstvom delegatskog sistema, u biti vlast samoupravljača, odnosno radnih ljudi" (Trbović, 1974:57). Već krajem pedesetih, a pogotovo šezdesetih godina 20. st., *Svijet* se suptilno uključuje u političku propagandu kojoj je cilj bio prikazati socijalizam kao mehanizam stvarne vlasti naroda i rodno napredni sistem koji ženama daje mogućnost obrazovanja, zaposlenja i izlaska iz privatne sfere. U jednome broju iz 1962. godine *Svijet* donosi prilog o Tvorici pamučne industrije kao primjeru dobrog radničkog samoupravljanja i odličnim uvjetima rada za svojih gotovo tisuću i šesto radnika.<sup>58</sup> Tekst počinje vrlo idilično, podsjećajući na dugotrajne štrajkove iz 1935. koji su "pokazali da se i radništvo tekstilnih tvornica može suprotstavljati dalnjem pritisku i pojačanoj eksploraciji velekapitala" (Kolar - Dimitrijević, 1988:85), a nastavlja se listom beneficija koje radnice Tvorpama imaju dok su u radnom odnosu: to su kompletna zdravstvena industrijska stanica, vrlo dobri i jeftini obroci, prostori za higijenu, odmor i rekreaciju žene, kutije prijedloga i žalbi koje službenik prazni svakoga jutra i na koje se "u Informativnom biltenu ili preko razglosa zaista odgovara"<sup>59</sup>. Dodatno, predstavnik ekonomskog jedinice, socijalni radnik i član sindikalnog odbora svakog tjedna obiđu oboljele žene s omotom slatkiša, hranom, a često i darom u novcu. Iz ovoga se mogu iščitati dvije stvari: s tolikim kontingentom radnica i tek šačicom radnika, očito je da se radi o rodno obojenoj profesiji i, drugo, bolesne radnice uživaju specijalan, "ženski" tretman jer obilaženje onih ranjivih pripadnika kolektiva i zatim snabdijevanje slatkišima predstavlja tek ritualizirani iskaz odnosa moći i simbolički kod kojim je prostor tvornice u očima radnika trebao biti pretvoren u drugim dom. Za kraj, kako bi simbolička poruka o zadovoljnom radništvu i humanom aspektu Tvornice doista imala kredibilitet, radnica Katica odgovara kako bi za vlastiti poklon, koji se u Tvorpamu daruje za petnaest godina službe, odabrala sat na čijem će poklopcu biti urezno "Tvorpam". Imenujući radnice u tvornicama o kojima *Svijet*

<sup>58</sup> "Jedna tavanska izba i sat s urezanim "Tvorpam", 1962. (br. 12)

<sup>59</sup> ibid.

piše, ali i "(ženska) lica viđena usput na jednom reporterskom krstarenju"<sup>60</sup>, časopis se pokušava približiti čitateljicama, pokazati kako nije samo revija *za njih*, već i *o njima*.

Drugi tekst, "Neobična teta - tvornica", o Jugodijetetki - industriji suplemenata za majčino mlijeko, započinje jedan muški narator koji se, pišući šaljivo iz perspektive djeteta, tvornici javlja pismom zahvalnosti jer je njegovo dijete uz Jugodijetetu dostignulo željenu težinu. Žene radnice opisane su zatim ovako: "Ostaje da se nešto kaže o tetama u teta - tvornici, o ženi u zavidno bijeloj pregači, o licu koje dobiva na ljepoti i izražajnosti kada je oivičeno ukusno vezanom bijelom maramom."<sup>61</sup> Međutim, o radnicama se ne govori mnogo ili, preciznije, gotovo ništa - jer one i nisu tema ovog članka već tek služe kao rekviziti koji trebaju dopuniti scenu utopistički uprizorene tvornice. Ono relevantno za tekst, prikrivena ideološka propaganda, otkriva se koji redak dalje:

"Kad žena radnica osjeti u tvornici na izvjestan način atmosferu doma, onda njen odnos prema radu dobiva najpotpuniju primjenu. (...) Ono "obiteljsko" što je već spomenuto osjeća se u mjerama sindikalne podružnice za pomoć članovima koji se nađu u kakvoj životnoj nezgodi ili u takvim malim stvarima kao što je tradicionalna veselica uz Dan žena, kad se muškarci, bez obzira da li su to neki od 22 člana kolektiva s fakultetskom spremom ili su skladištari obuku u konobarsko odijelo i poslužuju drugarice."<sup>62</sup>

Atmosfera doma, protektivna uloga socijalističkog sustava, inverzija rodnih uloga na Dan žena - sve su to kodovi kojima se kreira ideja osamostaljene žene, odnosno ženi naklonjenog sociopolitičkog sustava. No, *Svijet* nije samo objavljivao romantične priče iz tvornica socijalizma čemu svjedoče i mnogi latentno subverzivni tekstovi poput ekscerpta iz knjige sovjetske liječnice "Zapisи јене психијатра" koji daje indoktriniranu kritiku tradicionalnom bračnom obrascu zbog odvajanja žene od "rada koji liječi"<sup>63</sup>. Ovo je vrlo tipična priča *Svijeta* jer donosi narativ žene koja je duhom mrtva, neprestano bolesna, bezvoljna - a u pozadini te neuroze leži nemogućnost rada zbog muževljevih obveza.

1963. *Svijet* objavljuje analizu demografskog popisa stanovništva iz 1961.<sup>64</sup> u kojoj navodi da u zemlji ima šest milijuna i devetsto sedamdeset tisuća muškaraca, i sedam

<sup>60</sup> Male obične slike, 1963. (br. 2)

<sup>61</sup> Neobična teta - tvornica, 1962. (br. 7)

<sup>62</sup> Neobična teta - tvornica, 1962. (br. 7)

<sup>63</sup> Rad liječi, 1962. (br. 7)

<sup>64</sup> Žene u svijetu statističkih podataka, 1963. (br. 5)

milijuna i petsto trideset devet tisuća žena, od čega među onima bez škole ili sa tri razreda osnovne škole ima petsto šezdeset devet tisuća muškaraca i nevjerojatnih tri milijuna i sto devedeset tisuća žena. Dakle, 1961. godine gotovo je polovina žena još uvijek neobrazovana čak i na apsolutno najnižem stupnju formalne edukacije! U takvoj klimi ne začuđuje da su i prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (1953. - 1991.), žene kontinuirano manje zaposlene, a i politička je participacija u Saboru Narodne Republike Hrvatske (kasnije: Sabor SRH) uvijek višestruko deficitarna za žene (prema Stanić, 2004:352). *Svijet*, nadalje, 1980. donosi analizu Prijave potrebe za radnicima Zavoda za zapošljavanje iz Zagreba pri čemu je vidljivo da su muškarci bili traženi u sedamdeset posto slučajeva, premda je Ustav SFRJ deklarativno zabranjivao u javnim natječajima specificirati traže li se muškarci ili žene za neko radno mjesto. Mnoge su žene u socijalističkom periodu zbog ovih čimbenika, ali i zbog rodno stereotipiziranih nazora koje je teško dokinuti, još uvijek prisutne gotovo isključivo u privatnoj, odnosno na samim marginama javne sfere.

Znajući to, *Svijet* je tematski značajno posvećen kućanstvu i domaćinstvu, pa iako je orijentiran pretežno na praktične savjete i male trikove za brigu o domu, i tu se primjetne slične metode objašnjavanja novog, tobože ravnopravnog društva. U tekstu "Bio sam domaćica" ironičnom se inverzijom pokušava portretirati prva generacija *Homo domesticusa* u novom, rodno ravnopravnom društvu pri čemu se autor suptilno dotiče svih tegoba "tradicionalno ženskog posla", no istodobno uviđa i kako je njemu, kao muškarcu, teže obavljati te poslove jer: "Domaćice se obično u takovom slučaju počnu umiljavati. One, kako sam mogao primijetiti na tržnici, lijepo gledaju svakog mesara i piljara i rastope im srce pogledima. One svuda tako i probiju led. Ja, naravno, nisam mogao koristiti ovaj način. Ali sam zato počeo privrednom računicom..."<sup>65</sup> Muška je domena, dakle, bavljenje računicama, a ženska - milo pogledavanje s mesarima i piljarima. Ovakva generalizacija, međutim nije posve benigna jer u sebi sadrži implicitnu vrijednosnu hijerarhizaciju muškarca i žene: muški je svijet aktivan, uman, vođen logikom i računicama; ženski je pak tjelesan, iracionalan, primajuć. Osim toga, ako je suditi po broju primjera u *Svjetu* u kojima se zanimanje "domaćica" dovodi u (ne)izravnu vezu s kontekstom (ženske) poniženosti, očigledno je da i sama ta riječ u sebi sadrži vrijednosno pozicioniranje.

U drugom primjeru *Svijeta*, navode se četiri scenarija koji prate društvene i financijske okolnosti života četiriju obitelji s obzirom na (ne)zaposlenost žene i broj djece. Scenarij u kojem bi muškarac bio nezaposlen nije predviđen ovom idealtipskom analizom socijalističke

---

<sup>65</sup> Bio sam domaćica, 1962., (br. 7)

obitelji. Jednoj je ženi razlog što ne radi smještenost "u periferiju" gdje nema niti vrtića niti obdaništa, a drugoj (zaposlenoj) je muž sugerirao da zbog obitelji napusti službenički posao, no ona to nije htjela (pri čemu se naglašava element slobodnog izbora). Treća svoju zadaću domaćice ne percipira kao "dužnost nametnutu onoga trenutka kad je stupila u brak" već implicira da je to njezina *ženska dužnost*. U posljednjem slučaju nezaposlena majka dvoje djece kaže: "Ulogu domaćice shvaćam i kao žena i kao majka, zato mi ne pada teško. Inače sam dobrovoljni zarobljenik kuće, a tješim se da je tome više kriv televizor koji me zadržava u toploj sobi, nego naš uobičajeni način života."<sup>66</sup> Vrlo je zanimljiva i značajna konstrukcija u kojoj posljednja naratorica naglašava dvostruko rodno uvjetovano prihvatanje uloge kućanice - "*i kao žena i kao majka*" - (istaknula J. S.) jer ženu na isti način definira i Prednacrt Ustava iz 1962.<sup>67</sup> Već u sljedećoj rečenici, naratorica se teksta proziva "*dobrovoljnim zarobljenikom kuće*" (istaknula J. S.) što u dalnjem tekstu opisuje kako svojevrsno socijalno otuđenje jer se zbog televizije u kino više gotovo i ne ide. Retorika socijalizma koja je htjela masovnu kulturu (i nesocijalističke utjecaje) zamijeniti kulturom mase postajala je vremenom integralnim dijelom pojedinačnih indoktriniranih naracija. Prema Reani Senjković: "Kad je, dakle, "domaćicama" počeo "zagorijevati ručak" za vrijeme prikazivanja prve velike američke sapunice, (...) socijalistička ih je vlast požurila prepoznati kao ljude koji su, ako ne i podređeni, svakako zavedeni, prevareni, zbumjeni, pasivni" (Senjković, 2008:37). Međutim, ono što socijalizam deklarativno nije odobravao, poput kulture konzumerizma, ipak se na mala vrata uvodilo medijima masovne komunikacije, među kojima je bio i svjetskim temama posvećen *Svijet*.

