

ФОРМИРАЊЕ ГРАЂАНСКОГ МОДЕЛА ЖЕНЕ У ЖЕНСКОЈ ШТАМПИ

Духовна арома сводневице, коју осећамо кроз медије масовне културе, може се понајбоље одредити синтагмом "индустрија среће", чији је парадигматични случај тзв. "женска штампа". Кад означавамо женску штампу као индустрију среће, сматрамо да она "није шарена лажа саткана од папира, слика и илузија за фантоме и утваре, већ да има стваран садржај, обраћајући се одређеној друштвеној ситуацији и стварним човековим потребама".⁽¹⁾ Међутим, намеће се питање какав је образац среће с којим се овде рачуна и који нам се продаје. Релевантног одговора на то питање дуго није било. Уз то иде и илустративни податак да постоји запањујући несклад између теоријског интереса (тј. одсуства интереса) за феномен женске штампе, с једне, и његове објективне присутности у данашњем друштву, с друге стране. Макс Хоркхајмер (Horkheimer) и Теодор Адорно у Дијалектици просветитељства женску штампу дефинишу као "слабоумни њоман серијалс",⁽²⁾ Андри Лефевр (Lefebvre) у њој је пронашао "формулиране, систематизирани, с обзиром на нове и уосталом мутне потребе, преостатке празноверја, одреде, митове и нову митологију", признајући истовремено да "њезин големи успех представља изванредну социолошку чињеницу чије се анализе намећу".⁽³⁾ Едгар Морен (Морин) женску штампу види с њеним "снажним подстицајем на подражавање, потрошњу, владаће најактивнијим језгром масовне културе".⁽⁴⁾ С тим бисмо се становиштем и могли сагласити, али остаје много питања која траже одговор. Једно од могућих и важних јесте и питање о томе зашто се уопште јавља женска штампа, и како то тада жена ступа на историјску сцену и постаје протагонист једног јавног али не и значајног подручја живота?

Са историјске тачке гледишта, женска штампа јавља се почетком овог века, паралелно са осталом масовном штампом. Крајем 19. века модне ревије достижу тираж од сто хиљада примерака, да би се тек у 20. веку та штампа појавила са новим рубликама, новим садржајима, новом публиком и огромним тиражом. Као што масовни медији нису потпуно нова појава, већ нова средства и начини задовољавања познатих друштвених потреба, тако је и сама женска штампа потврдила постојећи друштвени положај жене новим медијем. Точак историје покренуо се само толико да би се жена и њена улога мајке, домаћице и супруге истакла у јавности, а не да би се она и њене улоге промениле. У женској штампи она је означена превасходно биолошки, о њеној новој историји ту нема говора. Годинама се у женској штампи понављају, овековечују исти садржаји, рубрике и исти начин презентације. Практични савети, мода, кулинарски рецепти, фељтони о браковима и љубавима славних личности, исечци из сензационалистичке "жуте штампе", разговори, савети, упућивања у тајне животе из "интимног угла" и "строго поверљивих разговора", савети младим мајкама о томе како најбоље одгојити дете - све то у функцији налажења одговора на питање како постати и остати млад, леп, здрав, срећан, витак, имати добар и успешан брак, напредно дете и идеалан дом. Едгар Морен каже да је масовна култура (у коју убраја и женску штампу) "величање женских вредности", али, није ли упорно истицање тзв. женских вредности и тема само прихватања и задржавање женског друштвеног status quo? Женска штампа своју женску публику упућује у тајне - како бити добра мајка, узорна

- 1). Бурђа Милановић, Женска штампа - индустрија среће. "Питања", бр. 7-8/1978, стр. 40.
- 2). Maks Horkheimer-Teodor Adorno, Дијалектика просветитељства. Веселин Маслеша, Сарајево 1974, стр. 164.
- 3). Anri Lefevr, Критика свакидашњег живота. Напријед, Загреб 1959, стр. 222.
- 4). Edgar Moren, Дух времена. Култура, Београд 1967, стр. 162.

супруга и идеална домаћица, константно "штитећи" жену и пазећи да случајно "процес једноставне репродукције духа не пређе у проширену".⁽⁵⁾ У препознавању и историјском репродуковању женских и мушких улога, света жене и света мушкарца, природе и духа, из једне такве традиционалне социјализације женског космоса репродукује се пасивна велика послушна армија читалаца женских часописа (Ђурђа Милановић).

