

Станислава Бараћ
Институт за књижевност и уметност
Београд

***Жена и свет (1925–1941) између модерне и нове жене: амбиваленција
илустрованог женског (модног) магазина***

Позиционирајући место илустрованог магазина *Жена и свет* (1925–1941) у оквиру феминистичке контрајавности формиране у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца / Југославији (1919–1941), циљ рада је да на његовом примеру укаже на постојање амбиваленције у третману женске еманципације: амбиваленције која је карактеристична како за идеологију умереног грађанског феминизма и гласила која су израз и агенс те идеологије, тако и за њихову средишњу идентитетску конструкцију: идеологему модерне жене. Уз то, чињеница да је у питању илустровани магазин, у коме визуелни материјал има подједанку важност као и вербални текст а насловна страна игра улогу најповлашћенијег женског портрета – истакнутог еманципаторског жанра епохе, интертекстуални односи у магазину се додатно усложњавају. Тиме се и увећавају могућности за амбивалентна кодирања и декодирања часописних значења.

Кључне речи: *Жена и свет* (1925–1941), умерени грађански феминизам, модерна жена, нова жена, значењска амбиваленција.

Жена и свет, заједно са *Женским светом* (1930–1934), припада дискурзивној односно идеолошкој формацији умереног грађанског феминизма. Ово одређење, дато у складу са поделом немачке женске периодичке штампе Сузана Кинеброк (Susanne Kinnebrock)¹, додатно је мотивисано чињеницом да је концепција *Жене и света* урађена по моделу немачких модних магазина. Бојана Поповић сматра да је узор *Жени и свету*, конкретно, највероватније био берлински магазин *Elegante Welt* (1913–1941).² Израз магазин овде има синонимно значење са појмом часописа, а користимо га не зато да би се директно пренела енглеска синтагма за ову врсту периодика (*women's magazines*),

¹ На основу усмерења женских гласила првог женског покрета у Немачкој (који је трајао од 1865. до 1919. године), Сузана Кинеброк је дефинисала три основне позиције унутар покрета: социјалдемократску, умерену грађанску и радикалну грађанску. Она је издвојила и карактеристичне часописе који одражавају три поменута става о женском питању: социјалдемократску *Једнакост* (*Die Gleichheit* 1891–1923), умерену *Жену* (*Die Frau* 1893–1944) и радикални *Женски покрет* (*Die Frauenbewegung* 1895–1919). Видети: Susanne Kinnebrock, „Gerechtigkeit erhöht ein Volk!“ Die erste deutsche Frauenbewegung, ihre Sprachrohre und die Stimmrechtsfrage“, *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*, No. 1, (1999): 135–172.

² Бојана Поповић, *Мода у Београду 1918–1941*. Каталог изложбе. (Београд: Музеј примењене уметности 2000), 58.

већ зато што је и у српском језику то добро термилошко решење: очигледна етимолошка и семантичка блискост са именицом магацин / магазин конотира разноврсност садржаја и хетерогеност значења која су за такву врсту периодике карактеристична.

Српска / југословенска феминистичка контрајавност³, која се формирала током 20-их и 30-их година у Краљевини СХС / Југославији, била је и сама хетерогена. Поред умереног грађанског крила, видљивог кроз деловање поменутих илустрованих магазина али и различитих удружења (попут Друштва пријатеља уметности „Цвијета Зузорић“), њу чине још радикално грађанско и социјалистичко крило. Радикални грађански феминизам манифестован је кроз деловање друштва Женски покрет и часопис *Женски покрет* (1920–1938), који се може сматрати језгром укупне феминистичке контрајавности, а пролетерска оријентација деловала је кроз листове *Једнакост* (1920) и *Југословенска жена* (1931–1934) и часопис *Жена данас* (1936–1940). Док је радикални грађански феминизам ступао у различите савезе са феминисткињама из левичарског тabora (њихова сарадња у часопису *Женски покрет*, посебно током раних година и посебно видљива кроз чланке о Александри Колонтај или Рози Луксембург; затим оснивање Омладинске секције у оквиру организације Женски покрет 1935. године, где су „скојевке“ пронашле своје легално уточиште)⁴ или је пак долазило до суштинског сукобљавања два крила (оличеног у полемици која се водила између *Југословенске жене* и *Женског покрета*), дотле је умерени грађански феминизам односно *Жена и свет* своја врата отварала само радикалној варијанти сродне, грађанске феминистичке идеологије.

Женски портрет,⁵ карактеристични жанр феминистичке контрајавности, изузетно је заступљен у два илустрована женска магазина, и они га, за разлику од визуелно штурих периодика радикалног феминизма – грађанског као и пролетерског –

³ Станислава Бараћ, „Рађање феминистичке контрајавности у *Девојачком роману* Драге Гавриловић“, Књиженство 2, II, (2012), <http://www.knjizenstvo.rs/magazine.php?text=42> (преузето 22. јуна 2014).

⁴ Видети: предговор за: *Жена данас, Бројеви 1/1936–33/1944. Фототипско издање* (Београд: Конференција за друштвену активност жена Југославије, 1966): V–VIII; Neda Božinović, *Žensko pitanje u Srbiji: u XIX I XX veku* (Београд: „Devedesetčetvrti“, „Žene u crnom“, 1996): 100–129; Ивана Пантелић, „Неки аспекти положаја жена у Краљевини Југославији“, Књиженство 1, I, (2011), <http://www.knjizenstvo.rs/magazine.php?text=17> (преузето 4. јуна 2014).

⁵ Станислава Бараћ: „Жанр и идентитет. О жанру женског портрета у женским часописима 1913–1941“, у *Жанрови у српској периодици*, зборник радова, уредила др Весна Матовић, (Београд, Нови Сад: Институт за књижевност и уметност, Матица српска, 2010), 386–412.

откривају као мултимедијални жанр.⁶ Иако мултимедијални портрет убедљиво доминира на њиховим страницама, *Жена и свет* и *Женски свет* негују и „чисти“ текстуални портрет. Оно што је такође важна разлика између илустрованих и „неилустрованих“ часописа, то је да и сама насловна страна илустрованих магазина представља женски портрет. То пре свега важи у случајевима када она садржи и легенду – вербално објашњење слике.⁷ Међутим, и у случајевима када насловна страна садржи само слику (као у случају *Жене данас*), та је слика део укупне интертекстуалне мреже датог часописа, као и других медијских текстова доступних читатељки, тако да она заправо увек подразумева и одређени, неизречени, вербални текст. За насловну страну илустрованих магазина с правом се може рећи да је она најпривилегованији женски портрет у часопису.

Због простора који посвећују моди, а то је углавном половина часописа, *Жена и свет* и *Женски свет* убрајају се и у модне магазинне. Треба имати у виду, међутим, да постоје и уско специјализовани модни магазини као посебан периодички жанр. У Краљевини СХС / Југославији читани су пре свега страни модни магазини, а излазили су, илустрације ради, домаћи модни журнало попут *Моде у слици и речи* у Београду и *Паришке моде* (1921–1935) у Загребу, као и краткотрајни листови *Мода* (1922), *Филм и мода* (1928), *Мода* (1933–1934) уреднице Марије Живковић, *Мода фризури* итд. Ширином и начином обрађених тема *Жена и свет* и *Женски свет* увелико превазилазе оквире овога периодичког жанра.

Илустровани магазин *Жена и свет* почео је са излажењем у јануару 1925. године у Београду. Куриозитет овога часописа у односу на дотадашње женске периодике је тај да није био гласило ниједног женског друштва⁸ или организације. Настао је као приватна иницијатива у оквиру Издавачког удружења „Илустрације“ А. Д. Петнаестогодишње излажење овог периодика могло би се поделити у две етапе: у првој, која траје до 1930. године, часопис је био у власништву Ивана Зрнића и Милоша Софреновића, а његове уреднице су биле Јелена Зрнић и Александра Јовановић. По техничком и ликовном уређењу и краткоћи чланака у својој првој етапи *Жена и свет*

⁶ Термин Миланке Тодић. Видети: Миланка Тодић, „Нова жена или робињница луксуза: насловне стране женских часописа у Србији (1920–1940)“, Зборник Музеја примењене уметности, бр. 4/5 (2008/9): 145–163.

⁷ У таквим случајевима текст легенде може се сматрати уједно насловом портрета.

⁸ Светлана Стефановић „Женска штампа: *Жена и свет* (1925–1941)“. *Србија у модернизацијским процесима 19. и 20. века 2, Положај жене као мерило модернизације* (Београд: Институт за новију историју Србије, 1998): 408; Видети и: Мирјана Менковић „Женска штампа и култ женствености у Београду између два рата: часопис *Жена и свет* или о револуцији растућих очекивања“, *Годишњак Града Београда*, књ. 52, бр. 3/4, (2005): 258.