Jedan od problema koji je socijalizam pokušavao nadići bilo je odvojeno shvaćanje žene i muškarca ideološkom propagandom o radništvo ujedinjenom u cilju izgradnje rodno ravnopravne socijalističke države. Takav je pristup bio protivan "raznim devijacijama", konzervativnim i "patrijarhalnim", ali i feminističkim shvaćanjima (prema Čakardić, 2013:35) što je vrlo vidljivo u *Svjetu* koji se neprestano odriče veze s feminizmom - premda ga u nekim kritički postavljenim tekstovima prešutno provodi. Od ranih osamdesetih nadalje, *Svijet* zauzima čvršću političku poziciju spram vladajućeg sustava, kritizirajući s vremena na vrijeme u svojim tekstovima odnos socijalizma prema ženi. Časopis tada uvjerljivo postaje

<sup>66</sup> On radi - i ona radi, 1963., (br. 3)

<sup>67</sup> Člankom 39. koji glasi: "Omladina, žene i invalidna lica uživaju posebnu zaštitu kod rada", zapravo se misli na zaštitu majke što ženu stavlja u podvojeni položaj unutar zakonodavstva (žena - radnica i žena - majka).

nesklon (ili barem manje sklon) reproduciraju fantastičnih priča iz tvornica socijalizma u čijoj je pozadini prikrivena politička propaganda. Uvidjevši razočaranje nedovoljnim angažmanom države oko praktičnog riješavanja *ženskih problema*, uredništvo se samoinicijativno kritički počinje osvrati na temu položaja žena u državi zauzimajući stav o prijeko potrebnom procesu razlučivanja ženskog od radničkog pitanja. Tada nastaju tekstovi poput "Anonimne" koji progovaraju o poljoprivrednim radnicama i ženama poljoprivrednih radnika koje su još uvijek u velikom udjelu neobrazovane, isključene iz društveno - političkog rada i odlučivanja, koje i dalje uvelike nemaju status "udruženog poljoprivrednika" iako "one ostvaruju one obveze koje na papiru potpisuje njihov muž".<sup>68</sup>

Osamdeste su obilježene gospodarskom stagnacijom, inflacijom i industrijskim nemirima; gospodarstvo je naglo tonulo, a životni standard je padao. Gospodarske i privredne okolnosti reflektiraju se i u u članku "Preko leđa žena?" koji kritizira Rezoluciju o politici društveno - ekonomskog razvoja u SR Hrvatskoj iz 1982. Ona nalaže da, uslijed privredne krize, pravo prvenstva pri zapošljavanju imaju "nezaposleni radnici bez prihoda, iz obitelji u kojoj nitko ne radi, te radnici iz obitelji s većim brojem članova uže obitelji u kojima radi jedan član i ima nizak osobni dohodak"<sup>69</sup> što, ukratko, u nepovoljan položaj za zaposlenje stavlja veliki contingent nezaposlenih žena čiji supruzi rade. U još jednom primjeru, tekstrom "Kućanice, ujedinite se!"<sup>70</sup>, donosi se kritički komentar o državnoj politici koja privatnu sferu (rad u domaćinstvu) isključuje iz svojih ustavnih odredbi pa time žene domaćice unatoč cjeloživotnom radu ne ostvaruju pravo na mirovinu, zdravstvenu zaštitu i drugo.

Industrijski sistem uključivanja žene u proizvodnju doveo je do relativne ekonomske neovisnosti žena, međutim taj čimbenik nikako nije bio jedini koji bi doveo do stvarne emancipacije. U prvoj fazi ovog uključivanja (pedesetih i šezdesetih godina) karakteristično je vidljivo zadržavanje određenih društvenih nejednakosti poput nejednakog obrazovanja, odnosno gotovo nikakvog učešća žena u organima društvene moći, a u drugoj fazi koju karakterizira razvijeno industrijsko društvo, podjela rodnih uloga se demokratizira, no uz zadržavanje kućne eksploatacije (prema Kodrnja 2008:125). Svi ovi primjeri koji progovaraju o problemu ženskog uključivanja u radništvo, odnosno nedovoljno rodno egalitarnoj politici,

---

<sup>68</sup> Svijet, 1982. (br. 3)

<sup>69</sup> Preko leđa žene?, 1982. (br. 1)

<sup>70</sup> Kućanice, ujedinite se!, 1982., (br. 3)

ilustriraju ne toliko pomak *Svijeta* prema političkom angažmanu već publiciranje problematičnih tema koje se više ne mogu prešućivati. Od doslovno nikakvog političkog angažmana časopisa, preko zanesenog veličanja socijalističkog idealtipa žene - radnice, do strategija malih otpora politici koja je žensko pitanje reducirala na apstraktnu i utopističku kategoriju općeljudskog boljnika (prema Despot, 1987.), *Svijet* je u svoje modno - zabavne retke vremenom uspješno uklopio i latentno reformističke tekstove učinivši kritičko promišljanje zakonodavstva i društvenog statusa žene masovno dostupnima i rado čitanima<sup>71</sup>.

## 12. Žena, majka, kućanica

Prema Zali Volčić, novinarstvo je rodno obojena profesija, a u skladu s time su i neke (ženske) teme u žurnalima i novinama rodno obojene, mekše intonirane, napisane senzacionalistički ili emotivno. U *Svjetu* je najveći dio tekstova posvećen ženama i upravo ženski intoniran. Kao i u prvoj fazi, i u socijalističkom periodu časopis zadržava svoj karakteristično autoritativan, imperativan ton u obraćanju, ali i u izboru tema koje predstavlja čitateljicama. Od prikaza modernih oprava koje nose sve modno osviještene dame do savjeta o obiteljskim odnosima sa suprugom ili djecom, jasno je da *Svijet* svojoj čitateljskoj publici nudi okvir za razumijevanje i internalizaciju ženskog svijeta. Osim radišnosti u kući i izvanje, *svjetske* žene imaju i mnoge druge kvalitete: uvijek su upoznate s modnim trendovima, putuju, druže se i ugošćuju, imaju urednu kuću, sređene brakove, normalnu i dobro odgojenu djecu, frizerku i šnajdericu od povjerenja; znaju kako se postaviti, kako biti samouvjerene, organizirane, kako malim trikovima nakon cijelodnevnog pripremanja večere za goste postići svjež izgled. Mnogo češće od tekstova o ženama radnicama u industriji ili možda djelatnicama Čistoće, u magazinu pronalazimo tekstove o modi, kozmetici i mondenim užicima, a reprezentacija anonimne Žene kao kumulativnog iskustva svega toga u časopisu je ostvarena kroz odnos s jednako anonimnim Muškarcem preko kojeg se definira ženska životna samoostvarenost: potomstvo, ekonomski sigurnost, bračna sreća. Anonimnost je idealan fundament za kreiranje fantastične priče čiji su likovi plošni, obojeni crno - bijelo, situirani u svojoj (ne)sreći; to su obično oslobođene (ili, suprotno, potlačene) žene koje mogu poslužiti kao moralne pobjednice ili njihovi svjetonazorski antipodovi. U tom kreiranju, *Svijet* ne prihvata sve žene jednako već vidljivo favorizira iznad opisani, emancipirani prototip nove žene čijim životom ne vladaju religijski niti tradicionalistički okviri. Ona je

---

<sup>71</sup> 1980. Smilju Dončević smjenjuje Vesna Blüml za čijeg uredništva je naklada časopisa dvjesto dvadeset i devet tisuća primjeraka.

integralni dio procesa apropijacije *muških vrijednosti* tijekom koje se odvija sve glasnija kritika dominantne društvene skupine, propitkivanja njezinih vrijednosti i redefiniranja vlastitog položaja unutar društva. Vremenom rodne stereotipizacije ne nestaju, premda se mijenjaju u skladu s vladajućim društvenopolitičkim prilikama: primjerice, kada se u tekstu "Razljutite se - muški!"<sup>72</sup> autorica afirmira potrebu za brisanjem rodnih razlika i priznaje kulturološku pozadinu stereotipa, opet u naslovu i sama poseže za njim. Tome je tako jer u stereotipu nije sadržano samo legitimiranje neravnopravnih odnosa, već i cjelokupno razumijevanje strukture društva kojeg smo dio.

Klasičan primjer rodne stereotipizacije i dihotomizacije u *Svijetu* pronalazimo u tekstu "Kad se ON osjeća mučenikom" iz broja 9, odnosno u tekstu "Kad se ONA osjeća mučenicom" iz desetog broja 1962. godine. U ta dva članka prikazano je po šest tipičnih (odnosno stereotipnih) scenarija "koji narušavaju svaki brak". Prvih šest sličica prikazuje stvari koje smetaju imaginarnog Njega, a to su redom: beskrajno dugo žensko telefoniranje, žensko nošenje maske za lice i krastavaca na očima pred muškarcem, pretjerana (majčinska) briga supruge - obično popraćena nazivanjem raznim umanjenicama pred drugim ljudima, pretjerana ženska srdačnost i prisnost s muževljevim prijateljima, opsesija čistoćom, i konačno - pretjerana argumentativnost i iznošenje (političkih) stavova žene koja čita dnevnu štampu. S druge strane, imaginarnu Nju smeta njegov manjak interesa za socijalizaciju s njezinom obitelji, ranojutarnji odlasci u lov zbog kojih se i sama mora ustajati vrlo rano, muška egoističnost, djetinjastost, njegovi prigovori na trošenje kućnog budžeta za hranu i kućanske potrepštine, i pretjerano dramatiziranje u slučaju bolesti.

---

<sup>72</sup> "Razljutite se - muški!", 1982. (br. 6)



Slika 12.

"Kad se ON osjeća mučenikom", 1962. (br. 9)



Slika 13.

