



**DANI MARIJE JURIĆ ZAGORKE 2023.  
ZAGREB, 21.-26. STUDENOG 2023.**

**RODI MEDIJI:  
OD REPREZENTACIJE  
DO KONSTRUKCIJE ZBILJE**

Centar za ženske studije, Zagreb, u suradnji s Odsjekom za komparativnu književnost Filozofskog fakulteta u Zagrebu i Odjelom za komunikologiju, medije i novinarstvo Sveučilišta Sjever organizira književno – znanstveni skup s međunarodnim sudjelovanjem pod nazivom: *Rod i mediji: od reprezentacije do konstrukcije zbilje* koji se održava u sklopu Dana Marije Jurić Zagorke 24. i 25. studenog 2022. u Zagrebu, u prostorijama Centra za ženske studije/ Memorijalnog stana Marije Jurić Zagorke, na Dolcu 8.

**DANI MARIJE JURIĆ ZAGORKE 2023.**

—

Književno-znanstveni skup s međunarodnim sudjelovanjem

**ROD I MEDIJI: OD REPREZENTACIJE DO KONSTRUKCIJE ZBILJE**

Zagreb, 24. – 25. studenog 2023.

**U** sklopu 17. Dana Marije Jurić Zagorke ovogodišnju temu skupa posvećujemo temi *Rod i mediji: od reprezentacije do konstrukcije zbilje*. Slijedeći tradiciju znanstvenih skupova koji se od godine 2007. kontinuirano održavaju u sklopu *Dana Marije Jurić Zagorke*, izlaganja su tematski okupljena oko aktualnih društvenih fenomena i zbivanja, s posebnim naglaskom na rodnim i ženskim aspektima istraživanih predmeta ili istraživačkih pozicija.

Od 18. stoljeća moć medija nesumnjivo raste. Napoleon tvrdi da novine vrijede više od velike vojske, a Alexis de Tocqueville prepoznaje specifičnu moć medija u mogućnosti da smjeste u istom trenutku istu misao u tisuće glava. Bili masovni, osobni ili telekomunikacijski, mediji informiraju, educiraju i zabavljaju, uvjeravaju nas i prenose kulturu, mogu širiti horizonte ili usmjeravati pažnju javnosti, vršiti propagandu i manipulirati u različitim sferama, od ekonomije i politike do obrazovanja, religije i slobodnog vremena.

Nekada se o medijima govorilo kao sekundarnom čimbeniku socijalizacije, no danas je sveprisutnost njihova utjecaja od najranijeg djetinjstva tolika da ih mnogi svrstavaju među primarne odgojne agense. Već dugo mediji nisu samo posrednici određenog sadržaja, već su оформili vlastitu socijalnu sredinu i faktor su konstrukcije socijalne zbilje. Sudjeluju u destabilizaciji granica između virtualnog i zbiljskog (života i teksta), zbog čega je potrebna kritička distanca kada se govori o epistemološkim i ontološkim dimenzijama učinaka suvremenih medija na pojedince, grupe i društvo u cjelini. Medijska će se pismenost pri tome često isticati kao važna sastavnica kritičke sposobnosti, a zahtijeva da postavljamo pitanja o tome tko i gdje stvara određenu poruku, koje se tehnike koriste za privlačenje pažnje, kako različiti ljudi mogu razumijevati određene poruke, koje se vrijednosti i točke gledišta prezentiraju, zašto se neka poruka odašilje itd.

Pitanje odnosa medija i društva teorijski je složeno. Navedimo neke primjere, poput Lazarsfeldove međuratne teorije ograničenih efekata na primjeru istraživanja radija s fokusom na pitanje mogućnosti utjecaja na odluke ljudi, uvida Frankfurtske škole da su masovni mediji glavni agenti zamjene značenja osnovnih vrijednosti (poput slobode) u interesu tržišta i kapitala, čime dijelom objašnjavaju i totalitarizam, zatim kritičkih analiza koje se bave pitanjima kontrole u području posredovane komunikacije, ideološkog oblikovanja, tzv. medijske hegemonije te kulturalnih studija gdje se osim interpretacije i razumijevanja poruke pažnja pridaje kulturnom okruženju i društvenoj konstrukciji značenja,

a koja je uvijek povezana s odnosima moći u društvu. Široko su poznate i korištene teze Marshalla McLuhana, kao i sociološki pristupi Jeana Baudrillarda o simulaciji, simulakrumu i hiperzbilji ili Anthonyja Giddensa u čijoj su teoriji strukturacije mediji među najvažnijim sadržajima današnjice. Pitanje odnosa medija i društva ostaje iznimno aktualno, a teorijska i empirijska istraživanja o djelovanju i učinku posebnih medija u specifičnim kontekstima brojna su i raznorodnih paradigmatičkih obilježja.

U godini u kojoj obilježavamo 150. obljetnicu rođenja Marije Jurić Zagorke posebno nas zanimaju prilozi posvećeni njezinu radu. Zagorka kao naša prva profesionalna novinarka od kraja 19. do sredine 20. stoljeća surađuje u brojnim novinama, često nepotpisana ili pod pseudonimom. Bila je članica redakcije *Obzora*, pisala je političke reportaže o mađarskoj politici, putopisne crtice, autobiografske bilješke, feljtone, jednočinke, organizirala je demonstracije protiv bana Khuen-Hédervárya te bila nakratko zatvorena. Svoje reportaže i novinarske priloge redovito je popraćivala bogatim komentarima i bilješkama te stvarala dramski napete opise političara i njihovih rasprava, ali i ukupne društvene klime. Borbena je i iznimno radišna. Podiže naklade listova za koje piše. U cijelom Zagorkinu novinarskom i književnom radu prisutna je stalna borba za ženska prava. Razumjela je strategije komunikacije s publikom, kao i kako uspješno regrutirati suradnice i čitateljice (natječaji, teme, pisma). Pokrenula je i uređivala *Ženski list*, potom *Hrvaticu*, svjesna mnogih povratnih procesa utjecaja medija na društvo, s nadom da tu leži njihov demokratizacijski i emancipacijski potencijal.

Kada govorimo o rodu i medijima danas, možemo primijetiti paralelne procese koji svjedoče o složenosti toga odnosa: feminizaciju profesije uz paralelno postojanje žena u posebnim sobama, ustrajnost određenih reprezentacija ženskosti iako bismo već očekivali promjene, specifične procese u tzv. ženskim medijima, dekvifikaciju i naglasak na seksualizaciji ili estetizaciji žena. Svakako ovome valja pridodati konzumerizam, posebnosti digitalnih tehnologija i njihov utjecaj na procese predstavljanja i proizvodnje zbilje s vrlo realnim učincima definicije socijalne stvarnosti koja nam se nudi kroz medije itd.