„неодољиво је подсећала на Илустровани лист“⁹, главни часопис те издавачке куће. Пошто је акционарско предузеће „Илустације“ пропало, „од јануара 1930. године, магазин се налазио у поседу породице Грегорић – власник и одговорни одговорни уредник је био Павле др Грегорић, а лист је штампала штампарија Драгутина Грегорића“. Прва уредница почев од јануара 1930. године била је Зора Станојевић, од петог броја Зора Станојевић и Марија Грегорић, после чега су се на месту уредника налазиле „Марија, Анастасија и Иванка Грегорић [...] У мају 1940. године власник *Жене и света* је постала Марија Обрадовић „чије је девојачко презиме, претпостављамо, било Грегорић.“¹⁰

Чим је остала без „свог“ часописа, Јелена Зрнић је 1930. године покренула *Женски свет*, готово идентичан *Жени и свету*. Он је већ 1934. године „по пријатељском споразуму“ престао са радом, јер је се показало да је тржиште сувише мало за два женска магазина истог типа, тј. пошто је, како образлаже Зрнићева, „за данашње прилике сувишно имати два слична листа.“¹¹ И цена два магазина је била иста: *Женски свет* почео је са 12 динара које је затим спустио на 10. Из истог образложења може се закључити да и утакмица само једног домаћег модног магазина са страним часописима овог жанра није била лака будући да Зрнићева директно инструктира читатељке да „тамо где су се до сада налазили страни листови мора бити ‘Жена и свет’“.¹²

Жена и свет је имала тираж којем се није приближио ниједан други женски часопис у то време. Ни овај магазин, као ни већина, не објављује на својим корицама податке о тиражу, али је познато да је пилот-број изашао у 60.000 примерака јер се појавио као бесплатан прилог *Илустрованог листа*. Како напомиње Светлана Стефановић, у првој години излажења часописа у чланку „Г. Стјепан Радић о браку“ наводи се да *Жена и свет* има 10.000 читатељки. „Мада, сам тираж, вероватно, није био толико висок, број читатељки се можда и кретао око тога (фантастичног) броја.“¹³ Познато је, наиме, да женске часописе често чита више генерација у породици, односно да се они прослеђују и позајмљују другима. Од поузданих сведочанстава о читаности постоји још и списак првих претплатника – њих 400, у трећем броју првог годишта часописа. Он је поузданији, међутим, као сведочанство о томе да се магазин читао у

⁹ Светлана Стефановић, наведено дело, 409.

¹⁰ Светлана Стефановић, *Женско питање у београдској итампти и периодици 1918–1941*. (Магистарски рад доступан у Универзитетској библиотеци „Светозар Марковић“ у Београду под ознаком РМ 2588, 2000), 10.

¹¹ *Жена и свет*, бр. 2 (1935).

¹² Ibid.

¹³ Светлана Стефановић, (наведено дело, 2000), 9.

свим деловима Краљевине СХС, будући да садржи податак о месту из ког је пренумерант/киња¹⁴, него као путоказ ка реконструисању прецизног броја читатељки. У сваком случају, број читатељки се за тадашње прилике може сматрати великим и већим него за било који други женски периодик.

Визуелни аспект часописа стоји у двосмерном односу према тиражности и утицају часописа: богати визуелни материјал чини часопис привлачним и продаваним, а то, с друге стране, утиче на додатно освешћивање уредника и уредница о моћи визуелног, што подстиче на његову промишљенију употребу. С. Стефановић истаћи ће овај феномен запажањем да је магазин *Жена и свет* од самог свог почетка „уочио“ „моћ и снагу фотографије као средства пропаганде“¹⁵. Веза између визуелне медијске културе и конструкције идентитета у домаћој женској периодици учвршћује се управо у том периоду.

Прво уредништво *Жене и света* било је свесно и повезаности изворног портретског медија и жанра, сликарског портрета, са новинарским портретисањем које је спроводило, па је на самом почетку позвало академског сликара и професора Миленка Ђурића да напише нешто о портретима жена у ликовној уметности. Већ у другом броју објављен је његов чланак „Сликари и женски портрети“¹⁶, док четврти број доноси пано *Женски портрети* са репродукцијама четири ликовна портрета жена¹⁷, а обичај оваквог представљања сликарских портрета жена остаје до краја излажења часописа. Занимљиво је да Ђурић у своме чланку привилегује портретисање жена наглашавајући да оно захтева посебне занатске и опажајне способности уметника, због чега је „мало портретиста који савршено могу дати женски портрет.“¹⁸

Илустровани женски (модни) магацини су од свога настанка неговали двоструки однос према родном идентитету жене. С једне стране, они су проблематизовали женску субјективност и настојали да је промене и унапреде док су, с друге стране, најчешће истовремено, неговали неупитни култ женствености.¹⁹ То доводи до паралелног егзистирања, односно сукобљавања еманципаторских и традиционалистичких (па и дискриминаторних) дискурса унутар ове врсте периодике. Другачије речено, женски магацини доносили су – како је време протицало све више – информативне и

¹⁴ Уп. Стефановић, (наведено дело, 1998), 409.

¹⁵ Ibid., 414.

¹⁶ *Жена и свет*, бр. 2 (1925): 10.

¹⁷ *Жена и свет*, бр. 4 (1925): 3.

¹⁸ *Жена и свет*, бр. 2 (1925): 10.

¹⁹ в. Ballaster et al., 1991, у Литератури.

оригиналне истраживачке новинарске чланке, док су истовремено објављивали чланке које карактерише неинформативност, а који врло често понављају и учвршћују, сваки у свом жанру, родне и друге стереотипе, односно одржавају постојеће друштвене односе моћи.

И због самог часописног жанра, дакле, а не само због сопственог уредничког опредељења у смеру умереног грађанског феминизма, *Жена и свет* није могла бити доследни промотер идеологеме нове жене, већ пре њене умерене и амбивалентне варијанте: модерне жене. На нивоу лексичке употребе, у магазину синтагме *модерна жена* и *савремена жена* јесу синоними. Ко је и каква за ауторке и ауторе магазина била модерна жена? Одговор на то питање могао би се најкраће илустровати кроз неколико реченица из портрета „Модерна жена“:

„Може жена да ради све послове, које ради и човек; може све да зна, као и он; може да буде на истом степену културе, као и сваки човек – али она не сме да заборави на своју женскост, ако хоће да буде срећна, макар и као модерна жена. Жена не сме да заборави на своју природну функцију, и треба у себи да споји данашњу еманципацију са праосећајима своје женскости.“²⁰

Овај пасус из иначе кратког портрета, који чак не потиче од уредништва, нити важног аутора (потписан је само иницијалима P. D.) у великој мери илуструје доминантно вербално експлицирано схватање модерне жене у два илустрована магазина. То је жена која следи све налоге еманципације, тј. која јесте еманципована (има приступ образовању и јавном деловању и потпуно их користи), али која се не сме одрећи супружанства или мајчинства. И која се, а то овај цитат једино не наглашава, не одриче ни своје женствености. Женственост је подразумевала допадљивост, негованост и елегантно одевање и дефинисао ју је магазин као целина, својим модним и рекламним рубрикама, а повлашћену функцију у промоцији такве женствености имале су његове насловне стране (слика 1). Дискурс о модерној жени обликовао се, донекле, по принципу привидне афирмације (*да, али*) односно *негације привидног уступка*, налик једном од семантичких маневара дискриминаторског дискурса које је препознао и дефинисао Тојн Ван Дејк (Teun Van Dijk) (према Cremades 2007: 19).

Овакво схватање модерне жене јесте било доминантно у *Жени и свету*, али не и једино јер (женски) магазини као *магазини* текстова по правилу обухватају асортиман

²⁰ Жена и свет, бр. 5 (1931): 3.

веома различите робе.²¹ С друге стране, као *илустровани* магазини, они нуде далеко више могућности читалачких интерпретација од часописа у којима претеже вербални текстуални материјал. Поред тога што свака читатељка за себе декодира сам вербални текст, у илустрованим магазинима могућности декодираних значења се и за свако појединачно читање умножавају због интеракције сликовних, визелних „текстова“ са овим првима.