""Kad se ON osjeća mučenikom", 1962. (br. 9)

Iz ovakvog generaliziranog prikaza lako je uočiti nekoliko stvari. Prvo, rodne razlike portretirane su kao prirodne, ahistorične i neupitne, a generalizacija kojom su prikazane nije komično ili satirično već istinosno intonirana. Drugo, iz opisanih situacija očito je da je

muškarac taj koji uspostavlja dinamiku obiteljskog života dok je žena ilustrirana kao vrlo pasivna (primjerice, muškarac ima pravo na svoje privatno vrijeme koje ne uključuje ženu, dok je ženino privatno vrijeme ono kad muškarac nije kući). Nadalje, iz ovih primjera evidentno je i da su opisane rodne razlike posve polarizirane, očito sa svrhom da se što više naglasi njihova prividna nepomirljivost: imaginarnog Njega smeta kad se ona postavlja suviše majčinski prema njemu, a imaginarnoj Njoj je odbojna njegova djetinjastast kad okupira električni vlak kupljen djeci. Iz prikazanih rodnih stereotipa, iščitava se dodatno i odnos moći - muškarac je prikazan kao posjednik novčanog, ali i intelektualnog kapitala, dok je žena uprizorena kao kućanica, ekonomski nesamostalna i u posve zavisnom društvenom položaju. Prikazane stereotipne situacije slikoviti su prikaz zamišljenog tradicionalističkog, patrijarhalnog sustava vrijednosti unutar privatne sfere protiv kakvog *Svijet* inače progovara, no ovdje prema njima ne zauzima vidljivo negativan stav. Kontekstualizacija *patrijarhata* ili *tradicionalnosti* u *Svjetu* vidljiva je u onim tekstovima kojima je cilj obilježiti određene prakse kao nazadne ili zastarjele, i jukstapozicionirati ih *modernim* i *liberalnim* tendencijama. Tako se u tekstu "Domaćica kao zvanje" koji progovara o problemima žene kućanice, koja je odnedavno i žena radnica, portretira teška pozicija žene iscrpljene novostečenim obvezama i njezinog neuviđavnog supruga koji kaže: "Pa nisam se valjda oženio da mi i žena i kći čitaju lekcije. Kućni posao ipak spada ženi..."<sup>73</sup>

Muškarcima se časopis gotovo nikada neposredno ne obraća svojim tekstovima, osim vrlo rijetkim temama o muškoj modi ili bontonu. To, međutim, ne znači da se muškarci u časopisu ne spominju i da, jednako kao i žene, nisu i sami obilježeni stereotipnim isticanjima. Zamišljeni muškarac je u ovakvim tekstovima također bez identiteta, ali se o njemu može saznati da je zaposlen, radišan, muževan, racionalan, ponekad sklon bračnim indiskrecijama, ljubomoran, posesivan. *Svjetu* ipak nije namjera pisati *o muškarcu za muškarca*, već *za ženu* koja tekstovima o modi, kozmetici, ponašanju, majčinstvu, supružništvu, radništvu itd. zapravo uči kako zauzeti poziciju u *muškom svijetu*: kako ne zaostajati za muškarcem na poslu, kako zaslužiti poštovanje (muškog) autoriteta, kako biti dobra supruga i majka, kako biti uvijek lijepa, mladolika i fit, kako urediti sebe - a kako kuću. Muškarac je nerijetko vidljiv tek u podtekstu: ponekad je dovoljno napisati da žena, nakon obavljenih kućanskih poslova, ima vremenu za knjigu ili odlazak u šetnju, pa da odmah bude jasno kako

---

<sup>73</sup> Domaćica kao zvanje, 1963. (br. 14)

protagonistica priče živi u relativno *liberalnom* braku s mužem koji nije "ni takozvani papučar niti je malograđanin"<sup>74</sup>.

Sedamdesetih se godina, očigledno kao manifestacija seksualne revolucije sada odrasle *baby boom* generacije, u *Svijetu* naglo mijenja odnos prema ženi koja prestaje biti portretirana kao šutljiva i poslušna kućanica sputane seksualnosti. U časopisu se sve češće javljaju likovi visokoobrazovanih žena koje studiraju ili rade na važnim pozicijama, a bez dlake na jeziku otvoreno progovaraju o svojim susretima s muškarcima; pišu se tekstovi o oralnoj kontracepciji i abortusu, erotici i pornografiji, o urbanim inokosnim obiteljima, dok se istovremeno u više tekstova kritizira tradicionalistički svjetonazor koji dovodi do nesretnih brakova (u kojima se žena ne može samoostvariti) i maloljetnog majčinstva (uslijed negativnog stava prema kontracepciji). Koliko je ovaj emancipirajući trend doista imao temelja u stvarnosti, teško je reći, no jasno je da je *Svijet*, želeći držati korak sa ostatkom *svijeta*, u prvi plan počeo stavljati protagonistice koje su odgovarale novom zamišljenom idealu Žene. Shvativši da socijalistički Ustav ideologijom vladavine naroda u praksi ne može proizvesti egalitarnost za žene, uredništvo *Svijeta* preuzima ulogu *rodnog emancipatora* učeći žene praksama Zapada i kreirajući ideju modernog, liberalnog mentaliteta koji pruža otpor tradicionalističkom nazoru. Kontraverznim tekstovima koji su educirali žene o samostalnom odlučivanju o vlastitom tijelu ili bivanju "drugom ženom" u odnosu s oženjenim muškarcem, *Svijet* je stvorio okvir unutar kojeg su žene trebale naučiti razumjeti sebe, kao i odnose sa svojim muževima, prijateljicama, svekrvama.

Ovakvo uokviravanje čitateljicama je pomagalo u interpretaciji, ali i u rekonstrukciji stvarnosti (prema Scheufele, 1999.). Goffman je još 1974. u radu "Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience" uveo pojam "okvira" i "analize okvira" kako bi objasnio okolnosti pod kojima neki okoliš smatramo "stvarnim". Goffmanovi su okviri, naime, koncepti koji organiziraju iskustvo i primatelju dešifriraju kriptiranu poruku. Svjetovi (čak i virtualni) koji kod subjekta mogu stvoriti dojam uronjenosti (imerzije), kreiraju iskustvo "stvarnoga" i evociraju osjećaj prisutnosti. Čitajući priče o "tuđim muškarcima"<sup>75</sup>, "djekočastvu zagubljenom u braku"<sup>76</sup> ili "seksualno disfunkcionalnim muškarcima uslijed

---

<sup>74</sup> On radi - i Ona radi, 1963. (br. 3)

<sup>75</sup> "Tuđi čovjek", 1974. (br. 7)

<sup>76</sup> "Nevjeste u dokoljenkama", 1982. (br. 2)

uplašenosti ženskim poslovnim uspjehom"<sup>77</sup>, čitateljica se iznova kondicionira tako da svijet oko sebe razumije na specifičan, rodno manipuliran način. Sveznajući stil i teme o kojima se ne priča često (poput ženske seksualnosti) omogućuju da subjekt, izmiješten iz priče, kontekstualizira i internalizira medijske simboličke poruke zamišljajući da su elementi te priče ujedno i (mogući) dio njegove / njezine realnosti. Ovakav osjećaj ostvaruje se najčešće perfidnim strategijama koje su laičkom čitatelju nevidljive, a moguće su zbog kodiranih, prenesenih, simboličkih značenja sadržanih u pojedinim vrijednosno opterećenim pojmovima (kakav je i sam pojam roda). Primjerice, kad tekst "Bila sam žena ženskara"<sup>78</sup> piše navodna liječnica pod pseudonimom Emina, jasno je da životna naivnost naratorice nije nešto na što valja staviti puno ime i prezime, no istovremeno (a i važnije) šalje se simbolička poruka da se bračna prijevara može dogoditi svakoj ženi, neovisno o stupnju obrazovanja i društvenom statusu. Zatim, kada komentator u povezanom tekstu<sup>79</sup> proglašava Eminin brak patrijarhalnim s čvrsto polariziranim rodним ulogama, on pritom daje i svojevrsnu društvenu kritiku tradicionalnim bračnim obrascima, i prešutno ih proziva odgovornima za muževljevu bračnu indiskreciju, upozoravajući pritom nedvosmisleno da je jedno uvijek pozitivno korelirano s drugim.

Biti zavodnicom implicira mladost, ljepotu i(li) uređenost, biti radnom ženom implicira odgađanje braka i majčinstva, a biti kućanicom polako, ali sigurno u sedamdesetima dobiva derogativan prizvuk jer implicira održavanje zastarjelih vrednota na štetu ženine samoostvarenosti u brzomijenjajućem razvijenom industrijskom svijetu. Ono što je vrijedilo prije petnaestak godina sada više nije na cijeni, pa tako čudoređe postaje znakom socijalne ukočenosti, a nevinosti se djevojke nove generacije žele riješiti što prije kao da se radi o kakvome teretu<sup>80</sup>. No, koliko god se ženina rodna uloga prividno mijenja, ona zapravo ostaje ista: većina žena i dalje drži "tri kuta kuće", postaje nečijim suprugama, majkama, snahama - dok *Svijet* i dalje diseminira indoktrinirane ideje o tome kako preživjeti sve ove stadije života. U tekstu "Svekrve ili svekrive"<sup>81</sup> revidira se tako tradicionalan višegeneracijski život u istom domaćinstvu pri čemu se iznosi samo jedna strana priče - ona mlađih žena - kojima redovito

---

<sup>77</sup> "Kad on kaže: NE!", 1974. (br. 3)

<sup>78</sup> "Bila sam žena ženskara", 1981. (br. 12)

<sup>79</sup> "Raskrinkavanje ženskaroša", 1982. (br. 1)

<sup>80</sup> "Mama, moram ti nešto reći", 1971. (br. 10)

<sup>81</sup> "Svekrve ili svekrive", 1982. (br. 3)

ne odgovara ovakav dijeljeni život, i koje svojim primjerom služe reafirmaciji popularne predodžbe o nespojivosti "starog" i "mladog" svijeta - patrijarhalnog i modernog, oslobođenog svjetonazora. U drugome tekstu, naoko afirmativnom za žensku emancipaciju, autor raspravlja o problemu visokoeduciranih žena pri pronalasku jednako obrazovanih, a slobodnih muškaraca.<sup>82</sup> Pritom se naglašava "predodžba da muškarac mora bar imati isti, ako ne i viši materijalni i duhovni nivo negoli žena"<sup>83</sup>, a takvi (najbolji) su uvijek *rasprodani* pa su žene ponukane stupiti u vezu s oženjenim muškarcima. Ovdje se može iščitati zajedinički nazivnik rodnog stereotipiziranja na koji se, unatoč načelnoj emancipaciji u posljednjoj trećini 20. stoljeća, svodi vrlo slična interpretaciju muško - ženskog odnosa kao i gotovo pola stoljeća ranije. Percipirana kvaliteta muškarca nije, kao u žena, mjerena njegovim čudoređem nego statusom (obrazovanjem), a pred tom kvalitetom žena postaje pasivnom polovicom u odnosu moći - izvan stvarne kontrole, no sada s iznimkom prividne mogućnosti izbora.