## DANI MARIJE JURIĆ ZAGORKE 2023.

Književno – znanstveni skup s međunarodnim sudjelovanjem

### ROD I MEDIJI: OD REPREZENTACIJE DO KONSTRUKCIJE ZBILJE

Zagreb, 24. – 25. studenoga 2023.

# PROGRAM

**PETAK** - 24.11.2023.

Centar za ženske studije/Memorijalni stan Marije Jurić  
Zagorke, Dolac 8, Zagreb

9.30 – 10.15 **Moderira: Anita Dremel**

**Ida Ograjšek Gorenjak, Marijana Kardum:** *Povijest žena u ogledalu medija*

**Ana Pavlič:** *Crtice iz naše historije: ometajuća rodna pristranost u umjetnoj inteligenciji*

**Petra Požgaj:** *Tko je ta djevojka? Postoje li i neke druge? Reprerentacije femininosti na TikToku*

12.15 – 10.45 **Diskusija**

10.45 – 11.15 **Pauza**

11.15 – 12.15 **Moderira: Maša Grdešić**

**Viktorija Car, Tonči Gabelić:** *Medijski Apoloni: Reprerentacija muškosti kroz muški pogled*

**Paula Čatipović,** *Što je Nike napravio sa štafetom stereotipa?*

**Tena Perišin, Mislav Pislak:** *Medijska konstrukcija uloga muškaraca i žena u reality showu Ljubav je na selu*

**Boris Beck, Andrea Guša:** *Suprotstavljeni koncepti normalnosti – spektakularna tijela na Eurosongu*

12.15 – 12.45 **Diskusija**

12.45 – 14.45 **Pauza za ručak**

14.45 – 15.30 **Moderira: Anita Dremel**

**Maja Gregl:** *Temelji dramatizacije na primjeru romana Ivane Šojat*

**Petra Kober:** *Kreacija i reprerentacija žene u animiranim filmovima i bajkama*

**Ivana Spasović:** *Ženski časopisi u Južnoj Ugarskoj krajem 19. veka – primer časopisa „Ženski svet“ i „Žena“*

15-30 – 16.00 **Diskusija**

**SUBOTA** - 25.11.2023.

Centar za ženske studije/Memorijalni stan Marije Jurić  
Zagorke, Dolac 8, Zagreb

- 10.00 – 11.00 **Moderira: Lidija Dujić**  
**Lilla Trubics:** *Medijska reprezentacija Marije Jurić Zagorke u Mađarskoj*  
**Antonija Primorac:** *Slučaj Sherlocka Holmesa u prijevodu i „Kneginje iz Petrinjske ulice“: prema novoj povijesti krimića u Hrvatskoj*  
**Lea Biličić:** *Čitanje „Neznane junakinje hrvatskog naroda“: Zagorkin prikaz ženskog prosvjeda*  
**Jelena Milinković:** *Vještice, kćeri i supruge: romani u nastavcima, autorka u nastajanju*
- 11.00 – 11.30 **Diskusija**
- 11:30 – 12:00 **Pauza**
- 12.00 – 13.00 **Moderira: Sandra Prlenda**  
Žarka Svirčev: *Urednice kao figure modernosti na slovenskom jugu početkom 20. stoljeća*  
**Jelena Lakuš, Dunja Lakuš:** *Čitajte „Hrvaticu“!: Marija Jurić Zagorka i komunikacijske strategije u pridobivanju čitateljica i suradnica*  
**Monika Jurkovic, Sara Sivić:** *Pokušaj konstrukcije „ženskoga čovjeka“ u „Ženskom listu“ (1933) i „Gloriji“ (2023) s razlikom od 90 godina*  
**Beatriz Brkić:** *Zagorkin „Ženski list“ kao medij za emancipaciju žena u domu i društvu i slika žene u suvremenim medijima*
- 13.00 – 13.30 **Diskusija**
- 13.30 – 14.30 **Pauza**
- 14.30 – 15.15 **Moderira: Suzana Coha**  
**Tea Rogić Musa:** *Od „zaručnice“ do „ustaškinje“: simbolička transformacija Olge Herak u Olgu Osterman*  
**Anastazija Vlastelić:** *Reklame za žene i reklame za muškarce - 100 godina istosti u različitom*  
**Mario Kolar, Mihaela Kajić:** *Pitanje žanr(ov)a u Zagorkinu „Tozukiju“*
- 15.15 – 15.45 **Diskusija**

**PROGRAMSKI ODBOR SKUPA:**

dr.sc. Lidija Dujić, dr.sc. Anita Dremel, dr.sc. Maša Grdešić,  
dr.sc. Suzana Coha, mr.sc. Sandra Prlenda, Ana Zbiljski





# SAŽECI

**PETAK** • 24.11.2023.

Centar za ženske studije/Memorijalni stan Marije Jurić Zagorke,  
Dolac 8, Zagreb

## **IDA OGRAJŠEK GORENJAK, MARIJANA KARDUM**

### **Povijest žena u ogledalu medija**

Dugo je vremena povijest žena egzistirala na rubu historiografije i književnosti. Ona je plela svoj narativ uz pomoć zaboravljenih ostataka prošlosti i odbačenih „viškova“ etabliranih povjesničara. Njezine su priče bile namijenjene publici koja nije nužno bila akademska ili stručna, a ciljevi su nadilazili interese i svrhu znanstvenog teksta. Autorice su povijest žena istraživale da bi educirale, zabavljale, legitimirale, ali i mijenjale percepciju prošlosti i viziju budućnosti. Stoga su vrlo rano prepoznale značaj medijskog prostora. Uloga medija u kontekstu izučavanja povijesti žena iznimna je u dugom trajanju od razdoblja prvih angažmana u kreiranju ženske povijesti – upravo zato što su mediji predstavljali alternativu nedostupnim tokovima povijesne znanosti – do suvremene diseminacije najnovijih spoznaja u medijskom prostoru. Tijekom 20. i 21. stoljeća povijest žena se prezentirala, a nekad i ostvarivala na raznim medijskim platformama od časopisa do podcasta, a naše izlaganje istražiti će hrvatski primjer ove duge i isprepletene veze. Presentacija će se usredotočiti na trima ključnim kronološkim razdobljima – prijelaz 19. u 20. stoljeće, razdoblje drugog vala feminizma i 21. stoljeće. Osim nužne kontekstualizacije i komparativne analize utilizacije medija, zanimaju nas kreatori(ce) i promotori(ce) ženske povijesti i mediji koji su je prezentirali, teme koje su se otvarale, što se kroz diskusiju o povijesti žena u medijima željelo postići i koja je bila uloga medija u kreiranju i etabliranju ove povijesne grane.