Миланка Тодић је у студији „Нова жена или робињица луксуза: насловне стране женских часописа у Србији (1920–1940)“ дала не само теоријске инструкције за читање женског портрета као мултимедијалног жанра, већ и његове конкретне анализе. Посебно су драгоцене њене анализе насловних страна *Жене и света*. Међу њима се додатно издваја анализа насловне стране са ликом краљице Марије, не само због луцидности тумачења, већ због значаја самог предмета представљања (краљице и краљевске породице) за обликовање идеологије оваквог типа периодике. Као врховни државни ауторитет, а уз то специфично женски, лик владарке који се на насловницама *Жене и света* често појављује костимиран у сељанку односно потенциран као лик Мајке, сведочи о комплексности односа конзервативног и еманципаторског дискурса женских магазина. Насловни портрет краљице Марије Карађорђевић²² потврђује идеолошку амбивалентност као једну од кључних одлика овог типа периодике обликујући двосмислено значење унутар самог себе, а не само кроз интертекстуалне односе са другим чланцима магазина. Иако је циљ Миланке Тодић био пре свега да образложи однос слике и текста у мултимедијалном медијском жанру („Овај однос слика-текст је конститутиван за медијску поруку и то је видљиво већ на први поглед, али колико та симбиоза успешно делује увериће нас поменути пример са Краљицом Маријом Карађорђевић на насловној страни *Жене и Света*“²³), за нас су овде важне и друге импликације њеног тумачења. „Реторика слике“, каже она, „бар у оној денотативној равни, како је дефинише Барт, не показује да је реч о жени која је у зноју лица свог донела на свет једно ново људско биће, јер Краљица Марија Карађорђевић

²¹ На ову појаву указује Јован Деретић подсећајући на најранији аутопоетички исказ о магазинима у српској култури. Наиме, Захарија Орфелин у предговору првом српском часопису тј. магазину, каже: „Магазини вешчественије имају разне преградке, ради примања разних плодова; равним образом и овај имају будет пристојне своје преградке, означене латинским числама, и свака преградка садржавати имаде особиту материју.“ У: *Славено-србски Магазин* (Предисловије), Венеција, 1768, стр. 14. Према: Јован Деретић, *Алманаси Вуковог доба*, „Вук Карацић“, Институт за књижевност и уметност, Београд. 1979: 261.

²² *Жена и свет*, бр. 2 (1928).

²³ Миланка Тодић „Нова жена или робињица луксуза: насловне стране женских часописа у Србији (1920–1940)“, *Зборник Музеја примењене уметности*, бр. 4/5 (2008/9): 150.

лежерно позира у софистицираном студијском аранжману обучена у квази народну ношњу. Тек уз помоћ легенде у којој се каже да је она ‘мати још једном сину’, посматрач открива право значење визуелне поруке. Затим, када се његова пажња поново окрене слици, тражећи неку ‘опипљивију’ потврду за изнесену тврдњу, примећује да краљица-сељанка држи дечију ципелицу у рукама, као атрибут мајке земље.²⁴ Двосмисленост насловне слике лежи пре свега у чињеници да сугерисана традиционалистичка фигура Мајке (сељачка ношња, ципелица као атрибут мајке земље) саму себе оповргава одсуством било каквих епитета жртве и мученице, који су такође обавезни за дату фигуру; напротив: очигледном сликом лежерности и комфора традиционалистички мит је изнутра деконструисан. Иако текстом легенде уредништво покушава да усмери читање слике и тако фиксира (традиционалистичко) значење ове мултимедијалне поруке, то значење више није под контролом пошиљаоца, већ у интерпретацији прималаца тј. читатељки.

Ипак, и поред деконструкције *традиционалистичког* мита жене мајке, тај мит у *Жени и свету* остаје делатан, само у својој *модерној* верзији. *Жена и свет* се, у целини гледано, устручавала да пише о самохраним мајкама, нерешеним проблемима непризнате ванбрачне деце (очинство се по важећем закону није могло истраживати) или о абортусу, па чак и о разведеним женама. Из перспективе најосетљивијих тема женске еманципације, може се рећи да уредништво *Жене и света* није учествовало у идентитетској конструкцији нове жене.

Као што је то и прецизно дефинисала Александра Колонтај, разлика између нове и „старе“ жене налази се у „њеном“ схватању брака.²⁵ Тачније, у односу према браку огледа се последња и кључна дистинкција између типа жене који би се могао назвати *прелазним* и типа доследно нове жене. Александра Колонтај је показала да и сама књижевност до времена писања њеног есеја (1913 односно 1918) чешће приказује прелазни тип жене него нову жену. Где се у том „систему“ еманципованих типова налази модерна жена? *Жена и свет* је и у том погледу дала контрадикторне одговоре. На једној су страни текстови који модерну жену по том питању смештају у прелазни тип. Репрезентативна илустрација тих текстова је портрет „Слободна љубав модерне жене“. Портрет је двоструко повлашћен, јер га је писала стална сарадница часописа

²⁴ Ibid.

²⁵ Колонтај, Александра. *Нова жена*, превео Михаило Тодоровић. (Београд: Модерна штампариа Р. М. Веснића), (б. г.) [1922].

Полексија Д. Димитријевић-Стошић, а објављен је као уводни чланак. Он недвосмислено поручује да модерна жена по датој основи није и нова жена. Јер:

„жена ма колико била еманципована и културна, мора увек да буде анђео чувар брачне заједнице као највеће своје светиње, и да вазда у души носи један исти лик, лик свога мужа. Сем љубави према своме законитом мужу жена мора бити ексклузивна за сваку другу љубав, љубав ван брака.“²⁶

Портрет, истина, не тематизује проблем лошег брака и не одговара на потенцијално питање да ли је слободна љубав дозвољена у том случају, односно да ли је брак и тада „највећа светиња“, али је већ и тиме што се ова институција именује *светињом*, а жена *анђелом чуваром* довољно речено. Иста ауторка, међутим, у истом часопису потпуно другачије говори о браку у другом, фикционалном жанру. У рубрици *Наша прича*, у краткој причи „Њено писмо“ (2/1933: 9–12),²⁷ Полексија Димитријевић-Стошић кроз форму писма тј. исповести, коју нараторка шаље својој пријатељици, каже следеће:

„Не жали ни најмање што се ниси још удала, јер знај, док си још неудата, ти имаш свој лични живот, дајеш сама своме личном животу онај правац који хоћеш, имаш своју слободну мисао и вољу, не дрхтиш због мужевљеве ћуди, не муче те никакве сумње, не патиш, једном речи живиш као једна потпуно самостална

²⁶ Жена и свет, бр. 4 (1933): 1.

²⁷ Ова приповетка једна је од оних које јасно обликују имплицитну читатељку *Жене и света*: то је образована грађанка из богате куће, богато и удата, чији је идеал искрена љубав. Као илустрацију наводимо одломке из „писма“ које нараторка-јунакиња шаље пријатељици: „Мој муж мисли да је довољно што ми је створио велику вилу са луксузним одајама, које вазда имају свечани изглед, што ми је дао многу послугу, луксузну лимузину, укусне елегантне хаљине, које месецима чаме у заклопљеним орманима, па да ме начини задовољном женом, да не кажем срећном, јер бити срећан је релативна ствар, заборављајући да је жени прво потребно пружити искреност, нежност и своју деликатну пажњу, а не само те ништавне ствари, које имају укратки значај од једнога дана. Социални и економски положај мога мужа за мене најзад скоро ништа не значи, јер ја сам тај исти положај и као девојка по своме оцу уживала у друштву. Социални положај и новац, ма колико да су то снажне полуге данашњег живота, ипак су за мене најбезначајније појаве живота, а брачни живот без нежности и љубави, јесте живот без садржине“ (бр. 2 (1933): 10). Интелектуални елитизам имплицитне читатељке/модерне жене конструише се и огледа у следећем одломку: „Жалим само што живиш на селу, јер макако да је то село дивно и пуно природне лепоте а твој учитељски позив пун идеализма, ипак је тешко живети на селу у примитивној средини, долазити у посведневни додир са личностима које нису cadre да разумеју образованог човека и живети без икаквих духовних дистракција“ (Ibid: 11).

индивидуа, а веруј ми, Маро, да то много значи за живот *савремене* жене. [...] Најзад долазим до правилног убеђења да је брак за жену тешки ланац, о који се таре и троши њено нежно тело.“²⁸

У овом је тексту ауторка идеал модерне (савремене) жене потпуно приближила идеологеми нове жене. Док је, дакле, у уводном чланку, као оном у ком се износе званични ставови, промовисала један идеал, Димитријевић-Стошић је дајући себи одушка у фикционалној прози, на „незваничнијим“ странама часописа препоручила радикалну еманципаторску конструкцију, што је заправо учинило и само уредништво часописа.

Исто је учињено и кроз „комуникацијске жанрове“ који се смештају на мање повлашћене стране часописа: писма читатељки и анкете. Једна од анкета у *Жени и свету* била је, наиме, и она насловљена питањем „Да ли бисте се радо удали?“. Два одговора која у истом броју следе један за другим одлично одсликавају непожељност постојеће институције грађанског брака код модерних жена, читатељки *Жене и света*, које се, међутим, у тим тренуцима преображавају у нове жене, као и имплицитна читатељка која се управо у том тренутку обликује. Чак и када су ове нове жене спремне да прихвате брак у теорији, испоставља се кроз ова писма, то је само зато што је он боља опција у односу на алтернативу – уседелиштво. Ни тада, међутим, начелно прихватање брака не значи прихватање заинтересованих просаца у пракси.²⁹ Удаљавајући се, гледано према страницама часописа, од уводног декларативног и начелног портретисања модерне жене, магазини умереног грађанског феминизма отварали су простор и за радикалну феминистичку идеологему.