U radu Zlatka Miliše i Mirele Tolić, "Uloga simboličkog interakcionizma u analizama medijske manipulacije" (2009), preuzima se teza iza koje стоји да manipuliranje simbolima izaziva u ljudima lažni osjećaj da imaju moć odlučivanja, odnosno da su mediji najeksplicitniji nositelji simboličkih poruka. Najprisutnije simboličke poruke u *Svijetu* su upravo one o rodnoj segregaciji koje su kriptirane pozivanjem na žensku *ženstvenost*, mušku *muževnost*, žensko osamostaljenje, modu *za žene*, bonton *za muškarce*; rodno orientirane poslove, dužnosti i uloge. Prema općeprihvaćenom sterotipu, žene vole čitati o modi, kozmetici i *jet setu* pa *Svijet* piše upravo o tim temama. Ukratko, on tematski cilja specifično žensku publiku koju u tom procesu i interpretira i rekreira. Naravno da publiku pritom ne shvaćamo kao bezumno receptivnu na sve što piše u časopisu, no ovim pojednostavljenjem se ipak može adekvatno ilustrirati da horizontalno širenje stereotipija svoj legitimitet dobiva (i) od masovnih medija koji, kontrolirajući informacije i uokviravajući način razumijevanja svijeta, stoje na samome vrhu vertikalne distribucije stereotipa. Kada *Svijet* masovnom čitateljstvu podastre tekst o modnim krikovima sezone ili receptima za ovaj mjesec, između modnih stranica ubaci tekst o ženskoj neurozi ili postporođajnoj depresiji<sup>84</sup>, iza čega slijedi ozbiljan članak o teškoj ekonomskom situaciji za žene, a već na sljedećoj stranici reklamira za te iste protagonistice nedostizno skupu haljinu, on prepoznaje ženine mnogostrukе

---

<sup>82</sup> "Najbolji su rasprodani", 1982. (br. 1)

<sup>83</sup> ibid.

<sup>84</sup> "Psihoza u životu žene", 1962. (br. 10)

identitete, no istovremeno ih i ograničava i rekreira - u svjetlu koje je najčešće nedostižno i varljivo. Ta strategija *Svijeta* nije samo poziv na svrstavanje u kolektivnu mašineriju koja iznova definira rod kao statičan, ahistoričan i nepromjenjiv - to je prisilna normalizacija, discipliniranje tijela i uma, prijetnja društvenom marginalizacijom. Pritom se mijenjaju samo okolnosti nevidljivog mehanizma normalizacije, a linija rodnog razgraničavanja ostaje ista. Prema teoriji uokviravanja, mediji koriste u kolektivnu svijest duboko utkane simbole kako bi stvorili ili reprezentirali poželjne modele oblačenja, ponašanja, mišljenja i doživljavanja. Pritom se perpetuirat samorazumljivi model rodne korektnosti i osjećaj prisutnosti u toj zamišljenoj, idealiziranoj percepciji zauvijek mlade, vitke i zavodljive Žene koju neprestano treba dostizati dobro obavljenim poslom, dobro očišćenom kućom, dobro odgojenom djecom. No, žena niti tada ne postaje Ženom. Masovni mediji poput *Svijeta* i marketinške strategije (reklame) koriste se upravo ovim mehanizmom stvaranja lažne prisutnosti čitatelja u artificijelnom, impersonalnom rodnom imaginariju kojeg su osmislili i distribuirali oni na poziciji moći, i to uglavnom za profit. Zato reklame uvijek imaju posebno mjesto u *Svjetu*: od dvadesetih do devedesetih, ženama se zapravo obećava iluzija sreće koja se uvijek nalazi negdje iza ugla, nadomak ruke - ili novčanika. Preuzimajući kapitalističku logiku koja izjednačava materijalno posjedovanje i osobno zadovoljstvo, *Svjet* je nastavio učiti žene kako da postanu Ženom, samo ih je ovaj put vodio paradoksalnim idejama drugačijeg vremena u kojem su se stopili kapitalistička komodifikacija rodnog identiteta i deklarativna socijalistička ideologija s težnjom da nadomjesti "...građansku, pa i tradicijsku kulturu, stvarnom kulturom masa..." (Senjković, 2008:15) .

### **13. Žena, ljepotica, konzumentica**

Kapitalistička komodifikacija rodnog identiteta dovela je do toga da stvari, mjesta, ljudi i iskustva postanu robom preko koje je moguće redefinirati osjećaj rodne pripadnosti. Ova tendencija postaje posebno vidljiva sedamdesetih godina kada *Svjet* značajno reducira količinu teksova koji idealiziraju radničku klasu i kulturu mase, i okreće se slavljenju stranih utjecaja, masovnoj kulturi koja "na mala vrata", odnosno mimo grandioznog političkog postulata o egalitarnom radničkom kolektivu, uvodi "nove" vrijednosti poput individualizma i hedonizma. Rodni identitet sada se može zamišljati i reafirmirati kupnjom skupocjene haljine što legendarna Magda Weltrusky opisuje ovako: "Capucci je od žene opet stvorio "tijelo", ali u jednom sublimnom obliku. Ona nije poistovjećena s muškarcem nego je veća od njega:

stavljeni na pijedestal, s kojeg je bila skinuta kako bi postala ravnopravna.<sup>85</sup> Ženska apropijacija hlača kao simbol izjednačavanja s muškarcima o kojoj *Svijet* piše već u svojoj prvoj fazi, postaje tek jedna u nizu mogućih reprezentacija rodnog identiteta. U ovoj fazi rodna je reprezentacija prihvaćena kao fluidna, destabilizirana i promjenjiva kategorija koja se u *Svjetu* svakodnevno oblači i svlači, zajedno s hlačama i suknjama. Unatoč tome, žena koja "nosi hlače" ili "mušku frizuru" nije viđena samo kao otklon od tradicionalnog društvenog strujanja, već biva portretirana kroz *maskulinizirane* karakteristike agresivnosti, asertivnosti, hrabrosti. To prodiranje u mušku domenu ima percipiranu oslobađajuću funkciju. U *Svjetu* se *tipično muška* obilježja portretiraju kroz žensko usvajanje, međutim uz toliko grandiozan prizvuk, kao da se njima ne osvaja samo *muško zanimanje*<sup>86</sup>, nego i neka dotad nedodirljiva mitska snaga.

Igranje s idejom rodnog identiteta i rodne ravnopravnosti koja je šezdesetih godina u *Svjetu* bilo vrlo oprezno tretirana i uokvirena političkim kontekstom, sedamdesetih i osamdesetih godina postaje gotovo trivijalizirana. Objavljuju se zabavni i pseudoznanstveni tekstovi koji doprinose ovoj banalizaciji, a u jednom takvom koji se bavi evolucijom čovjeka, muškarac se pejorativno proziva *Tarzanom s toljagom*: "Zar je zaista neuka neandertalka čučala u kakvoj spilji čuvajući svoje potomstvo dok je muškarac, taj veliki Lovac, osvajao okolni svijet i tako razvijao mišiće i mozak?"<sup>87</sup> Novi članci imaju gotovo mizandričan prizvuk, no kao i ranije, muškarci su sastavni dio medijskog definiranja ženskosti: bilo da se uređujemo *za njih*, tračamo *o njima*, ili se zaljubljujemo *u njih*, muškarci su u ženskom časopisu (ne)posredno glavna tema gotovo svakog teksta. Bergerov "male gaze", objektivizirajući pogled nevidljivog muškarca koji u medijskom imaginariju implicitno odobrava specifičnu reprezentaciju žene, polazišna je točka iz koje čitateljica kodiranih poruka iščitava (iz muške vizure) poželjne i nepoželjne karakteristike prikazanog ženskog lika koji služi kao rodna generalizacija. (Ne)poželjna rodnna obilježja zgusnuta su u dekontekstualiziranoj slici koja je usmjerena, odnosno uokvirena tako da je primatelj simboličke poruke razumije na specifičan način.

Goffman (1974) nudi komplementarnu tezu koja zagovara misao da je sve oko nas presvučeno slojevima značenja, i da su sva ta značenja društveno konstruirana, uokvirena

---

<sup>85</sup> Moda za proljeće i ljeto 71.: mekša i ženstvenija, 1971. (br. 3)

<sup>86</sup> Osvojeno još jedno muško zanimanje, 1971. (br. 5)

<sup>87</sup> Pračovjek je bila žena!, 1982. (br. 6)

kako bi postala razumljivi dio socijalne strukture. Preko raznih okvira ta se značenja iščitavaju i postaju dijelom organizacije iskustva u pojedinaca. Teorija medijskih okvira koja se oslanja na Goffmana, medijsko uokviravanje vidi kao ustrajne obrasce kognicije, interpretacije, prezentacije, selekcije, naglašavanja i isključivanja preko kojih rukovatelji simbolima stvaraju verbalni ili vizualni diskurs (Reese, 2001:4). Ukratko, novinskim se uokviravanjem ističu određeni dijelovi zbilje, dok se drugima smanjuje ili zanemaruje vrijednost, a obzirom da se ovako fragmentirana "stvarnost" prikazuju ogromnom kontingentu čitatelja i da se informacije distribuiraju gotovo proizvoljno, jasno je da je odnos čitatelj - medij ustvari odnos moći.

Proporcionalno s povećanjem broja stranica kroz godine, odnosno udjela reklama i modnih priloga od sedamdesetih nadalje, smanjuje se količina tekstova u kojima *Svijet* komunicira važnost ženskog političkog angažmana ili obrazovanja. To ne znači da takvih tekstova više uopće nema (čemu svjedoči i uvođenje rubrike "Vlast, kriza i žene" 1987. u kojoj Višnja Ogrizović i Nada Mirković razgovaraju sa političarima i javnim radnicima o krizi u društvu), no takvi tekstovi više nisu presudni za definiranje ženskog identiteta na onaj isti način kao kad je socijalizam bio novouspostavljen politika i obećavao ravnopravnost idejom radničkog samoupravljanja. Socijalistička doktrina u posljednjim dekadama izlaženja *Svijeta* polako nestaje sa njegovih stranica koje su sada posvećene uglavnom *jet setu*, *celebrityjima*, istraživanju ženske seksualnosti, kopiranju modnih i filmskih ikona, ali još uvijek i "tradicionalističkim" temama poput brige o domaćinstvu i kulinarskim receptima. Zamišljena ženska liberalizacija prividno je realizirana tekstovima koji komercijaliziraju i kapitaliziraju seksualnost u potrošačkom društvu servirajući ženi pritom niz proturječnosti, primjerice "...sloboda nemati dijete koje se ne želi dovela je do cinične slobode abortusa, ali želja imati vanbračno dijete potiskuje se starim prezironom prema "nezakonitoj" djeci" (Kodrnja, 2008:128).