## **ANA PAVLIĆ**

### **Crte iz naše historije: ometajuća rodna pristranost u umjetnoj inteligenciji**

Razvoj umjetne inteligencije brži je od razvoja javnih politika koje reguliraju uporabu umjetne inteligencije te je važno otvoriti prostor za raspravu o (etičkom) dizajnu umjetne inteligencije i regulatornim modelima i pristupima za

uklanjanje rodne nejednakosti. Feminističke teoretičarke, etičarke umjetne inteligencije i teoretičarke/i koji se oslanjaju na zaštitu ljudskih prava i humanocentrične umjetne inteligencije ukazuju na važnost rješavanja problema rodne pristranosti u dizajnu, implementaciji i evaluaciji umjetne inteligencije. Naime, rodna pristranost u različitim fazama razvoja umjetne inteligencije prenosi rodne stereotipe i diskriminatorne prakse, u mnogim slučajevima, čak je i uvećava, što pridonosi dodatnoj diskriminaciji žena koje su u nepovoljnom položaju zbog nemogućnosti pristupa obrazovanju, digitalnoj tehnologiji, ili tržištu rada. Namjera je autorice predstaviti modele i tehnike koje predlažu feminističke autorice za kvalitetnu pripremu podataka za treniranje umjetne inteligencije, s ciljem uklanjanja rodne nejednakosti u području umjetne inteligencije. Umjetna inteligencija je transdisciplinarna, te zahtjeva doprinose inženjerstvu iz područja prava, ekonomije, društvenih znanosti i humanističkih znanosti.

### **PETRA POŽGAJ**

#### **Tko je ta djevojka? Postoje li i neke druge? Reprerentacije femininosti na TikToku**

Budući da su digitalni mediji općenito i društvene mreže konkretno u suvremenosti nezaobilazan dio procesa uspostave, usvajanja, preispitivanja i preobrazbe estetskih i društvenih konvencija femininosti te društvene logike hegemonijskog političkoekonomskog projekta, u ovom se radu postavlja pitanje o njihovu doprinosu reprezentaciji feminininih subjekata u smislu zastupanja koji je važan feminističkim i *queer* teoretičarima\_kama javne sfere (Fraser 1990, Warner 2002, Berlant 2008) i u smislu proizvodnje značenja koji je važan feminističkim teoretičarkama ženskih žanrova (Ang 1982, McRobbie 1991, Grdešić 2013). U skladu s takvim shvaćanjem reprezentacije razmatranju doprinosa digitalnih medija i društvenih mreža pristupa se postavljanjem pitanja o tome kakvi se oblici javnosti i kakvi ženski žanrovi nastavljaju i uspostavljaju u digitalnoj sferi. Uz svijest o diskurzivnoafektivnim temeljima uspostave javnosti i žanrova najviše se analitičke pozornosti poklanja TikToku jer je riječ o društvenoj mreži koja u manjoj mjeri počiva na postojećim društvenim vezama, a u većoj na optjecaju objava kojima se proizvode određeni identiteti i pripovijesti o životu te vezanost za njih, a koje možemo smatrati srodnima starijim ženskim žanrovima, poput ženskih i djevojačkih časopisa. Pritom se istražuje kako u intimnoj javnosti koja se uspostavlja optjecajem tih objava funkcioniraju reprezentacije feminininih života i femininada, odnosno u kakvu su te reprezentacije odnosu s konvencijama femininosti i društvenom logikom neoliberalnog kapitalizma. Uz analizu hegemonijskih reprezentacija koje počivaju na aspirativnosti (McRobbie 2015) i pregovaračkih koje počivaju na poistovjetljivosti (Kanai 2019) postavlja se pitanje o tome što bi podrazumijevalo postojanje opozicijskih reprezentacija i jesu li one uopće moguće bez uspostave kontra javnosti. Konačno, uz

povratak teorijskim temeljima i ishodišnom pitanju ovog rada, raspravlja se o potencijalu digitalnih medija općenito i društvenih mreža konkretno za proizvodnju različitih javnosti i različitih značenja femininosti, pri čemu se iz kritičke feminističke perspektive nastoji izbjeći uspostava vrijednosne hijerarhije među njima.

## **VIKTORIJA CAR, TONČI GABELIĆ**

### **Medijski Apoloni: Reprezentacija muškosti kroz muški pogled**

Suvremeni medijski okoliš izložen je nezaustavljivom trendu komodifikacije tijela. Odnosi moći između objektiviziranih žena i muškaraca u medijima svojevrsni su odraz šireg društvenog konteksta (Giddens, 1992) te stoga valja sustavno propitkivati medijske reprezentacije roda. Uzimajući u obzir Giddensove (1992) teorijske postavke o urušavanju nejednakih podjela u društvu i ravnopravnosti spolova, ali i teoriju MacKinnona (2003) o medijskoj reprezentaciji muškaraca, cilj je ovog istraživanja na temelju teorijskih pretpostavki o objektivizaciji muškaraca utvrditi način reprezentacije muškosti u reklamama za muške parfeme i muško donje rublje. Dodatno, autori ovom analizom žele pokazati kako koncept muškog pogleda (male gaze, Mulvey, 1975) funkcionira i u objektivizaciji muškog tijela (Calogero, 2004). Međutim, iako prikazani kao objekti, muškarci zadržavaju poziciju moći u odnosu na žene što je suprotno objektiviziranom prikazu žene u reklamama (Lubina i Brkić Klimpak, 2014; Gajger i Car, 2020). Mit o muškoj neovisnosti utemeljen je u samouvjerenom izgledu (MacKinnon, 2003) koji je prisutan u medijskim reprezentacijama, što znači da iako dominantno prikazani tijekom i svedeni na objekt žudnje, muškarci zadržavaju poziciju moći u odnosu na žene.