Феномен виталности традиционалних грађанских културних вредности, присутних у савременом друштву, најочигледнији је у третирању положаја и улоге жене. Патријархални обрасци мишљења и понашања тврдокорно преживљавају и поред друштвених напора у пружању једнаких могућности за оба пола. Они јесу доживели приметно осипање, и самим тим нису више закон индивидуалног и друштвеног понашања. Међутим, то не значи да су нестали. Традиционални грађански систем вредности природу жене (за разлику од природе мушкарца) своди и ограничава на њену репродуктивну сексуалну улогу, одржавајући и подражавајући ту "природну" разлику, чинећи је културним и друштвеним мерилом могућности полова у друштву и играња њихових друштвених улога. Културни стереотипи грађанског устројства "стварају", логиком "природне" нужности, мушкарца и жену, и њихов неједнаки положај у друштву.

Подела на активну мушкост и пасивну женскост, као "нормалне" карактеристике полова, битна је одредница друштвених могућности сваког пола и сваког појединца. Жена и даље остаје у свом означеном исконском идентитету пола-пасивна, друштвено неангажована, заробљена кућом, децом и осталим "нормалним" и "природним" женским пословима и задацима. Задржавање традиционалне представе о жени провлачи се и кроз наизглед невидљиве и неважне облике "тихе" и културом санкционисане сфере друштвеног живота.

Масовни медији константно репродукују грађански стереотип о месту и улози жене, подржавајући на тај начин идеал задовољне, способне, вредне домаћице, мајке и супруге, и њеног света којим излази из контекста породичног хабитуса (Жарана Палић). Такозвана женска штампа представља уочиште традиционалних женских вредности, занимања и тривијалних интереса. Постојање женских стереотипа у традиционалној култури, који жену затварају у гето приватности (Küche, Kirche, Kinder), рефлектује се, преноси у женску штампу. Тако њена сврха постаје не информисање већ формирање грађанског модела жене. Стога опште-прихваћене традиционалне улоге жене, с једне стране, и стално постојање специјализоване "женске" штампе, с друге стране, проблематизују и одређују предмет нашег интересовања.

Друштвено стечени идентитет женског пола идентификује жену са светом природе, са оним нужним, непроменљивим. Жена је битно везана за репродукцију врсте, остаје у оквирима породице, приватног. Оно што јој се нуди и што одређује њен друштвени легитимитет и потврђује њену социјалну улогу јесте и њено вредновање на широком социо-културном нивоу, пре свега као мајке, супруге, домаћице (чуvara породичног огњишта). Женска штампа своју специјализацију темељи баш на тој разлици полова, на "специфично" женском - на "женствености". Претпоставка од које и полазимо у истаживању је да постојеће стање свести о жени женска штампа не ревидира, већ и сама својим садржајима, рубрикама, начином презентације, изнова репродукује и одржава статус љуо.

Стериотипи о жени, који се по нама премештају у женску штампу, а које ћемо покушати да у њој и њеним садржајем пронађемо, постоје у своја три традиционална облика: стереотип жене као мајке, стереотип жене као супруге и стереотип жене као домаћице.

Стереотип жене-мајке. Проучавање историје, утицаја културе и функција културних образаца речито говори о мајчинству као најстаријем женском искуству, које се доживљава као женска "судбина". То "заправо значи свођење свих женских људских квалитета на њену биолошко-репродуктивну функцију и пристајање

5). Horkhajmer - Adorno, op.cit., стр.139.

жене на такву квалификацију".⁽⁶⁾ Друштвени статус жене потврђује се или оповргава успешношћу њене реализације као мајке. Иако се жене данас школују и раде, и имају могућности да освтаре своје креативне способности и потенцијале, мит мајке остаје дубоко укореван у колективној психологији, моралу и обичајима, вреднујући жену у односу на материнство. "Императив културе је већ поунутрен, усвојен, прихваћен у самој личности: ако није мајка, осећа грижу савести зато што то није, ако пак јесте, не може да се не двоуми да ли је довољно добра мајка".⁽⁷⁾ Функција културног стереотипа идеалне-идеализоване мајке је да жену и даље задржи у сфери приватног, односно њене природе. Материнство се поставља као обавеза и услов стицања друштвеног статуса.