Stereotipi su osnovni građevni blokovi u procesu stvaranja ideje roda; njima objašnjavamo, komuniciramo i stabiliziramo socijalnu strukturu koje smo dio, oni su istovremeno društveni generator i proizvod društva pod utjecajem političkih i kulturnih procesa. Obzirom da je pitanje ljepote opsežno komentirano u svakome broju *Svijeta* od njegova začetka do kraja, potrebno je razmotriti implikacije kojima je industrija ljepote i mode iskoristila žene za vlastiti profit. Hrvatski *Vanity Fair* već je i u svojoj najranijoj fazi gotovo beziznimno preuzimao inozemne ideje ljepote i mode, a poslijeratno izdanje *Svijeta* nije bilo ništa drugačije obzirom da su modni editorijali bilo potpuno preuzeti iz drugih časopisa poput

*Voguea, L'Officiela i Modes & Travaux.* Mondeni imaginarij francuskog šika bilo je problematično vjerno rekreirati u osiromašenoj, dominantno ruralnoj poslijeratnoj Jugoslaviji, a u rijetkim prilozima koji su se bavili domaćom modom vidljiva je konzervativnost i šabloniziranost rada lokalnih krojačica. No, *Svijet* ionako nije tendirao biti katalog jugoslavenskih krojačkih obrta nego manufaktura ideja o nekoj boljoj, perspektivnijoj budućnosti u kojoj (i) žene rade za obitelj i zatim dovitljivo kopiraju prikazane skupocjene haljine koristeći priloženi krojni arak. Slijedom toga, namjera časopisa pod uredništvom Smilje Dončević nije bila usmjerena poticanju neumjerene kupovine, no jasno je da *Svijet* modnim prijedlozima i sugestivnim tekstovima u svojih čitateljica stvorio fascinaciju američkim, francuskim i talijanskim modnim imaginarijem koji će otvaranjem tržišta stvoriti idealne uvjete za razvoj potrošačke kulture kao sastavnog dijela života.

Kroz godine, časopis je uvelike promijenio svoj stav prema modi za žene, sukladno mijenjajućim inozemnim trendovima. Pedesetih je tako imperativno bilo odijevati se u skladu s godinama pa se u tekstu "Suvremena moda namijenjena ženama" iz 1958. izrijekom naglašava kako žene koje drže do sebe iznad trideset i šeste godine ne oblače više prekratke krojeve niti predrečave boje, dok se osamdesetih slavi "prelomna četrdeseta" kao druga, malo zrelija mladost. Jedna stvar je ipak zajednička svim tekstovima: od prvog broja izlaženja 1926. do posljednjeg broja *Svijeta* 1994., svaki broj nalaže da žene (čak i u poznim godinama) moraju maksimalno očuvati mladolik i njegovan izgled. Tjelovježba, sofisticirana preparativna i dekorativna kozmetika, frizure i manikure, prigodi i godinama "primjerena" odjeća i obuća - sve to *Svijet* autoritativno propisuje ženama od mladosti do zrelosti kao svojevrsan trening ženskosti. Već u trećem broju 1953. ženama se savjetuje da vježbom reduciraju dvostruki podbradak, predlažu se vježbe za bedra i nerazvijene ili mlohave grudi, za preširoki struk, preveliki trbuš i bokove - nudeći pritom slike modela savršenih proporcija; u sljedećem broju ženama se nudi jelovnik za mršavljenje<sup>88</sup>, a ubrzo zatim se ženama gotovo prekoravajućim tonom propisuje pravilna njega lica: "Moderna žena ne smije ništa propustiti, što dopronosi njezinu mladost i zdravlju, odnosno ljepoti."<sup>89</sup> Ljepota se gotovo uvijek u tekstovima veže za ideju zdravlja i mladosti (ili barem mladolikosti) pa se blijede, ispijene, debele, nedotjerane, stare žene implicitno obilježavaju kao bolesni, neurotični, istrošeni antipodovi univerzalnom idealu tjelesne ljepote preuzetom iz inozemnih autoriteta za modu i trendove koji su stvorili novo, oslobođeno, "moderno tijelo temeljeno na kontradiktornim

<sup>88</sup> "Vi tražite savjet zbog debljine?", 1953. (br. 4)

<sup>89</sup> "I koža mora da diše", 1953., (br. 7)

načelima naturalizma i kontrole, jednostavnosti i kompleksnosti" (Šivo, 2014:79). Kroz retke ženskih časopisa poput *Svijeta*, inaugurirana je dekontekstualizirana i dehumanizirana diktatura ljepote, mladosti i pomodnosti koja je od ljudi stvorila anonimne, plošne likove u nestvarnim, fantastičnim svjetovima; hipererotizirane, komodificirane objekte koji se u imaginariju kapitalizma prodaju zajedno s robom koju nose.

Časopis šalje konfuzne i nesuglasne poruke o važnosti fizičkog izgleda, seksualnosti, muškim i ženskim (ne)pisanim pravilima ponašanja, raskoraku između tradicionalnog i modernog, brzomijenjajućoj modi koju je nemoguće pratiti s jedne, i imperativu modernosti s druge strane. U trećem broju iz 1962. izlazi tekst koji sedamnaestogodišnjakinje savjetuje da se još ne šminkaju, ne mažu maskama i pilinzima za lice, ne podvrgavaju dijetama<sup>90</sup> - a već tri mjeseca kasnije, u članku "Miss 16 godina" navodi se da: "Djevojke moraju shvatiti da više nisu djeca i da se pred njima otvara jedan drugi period života velikih odgovornosti i stvarnog pripremanja na život. U ovom periodu se definitivno odlučuje o fizičkoj ličnosti djevojke, koja će sutra biti žena."<sup>91</sup> Moda kao nužnost novog vremena u šezdesetima zadire u svaki segment "pop kulturom neopterećenog" socijalističkog društva pa se u *Svjetu* reklamiraju i moderne pregače za kućanice<sup>92</sup> šireći pritom poruku da i one imaju pravo na ljepotu (ali i da više nemaju opravdanje za manjak dotjeranosti u svojem domaćinstvu).

---

<sup>90</sup> "Da i ne sa 17 godina", 1962. (br. 3)

<sup>91</sup> "Miss 16 godina", 1962. (br. 6)

<sup>92</sup> "Modna revija u četiri kuhinjska zida", 1962., (br. 10)



Slika 14.

"Modna revija u četiri kuhinjska zida", 1962. (br. 10)

Što časopis duže izlazi, primjetno je kako pritisak na ženu da što ranije postane konzument kozmetike, dijeta i modnih hirova postaje sve intenzivniji. Sedamdesetih se javljaju reklame koje sugeriraju da su kreme koje se koriste u mladosti nužne za dobar izgled u poznim godinama; ženska tijela postaju sve oskudnije odijevena, nerijetko prikazana u seksualno ili romantično sugestivnim pozicijama uz muške modele; mršavljenje, manikiranje i friziranje popraćeno je parolom "Učinite nešto za sebe!"<sup>93</sup> implicirajući pritom da je dobar osjećaj nemoguć bez ulaganja u dobar izgled. U ovome periodu fokus časopisa više nisu isključivo anonimne ljepotice iz francuskih i američkih modnih magazina (čije su slike preuzimane bez reference na izvor), već idealom postaju i "stvarne" (ili barem imenovane) osobe iz javnog života pa tako tekstovi sugeriraju kako "Biti kao Raquel"<sup>94</sup> ili "Kako je stvorena Lilian", mlada manekenka s njujorškom adresom.<sup>95</sup> Teme poput crtica iz života slavnih osoba, mondenih turističkih "jet set" destinacija, osiguravanja dijelova tijela na basnoslovne iznose i slično<sup>96</sup>, čitateljima su reafirmirale dubinu jaza između "povlaštenog" i "običnog" čovjeka, a

<sup>93</sup> Reklama za Deit Prima, niskokaloričan sok, 1974. (br. 8)

<sup>94</sup> Op. a. Radi se o Raquel Welch. 1982., br. 2

<sup>95</sup> Op. a. Radi se o Ljiljani Baretić - Cavendish. 1982., br. 3

<sup>96</sup> "Osigurana ljepota", 1982. (br. 3)

*Svijet* je postao utopija za utapanje u mislima u kojima je postojao prividno realističan uvid u život kojeg nikada nećemo živjeti.

'(2005) primjećuje da mediji imaju važnu ulogu u širenju idealiziranih slika i i informacija. Časopisi za žene ne prezentiraju realnu sliku žene već ranije spomenuti prototip univerzalnog idealnog tjelesne ljepote:

"Većina oglasa sadržava sličan ženski tip i tip lica. McBrydova (1999) govori o tzv. 'ženi masovnoga tržišta' (engl. mass market woman) kao o stereotipu kojim se mediji koriste da bi predstavili optimalnu, poželjnu žensku ljepotu. Takva 'logo' - žena je amalgam slika lijepih djevojaka i seksualne žene, ponekad samo dijelova tijela. Problem je u tome što ta modna slika postaje gotovo ekskluzivna kulturna definicija o tome kakav bi trebao biti izgled žena..." (usp. Kuhar, 2005:101).

Reklame i slikovni materijali su idealan medij za diseminaciju kodiranih ideja o tome što ženi treba, kako da izgleda, kako da se ponaša i, na kraju, kako da uopće doživljava svijet koji je okružuje.

Prema Rutledge Shields, postoje četiri osnovna stareotipa koji su vidljivi u reklamama, a reprezentiraju ženu kroz restriktivne kategorije: prvo, žena je vrlo često prikazana vezanom za dom i kućanstvo što je vidljivo i u *Svjetu*. Čak i kad nije smještena direktno u kontekst domaćice, sam izbor reklama koje se u *Svjetu* nalaze (poput reklama za hranu i kućanske aparate) sugestivan je i indikativan za tu ulogu. Tu je i stereotip da žene ne rade važne stvari niti donose važne odluke (zbog čega su uglavnom muškarci ti koji su prikazani na vodećim pozicijama u poslovnom okruženju ili ti koji odlučuju o velikim kupovinama poput stana, automobila itd.). Posredno, taj je stereotip moguće iščitati i iz same činjenice da se kupovine koje zahtijevaju veliku financijsku investiciju gotovo nikada ne reklamiraju u *Svjetu*, vjerojatno s logikom da oglašavanje takvih proizvoda ne bi logično usmjeriti konzumenticama ovog časopisa. Nadalje, prema istoj autorici žene su u reklamnom sadržaju reprezentirane kao ranjive i ovisne o muškoj zaštiti, i posljednje - postavljene u hiperseksualiziranu ulogu.