## **PAULA ČATIPOVIĆ**

### **Što je Nike napravio sa štafetom stereotipa?**

Cilj ovog rada je ukazati na načine na koje su žene prikazane u reklamama „Nike: What will they say about you?“ te kako je to povezano sa stereotipima i načinima na koje služi reprezentaciji žena u društvu. Pošto se sve više naglašava utjecaj društvenih mreža u suvremenom svijetu, fokus je na reklamama objavljenim na YouTubeu, a analiza se fokusira i na rodne, ali i religiozne stereotipe. Reklama je primjer demantiranja stereotipa, prikazivanjem žena koje su snažne, ustrajne i otporne, bez obzira na religiju i spol. Prikazuje ih se u različitim sportovima i uvjetima koji zahtijevaju puno odricanja, a muškarci se gotovo uopće ne pojavljuju u reklamama ili imaju ulogu promatrača, što inicira samostalnost i emancipaciju. Žene nisu smještene u izazovni kontekst niti situacije, ženski izgled u ovom slučaju nije subjekt pažnje te nije podložan kapitalizmu i profitu kao kriteriju koji je ženi nametnut, a to upućuje na obnavljanje mita o feminizmu u kontekstu u kojem se izazivaju stari stereotipi te

tradicionalne podjele i uloge. Ovim radom se, na taj način, propituje kombinacija spolnih i religioznih prepreka u društvu te se prikazuje reklama koja može služiti kao primjer drugim oglašivačima kada su u pitanju ovakve teme i medijska reprezentacija.

### **TENA PERIŠIN, MISLV PISLAK**

#### **Medijska konstrukcija uloga muškaraca i žena u reality showu *Ljubav je na selu***

Izlaganje se bazira na diplomskom radu Mislava Pislaka i njegove mentorice Tene Perišin pod nazivom *Medijska konstrukcija uloga muškaraca i žena u reality showu "Ljubav je na selu"*. Predmet analize bio nam je dugogodišnji televizijski show koji privlači značajnu pažnju publike. Emisija "Ljubav je na selu" postala je popularna ne samo zbog intrigantne dinamike među sudionicima, već i zbog načina na koji prikazuje muškarce i žene. Ovo istraživanje imalo je za cilj razumjeti kako mediji oblikuju našu percepciju rodni uloga, karakteristika, stereotipa i odstupanja od tradicionalnih obrazaca. Koristeći kvalitativnu metodu multimodalne analize diskursa, analizirali smo prvu epizodu 14. sezone emisije – sociodemografske podatke izabranih kandidata, njihove citirane izjave te tumačenje verbalnih i neverbalnih elemenata u emisiji. Neki od rezultata koje bismo prezentirali otkrivaju intrigantan spoj tradicionalnih i progresivnih elemenata u prikazu muških subjekata koji istovremeno prate i propituju rodne norme. Osim toga, istraživanje ukazuje na prisutnost implicitnih rodni predrasuda u prikazu žena, gdje se često procjenjuju prema njihovoj sposobnosti da ispunjavaju tradicionalne rodne uloge. Najvažnije što ovo istraživanje sugerira je potreba za promjenom načina na koji mediji prikazuju rodne uloge. Emisije poput "Ljubav je na selu" mogu zacementirati rodne stereotipe koji utječu na društvena uvjerenja. Stoga će ovo izlaganje potaknuti razmišljanje o tome kako mediji oblikuju naše razumijevanje rodni uloga i zašto je važno promovirati inkluzivnije i raznovrsnije prikaze roda u medijima.

### **BORIS BECK, ANDREA GUŠA**

#### **Suprotstavljeni koncepti normalnosti – spektakularna tijela na *Eurosongu***

U ovom istraživanju predstavlja se kvalitativna analiza napisa hrvatskih medija na temu spola i roda izvođača i voditelja Eurosonga. Eurosong je značajni estradni događaj za mnoge članice Eurovizije, s brojnou publikou širom svijeta, a zadnjih se desetljeća na njemu afirmiraju queer tijela. Iako je riječ o glazbenom natjecanju, Eurosong kao medijski spektakl zahtijeva sve veću spektakularizaciju tijela. Ona se očituje u maskiranju i kostimiranju, a osnovni cilj je izazvati impresiju nad medijskim konzumentima, odnosno gledateljima. Sve te transformacije prekoračuju uobičajeno, ali se istovremeno

predstavljaju kao obiteljska zabava zbog čega se na Eurosongu sudaraju dva koncepta normalnosti – tradicionalni i suvremeni. Medijska slika Eurosonga profitira od oba: queer tijela se u okviru natjecanja izjednačavaju s heteroseksualnim tijelima, ali se u medijima istovremeno ističe njihova neobičnost. Čini se kao da medijski interes za tijelima na Eurosongu vlada samo dok su iznimna odnosno spektakularna, a bude li proces njihove društvene „normalizacije“ dovršen, više neće biti u fokusu medijskih napisa.

## MAJA GREGL

### Temelji dramatizacije na primjeru romana Ivane Šojat

Kroz pojam književnog roda i medija izlaganje će se temeljiti na romanesknoj građi suvremene hrvatske književnice Ivane Šojat i njezino zalaganje u medijima – mislimo ovdje prije svega na televiziju kao medij, koliko smo osvjeslili današnju egzistenciju žene kada se nađe u graničnoj situaciji. Psihološki odnosi lica iz romana Jom Kipur dramaturški se seciraju sloj po sloj skidajući veo na kojemu se gradi njihov opstanak prema klasifikaciji Jaspersovih graničnih situacija. Na primjeru upravo ovog romana objasniti će se pretvorba iz jednog književnog roda u drugi. Iz romana u dramu. Dijalog psihijatra Grgura Romića i hrvatskog branitelja s dijagnozom PTSP gradivno je tkivo romana uspostavljen na povjerenju. Dramatizacija romana za kazalište oživljava prostor, vrijeme, privlači pozornost medija (prilozi iz kulture u dnevnom tisku i javnoj televiziji kroz najave, analize kritičara i intervju s autorima) kao kazališni događaj sezone 2023/24. Roman se predstavlja u drami glumačkom igrom muških lica koja piše književnica i borkinja za ženska prava te vrši utjecaj na društvo koje tako postaje izravan svjedok suvremenosti. Ivana Šojat u romanu "Rogus" spojiti će prošlost i sadašnjost pišući o ženama koje se i danas kao i prije više od dvjesto pedeset godina bore za svoje mjesto u muškoj dominaciji. Može li se duša objasniti energijom? Pita se Ana, arheologinja koja odlazi na mjesto gdje je spaljena posljednja osječka vještica, kao da želi kvantnim skokom pitati Zagorkinu kontesu Neru je li se i njoj javio znak u snu kao navještenje borbe za istinu i pravdu, dok prolazi sve teškoće koje mora proći pritisnuta zlom. Roman kao književni rod pripovijeda o događajima koji su se dogodili ili su se mogli dogoditi. Što živimo danas? Ono na što nam ukazuju mediji? Kako razlučiti kada i koji javni medij govori istinu? Ili je istina ono što čitamo kroz umjetničku fikciju? Kroz pretvorbu teksta, dramatizaciju, namjera je istražiti ove odnose, a obraća se ciljanoj publici koju zanima umjetnost kao nadgradnja, izazov, 'pročišćenje od čuvstava' u smislu Aristotelove katarze kao cilj razlikovanja stvarnosti od fikcije koja oplemenjuje čovjeka.