Стереотип жене-домаћице. Женско искуство света се традиционално одређује домом и породицом. Поистовећивање жене са приватном а мушкарца са јавном сфером најочигледније указује на домен интересовања намењен жени. Враћање жена култу породичног огњишта јесте у ствари тенденција друштва да потисне жену из јавног живота и центара друштвене моћи. Жена остаје господар заправо маргиналног и ограниченог света, јер "по природи небитан однос што га жена има са животом, с током догађаја, са самом повешћу ограничава њезину свест на идеологију поседовања, која се задовољава само непомућеним присуством ствари".⁽⁸⁾

Стереотип жене-супруге. И данас, када је ослобођење жене акутнија чињеница него икада, на емпиријском плану још увек живи анахрона дилема "професија или материнство", "кућа или посао". Нарочито традиционална, грађанска друштва, са јаким израженим сексистичким предрасудама, жени негирају аутономно место, тако што њен смисао живота граде уз везаност "за некога" или "због некога".

Већина жена данас, као и до сада, свој пуни идентитет налази тек ступањем у брак. То је још једна друштвено призната форма која гарантује повлашћен статус. Жена је увек била нечији посед; није ни постојала као засебан људски идентитет. "У патријархалним друштвима најтеже фрустрације трпи жена ако није ничија. Она изазива највише подозрења, "ненормална" је, изошштена из друштва и опасна већ због саме чињенице да неком није потчињена, да нема власника, да је само своја".⁽⁹⁾ Нагласак на приватном, који значи затварање жене у четири зида, покривен митом о љубави, тачније о брачној љубави, не намеће само представу о емоционално пасивној, незрелој и скромној жени, већ жени која је искључена из друштва.

Женска штампа својим дискурсом, којег црпе из оног "вечно женског" (а и масмедијског), понајбоље показује каква је владајућа представа о жени и њеном друштвеном положају. Патријархални састав вредности, који одређује вечно женско искуство овладавања свакодневицом, окосница је јављања женске штампе. Само постојање ове штампе довољан је индикатор да је жена у друштвеном резервату. Атрибути који се најчешће везују за женску штампу су: припадност лакоом жанру, неинформативност, високотиражност, неактуелност и конзервативизам. Ове одлике су производ самих садржаја женске штампе, који се могу сместити између два пола - романтичног идеала и обичне свакидашње прагме (Морен).

Ако погледамо летимице било који женски лист, видећемо да се он може поделити на два дела. Један је у литератури познат као романтичарско -идеализовано-митски, и он задовољава потребу за митским и имагинарним, други је пак приземан, и тиче се прагме свакодневног живота, њених знања и вештина. То нису само садржаји женске штампе који се највише нуде, већ су то истовремено и они који се највише и траже. "У анкети о преференцијама новинских садржаја читалачке публике Свијета проведеној 1983, прва три места заузимају 1) практични

-
- 6). Нада Лер-Софронић, Одисеја људског идентитета жене. "Питања", бр.7-8/1978, стр.20.
 - 7). Славенка Дракулић, Смртни гријеси феминизма. Знање, Загреб 1984, стр.115.
 - 8). Giovana Pezzoli, La stampa Femile (come ideologia). Наведено према: Ђ.Милановић, Женски листови у Југославији. "Жена". бр.4/1984, стр.71.
 - 9). Нада Лер-Софронић, *op.cit.* стр.56.

савети (67,5%), 2) црна хроника, људске трагедије (40,9%), те 3) приче, новеле, љубавни романи у наставцима (39,8%)”.⁽¹⁰⁾

За женску штампу се каже да припада ”лакшем” новинарском жанру, забавно-ревијалног илустрованог типа, периодичног карактера. Херц-романи, љубавне исповести, мини-приче (новеле), као садржај свако женског листа, несумњиво спадају у лаку, шунд-литературу. Практична жена у 1985. години значајан део свог простора, 14 од 84 странице, посвећује овим сегментима женског листа.⁽¹¹⁾ Инсистирање на том садржају одговара потреби за ”чартер” бекством из стварности. Епитет ”лаке” штампе доноси јој још и хороскопи, сановници, разни избори за ”идеалну жену” тестови итд.