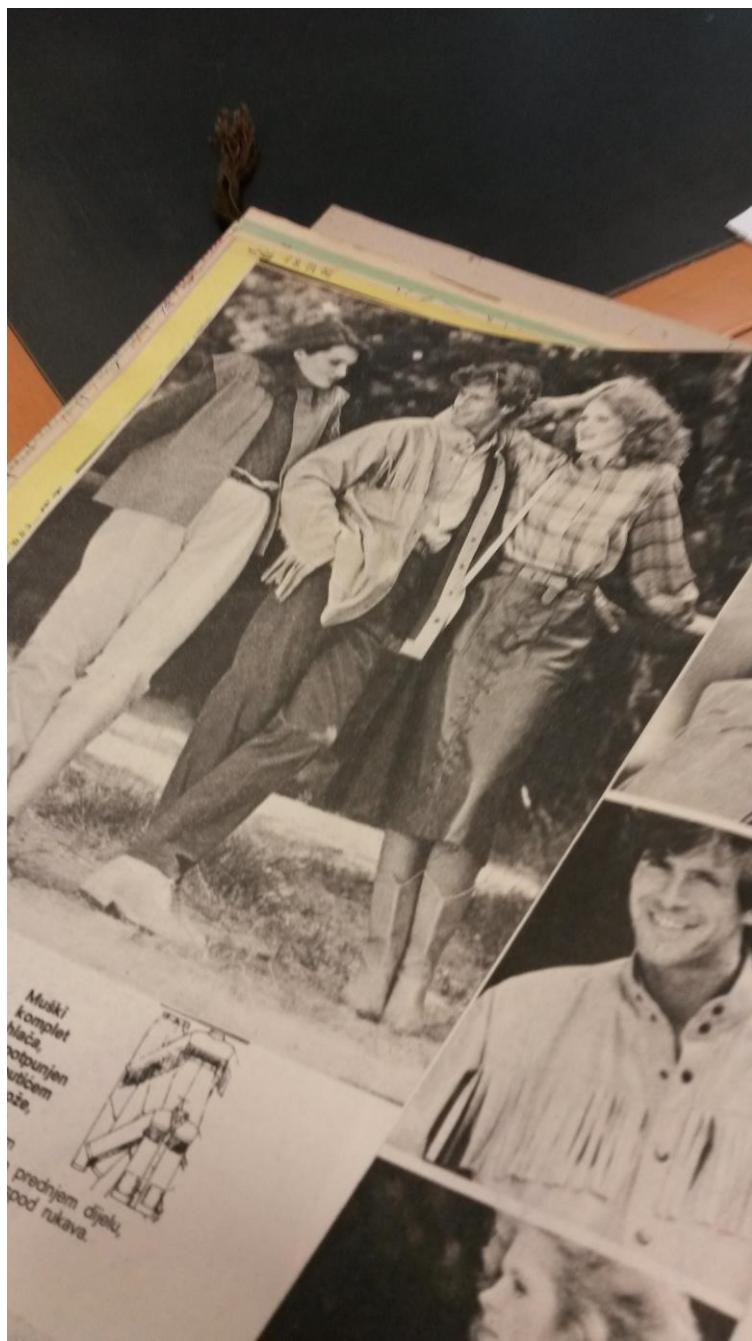


Slika 15.

"U šortsu - uvijek pristojni", 1971. (br. 3)

O ovoj problematici piše i Goffman u radu "Gender Advertisements" (1979) u kojem zagovara ideju hiperritualizacije kao zgušnjavanja koje se ostvaruje standardizacijom, pretjerivanjem i simplifikacijom ritualiziranih odnosa moći koji već postoje u društvu, i koji su anticipirani postojećom socijalnom strukturu. Goffmanovim riječima: "oglašivači konvencionaliziraju naše konvencije, stiliziraju ono što je već stilizacija, površno koriste ono što je već znatno odsjećeno od kontekstualne kontrole" (Goffman, 1979:84).<sup>97</sup> Hiperritualizacija je, dakle, prikaz kojim se reducira pluralnost značenja koja se iz neke dekontekstualizirane situacije mogu iščitati, i u tom smislu vizualni i tekstualni sadržaj masovnih medija hiperritualizaciju koristi kako bi u jednoj slici ili rečenici povezao i kondenzirao sadržajno nepovezane ideje u (primatelju poruke) smislenu cjelinu. Pritom hiperritualizaciju kao pojednostavljanje i kondenzaciju značenja možemo vidjeti i u mnogim drugim segmentima *Svijeta*, ne samo u prostoru za oglašavanje - primjerice u svim tekstovima koji trivijaliziraju rodni identitet, ironiziraju muško - ženske odnose, petrificiraju rodne uloge.

<sup>97</sup> "...advertisers conventionalize our conventions, stylize what is already a stylization, make frivolous use of what is already something considerably cut off from contextual controls" (Goffman, 1979:84).



Slika 16.  
“Muški komplet hlača”, 1971. (br. 2)

Hiperritualizacija je crvotočina u kojoj spektar mogućih interpretacija postaje jednoznačna poruka, a masovni mediji su tunel koji vodi tu značenjsku transformaciju do svojih čitatelja. Muškost i ženskost, odnosno muževnost i ženstvenost prezentirana u *Svijetu*, prema tome su naučeni, ispolitizirani, transgeneracijski održavani i neprestano izvođeni modeli rodnog portretiranja koji ne samo da afirmiraju postojanje rodne hijararhije, nego je i konstituiraju prezentirajući *rezimiranu stvarnost ili istinitost* koja je ustvari tek fragmentirani, pomno probrani sadržaj. Rječju, okvir. U svakom kutku časopisa postoji vidljivo usmjeravanje da se

kroz prezentaciju izabere rodni identitet, odnosno da se rod (re)definira specifičnim, društveno prihvatljivim izborom koji je uvek limitiran - stereotipom. *Svijet* prividno ima najbolju namjeru da se odmakne od stereotipiziranog opisa žene, no pritom ne uviđa da stereotip nije sadržan isključivo u tradicionalističkom svjetonazoru već su i moderne koncepcije roda podjednako stereotipizirane i korištene protiv žena. Kada Hélène Lemer piše ženama da se bez ustručavanja razljute *muški*, ona progovara protiv *patrijarhalnog, tradicionalističkog okvira* žečeći ga zamijeniti *liberalnim okvirom*, posredstvom *medijskog okvira* koji je koji je pomogao stvoriti *ženski okvir*. Imenujući borbenost muškom karakteristikom, a plašljivost ženskom, ona otvoreno kritizira "stare načine" koje su dovele do ženske potisnutosti, no istovremeno novi model *oslobodjene žene* tvori po uzoru na muškarca opisujući ženske karakteristike po derogativnom stereotipu: "Umjesto da podignu glas, pokušat će se rasplakati, jer su od djetinjstva navikle da je to pravo oružje slabih..." Ili: "Zaista je slobodna samo ona žena koja nesputano, dostojanstveno i bez osjećaja krivice kreće putem koji sama želi. Ni sputana starim mitom "ženstvenosti" niti u vječitoj pobuni protiv njega. Tek tada će naučiti podići glas da kaže "ne", steći pravo da izrazi svoju ljutnju i svoj bijes, a da je odmah ne proglase "histeričnom ženetinom."<sup>98</sup> Tekstovima za žene neprestano se rekreira model nove i novije žene stvarajući pritom zamisao o gotovo metafizičkoj srži ženskosti koja varira od redupcionističkog biologizma do "...artikulacije, zašivanja, nadodređivanja..." (Hall, 2001:217) vlastitog rodnog identiteta prema priloženom krojnom araku. *Svijet* je pola stoljeća duga priča o liniji rodnog razgraničavanja, o ženskom konfliktu sa idejom ženskosti i ograničenju koje bivanje ženom nosi; o redefiniranju rodnih uloga, prešutnoj vrijednosnoj hijerarhiji u javnoj i privatnoj sferi, o marginalizaciji, mizoginiji i tradiciji - međutim, od monarhizma do socijalizma (i kasnije), ta priča ostaje ispričana iz nedovoljno kritičke pozicije.

#### **14. Zaključak**

Sadržaj informacija iz masovnih medija poput *Svijeta* pogodan je za problematiziranje ideja o rodnom identitetu, stereotipima i diskriminaciji. Sredstva javnog priopćavanja pritom nisu isključivi generator ovih društvenih pojavnosti, niti su polazišna točka iz koje su ti procesi otpočeli, no svakako sudjeluju u njihovoј diseminaciji. U prvoj fazi *Svijeta*, dominantan je esencijalistički stav o rodu: sve razlike između muškaraca i žena pojašnjene su na vrlo biologistički način. Tjelesna reprezentativnost, briga za kućanstvo i rodno propisane

---

<sup>98</sup> "Razljutite se - muški!", 1982. (br. 6)

obiteljske dužnosti shvaćeni su kao inherentni dio ženske prirode koja je predstavljala ono iracionalno, emotivno, materijalno - te je na isti taj način bila portretirana i u *Svjetu*. Žena *Svijeta* je bezbrižna, opsjednuta posljednjom modom, željna senzacije, razmažena i rastrošna, nezasitna, orijentirana tjelesnim i materijalnim užicima, a prvenstveno - sebi. Lascivnim tekstovima koji su opisivali mlađahne, putene *Zagrebčanke*, i slikama kojima smo se divili ženskim *nožicama* ili otkrivenim leđima, nije se u ovom modno orijentiranom časopisu stvarala samo percepcija aktualnog trenda, već i modela (iz muške vizure) poželjne Žene koja je čas koketirala s muškarcima izbacujući u prvi plan svoje *ženske atribute*, a čas s muškom modom i automobilima, zamagljujući pritom rodne granice - no, ne i brišući ih. Rodno razgraničavanje, legitimirano biološkom diferencijacijom spolova i uprizoreno u *Svjetu*, uvijek je bilo jednom od temeljnih dihotomija kojima se objasnjava struktura društva i logika iza rodne hijerarhizacije.

*Svijet* je pritom Ženi dao višedimenzionalnost, prikazujući ju po potrebi kao suprugu, ljubavnicu, majku i kućanicu, umjetnicu, avijatičarku, studenticu, prevrtljivicu, rastrošnicu, raspuštenicu, kradljivicu. Međutim, način na koji je objasnio tu višeslojnost ženskog bića uvijek je bio uokviren tradicionalnim i stereotipiziranim shvaćanjem ženskog motiva, porijekla, biologije. I štoviše, generalizacijom: kad se *Svijet* obraća ženama opisujući njihove ženske draži, on to uvijek čini pozivajući se na generičnu sliku bezimene Žene koja treba biti univerzalnim modelom (ljepote, mode, majčinstva itd.) za sve čitatelj(ic)e. *Svijet* zasigurno nije stvorio rodnu diferencijaciju, niti je ženi atribuirao rodnu ulogu koja u društvu već nije postojala, ali je autoritativnom pozicijom sveznajućeg, *svjetskog* izvjestitelja i komentatora, i korištenjem kodiranih značenja, kreirao imaginarij rodne (ne)poželjnosti koja je bila vidljiva iz gotovo svake slike i svakog teksta. Bio je to imaginarij namijenjen višoj klasi koju Novak proziva "inteligentnijim stališama", imaginarij koji je posve zanemario surovu realnost ekonomski deprivirane, legislativno neusuglašene, industrijski zaostale Kraljevine Jugoslavije u kojoj je većinsko stanovništvo bilo ne samo siromašno i posve neuklopivo u sliku koju je *Svijet* kreirao, nego i posve nepismeno. U prvoj fazi (u kojoj mu je naklada bila oko dvije tisuće primjeraka), *Svijet* je pisan za sasvim maleni segment društva koji je njegove dekadentne tekstove mogao ne samo razumijeti nego se s njima i povezati preko reprezentacija prividnog totaliteta povlaštenog života zagrebačke elite. Prije Drugog svjetskog rata, *Svijet* je priča o rodnom, ali i klasnom razgraničavanju: to nije narativ o poslijeratnim udovicama, siromašnim samohranim majkama, industrijskim radnicama - svim onim drugim skupinama žena, osim kad se poput amblema koriste da bi portretirale sliku Zagreba (poput kumica s placa) ili svojim teškoživotnim primjerom dale vrijednost nepisanoj

moralnoj konvenciji. Drugim riječima, stereotipi o međuratnoj, *roaring twenties* Ženi perpetuiraju se u *Svijetu* preko platforme koja favorizira urbane, situirane, povlaštene dame, dok se *druge žene* tretiraju kao sporedni, marginalni, nebitni likovi - rekviziti.