**Kreacija i reprezentacija žene u animiranim filmovima i bajkama**

Rod je diskurzivni proizvod, društveno kreirana kategorija. Stoga se u ovome radu usredotočujemo na reprezentaciju i kreaciju žene i ženskog u bajkama i animiranim filmovima pri čemu treba imati na umu društveni i kulturni kontekst medija u kojima je nastala. Dok su bajke kao žanr usmene književnosti uronjene u tradicijsku kulturu te zrcale patrijarhalni model, animirani filmovi u taj okvir unose tragove modernog društva. Stoga se nameće pitanje možemo li te diskurse promatrati kao reprezentaciju društveno prihvatljivih modela ženskog identiteta ili pak kritiku društva u kojemu je žena istovremeno čuvarica tradicije i nositeljica promjena. Kako se u njima očituje utjecaj moderne kulture, zrcaljenje patrijarhalnih vrijednosti, ali i polemiziranje s njima, pokazat ćemo analizom bajki i animiranih filmova *Snjeguljica*, *Pepeljuga*, *Aladin*, *Mala sirena*, *Ljepotica i zvijer*, *Merida Hrabra*, *Snježno kraljevstvo* i *Mulan* pri čemu će naglasak biti na oblikovanju ženskog identiteta i društvenim čimbenicima koji na njega utječu. Žena se ondje najčešće ostvaruje u sferi braka. Njezin identitet određen je odnosom s bitnim drugim, ona je kći, supruga i majka koja ne djeluje izvan privatne sfere, što otvara pitanje njezine inferiornosti. Analizirajući reprezentaciju ženskog identiteta u bajkama, istaknut ćemo probleme tradicionalne koncepcije i nova značenja upisana u postojeće okvire. Dok neke princeze utjelovljuju pasivnost, poslušnost, ovisnost o drugomu i gubitak identiteta zbog njega, druge pak možemo čitati kao opiranje tradicijskom odgoju, autoritetu i nametnutim ulogama, čime se uvode teme ženske vlasti i slobode, opiranja rodnim okvirima i izmicanja iz njih. Takvo preispisivanje značenja upisanih u tijelo i identitet može se shvatiti kao pobuna protiv tradicije i tendencija kreiranja novog identiteta koji izmiče uokvirivanju. U animiranim filmovima dva su dominantna kontrastna modela ženskog identiteta: princeza i vještica slična književnim modelima progonjene nevinosti i kućnog anđela s jedne i demonske žene s druge strane. Pojava takvih predodžbi u medijima otvara mnoga pitanja o odgoju, društvenim vrijednostima i ulozi književnosti i medija u oblikovanju autopredodžbe i heteropredodžbe. Likovi buntovnih princeza i vještica utjelovljuju pokušaj društvene kontrole žene pa ih možemo čitati kao simptom odnosa društva prema drugačijem, pokušaj isključivanja i ušutkavanja moćnih ženskih likova koji su, ukoliko izlaze iz okvira, demonizirani i izopćeni ili im je pak oduzeta moć govora čime je ženski glas osuđen na šutnju. Analizom junakinja bajkovitog svijeta ukazuje se na probleme reprezentacije ženskog identiteta i omogućuje reinterpretacija uobičajenih modela.

## IVANA SPASOVIĆ

### Ženski časopisi u Južnoj Ugarskoj krajem 19. veka – primer časopisa Ženski svet i Žena

Rad se bavi časopisima Ženski svet i Žena, koji su izlazili krajem 19. i početkom 20. veka u Novom Sadu. Ovi časopisi vremenski i idejno se nadovezuju, a njihove sličnosti i razlike ukazuju na tok promena u društvu Južne Ugarske. Na tom prostoru postojalo je još nekoliko časopisa posvećenih obrazovanju i emancipaciji žena. Bili su različito orijentisani, od konzervativnih i praktičnih, za „ženu-majku-domaćicu“, do izrazito feminističkih, mnogi sa književnim rubrikama. Put od početaka ženske štampe do toga da je žene i uređuju bio je dugačak i ne bez prepreka. Najčitaniji su bili: *Magazin za hudožestvo, književnost i modu, Danica, Zastava, Pančevac, Domaćica, Posestrima, Nemzeti Neveles, Frauenbildung, Wiener Mode, Srpkinja, Ženski svet, Žena, Jednakost, Narodno zdravlje, Vesnik*. Upravnik Srpske više devojačke škole u Novom Sadu Arkadije Varađanin, pokrenuo je 1889. Ženski svet, list dobrotvornih zadruga Srpkinja u Ugarskoj, u Novom Sadu, sa željom da: „propagira prosvetu i napredak ženskom svetu“, kao „najjeftiniji i jedini list s ove strane Save i Dunava što zastupa interese našeg ženskog sveta, što iznosi i potpomaže društveni rad naših dobrotvornih zadruga i podstiče ženske na združivanje za humane celi“. Posebno mesto pripada časopisu **Žena**, koji je od 1911. do 1921. uređivala Milica Tomić (Novi Sad 1859 - Beograd 1944). Deo rada posvećen je ovoj izuzetnoj ženi, novinarki i političarki koja je zastupala program Narodne stranke svoga oca Svetozara Miletića, ali i ideje pokreta za prava žena.