²⁸ *Жена и свет*, бр. 2 (1933): 10–11. Курзив С. Б.

²⁹ Одговори читатељки: „Искрено да одговорим, не! Нисам више млада и без искуства. На против, све оно што сам видела код својих пријатељица и оно што сам на својој рођеној кожи осетила, дају ми за право. Ни један човек, ма какав он био, не заслужује да једна жена пође с њиме кроз живот, везана ланцима предрасуда и конвенционалне лажи. Па онда, колико дужности, брига, болова и неугодности ствара брак!“, пише М. Д. П. (9/1930: 5); „Упоређивала сам преимућства која брак пружа жени са оним што ми предстоји ако останем уседелица. Верујте ми да су све моје симпатије на страни брака, па ипак сам, што би моји рекли, пропустила две-три партије. Нисам могла ни у једном случају да се одлучим. Нисам била заљубљена, а у људима, који су долазили на гледање, видела сам само ловце на мираз. Уверена сам да криво чиним, али не могу да кажем да, када нисам сигурна да се нећу покајати. Мислим да је брак што и лутрија: згодитак долази изненада, онда када се најмање надамо“ (9/1930: 5), исповеда се Вера Ј. П.

Оно што је важно поводом саме анкете поменути, то је да се образац који је реализован још у *Девојачком роману* Драге Гавриловић као протооблику српске феминистичке контрајавности, представљање саме јавне расправе о женској еманципацији, на различите начине понавља у различитим формама и жанровима развијене феминистичке контрајавности. Ти жанрови заправо су директни облик јавне расправе. У *Жени и света* поред анкете ту спадају и писма читалаца тј. рубрика У четири ока. Поред питања као што су „Да ли бисте се радо удали?“ и „Шта је боље за жену: професија или домаћинство?“ у њима су постављана и наизглед потпуно банална питања попут: „Да ли жена треба бити лепа ако жели да побеђује?“, „Да ли треба да употребљавамо косметику?“, „Да ли жена у кафани треба да плати пиће?“. Из одговора читатељки може се видети да је читалачка публика често била храбрија у еманципаторским захтевима од самих уредница часописа.

Када је у питању женственост као нужан услов изградње модерне жене, треба рећи да је постојао одређен број фотографија и портрета који је благо кориговао доминантни модел модерне – обавезно женствене – жене. На фотографијама које су, наиме, испуњавале другу и трећу страну у *Жени и свету*, као и последње две стране пре задње корице, с времена на време појављивале би се слике жена у мушким оделима или униформама, од којих су неке имале односно имитирале мушки физички изглед лица (краткоћом косе, фризуром, наочарима, одсуством шминке, изразом). Њима налик је и једна од хероина *Жене и света*, докторка Марија Сиболд,³⁰ која је у магазину портретисана више пута. Иако су и фотографије говориле саме за себе (слика 2), у једном од портрета њен је мушки изглед и текстом експлицитно описан, а поједине моменти имплицирају да није реч само о мушком изгледу већ о трансродном идентитету:

„Висока и отмена, сасвим седих власи, са цвикером на очима јако је упадљива, и оно што је на њој најинтересантније, то је њен начин одевања, јер се *г-ђица* Марија Сиболд носи *кроз цео свој живот* више у мушком костиму но женском; она једино не носи мушке панталоне, иначе, све остало: капут, прсник и горњи капут прави се код мушког шнајдера, и потпуно је мушкога кроја. Шешир *г-ђице* Сиболд исто тако је

³⁰ Њено презиме писано је и као Зиболд.

мушки, а штап као допуна је у потпуном складу са целокупним изгледом ове озбиљне даме-лекара.³¹

Магазин је приказао овакав идентитет као нешто што није ново нити чудно, а камоли да је табу-тема. У „медицинском“ чланку „Промена пола код људи“ др С. М.-а, који не говори о хируршкој промени пола већ о трансродности у савременом смислу, аутор указује на чињеницу да „има читав низ историјских личности чији је пол, на пример, до краја остао неодређен, за које се није знало да ли су мушкарци или жене. Било је и таквих случајева да је нека жена до краја живота живела као жена, а тек после смрти утврђено је да је била мушкарац, и обрнуто: било је мушкараца који су умирали као жене.“³² Аутор наводи неколико, по њему, типичних примера из 18. и 19. века, као што су француски витез д'Еон, шведска краљица Кристина, Жорж Санд, француска сликарка Роза Бонер и Рускиња Јелена Блавацка. Било да су се костимирали у супротни пол, било да су током живота „мењали“ свој „пол“ или да су се отворено играли својим родним идентитетом, ове личности служиле су као доказ нефиксираности пола / рода.

У исто време магазин је редовно у женским портретима и другим чланцима „тешио“ своје читатељке и читатеље чињеницом да чврст и стабилан полни и родни идентитет опстаје упркос променама у модерном времену. Посебно је важно било истаћи да женска еманципација не значи и маскулинизацију, односно да процес еманципације не значи губитак женствености жене. Карактеристичан пример „утешитељског“ дискурса у том смислу на делу је у портрету „Наша студенткиња“. Ауторка чланка уверава читатељке да студенткиња код нас није онаква каквом бисмо је замислили кроз асоцијације на школовану жену. „Кад на то помислим“ казује ауторка откривајући заправо доминантне предрасуде и стереотипе, „излази ми пред очи слика модерне сифражеткиње са мушким огртачем старе моде, ниским петама и цвикером на носу“³³ Срећом:

„она је студенткиња, често сасма озбиљна студенткиња, па ипак то јој не смета ни мало да је и даље дама, да се бави кућним пословима, да игра и да се забавља. Једном речи, она је жена и то и даље остаје. [...] Ви ћете да је чујете често где говори о својој удаји сасвим озбиљно, као што можете да приметите да 90 од сто тих девојака

³¹ Жена и свет, бр. 4 (1930): 12. Курзив С. Б.

³² Жена и свет, бр. 2 (1932): 3.

³³ Жена и свет, бр. 3 (1929): 11.

сматра брак као природан догађај у свом животу, коме ће оне приступити сасвим свесно³⁴

Описана амбивалентност илустрованих женских магазина не огледа се само у уредничкој концепцији и интенцији, и у карактеру имплицитне читатељке коју текстови магазина профилишу, већ и у самом чину и процесу читања женских магазина од стране конкретних читатељки. За тај процес умногоне важи оно што је Џенис Редвеј (Janice Radway) уочила за „сложени, полисемички догађај познат као читање љубавних романа / љубића.“³⁵ Наиме, „чин читања љубића је опозициони зато што допушта женама да моментално одбију своју самопорицајућу друштвену улогу“, док, с друге стране, „наративна структура љубића отелотворује просту рекапитулацију и препоруку патријархата и његових друштвених пракси и идеологија“.³⁶ Џенис Редвеј, дакле, еманципаторску димензију љубића види у самом чину читања,³⁷ који подразумева да читатељка мора да одвоји време само за себе и да у том времену не испуњава захтеве својих укућана, тј. друштвену улогу која подразумева усмереност на друге и служење другима. Еманципација се огледа у чињеници да се читатељка посветила самој себи, упркос чињеници да је садржај којим се у то време занима противан еманципацији жене. Управо то је оно што подједнако важи за чин читања женских магазина.

Тако се може закључити да и у оквиру такозваног неактуелног сегмента женских магазина (где поред љубавних прича, спадају рубрике о моди и одевању, савети о неговању жене и уређењу дома, рекламирање производа и услуга и сл.), паралелно са конзервативним интенцијама може да делује еманципаторски процес који у крајњем, и можда врло далеком, исходу води промени родних улога и односа. И то не само захваљујући акту читања, који је и мали чин (привремене) еманципације, већ понекад и захваљујући самим значењима текстова.

Том закључку у прилог иду истраживања модних страница магазина *Жена и свет* и *Женски свет* које је спровела Мирјана Менковић а која су потврдила одраније познату тезу да су одевање и политичка права узајамно условљени: „Захтеви за

³⁴ Ibid.

³⁵ Janice Radway, A. *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984), 209. Забавна љубавна кратка прича, љубић у краћој форми, уједно је и један од карактеристичних и фреквентних жанрова у женским магазинима и, конкретно, у *Жени и свету*, посебно у њеној другој етапи после 1930. године

³⁶ Ibid., 210.