U poslijeratnom periodu, reprezentacija žene u *Svijetu* se drastično mijenja. Ne samo da žene u novoj državi formalno dobivaju dotad uskraćena ljudska prava (poput prava glasa ili nominalnu rodnu ravnopravnost) već socijalizam kao ideologija koja želi odstraniti klasnu i rodnu hijerarhiju osigurava ženama obrazovanje, otvara nova radna mjesta, pokušava privatnu sferu maksimalno staviti pod državni nadzor. *Svijet* u tom sociopolitičkom okruženju donekle prestaje sa ranijom praksom veličanja dekadentne raspojasanosti, i na tron zasjeda nova žena koja više nije samo dama nego i socijalistička radnica, i odgajateljica novih socijalističkih generacija, i nositeljica socijalističke biti. Kao i ranije, *Svijet* je ženi ponovno namijenio specifičnu, rodno determiniranu ulogu prezentiranu kroz niz stereotipa, samo ovaj put uokvirenu službenom državnom ideologijom. Žena je i dalje prezentirana kao njegovateljica, u neprestanoj potrazi za osjećajem sigurnosti, ljubazna, obzirna, nesamostalna, pasivna, labilna, neodlučna, orijentirana domu i kućanstvu, kao i tipično "ženskim" aktivnostima (plete, koristi kozmetiku, trača i slično), dok je muškarac stabilan, aktivan, racionalan, neosjetljiv, izravan, analitičan, agresivan, nekomunikativan. Žena je prikazana kao "oslobođena" kroz relativnu ekonomsku samostalnost i uvedene zakonske promjene, no realno stanje stvari (koje i sam *Svijet* u nekoliko navrata prezentira kroz službenu demografsku statistiku o stanovništvu) svjedoči u prilog činjenici da tome u praksi uopće nije tako. 1961. godine u zemlji je nepismeno čak tri milijuna i sto devedeset tisuća žena, što znači da na svakog nepismenog muškarca dolazi okvirno šest nepismenih žena sa potpuno ograničenim mogućnostima napretka u ekonomskom smislu. Međutim, socijalizam se ne posvećuje rješavanju ženskog pitanja jer je deklarativno usmjeren boljitu čovjeka općenito, anuliranju klasnih razlika i podruštvljavanju privatne imovine. "Promjena statusa žene, iz statusa *domaćice* prema statusu *zaposlene*, doprinosi ženi veći pristup sferama moći. Taj pomak nije ipak značio i jednakost u pristupu izvorima moći jer se žene u najvećem broju zapošljavaju u nisko akumulativnim industrijama poput industrije tekstila, kožne obuće i galerije. Unatoč porastu *vidljivosti* žena, što je posljedica migracije iz sela u gradove uslijed čega žena preuzima dotadašnje muške obaveze, autorica dolazi do zaključka da "patrijarhalizam tinja i krije se iza idealne kulture u kojoj dominira vrednota ravnopravnosti" (Premuž Đipalo, 2013:151, prema Rihtman - Auguštin, 1988:203).

U socijalizmu je, dapače, sporno pozivati se na feminizam, kao i sva ostala "radikalna shvaćanja" pa tako pitanje stvarne ženske ravnopravnosti ostaje nerazriješeno, a prividno žensko oslobođenje dokumentira se revitaliziranim seksualnom oslobođenošću vidljivom u brojnim prilozima *Svijeta* posvećenima temama ženske seksualnosti, nevjere, kontroliranog planiranja obitelji, odgođenog sklapanja braka; kratkim i još kraćim šorcevima, *topless* ili potpuno nagim slikama. Konzervativizam medijskog diskursa ranih pedesetih i šezdesetih godina sa stranica je *Svijeta* odstranjen gotovo preko noći, i zamijenjen oživljenim duhom individualizma i hedonizma, imaginarijem koji je ideju Žene ponovno sveo gotovo isključivo na tjelesnu ljepotu i materijalne užitke. Tjelesna liberalizacija vidljiva od sedamdesetih nadalje svojevrsna je revitalizacija ideje novooslobođene, emancipirane žene koja je, između ostalog, pokrenula *Svijet* kao časopis za modernu ženu dvadesetih godina prošlog stoljeća. Kao i ranije, žena je ponovno reprezentirana istim rodnim stereotipima, no sada u invertiranom diskursu: u neprestanoj je potrazi za osjećajem sigurnosti (međutim, sigurnosti koju će stvoriti sama), labilna je i iracionalna (no, ne zbog neuroze nego PMS-a), pasivna je (ne zato što nema izbora nego zato što ju politika ne zanima), orijentirana brizi za dom i obitelj (jer ju to usrećuje više od posla) itd.

*Redefinirana žena* *Svijeta* predstavljena je kao pobjednica nad *tradicionalističkim* svjetonazorom zato što smatra svoje okolnosti nizom izbora i odluka koje je stvorila sama, no iluzija izbora je zapravo diseminirana kroz institucije moći pri čemu su časopisi za žene tek jedna od tih instanci. Informacije koje se rasprostranjuju sredstvima masovnog priopćavanja zapravo su način uokviravanja stvarnosti, svođenja velike slike svijeta na malu - ne samo zato što bi bilo nemoguće obuhvatiti sve raspoložive informacije, već zato što je filtriranje informacija i širenje stereotipija način normalizacije i discipliniranja koji održavaju socijalnu strukturu, ali i omogućuju društvenu kontrolu. Moda, koju *Svijet* propagira kao oblik slavljenja ženskosti i ženstvenosti, odnosno mjesta *drugosti*, neprestanim naglašavanjem ili deformiranjem dijelova ženskog tijela, na taj je način kroz povijest demarkirala i vrijednosno označila rodove. Štoviše, i kozmetička industrija koju *ženski* časopisi uvode u *ženski* svijet kao kakav imperativ odgovornog odnošenja prema samoj sebi, kapitalizirala je moderni strah od starog lica, velikih podočnjaka i sijede kose. U protivnom, kako ćemo ikada zadržati muškarce, te *velike Lovce na mlado meso*?<sup>99</sup>

---

<sup>99</sup> Referenca na prethodno spomenuti članak "Pračovjek je bila žena!", 1982. (br. 6)

*Svijetu* koji se financira velikim dijelom reklamirajući Sebald lak za kosu "poput rascvjetalog maja" ili Tokalon kremu za mladolik izgled lica, naravno nije u interesu razbiti stereotipizirani ciklus ideacije *prave žene, dobre majke, radišne kućanice i radnice*. Stereotipi, međutim, nisu samo način komuniciranja i razumijevanja socijalne strukture, već češće način komuniciranja i razumijevanja staklenog stropa u kojem se, unatoč njegovoj providnosti, ogleda sva destruktivnost predrasuda i diskriminatorskih politika.

Ovdje primjenjena analiza medijskog diskursa tek je jedan vid kritičkog pristupa problematici medijske manipulacije, *framinga*, objektivizirajućeg pogleda, i općenito spola i roda kao kategorija analize. U radu se dijakronijskim pristupom, i na primjeru časopisa *Svijet*, pokušala prikazati dugotrajnost i stabilnost rodnih stereotipa definiranih kroz različitost od *Drugog i drugaćijeg*, odnosno kroz poistovjećivanje s onima koji dijele zamišljenju *istost*. Međutim, diskurzivna analiza ovog tipa je tek početni segment istraživanja dekonstrukcije rodnih stereotipa jer diseminaciju stereotipa vidi kao vertikalni proces, kao odnos moći - dok suvremene kulturnoantropološke tendencije, poput antropologije žene, naginju drugaćijem metodološkom, individualističkom pristupu koji bi u ovome slučaju multivokalno istražio proces internalizacije stereotipa. Taj proces stvaranja rodnog identiteta, i reprezentaciju rodnih stereotipa kroz osobne narative čitateljica *Svijeta* vidim kao istraživačku opciju za daljnji razvoj ove teme.

### Literatura:

AHTIK, Meta; ERENET - SUNKO, Zrinka i PILIPOVIĆ, Ozren. 2010. The great depression and the rise of the authoritarian regimes in the Balkans in 1930s. (pristup: 22. kolovoz 2014., <http://www.iseg.utl.pt/aphes30/docs/progdocs/OZREN%20PILIPOVIC.pdf>)

BARADA, Valerija i JELAVIĆ, Željka. 2004. *Uostalom, diskriminaciju treba dokinuti: priručnik za analizu rodnih stereotipa*. Zagreb: Centar za ženske studije.

BARRETO, Manuela; RYAN, Michelle K.; SCHMITT, Michael T. 2008. "Introduction: Is the glass ceiling still relevant in the 21st century? <http://www.sfu.ca/psych/faculty/schmitt/publications/GlassCeiling2008.pdf> (pristup: 02. 09. 2014)

BERGER, John. 1972. *Ways of Seeing*. (pristup: 22. kolovoz, 2014., <http://waysofseeingwaysofseeing.com/ways-of-seeing-john-berger-5.7.pdf>)

- BURIĆ, Olivera. "Kritika idealističkog tumačenja procesa oslobođenja žene i putovi njegova razvoja u svijetu i kod nas." U: *Društveni položaj žene i razvoj porodice u socijalističkom samoupravnom društvu*, ur. Hvala, Ivan. Ljubljana, NIRO - Komunist, 80 - 93.
- BUTLER, Judith. 1993. *Bodies That Matter*. New York, London: Roudedge.
- BUTLER, Judith. 1988. "Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory". *Theatre Journal*, 40, 519 - 531.
- ČAKARDIĆ, Ankica. 2013. "Ženski problem u političkoj ekonomiji - od jugoslavenskog samoupravljanja do mjera štednji." *Up&Underground*, 23 / 24, 34 - 41. (pristup: 22. kolovoz 2014., <http://www.up-underground.com/brojevi/23-24/zenski-problem-u-politickoj-ekonomiji-od-jugoslavenskog-samoupravljanja-do-mjera-stednji/>)
- ČAKARDIĆ, Ankica. 2005. "Država kao bratska zajednica." *Filozofska istraživanja*, 25, 841 - 848.
- DESPOT, Blaženka. 1987. *Žensko pitanje i političko samoupravljanje*. Zagreb: Centar za kulturnu djelatnost.
- DIMITRIJEVIĆ KOLAR, Mira. 1988. *Zagrebačke tvornice svile s osvrtom na klasnu i oslobođilačku borbu radništva do nacionalizacije*. Zagreb: Institut za historiju radničkog pokreta, 77 - 136.
- GOFFMAN, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Hanover, London: Northern University Press.
- GOFFMAN, Erving. 1979. *Gender advertisements*. London, Basingstoke: Macmillan Press.
- HALL, Stuart. 2001. "Kome treba identitet?" *Časopis za književnost, kulturu i društvena pitanja*, 64 / 10, 215 - 233.
- HICKEY, Georgina. 2013. *The Respectability Trap: Gender Conventions in 20th Century Movements for Social Change*. U: *Journal of interdisciplinary feminist thought*, vol. 7. <http://digitalcommons.salve.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1059&context=jift> (pristup: 05. rujna 2014.)
- KING, Angela. 2004. "The prisoner of gender: Foucault and the disciplining of the female body." *New Writings in Women's Studies: Selected Essays from the First Women's Studies Network (U. K.) Association Essay Contest*, vol. 5, 28 - 39 (pristup: 22. kolovoz 2014., <http://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1532&context=jiws>)
- KODRNJA, Jasenka. 2008. *Žene zmije - rodna dekonstrukcija*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
- KOLVESHI, Željka. 2006. *Otto Antonini: Zagreb i "Svijet" / "Svijet" i Zagreb dvadesetih...* Zagreb: Muzej Grada Zagreba.