**SUBOTA** - 25.11.2023.

Centar za ženske studije/Memorijalni stan Marije Jurić Zagorke,  
Dolac 8, Zagreb

## LILLA TRUBCS

### Medijska reprezentacija Marije Jurić Zagorke u Mađarskoj

Marija Jurić Zagorka kao prva žena novinarka kretala se u mađarskim krugovima, kulturi i političkom životu tijekom dualizma Austro-Ugarske Monarhije te je zahvaljujući znanju mađarskog jezika svakodnevno izvještavala o hrvatsko-mađarskim političkim zbivanjima i dopisivala se s mađarskim urednicima i voditeljima raznih listova u Budimpešti. U ovom radu će se prikazati u kolikoj mjeri je Zagorka bila prisutna u mađarskim medijima, prema sadržajima napisanim o Zagorkinom djelovanju steći će se slika njezine reprezentacije unutar mađarskih medija te će se govoriti o njezinim mađarsko napisanim člancima. Uz pomoć mađarskih novinskih zapisa ukazat će se na

Zagorkinu ulogu u uspostavljanju političkog diskursa. Ovaj rad će prikazati njezinu ličnost u mađarskom tisku, te predstaviti sve one novine i časopise u kojima se javlja njezino ime i sadržaj o njoj.

## **ANTONIJA PRIMORAC**

### **Slučaj Sherlocka Holmesa u prijevodu i *Kneginje iz Petrinjske ulice*: prema novoj povijesti krimića u Hrvatskoj**

Iako se o Mariji Jurić Zagorki često govori kao o autorici „prvog feljtonskog kriminalističkog romana“ u Hrvatskoj (Jukić, 2012: n.p.) koji je nastao pod utjecajem detektivskih pripovijedaka i romana Arthura Conana Doylea o Sherlocku Holmesu (ibidem; Kolar 2023), dosad je malo pažnje posvećeno upravo širem izdavačkom kontekstu iz kojeg je roman *Kneginja iz Petrinjske ulice* (1910) iznikao. Naime, analize povijesti krimića u Hrvatskoj kao i analize utjecaja Doyleovog Holmesa na ovaj Zagorkin roman (Jukić 2012; Kolar 2023; Juričić, 2004: 69; Lasić, 1986: 180; Mandić, 2015: 185) oslanjaju se na pretpostavku da su prijevodi Doyleovog Sherlocka Holmesa bili dostupni širokom čitateljstvu na početku 20. stoljeća te ne ulaze u analize samih prijevoda. U ovom izlaganju roman *Kneginja iz Petrinjske ulice* stavlja se izravno u dijalog s medijima s kojima se Zagorka ponajviše asocira i u kojima najviše objavljuje – feljton i novine – te se njegov nastanak promatra u kontekstu brojnih prijevoda kriminalističkih pripovijedaka koje su u istim ovim medijima objavljivane u navedenome razdoblju. Cilj izlaganja je dvojak: kao prvo, oslanjajući se na primjenu kombinacije tzv. pomnog i daljinskog čitanja (eng. *close and distant reading*) na digitalizirane novine i feljtonska izdanja prijevodne književnosti iz relevantnog razdoblja (1894. – 1909.) koje čuva Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, u izlaganju ću ukazati na dosad neistraženu povijest najstarijih prijevoda pripovijedaka o Sherlocku Holmesu i propitati temelje ustaljenih pretpostavki o Doyleovom Holmesu i Zagorkinoj *Kneginji*. Kao drugo, ponudit ću smjernice za reviziju povijesti krimića u Hrvatskoj utemeljenu na pomnoj analizi popularne periodike te rekonstrukciji povijesti prevođenja kriminalističkih romana i pripovijedaka na hrvatski jezik na prijelazu devetnaestog u dvadeseto stoljeće.

## **LEA BILIČIĆ**

### **Čitanje *Neznane junakinje hrvatskog naroda*: Zagorkin prikaz ženskog prosvjeda**

Izlaganje će se baviti analizom triju povijesnih crtica iz djela *Neznana junakinja hrvatskog naroda* (1939.) Marije Jurić Zagorke. U crticama „Zagrebkanke predvode borbu“, „Podoknica tiraninu“ i „Dani junačkih Hrvatica“ autorica opisuje ženske demonstracije u Zagrebu koje su se odvijale u znak otpora vladavini bana Khuena-Hédérvarya 1903. godine. U fokusu analize bit će tekstualni prikaz ženskog prosvjeda, čijoj je konstrukciji Zagorka pristupila



s dviju pozicija – s jedne strane kao profesionalna novinarka koja je dokumentirala povijesni i društveni događaj, a s druge strane iz posve osobne pozicije jedne od sudionica i organizatorica demonstracija. Analiza nastoji pratiti te interpretirati ispreplitanje tih dviju perspektiva, s naglaskom na autoričin afektivan doživljaj demonstracija te opisivanje društvene atmosfere u javnome gradskom prostoru. Usto, Zagorkino djelo sagledat će se u okviru teksta kao medija kojim se posreduje komunikacijski aspekt usmjeren prema čitateljskoj publici, koju je Zagorka nastojala potaknuti na borbu za žensku emancipaciju i ukazati joj na važnu ulogu žena u hrvatskoj (političkoj) povijesti. Kao zaključni dio izlaganja, Zagorkina nastojanja u kontekstu hrvatskog protofeminizma usporedit će se sa suvremenim (medijskim) kontekstom hrvatske borbe za ženska prava na primjeru osmomartovske prosvjedne manifestacije „Noćni marš“ održane 2023. godine.

## **JELENA MILINKOVIĆ**

### **Vještice, kćeri i supruge: romani u nastavcima, autorka u nastajanju**

Gotovo istovremeno u prvoj polovini 20. veka u hrvatskoj i srpskoj književnosti obitavaju dva književna fenomena: istorijski romani Marije Jurić Zagorke (1873–1957) i ljubavni romani Milice Jakovljević Mir–Jam (1887–1952). Pored vremenskog poklapanja najplodonosnijih stvaralačkih godina (međuratne decenije) ove dve književnice imaju još nekoliko sličnosti: najproduktivnije godine su im bile u istoj epohi, umrle su u slično vreme, bile su novinarke i urednice, napisale su autobiografije, objavljivale su pod pseudonimima, bile su osporavane od strane kritike, ali veoma čitane, bile su profesionalne književnice (živele su od pisanja), glavne su predstavnice popularne književnosti prve polovine 20. veka u hrvatskoj odnosno srpskoj književnosti, pratili su ih slični procesi recepcije. Pored svega ovoga za ovo izlaganje je najvažnija paralela da su njihovi centralni romani objavljeni u štampi u nastavcima, u vidu feljtona. Povodom ove činjenice u izlaganju ću pokušati da odgovorim na pitanje o uslovljenosti autorske instance i odabrane periodičke forme, o odnosu roda i žanra, odnosno o značaju popularnog romana u nastavcima za žensku književnost i za žensko autorstvo. Nastojaću da pokažem kako su i Zagorka i Mir–Jam koristile tadašnji glavni medij (štampu) za reprezentaciju i za konstrukciju rodnih identiteta, te na koji način su se služile uzusima popularnih žanrova, čime će se ukazati na sadejstvo štampe i književnosti, kao i na vezu popularne kulture i feminizma. Takođe, ilustrovaće se kako je dinamika feljtona, a zatim ukoričenih izdanja i „sabranih dela“, uticala na dinamiku recepcije i na oblikovanje figura autorki.