³⁷ Редвејева, свакако, проучава и сам процес читања љубавних романа и разумевања њиховог значења. Она сматра да је нужно аналитички направити разликовање између значења самог *чина* читања и значења *текста* као оног што се чита. Ibid., 210.

променом женског костима, као сегмент климе која је водила промени општег положаја жене, тесно су повезани с борбом за женска права – женским питањем.³⁸ Ауторка је закључила да је мода, промовисана на овим страницама, позитивно утицала и на друштвену и политичку еманципацију жена. Она је пошла од студија које су већ утврдиле да у 20. веку постоје „очигледне везе између положаја моде, женствености и женских часописа“, ³⁹ односно да постоји „очигледна веза између појма жене дефинисаног на основу њене одеће и истог појма дефинисаног у оквиру других представљачких система.“⁴⁰ Један модни магaзин, отуда, представља подједнако важан елемент у конструкцији идентитета нове жене као и најрадикалнији феминистички часопис. Односно, новинарски женски портрети, књижевност о новој жени у датој епохи и актуелна женска мода чине повезане семиотичке системе, који се не могу потпуно разумети када се посматрају одвојено. У складу са закључцима Џенис Редвеј, томе треба додати да време које читатељка утроши читајући извештаје са париских ревија, гледајући цртеже⁴¹ предложених модела, шијући одећу на основу кројачког шнита и проводећи време у куповини хаљина, јесте управо моменат изласка из патријархалне улоге жене оријентисане на друге и у служби других (били то муж, деца, породица, држава или нација).

Сами женски портрети, који су у *Жени и свету* жене често представљали преко њиховог односа према моди и одевању, чак и када то није било видљиво из самог наслова и везано за модну рубрику, показују управо како се кроз чин промене кода и стила одевања изводи чин еманципације, јер одевање и мода такође спадају у репрезентацијске системе у које су уписани и (родни) друштвени односи моћи. Карактеристичан пример за то је портрет „Младе девојке у Јапану.“⁴² Он говори о младим Јапанкама које се у савремено доба могу видети и у европској одећи као и у традиционалној народној „ношњи“. Заправо, „западњачка“ одећа је прописана за сву школску децу, „морнарско је прописана униформа за све девојке које посећују школу, па било да им је 10, 12 или 18 година“. После завршетка школовања, оне су обавезне да носе кимоно. „Кимоно је, уосталом, у вези са удајом. Главни циљ породици са кћерима као да се састоји у томе да се ове што пре поудају. А када се девојка уда, кимоно

³⁸ Мирјана Менковић, (наведено дело, 2005): 255.

³⁹ Ibid., 254.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ У *Жени и свету* модних *фотографија* готово да уопште није било, уколико у њих не рачунамо и насловне стране и задње корице које су понекад, ненамеравано, вршиле функцију модне фотографије.

⁴² Жена и свет, бр. 10 (1936): 20–21.

прихвати да се од њега више не растане.⁴³ Међутим, како текст извештава даље, Јапанке све више нагињу европској одећи, посебно лети, зато што је кимоно тежак и спутава кретање. Европска конфекцијска одећа не само што је лакша за ношење, него је и јефтинија. Наравно, промене увек почињу у метрополама, па тако у Токију много младих девојака после школе задржи европски начин одевања. На самом крају чланка ауторка и експлицира да еманципација и европско одевање иду паралелно, и једно у вези са другим, да слободно одевање итекако има везе са тим што „жене почињу да траже више права и нешто слободе.“⁴⁴

Модна рубрика је дефинисала модерну жену, односно имплицитну читатељку *Жене и света* као модерну жену из *имућног грађанског слоја*. Изузетна издиференцираност одеће по намени, за сваку могућу прилику, као што је „дневна, преподневна, улична, радна, спортска (неформална); поподневна – за шетњу, нарочито за посете (полуформална и формална); вечерња – за вечере, позориште, концерте, забаве, балове (формална и строго формална); ритуална – за венчања, жалост (строго формална)“⁴⁵, или још већа издиференцираност према врсти материјала⁴⁶, говори о модним захтевима које су могле да прате само жене из богатог и најбогатијег слоја југословенског друштва. Оквирне странице часописа, две прве и две последње, које су биле резервисане за фотографије, често су потврђивале да даме из високих друштвених кругова заиста прате препоручену моду.⁴⁷ Међутим, модни магазин је, што је његова функција уопште, био ту не само да саветује оне које ће савет моћи да реализују, већ и да пружи привремено задовољство читатељкама које куповином магазина управо то задовољство купују, а не могу га приуштити и стварном куповином препоручених модела.

Класна ексклузивност „модног женског портрета“ у *Жени и свету* посебно је упадљива када се он упореди са „модним портретом“ жене у два женска периодика у Краљевини: једном који настаје у окриљу комунистичке идеологије и другом који се обраћа најсиромашнијем делу становништва. Док је *Жена данас* читав могући дневни репертоар хаљина сводила на једну практичну и универзалну комбинацију⁴⁸, дотле је

⁴³ Жена и свет, бр. 10 (1936): 20.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Мирјана Менковић, (наведено дело, 2005): 262.

⁴⁶ Ibid., 263–264.

⁴⁷ Ibid., 264.

⁴⁸ Ипак, саме припаднице пролетерско-феминистичке контрајавности понекад су тумачиле модне странице сопственог часописа либералније и ближе грађанском моделу него што је то чинио текст на истим страницама. На то указује сведочење Олге Нинчић-Хумо дато у интервјуу

Сељанка (1933–1935), лист који није припадао феминистичкој контрајавности, својим читатељкама „забрањивала“ куповину конфекцијске одеће уопште.

У периоду какав је илустровани (модни) магазин не треба тражити, дакле, кохерентну и строгу уређивачку политику, па тако ни унисон став по важним питањима за сам периодик. Тако се и у односу на једну од кључних тема, тему феминизма, у овим магазинима могу наћи не само различити, већ и опречни ставови, који се ипак доминантно опредељују око синтагме умерени грађански феминизам. Могло би се поставити питање да ли је уредништво *Жене и света*, имало свест и о ужој теми унутар феминизма, самој феминистичкој контрајавности којој магазин добрим делом припада. Иако се и овде, зависно од чланка до чланка, нуде различити одговори, постоји неколико чланака који би се у том смислу могли издвојити.

Портрет „Наше жене у Паризу“ даје и један од конкретнијих одговора на ово питање. Аутор текста и не помишља на феминистичку контрајавност, ма како тада могла бити названа, али је упадљива његова јасна свест о учешћу и месту жена у грађанској јавности у прошлости. Управо као покретачице и „домаћице“ књижевних салона, жене су одиграле значајну улогу у великим културама. Критикујући „балканске прециозе“ које у Паризу проводе време само по модним салонима, аутор чланка упућује на то чиме би Париз заправо требало да их надахне:

„Јер неће бити код нас духовног живота правог, интензивног, стваралачког, док жене наше не потакну енергије, пробуде жудње, зачарају душама, као нежна, опавана Рекамије, мили и верни друг Шатобријана, инспираторка целог једног нараштаја. Неће бити ни код нас великих епоха књижевности, расцветалих духова, шармантних козера као што беше Оскар Вајлд или један Анатол Франс, ако на време не буде књижевних салона, чајанки за учену дисертацију, за расипање речи, за ковање израза.“⁴⁹

Нудећи женама ову, за време у коме живе, ипак пасивну позицију, односно смештајући их у средиште радије једне књижевне него политичке јавности, аутор чланка не зна да такви салони у Београду већ постоје. Милош Црњански је три године касније (1929), у оцени првих десет година „послерате“ књижевности, истакао значај салона Кристе Ђорђевић и госпођице Тодоровић за развој југословенске књижевности

са историчарком Иваном Пантелић 2007. године. Видети: Ивана Пантелић, *наведено дело*: http://www.knjizenstvo.rs/magazine.php?text=17#_ftn11

⁴⁹ Жена и свет, бр. 2 (1926): 10.