- KUHAR, Metka. 2005. "Medijske reprezentacije tjelesnog izgleda i samopredodžba mladih." *Medijska istraživanja*, vol. 11/1, 97 - 112.
- MILIŠA, Zlatko i TOLIĆ, Mirela. 2009. "Uloga simboličkog interakcionizma u analizama medijske manipulacije." U: *Pedagogijska istraživanja*, 6 (1 - 2), 57 - 71.
- NOVAK, Božidar. 2005. *Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću*. Zagreb: Golden Marketing, Tehnička knjiga: Press data.
- OGRAJŠEK, GORENJAK, Ida. 2011. *Rodni stereotipi i politika Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca (Kraljevine Jugoslavije)*. Zagreb.
- PREMUŽ ĐIPALO, Vedrana. 2013. "Hrvatska antropologija žene od sedamdesetih godina 20. stoljeća do danas: ženske teme u hrvatskoj etnologiji." U: *Etnologia Dalmatica*, 20, 143 - 166.
- REESE, Stephen. 2001. "Prologue - Framing Public Life". U: *Chapter in Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*, 1 - 24 <https://journalism.utexas.edu/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/framing-public-life.pdf> (pristup: 22. kolovoz 2014.)
- RUTLEDGE SHIELDS, Vickie. 2006. "The less space we take, the more powerful we'll be". U: *A companion to media studies*, ur. Angharad N. Valdivia. Malden MA: Blackwell.
- SCHEUFELE, Dietram. 1999. „Framing as a Theory of Media Effects”. U: *Journal of Communication*, vol. 49, 103 – 122.
- SENJKOVIĆ, Reana. 2008. *Izgubljeno u prijenosu*. Zagreb: Institut za etnologiju i fokloristiku.
- SKLEVICKY, Lydia. 1996. *Konji, žene, ratovi*. Zagreb: Ženska Infoteka.
- STANIĆ, Dijana, ur. 2004. *staniŽenski biografski leksikon: sjećanja žena na život u socijalizmu*, ur. Dijana Dijanić. Zagreb: Centar za ženske studije.
- STEIN ERLICH, Vera. 1971. *Jugoslavenska porodica u transformaciji. Studija u tri stotine sela*. Zagreb: Liber.
- ŠIVO, Maja. 2014. "Modne prijestolnice svijeta." *International Interdisciplinary Journal of Young Scientists from the faculty of Textile Technology*, vol. 4, 78 - 85.
- VOLČIĆ, Zala. 2008. "Media, Identity, and Gender: Tracking Feminist Media and Journalism Theories and Methodologies." *Medijska istraživanja*, vol. 14/1, 5 - 20.
- VRANICKI, Predrag. 1979. "Marksizam o društvenom položaju žene." U: *Društveni položaj žene i razvoj porodice u socijalističkom samoupravnom društvu*, ur. Hvala, Ivan. Ljubljana, NIRO - Komunist, 42 - 57.

TRBOVIĆ, UROŠ. 1974. *Politički sistem samoupravljanja*. Zagreb: Centar za aktualni politički studij.

WALBY, Sylvia. 1990. *Theorizing Patriarchy*. Oxford, Cambridge: Basil Blackwell Inc.

WALLACH SCOTT, Joan. 2003. *Rod i politika povijesti*. Zagreb: Ženska infoteka.

#### **Ostali izvori:**

Svijet, "Zagrebčanka i moda", 22.05.1926.

Svijet, "Zagrebački tipovi s ulice", 25.09.1926.

Svijet, "Naše moderne gospođe i narodno vezivo", 27.02.1926.

Svijet, "Za ženski svijet", 21.06.1930.

Svijet, "Mia Čorak", 16.03.1935.

Svijet, "Luksuzna ženica od jutra do mraka", 04.12.1926.

Svijet, "60-god. Ivane Brlić Mažuranić", 28.04.1934.

Svijet, "Među našim umjetnicama", 20.10.1928.

Svijet, "Stara, nova i buduća naša generacija", 06.03.1926.

Svijet, "Ljetne noći", 16.07.1932.

Svijet, "Čime da se zanimam?", 06.10.1928.

Svijet, "Epidemija charlestona", 20.11.1926.

Svijet, "70 - god. života Milke Trnine", 01.01.1934.

Svijet, "Mia Čorak", 28.01.1933.

Svijet, "Na Savi i u Africi", 19.07.1930.

Svijet, "Na početku sezone zabave i plesa", 11.01.1930.

Svijet, "Iz ženskog svijeta", Svijet, 01.01.1927.

Svijet, "Natječaj "Svijeta" za ljepotice u kupalištima", 25. 06. 1927.

Svijet, "Zagrebčanka i moda, 22. 05. 1926.

Svijet, "Nožice i samo nožice", 24. 12. 1927.

Svijet, "U modi su gola leđa!", 30. siječnja 1932.

Svijet, "Zagrebčanka iz pasje perspektive / Na kavanskoj terasi", 22. svibnja 1926.

Svijet, "Štefica Vidačić - Miss Jugoslavija - Miss Europa", 19.03.1927.

Svijet, "Domaćinska škola u Zagrebu", 04.02.1928.

Svijet, "U oči elitnog plesa zagrebačkih novinara", 09. 02. 1929.

Svijet, "Najnovije kreacije mode: značenje krvnenog ukrasa", 18.10.1930.

Svijet, "Snaga i ljepota čovječjeg tijela", 10.07.1926.

Svijet, "Hazena", 10.04.1926.

Svijet, "Zagrebačka djeca", 27. 06. 1931.

Svijet, "Otkrivate svoje slabe strane", 1962. (br. 3)

Svijet, "Ruke vas odaju", 1971. (br. 3)

Svijet, "Neuroza - bolest žena", 1957. (br. 3)

Svijet, "Ne mala, već zdrava noga", 1958. (br. 7-8)

Svijet, "Kozmetička torbica za odmor", 1956. (br. 9)

Svijet, "Koja bluza je za vas?", 1956. (br. 3)

Svijet, "Takva je bila Roža", 1963. (br. 13)

Svijet, "Jedna tavanska izba i sat s urezanim "Tvorpam", 1962. (br. 12)

Svijet, "Male obične slike", 1963. (br. 2)

Svijet, "Domaćica kao zvanje", 1963. (br. 14)

Svijet, "Neobična teta - tvornica", 1962. (br. 7)

Svijet, "Rad lijeći", 1962. (br. 7)

Svijet, "Žene u svijetu statističkih podataka", 1963. (br. 5)

Svijet, "Bio sam domaćica", 1962., (br. 7)

Svijet, "On radi - i ona radi", 1963., (br. 3)

Svijet, "Preko leđa žene?", 1982. (br. 1)

Svijet, "Anonimne", Svijet, 1982. (br. 3)

Svijet, "Kućanice, ujedinite se!", 1982., (br. 3)

Svijet, "Razljutite se - muški!", 1982. (br. 6)

Svijet, "Tudi čovjek", 1974. (br. 7)

Svijet, "Nevjeste u dokoljenkama", 1982. (br. 2)

Svijet, "Kad on kaže: NE!", 1974. (br. 3)

Svijet, "Bila sam žena ženskara", 1981. (br. 12)

Svijet, "Raskrinkavanje ženskaroša", 1982. (br. 1)

Svijet, "Mama, moram ti nešto reći", 1971. (br. 10)

Svijet, "Svekrve ili svekrive", 1982. (br. 3)

Svijet, "Najbolji su rasprodani", 1982. (br. 1)

Svijet, "Psihoza u životu žene", 1962. (br. 10)

Svijet, "Moda za proljeće i ljeto 71.: mekša i ženstvenija", 1971. (br. 3)

Svijet, "Osvojeno još jedno muško zanimanje", 1971. (br. 5)

Svijet, "Pračovjek je bila žena! ", 1982. (br. 6)

Svijet, "Vi tražite savjet zbog debljine?", 1953. (br. 4)

Svijet, "I koža mora da diše", 1953., (br. 7)  
Svijet, "Da i ne sa 17 godina", 1962. (br. 3)  
Svijet, "Miss 16 godina", 1962. (br. 6)  
Svijet, "Modna revija u četiri kuhinjska zida", 1962., (br. 10)  
Svijet, "Biti kao Raquel", 1982., br. 2  
Svijet, "Kako je stvorena Lilian", 1982., br. 3  
Svijet, "Osigurana ljepota", 1982. (br. 3)

**Popis slikovnih priloga:**

- Slika 1. "*I zagrepčanka živi za charleston, pleše charleston i sanja o njemu...*", 20. 11. 1926
- Slika 2. "Svak ga čita, svak ga voli!", naslovica od 01. 01. 1930.
- Slika 3. Humor u *Svjetu*, preuzeto iz: Ilustrirana tonfilmska revija *Svijet* : Zagreb 1926. - 1936.
- Slika 4. "*-A – D – A – C / Automobilistica*" naslovica *Svijeta* od 20. 04. 1929.
- Slika 5. "Zagrljene", 25. 07. 1932.
- Slika 6. "Zagrebački zbor / Smotra narodno stiliziranih toilet-a", 20. 10. 1928.
- Slika 7. "U modi su gola leđa!", 30. 01. 1932.
- Slika 8. "Zagrebčanka iz pasje perspektive / Na kavanskoj terasi", 22. 05. 1926.
- Slika 9. Reklama za Elida šampon sa Šteficom Vidačić
- Slika 10. "Ženski smoking / Smoking – senzacija današnje mode", 27. 03. 1926.
- Slika 11. "U četiri oka", 1958. (br. 5)
- Slika 12. "Kad se ON osjeća mučenikom", 1962. (br. 9)
- Slika 13. "Kad se ON osjeća mučenikom", 1962. (br. 9)
- Slika 14. "Modna revija u četiri kuhinjska zida", 1962. (br. 10)
- Slika 15. "U šortsu - uvijek pristojni", 1971. (br. 3)
- Slika 16. "Muški komplet hlača", 1971. (br. 2)