## ŽARKA SVIRČEV

### Urednice kao figure modernosti na slovenskom jugu početkom 20. stoljeća

U referatu će se predstaviti urednički angažman nekolicine žena koje su delovale u južnoslovenskim zajednicama početkom 20. stolecā: Zofke Kveder, Marije Jurić Zagorka, Stoje Kašiković i Jelice Belović Bernadžikovske. Polazeći od biobibliografija autorki, te društvene kontekstualizacije i žanrovskih osobnosti njihovog uredničkog rada, u referatu će se osvetliti različite perspektive ženske uredničke figure kroz složenu dinamiku njenih suodnosa sa političkim narativima, aktivističkim grupama, periodičnom mrežom, te konceptom ženskog autorstva onog vremena. S obzirom na složenu geopolitičku konfiguraciju regiona početkom 20. veka koja se odražava i u različitosti pravnih okvira i kulturnih modela unutar kojih su autorke delovale, komparativna perspektiva omogućava da se urednički rad žena u južnoslovenskim kulturama početkom 20. veka konceptualizuje u multiperspektivizmu – da se predoče različiti modaliteti ženskog uredničkog rada, odnosno da se istraži u kojim sve poljima su žene učestvovala, putem kojih strategija i koje sve nove uloge su osvajale (profesionalizacija ženskog rada, političko delovanje, javno zastupanje, finansije, društveno umrežavanje, transnacionalna mobilnost itd.). Ujedno, sagledavajući uredničke mikronarative u komparativnoj perspektivi, istraživačka pažnja se usmerava i ka izdvajanju zajedničkih imenitelja, pre svega, (proto)feminističke paradigme uredničkog rada žena početkom prošlog stolecā. Stoga će se političnost ženske uredničke figure naročito adresirati u širim emancipatorskim okvirima, te će se argumentovati u prilog njene izuzetne važnosti kao jedne od ključnih figura modernizacije/emancipacije.

## JELENA LAKUŠ, DUNJA LAKUŠ

### Čitajte Hrvaticu!: Marija Jurić Zagorka i komunikacijske strategije u pridobivanju čitateljica i suradnica

Marija Jurić Zagorka je novinarsku karijeru počela u Obzoru potkraj 19. stolecā, gdje se čak jedno kraće vrijeme okušala i u poslu urednice, kojemu se, uz svoje uobičajene novinarske zadatke, ponovno vratila 1925. godine, kada je pokrenula te više od deset godina uređivala Ženski list. Nakon što je napustila redakciju Ženskog lista zbog neslaganja s koncepcijom koja mu se sve više nametala, a u želji da, isključivo iz „moralnih i patriotskih“ pobuda, ponudi list koji će biti „ogledalo hrvatske žene“, koji će ukazati na podjednaku važnost svih uloga koje žene obnašaju kao majke, domaćice i zaposlene žene, te naglasi njihovu važnu poziciju u društvu i na taj način utječe na promjenu tradicionalnih društvenih normi, 1939. godine pokreće list Hrvatica: časopis za ženu i dom, koji, nažalost, doživljava samo dva godišta jer je ukinut stvaranjem NDH. Kako bi časopis opstao, nastoji od „sestara Hrvatica“ dobiti potporu, bilo „perom“, odnosno pozivom da šalju svoje priloge u časopis, bilo

pretplatom, odnosno pozivom da se na časopis pretplate i postanu njegove čitateljice. Služi se pritom i raznim drugim komunikacijskim strategijama koje će se, uz opetovane pozive na pretplatu i suradnju, u izlaganju detaljno predstaviti: pozive na natječaje različite naravi, pokretanje nekoliko zanimljivih i sadržajno raznolikih anketa do odgovora na pisma čitateljica, pa čak i poziva svim zainteresiranima da, žele li osobno razgovarati s urednicom, dođu na adresu uredništva Hrvatice. Cilj je izlaganja pokazati da je Zagorka očito jako dobro poznavala komunikacijske strategije važne za pridobivanje ne samo čitateljica, nego i suradnica, te imala vrlo razvijene vještine komuniciranja s konzumenticama publikacije pa stoga možemo reći da je časopis imao izrazito interaktivno obilježje.

### **MONIKA JURKOVAC, SARA SIVIĆ**

#### **Pokušaj konstrukcije „ženskoga čovjeka“ u *Ženskom listu* (1933) i *Gloriji* (2023) s razlikom od 90 godina**

Rad polazi od idejne premise o nastanku „ženskoga čovjeka“, preuzete iz djela *Pisma mladom pjesniku* (1929), austrijskoga književnika Rainer Marije Rilkea. „Ženski čovjek“, kako ga Rilke opisuje, ne definira se u odnosu na muškarca, nisu mu nametnute već unaprijed osmišljene uloge niti je sputan zadanim okvirima unutar kojih mora egzistirati; time je oslobođen tipičnih konvencija koje čine ženu i umjesto toga sveden na čisti *bitak* (*postojanje*). U prenesenom značenju, Rilke progovara o ženi koja se neopravdano uvijek suočavala s predrasudama i stereotipima. Tako je Rilkeova premise u osnovi – *feministička*. Cilj je rada komparativnom analizom časopisa *Ženski list* (1933), čija je urednica hrvatska književnica i novinarka Marija Jurić Zagorka, i *Gloria* (2023), čija je urednica novinarka Vesna Čarapović Propadalo, ispitati pokušaj konstrukcije „ženskoga čovjeka“ u tridesetim godinama prošloga stoljeća te u današnjici – bit će to kriterij kojim se ujedno vrednuje i svaki časopis pojedinačno, tj. njegov (ne)uspjeh u tome naumu. Rad ispituje sličnosti i različitosti zapažene u člancima o ljepoti, modi, kulturi, kuhanju i sl. nastalih uslijed devet desetljeća jaza između odabranih brojeva časopisa, koje su ujedno i reprezentacija žena u datome vremenu. Za analizu je odabran *Ženski list* godina 9, broj 8, august 1933. i *Gloria* broj 1491, kolovoz 2023.