после 1918. године. У време док „књижевних часописа није било“⁵⁰, непосредно после рата, главна институција литерарне јавности у Београду била је кафана Москва, или како ће Црњански рећи, „Москва“ је била главни штаб послератне литературе⁵¹, а од оснивања Групе уметника то је чак, прецизно, један сто песника и сликара у тој кафани („под великим огледалом, у приземљу ‘Москве’“):

„Осим тог стола (и доцнијег Уметничког одељења Министарства просвете у Кн. Љубице улици) тада, у Београду, само се још на два места говорило о књижевности и уметности послератној, колико је мени познато: код гђице Р. Тодоровић, веренице пок. Бојића, и у кући гђе Кристе Ђорђевић (сада потпредседнице Цвијете ‘Зузорић’), која је уосталом организовала и ‘мензу’ политичара...“⁵²

Криста Ђорђевић, била је „домаћица“ не само књижевног, већ, као што то сећање Црњанског имплицира, и једног политичког салона. У *Жени и свету* често су се могли наћи портрети попут *Брандимовог* „Наше жене у Паризу“, који превиђају да су жене већ освојиле одређене просторе јавног деловања. По начину како говори о женама (морализаторски и просветитељски, и гледајући их радије као инспираторке него као субјекте писања), не само у овом већ и у другим чланцима, може се претпоставити да се иза псеудонима *Брандим* крије мушки аутор. Поред изузетака који су заиста имали осећај за активну улогу жена, као што је *Владислав Други*,⁵³ и неки други аутори историјских женских портрета, мушки сарадници, којих има значајан број у *Жени и свету*, ипак нису успевали да разумеју савремене потребе жена, као што су то могле ауторке – дакле, оне које су говориле у сопствено име.

Када се *Брандимов* портрет савремених „наших жена“ упореди са портретом „Наша жена у 19. веку“ који је писала Јелена Лазаревић (6/1926: 5–7), стиче се утисак да су жене биле активније у јавности деветнаестог него двадесетог века. У тексту ове ауторке додатно је значајно то што она у овом портрету посебно издваја женске часописе и удружења и преко њих приказује положај жена као друштвене групе, препознајући тако постојање и важност посебне женске јавности још у претходном веку, коју *Брандим* није могао да види диференцираном ни у свом веку убрзане модернизације.

⁵⁰ Miloš Crnjanski, „Posleratna književnost. Literarna sećanja“, *Eseji* (Beograd: Nolit, 1983), 77.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ibid., 83.

⁵³ Псеудоним из кога се вероватно крије Владимир Каћански.

Историјат магазина *Жена и свет* могуће је, као што је образложено, поделити у две етапе. У обе етапе *Жена и свет* је конципирана као изразито југословенски оријентисан часопис, с тим да у првој етапи пропагирани модел југословенства још увек није интегрално југословенство, већ оно засновано на тзв. троплеменском јединству, у коме се чувају посебности сва три конститутивна народа. Та је концепција декларативно оглашена најпре самом насловном страном првог броја, која приказује по једну од представница сваког од три „племена“ у карактеристичној народној ношњи, и уводним чланком Јелене Зрнић, у коме се читаатељке, и потенцијалне сараднице, апострофирају више као припаднице колективитета, него као индивидуе, односно више као припаднице (нове) националне заједнице него као припаднице женске или феминистичке заједнице. Уредница је читаатељке оловила као „сестре“, „наше жене: Српкиње, Хрватице, Словенке“, а задатак часописа видела је у томе да покаже „куда тежи жена наша три удружена племена и шта њој треба од великог и културног света ван њене постојбине.“⁵⁴ Овај декларисани национални оквир биће доследно спровођен кроз читав уреднички период Јелене Зрнић и јасно рефлектован у појединачним текстовима. Унутар тога оквира обликоваће се и велики број женских портрета.

Уреднице и сараднице често су и бирале предмет својих портрета према унапред постављеној концепцији: отуда су се на насловним страницама часописа најчешће појављивале фотографије краљице и жена из народа, представница сваког од три југословенска „племена“. И краљице и анонимне жене-сељанке биле су костимиране у народну ношњу. Сlike краљица у традиционалним народним ношњама требало је да сугеришу идеју о срећној укључености жене у национални и државни идентитет, а слике скромних и забрађених сељанки, поред тога, и идиличност руралних области (слика 3 и 4). На унутрашњим странама често су за предмет портретисања бирале истакнуте жене из хуманитарних, просветиних и патриотских (женских) организација (Мабел Грујић), оне које су се посебно истакле у рату (Ана Дикинсон, Надежда Петровић, др Марија Зиболд (Сиболд), Касија Милетић) или оне које раде на племенском јединству (портрет Злате Ковачевић-Лопашећ).

Тамо где нису представљане југословенске жене, кад год је то било могуће, ауторке текстове проналазиле су у лику и деловању жене или женске групе везу са југословенском идеологијом. У портретисању Елен Кеј (Ellen Key) као „велике реформаторке нашег доба“ усмереном на њен радикални феминизам, уредница

⁵⁴ *Жена и свет*, бр. 1 (1925): 5.

Александра Јовановић није пропустила прилику да преко примера националног става Кејове просвети сопствене читатељке: „Од интереса може сада бити за нас то што је проповедала Скандинавизам, мада је у души била права Швеђанка, сматрајући да су сви скандинавски народи (Швеђани, Норвежани, Данци и Финци) један и исти народ. То је за нас несумњиво у овим приликама врло поучно.“⁵⁵

Ипак, часопис се ни у првих пет „конзервативнијих“ година свога деловања није строго држао колективистичке националне линије, а посебно не касније. У пракси, он је подједнако пропагирао крајње индивидуалистичке примере женског деловања и образовао читалачку публику по принципу женске, тј. феминистичке заједнице. Часопис је имао намеру да бележи деловање и успехе жена из садашњости и прошлости, а сва та деловања и успеси се нису уклапали у задати колективистички оквир. Портрети глумица, оперских певачица и балерина остајали су некада нужно без прописане патриотске функционализације. Њихове интернационалне каријере (Соња Станисављевић, Марија Кузњецова) или карактер хировите и размажене звезде (Љубинка Бобић, Марија Николајевна Германова) нису давали материјала за патриотски дискурс. Тиме је „нартљивост“ овог дискурса у индивидуалном портрету била упадљивија када се управо преко идентитета уметнице конструисао идентитет нације (Жанка Стокић, Злата Ђунђенац-Гавела). На визуелном плану, слике деколтованих и модерно одевених уметница односно полуразодевених спортисткиња или балерина слале су недвосмислену поруку индивидуалне слободе и остварености жене, у којој су колективне вредности невидљиве (слика 5). Такви примери били су најближи идеологеми нове жене или су представљали њен директан израз.

Занимљиво је да уплив идеологеме нове жене, иако колико год је могуће избегаван, није оставио нетакнутом управо повлашћену репрезентацију владарског ауторитета. Још је већи куриозитет што се у тексту мушког аутора, „Мати Краља Милана“, портрету Марије Катарци-Обреновић, са одобравањем гледа на слободни сексуални живот краљевске мајке, на њене флертове и љубавне афере у време брака са Милошем Обреновићем, оцем српског краља. Та се благонаклоност приписује и њеним деветностовековним савременицима: „Није јој се замерало. Посматрајући је и уживајући у њеној лепоти, као да је сваки мислио: судба јој је одредила да буде вољена

⁵⁵ Жена и свет, бр. 3 (1925): 15.

и обожавана.⁵⁶ Ни на какву осуду не наилазе ни њени други хирови и недолично понашање према држави који се отворено наводе.

Магазин *Жена и свет* отишао је вероватно најдаље и у уверењу да „наша муслиманка“ – како су ословљане представнице муслиманске популације у Краљевини у свим женским часописима – може постати и нова жена. Портрет чији наслов хибридује та два идентитета, „Наша нова муслиманка“, а који је написао књижевник Хамза Хумо, показује да је еманципација Муслиманки не само смер у коме су промене кренуле, већ и да је поред „старог“ и „прелазног типа“ жена ове групације, „нова муслиманка“ већ раширена појава. Занимљиво је да Хумо, као што се види, користи терминологију Александре Колонтај, а није искључено да је и читао њен спис. Хумов спољашњи опис нове муслиманке, пак, до детаља одговара описима нове жене у женским и осталим гласилима укупне европске штампе тј. посебно онима који су се такође задржавали на спољашњим ознакама ове идеологеме: „Нова муслиманка иде потпуно откривена, у шеширу и по најновијој моди. Воли корзо, похађа школу и кина, разгледа илустрације у кафани, а често пута пуши и цигарету и куша чашу пива или шприцер.“⁵⁷

Свој феминистички карактер, дакле, *Жена и свет* није истакла првим уводним текстом, али га је из броја у број остваривала и потврђивала.⁵⁸ Он се понекад експлицитније реализовао у појединим уводним и политички оријентисаним чланцима, него у женским портретима. У чланцима политичке природе *Жена и свет* је директно подржавала борбу за женско право гласа, посебно ону Женског покрета. Магазин је чак у кључним моментима уступао часописни простор чланицама Женског покрета односно сарадницама истоименог часописа. Тако је, на пример, после бројних великих „манifestација и митинга“ који су се широм Краљевине одржали 9. октобра 1927. године у име захтева за женско право гласа, а на које је *Жена и свет* позвала своје читатељке, у *Жени и свету* објављен чланак Алојзије Штеби, који сумира успехе и резултате одржаних протеста и позива на највећи планирани протест у Београду („За женско право гласа“⁵⁹). Уреднице *Жене и света* оштро су реаговале и на неиспуњавање обећања Владе поводом општинских избора (за које југословенске жене такође нису

⁵⁶ *Жена и свет*, бр. 10 (1925): 6.