Класична женска штампа је високотиражна и у свету и код нас. На пример, у САД Mc’Calls Magazine, основан 1870, купује у просеку преко шест милиона читатељки, а женска штампа улази у преко 60% америчких домаћинстава. И други амерички ”женски листови” достижу тираже снова: Ladies Home Journal купује око седам милиона читатељки, Every Women’s Family Circle око седам и по милиона читатељки, Women’s Day преко седам и по милиона читатељки, Better Homes and Garden око осам милиона читатељки, Good House Keeping око пет милиона читатељки. И у Великој Британији су теражи фантастични. Тако Woman купује четири милиона читатељки, Good House Keeping купује два милиона читатељки, Women’s Weekly продаје се у преко један и по милион примерака. Женска штампа у Немачкој (бивша СРН) има стандардно високо тираже. Burdomoden се штампа у два милиона примерака, Brigitte у један и по милион примерака. У Италији се тиражи женске штампе крећу око неколико стотина хиљада примерака: Grazia - 450.000 Bella - 250.000, Annabella - 500.000. У бившем Совјетском Савезу женски лист Работница имао је циновски тираж од шеснаест милиона примерака (но, питање је да ли овај лист уопште спада у категорију ”женске штампе”). Тиражи женских листова у Југославији крећу се, просечно, око 250.000 и 350.000 примерака, што показује да ова специјализована штампа има примат над осталим периодичним листовима.

Зашто је то тако? Тиражи дневних листова варирају с обзиром на актуелне теме и догађаје, док продају женских листова карактерише стабилност, чему доприноси баш та независност за актуелно, догађај. Женска штампа је детерминисана ”вечним женским темама”. Женска читалачка публика се везује за практично-корисне савете који у њој доминирају. Женски лист ”је најбољи (понекад и једини) саветодавац: читатељица у њему налази одговор лекара и савет правника и препоруку ветеринара и предлог декоратера и информацију стручњака за цвеће. Она у њему има и свог (бесплатног) психијатра, педагога, психолога. Поред модела за наредну сезону, она у листу добија и крој по мери, шему гоблена, рецепт познатог куvara. Уз савете за лакши живот у кући и породици (la pratique de foyer), жена по релативно приступачној цени, добије и штиво за читање - оно уз које се одмара после напорног дана на послу у кући”.⁽¹²⁾ Своје садржаје, или бар већину, женска штампа базира на приватној сфери, која се идентификује са традиционалном улогом жена, што и оправдава хипотезу о њеној неинформативности. Типична за женску штампу је комуникација саветима који не излазе изван миљеа приватне сфере - кућа, кухиња, дечија соба, мода, козметика. Постојање саме специјализоване женске штампе је последица, заправо, легитимног постојања два ”паралелна универзума”, мушког и женског, који пак симболизују сфере јавног односно приватног. Практични садржаји - рецепти, ручни рад, савети који треба да олакшају обављање кућних послова, савети о нези и лепоти, модни савети са упутствима за кројење и шивење, рубрике о одгоју деце, рубрике о ”питањима срца”, савети правника и лекара - најпостојаније су штиво. Како су они најближи женском искуству света, они га и репродукују, тако што женска штампа деценијама одрађује исте те теме, на истоветан начин, не трудећи се ни да промени називе

10). Бурђа Милановић, op.cit., стр. 50.

11). Неда Годоровић-Узелац, Женска штампа и еманципација жене. ”Жена”, Бр.4/1986, стр.23.

12). Исто, стр.27.

сталних рубрика. "Женска штампа одржава, заправо, стање свести о положају жене у друштву. Пошто су одраз мњења, ови листови подржавају статус љуо уместо да се ангажовано залажу за прогресивне друштвене промене. Конкретно то значи да женска штампа не иде даље од дијагностицирања односно у стварности -женског реалног положаја".⁽¹³⁾

Очигледно је да се круг затвара. С једне стране је традиционални социјабилитет жене, а с друге један мас-медијски производ-женска штампа, која, самим тим што је *sui generis* "женска", не доприноси грађењу "новог" идентитета жене, већ, на жалост, остаје на позицијама традиционалног и грађанског.

13). Исто, стр.31.

Найялия Жунич

ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ МОДЕЛИ ЖЕНЩИНЫ В ЖЕНСКОЙ ПЕЧАТИ

Резюме

Сегодня в массовой культуре, чью манипулятивную силу постоянно ощущаем, женская печать, определена сочитанием "промышленность счастья" общатя с женской публикой предлагая ей свой "образец счастья". Общество через женскую печать навязывает свою модель "вечноженовского" неудаляясь при этом от традиционного, патриархального идентитета жены.