⁵⁷ *Жена и свет*, бр. 12 (1926): 13.

⁵⁸ У самом програмском уводнику једино у последњем пасусу реч *сестре* конотира више значење женског него националног заједништва: „Сестре, будимо сложене! Заједничким прегнућем лакше ћемо доћи до оставарења својих жеља, које су велике и чудесне као свет!“

⁵⁹ *Жена и свет*, бр. 11 (1927): 6.

добиле право гласа), као и у случајевима родне дискриминације (попут предлога о искључивом избацивању службеница из државне администрације због смањења трошкова). Кроз чланке ове врсте *Жена и свет* је успоставила отворени полемички однос са хегемоним дискурсом. Текстови таквих чланака су модном магазину давали тон борбеног, побуњеничког гласила („Жене су се пробудиле, оне више неће бити потчињене никоме, равноправност мора доћи“⁶⁰) и недвосмислено га обликовали као институцију феминистичке заједнице тј. контрајавности: „Чврсто збијене, у сложене редове наших феминисткиња, истрајмо у борби за коначно ослобођење наших жена“, речи су Милене Атанацковић, такође чланице Женског покрета.

У уређивачкој политици друге етапе *Жене и света* задржана је изразита југословенска оријентација, а у другим аспектима часописа извршене су бројне промене, које су одмах биле јасно видљиве. Заправо, и званично југословенство је доживело своју промену, па се то и те како одразило на портретисање жена. У првој етапи је, као што је наведено, промовисана идеологија троплеменског југословенства односно националног идентитета, у коме се чувају разлике братских народа и култура чинећи јединство у разликама. После трагичних догађаја у парламенту и међунационалне кризе, о којима *Жена и свет* говори кроз херојске портрете супруга убијених народних посланика, односно после Диктатуре и Октроисаног устава, интегрално југословенство, које се заснивало на идеји стварања хомогенијег идентитета, постало је званична државна политика. Портрет „Госпођа Злата Ђунђенац-Гавела“⁶¹ показује како се нови дискурс брзо имплементира у дискурс еманципације, и како лако замењује дотадашњи национално-родни хибрид, односно, како нови идентитет замењује стари у коме су уметнице и друге жене тако изричито апострофиране као Српкиње, Хрватице и Словенке. Свакако, на то је утицао и оправдани страх од медијске цензуре.

Оперска певачица из Загреба, представљена је, наиме, као отелотворење југословенског интегрализма. Портретисање уметнице окончава се следећом причом: када је Злата Ђунђенац-Гавела, супруга „ранијег директора *наше* драме“, ⁶² отпевала једну арију из опере *Кармен*, публика је френетично аплаудирала и узвикивала „Живела југословенска уметница! Живела југословенска уметност!“ „Истовремено је слављено културно јединство Београда и Загреба, одакле је госпођа Ђунђенац Гавела

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ *Жена и свет*, бр. 4 (1930): 10.

⁶² Курзив С. Б. Мисли се на Драму београдског Народног позоришта.

дошла к нама. Тада смо се осетили једно. Није било Хрватства и Српства, није било Загреба и Београда – било је југословенства и југословенске уметности“. До скоро с поносом истицани и промовисани атрибути српске и хрватске културе, што се посебно огледало у репрезентацији костимирних жена у народним ношњама на насловницама, не смеју да буду поменути (уметница је „дошла из Загреба“, а не из Хрватске, нити је то „сестра Хрватица“, како би раније било формулисано), односно смеју да буду поменути само кроз негацију („Није било Хрватства и Српства“). У свега пар реченица дискурзивно је произведен нови идентитет („било је југословенства“), који се именује истом речју, али више не подразумева исто што и пре Диктатуре.

Нови званични идентитет југословенске жене у потпуности је одговарао новој концепцији нових уредница *Жене и света*. Он их је ослободио „обавезе“ репрезентације народних женских типова и традиционалне слике жена, којих су свакако желели да се ослободе. Највидљивија промена у часопису била је, наиме, она која се односила на насловне стране магазина: у новој фази су се уместо фотографија реалних жена (краљица, уметница, еманципованих жена и жена из народа) на њима налазиле анонимне женске фигуре сликане акварелом⁶³ у примарној функцији промовисања модерног и негованог изгледа. Ипак, ове су насловне слике-портрети промовисале и нешто више, односно вршиле су и еманципаторску функцију. Јер, треба посебно то истаћи, фигура и лик (модерне) жене на насловници по правилу приказују самоуверен став и надмоћно држање (слика б). Када се томе дода искључивање слика краљица и анонимних жена у народним ношњама, јасно је да се концепт промоције и изградње модерне жене, на плану насловне стране, тиме спроводио доследније него у претходној етапи *Жене и света*. Одабир самог сликања акварелом, а одбацивање фотографије, с друге стране, ослободило је уредништво *Жене и света* обавезе приказивања краљевске породице, тако да се на насловници више нису могле наћи ни мушке фигуре (млади краљевићи најчешће), што је опет допринело доследном спровођењу концепције часописа.

На акварелским цртежима подједнако су биле заступљене слике целих фигура у најновијим моделима костима и хаљинама, као и само женско лице у гро плану (нашминкано и широко осмехнуто). Поред тога, цртеж / фотографију на насловној страни више није пратила легенда, текст који ће читатељкама „правилно“ растумачити слику. Нови уредници одузели су тако магазину његову изразито просветитељску

⁶³ Мирјана Менковић је приметила да су слике остале непотписане (Менковић, *наведено дело*: 259). Тачније, од 1937. године на сликама за насловницу појављује се потпис: Д. Стојановић.

интенцију. Сама насловна страна изгубила је национално интегративну функцију, у корист комерцијалне. Ова промена у часопису је посебно важна, јер показује његов потпуни заокрет ка глобалном обрасцу илустрованих женских магазина. Насловница је за читатељке на тај начин постала „прозор у будућу себе“ и позив на куповину магазина који ће пружити и друге садржаје за маштање о лепшој, модернијој и богатијој себи у будућности, што је остала трајна функција насловнице у магазинима овог типа на глобалном нивоу.⁶⁴

У жељи да подигне квалитет часописа, уредништво је од 1930. године позвало на сарадњу познате научнике, књижевнике и културне делатнике, који су се позиву и одазвали. Тако су у *Жени и свету* објављивани медицински чланци др Косте Јовановића, прилози Данице Марковић, феминистички есеји Јулке Хлапец-Ђорђевић, ликовна критика Милана Кашанина, поезија Анице Савић-Ребац, Десанке Максимовић, Јованке Хрваћанин, студије Ксеније Атанасијевић и Веселина Чајкановића. Међу приповеткама у рубрици Фељтон нашле су се и приповетке признатих уметника попут Ендре Адија, Михаила Зошченка и Александра Куприна⁶⁵. Часопис је расписао и сопствени Књижевни конкурс за најбољу женску приповетку, а редовно су објављиване кратке приче и мање признатих домаћих ауторки (међу којима је најзаступљенија Олга М. Бандић). Поред ових нових и информативних садржаја, *Жена и свет* је додатно проширила забавне садржаје. Уведена је рубрику Разнода која је састојала од укрштених речи и хумористичких стрипова. Што је још упадљивије, чланци посвећени моди се померају ка првим странама, а рекламе су све бројније.

Кроз развој *Жене и света*, која је у другој етапи претрпела знатне измене, може се на једном примеру сагледати историја илустрованих женских магазина. На почетку, они су сасвим окренути женским темама, али тек временом мода и рекламирање постају чиниоци који не само да окупирају већину простора и одређују структуру читавог часописа, већ продиру и у значења текстова који се наизглед баве другим

⁶⁴ в. Ellen McCracken, *Decoding Women's Magazines: From Mademoiselle to Ms.* (Macmillan, 1993), 13–36.

⁶⁵ Уредништво се већ у трећем броју за 1930. годину на унутрашњим корицама похвалило: „Обећање које смо дали у јануарском броју нашег листа испунили смо јер је ‘Жена и Свет’ данас највећи и најлепши женски лист у Југославији. Уредништво је окупило велики број сарадника са познатим именима (професоре универзитета, лекаре-специјалисте, књижевнике и јавне раднике) те је на тај начин у стању да пружи поред забавне лектире и потребну стручну помоћ и савет у свакој прилици домаћег и друштвеног живота. [...] Поред одабраних модних модела, поред илустрованог дела нашег листа, ми нашим читатељкама пружамо све што један такав лист може да пружити.“

темама. Многи од стручних чланака, на пример, заправо су прикривена реклама. Реклама продире и у сам женски портрет. Међутим, у исто време, управо у бројним текстовима женских портрета *Жена и свет* је успела да сачува независност од сопственог конзумеристичког императива: реч је о портретима знаменитих или заборављених жена из ближе и даље српске односно светске историје. Кроз ове текстове уредништво *Жене и света* свесно исписује својеврсну историју жена, како експлицира назив рубрике у оквиру којег је објављена већина ових портрета (*Из историје жена*).⁶⁶

Као што је већ поменуто, модни део (цртежи модела) заузимао је у првој етапи *Жене и света* читаву другу половину часописа. У другој етапи, од 1930. године, број страница посвећених моди се унеколико смањује, али се зато мења њихова структура.

⁶⁶ „Царица Мара“ /Из наше историје/ Заза (4/1930: 8); „Каролина Бонапарта“ /Жене из историје/ (6/1931: 52–53); „Марија Милутиновићка ‘Пунктаторка’“ /Из историје жена/ Б.[лагоје] Ж.[ивковић] (2/1933: 1–2); „Драга Дејановић – прва наша феминискиња“ /Из историје жена/ / Б.[лагоје] Ж.[ивковић] (3/1933: 3–4); „Драгојла Јарневић“ /Из историје жене/ / Ж. (4/1933: 3–4); „Анка Обреновићева“ /Из историје жена/ Б.[лагоје] Ж.[ивковић] (5/1933: 12–13); „Царица Теодора“ /Из историје жена/ Заза (9/1933: 13–14); „Краљица Симонида“ /Из историје жена/ Заза (12/1933: 4–5); „Царица Мара“ / Благоје Живковић (1/1934: 4–5); „Јефимија“ /Из историје жена/ Проф. Б. Живковић (3/1934: 3); „Госпођа де Стал“ /Из историје жена/ Даринка Јанићијевић (9/1934: 9–10); „Чучук-Стана“ /Из историје жена// Проф. Б. Ж. (11/1934: 2); „Цвијета Зузорић“ / Нестор (1/1935: 2–3); „Ана Стјуарт“ /Из историје жена/ (4/1935: 12–13); „Љубав Марије Стјуарт“ /Из историје жена/ (3/1936: 53–54); „Вечита заручница: Јелисавета Енглеска“ /Из историје жена/ (4/1936: 11–13) итд.

Оне се мешају са „немодним“ текстовима. Структура часописа је на исти начин измењена и померањем реклама⁶⁷ са последњих страница ка унутрашњим странама, све до почетних. Већ негде од 1928. године рекламни огласи у све већем броју бивају уметнути међу ступце основних чланака. Састојећи се не само од текстуалног већ и од визуелног дела, рекламе лако скрећу читалачку пажњу, као модни цртежи уз књижевни прилог, и тако „прекидају“ процес читања и разумевања одређеног текста. Захваљујући таквом процесу читања, они утичу и на рецепцију самог означеног текста односно, учествују у формирању његовог значења.

То се највише одразило на књижевност која се објављује у магазину. Кратка прича (обично су то фељтон, хумореска или козерија) почела је да се објављује после модне рубрике или унутар ње, а често је била буквално „испресеци“ модним илустрацијама и чланцима. Цртежи најновијих модела хаљина и костима делују на први поглед као илустрација текста коме нису илустрација и, у сваком случају, скрећу пажњу читатељке са читања приче. Оваква структура часописа имплицира неусредсређено и неконцентрисано читање књижевних прилога. Такво решење открива какав је статус књижевности у идеологији илустрованог магазина, о чему сведочи и одабир доминантног жанра – забавне књижевности. *Жена и свет*, међутим, објављује прилично учестало и поезију, што је опет контрадикторно у односу на доминантни третман књижевности, а је што такође израз неизбежне (уређивачке, идеолошке, значењске) амбивалентности илустрованог (модног) женског магазина.

Литература

Предговор у: *Жена данас, Бројеви 1/1936–33/1944. Фототипско издање* (1966). Београд: Конференција за друштвену активност жена Југославије. стр. V–VIII;

Ballaster, Ros & Beetham, Margaret & Frazer, Elizabeth & Hebron, Sandra. *Women's Worlds: Ideology, Femininity and the Woman's Magazine*. London: Macmillan, 1991.

⁶⁷ Директне рекламе на странама *Жене и света* су оне за козметичке производе (креме за лице, руке и тело, парфеме, колоњске воде, пасте за зубе), кућну хигијену (детерџенти за прање веша, средства за чишћење паркета), апотеке, различите фармацеутске производе (таблете против болова, средства против пушења, таблете за мршављење), кројачке радње, ташнерске и кожарске радње, обућаре, текстилне производе, прехранбене производе, али и техничке производе попут радија или сијалице. Рекламирају се лекарске и стоматолошке ординације хотели и туристичке дестинације. Рекламира се и ординација пластичне хирургије („др Арнолд Лауфер, хирург, оридинира за пластичну хирургију, од 3 ½ – 4 ½ . Београд, Влајковићева 5“), као и приватна гинеколошко-акушерска клиника.

Воџиновић, Neda. *Žensko pitanje u Srbiji: u XIX I XX veku*. Beograd: „Devedesetčetvrta“; „Žene u crnom“, 1996.

Деретић, Јован. *Алманаси Вуковог доба*. Београд: „Вук Караџић“, Институт за књижевност и уметност, 1979.

Kinnebrock, Susanne. „’Gerechtigkeit erhöht ein Volk!?’ Die erste deutsche Frauenbewegung, ihre Sprachrohre und die Stimmrechtsfrage“, *Jahrbuch für Kommunikations geschichte*, No. 1, Hrsg. Holger Böning, Arnulf Kutsch, Rudolf Stöber. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, (1999): 135–172.

McCracken, Ellen. *Decoding Women’s Magazines: From Mademoiselle to Ms*. Macmillan, 1993.

Менковић, Мирјана. „Женска штампа и култ женствености у Београду између два рата: часопис *Жена и свет* или о револуцији растућих очекивања“, *Годишњак Града Београда*, књ. 52, бр. 3/4, (2005): 253–279.

Пантелић, Ивана. „Неки аспекти положаја жена у Краљевини Југославији“, *Књиженство*, бр. 1, 2011. <http://www.knjizenstvo.rs/magazine.php?text=17>

Поповић, Бојана. *Мода у Београду 1918–1941*. Каталог изложбе. Београд: Музеј примењене уметности, 2000.

Колонтај, Александра. *Нова жена*. Превео Михаило Годоровић. Београд: Модерна штампарија Р. М. Веснића, (б. г.) [1922].

Radway, Janice A. *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.

Стефановић, Светлана. „Женска штампа: *Жена и свет* (1925–1941)“. *Србија у модернизацијским процесима 19. и 20. века 2*, Положај жене као мерило модернизације, Београд: Институт за новију историју Србије, 1998. 408–419.

Стефановић, Светлана. *Женско питање у београдској штампи и периодици 1918–1941*. Магистарски рад доступан у Универзитетској библиотеци „Светозар Марковић“ у Београду под ознаком РМ 2588. Год. 2000.

Тодић, Миланка. „Нова жена или робињица луксуза: насловне стране женских часописа у Србији (1920–1940)“, *Зборник Музеја примењене уметности*, бр. 4/5 (2008/9): 145–163.

Срњански, Милош. „Posleratna književnost. Literarna sećanja“. *Izabrana dela, knjiga dvanaesta. Eseji*. Izabrao Jovan Hristić. Beograd: Nolit, 1983. 63–92.

Woman and the World (1925–1941) Between the Modern and the New Woman: the Ambivalence of Illustrated Women’s (Fashion) Magazine

By positioning the place of illustrated magazine *Woman and the World* (1925–1941) into the frame of feminist counter-public formed in the Kingdom of Serbs, Croats and Slovenes / Yugoslavia, the paper describes the ambivalence in the treatment of women’s emancipation: the ambivalence which is important characteristics of the ideology of moderate bourgeois feminism and of the periodicals which were the expression and constituent of this ideology. The same ambivalence is embodied in its core ideologeme, the modern woman: it defines woman as emancipated in terms of education and public activism but ‘limited’ with marriage, maternity and femininity. However, in particular articles, *Woman and the World* would accept radical feminist construction of the new woman. Moreover, the semantics of illustrated magazine is by definition complex and ambivalent in respect of fact that visual elements play as important role as textual. The inter-textual relations in magazine increase the possibility of ambivalent (editor’s) encoding and (readers’) decoding of magazine’s meanings. Thus, the meanings of *Woman and the World* constantly switch between opposing discourses.

Keywords: *Woman and the World* (1925–1941), moderate bourgeois feminism, the modern woman, the new woman, semantic ambivalence