### **BEATRIZ BRKIĆ**

#### **Zagorkin *Ženski list* kao medij za emancipaciju žena u domu i društvu i slika žene u suvremenim medijima**

Marija Jurić Zagorka utrla je put feminizaciji novinarske profesije kao prva profesionalna novinarka na području Jugoistočne Europe. Ideje europskog feminizma prenosila je hrvatskim ženama putem svog novinarskog i književnog rada zalažući se za pravo ženskoga rada i obrazovanja te priznanje

socijalnih, građanskih i političkih prava žene. Medij koji je Zagorki pomogao u širenju feminističkih ideja među hrvatskim čitateljstvom od 1932. do 1938. godine bio je prvi hrvatski časopis za žene - *Ženski list za modu, zabavu i kućanstvo*. Analiza tekstova *Ženskog lista* potvrđuje kako je časopis bio feministički orijentiran, a posebno se naglašava ideja izgradnje identiteta aktivne i samostalne žene, čija se emancipacija i ženstvenost međusobno ne isključuju, već skladno nadopunjavaju. Žene mogu biti sretne kao domaćice, majke i supruge, no neophodno je da ostvare pravo na zapošljavanje, glasanje i ravnopravno mjesto u javnoj sferi uz muškarce. U *Ženskom listu* žene su autorice književnih, stručnih i feminističkih tekstova koji problematiziraju žensko pravo rada te različite sposobnosti muškaraca i žena, a rubrika o ženskom pokretu donosi vijesti iz svijeta o društvenoj i političkoj emancipaciji žena. Članak Milice Devčić Radić „Harakiri trudne žene“ objavljen u *Ženskom listu* 1937. godine oštro se suprotstavlja moralno potkrepljenoj propagandi rađanja. Rubrika *Ženski portreti* donosi pregled uspjeha zaslužnih Hrvatica na području umjetnosti, znanosti i kulture. Nezaobilazni su članci o ženama u avijaciji, poljoprivredi i šumarstvu koji dokazuju kako su žene izdržljive, otporne i sposobne obavljati primarno muška zanimanja. U *Ženskom listu* česta je jezična pojava maskulino označavanje roda množine brojevnih imenica koje se odnose na žene i muškarce. Muški rod često ostaje dominantan, iako imenice ukazuju na žene, što potvrđuje tezu Luce Irigay o jeziku koji je prevladavajuće muški i falocentričan te ideju Simone de Beauvoir koja izjednačava univerzalnu osobu i muški rod. U usporedbi *Ženskog lista* sa suvremenim portalima i časopisima za žene, može se zamijetiti kako su rubrike ostale gotovo iste. Kada je riječ o promicanju feminističke ideje, suvremeni mediji za žene nerijetko se okreću inicijativama čiji je cilj osnažiti i povezati žene koje uz uspješnu karijeru mogu obnašati uloge supruge i majke. U *Ženskom listu* objavljen je članak „Kakva će biti žena budućnosti“ američkog publicista Charlesa Kloda, u kojem progovara o karakteristikama idealne žene budućnosti koja će se najviše sviđati muškarcima. Dodaje kako je potpuno izjednačenje prava oba spola razumljiva stvar te da će pobijediti vrlo brzo. Zaključuje se kako će žena budućnosti imati ljepši i lakši život. Kakva je slika žene u medijima stoljeće nakon prvih Zagorkinih objavljenih članaka? Seksualno oslobođanje u medijskoj kulturi otišlo je korak predaleko iskorištavanjem polugolih tijela, pretežito ženskih, kao sredstva za povećanja atraktivnosti medija čak i na portalima poput *Dnevnik.hr*. Članak o političkom djelovanju saborske zastupnice u *24 sata* započinje opisom njezine odjevne kombinacije, a naslovnice krase fotografija političarke u kupaćem kostimu, dok prilog časopisa *Elle* o uspješnoj poslovnoj ženi još uvijek ne može proći bez pitanja o njezinim modnim izborima, premda se muškarcima to pitanje ne postavlja. Na kraju, iako je Zagorka dokazala kako žene jednako dobro pišu o svjetskim događanjima i politici kao o modi, ljepoti, odgajanju djece, kućanstvu, zdravlju i kuhanju, nerijetko se novinarke plaćaju manje nego njihovi kolege te im se ne pruža dovoljno prostora za djelovanje u političkom novinarstvu.

## TEA ROGIĆ MUSA

### Od „zaručnice“ do „ustaškinje“: simbolička transformacija Olge Herak u Olgu Osterman

Iznijet ćemo neobičan slučaj Olge Herak, poznate pod tim imenom kao zaručnice A. G. Matoša, osobe s kojom je Matoš imao, koliko je u književnoj povijesti dokumentirano, složen platonski i na koncu neostvaren romantični odnos, do njezine uloge u ustaškom pokretu, kad je kao istaknuta figura ondašnjega javnoga života, ravnateljica ženske gimnazije i tada već dugogodišnja gimnazijska nastavnica bogata iskustva u pedagoškom radu s djevojkama, pisala zapažene članke u ustaškom tisku, u kojima se bavila ženskim pitanjem, ulogama žene u društvu, ciljevima školovanja djevojaka i pregledom povijesti ženina položaja kroz hrvatsku noviju prošlost. Zanima nas simbolička transformacija ženskoga subjekta: od ikoničke sentimentalne figure hrvatske moderne, zabilježene u javnom pamćenju kao predmet ljubavne čežnje, ali već tada u zbilji i ambiciozne mlade žene kojoj su vlastito školovanje i služba najvažniji ciljevi (zbog čega i sa, selektivno liberalnim, Matošem upada u razmirice, koje nisu stigli životno razriješiti) do društvene i kulturne djelatnice koja je svoju očito trajnu ambiciju za javnim očitovanjem mišljenja izrazila promišljajući o društvenoj ulozi žene u novoj državi. Transparentno ćemo komentirati njezina rigidna stajališta iznesena u ustaškom tisku, no motreći na suštinske razlike između ideološkoga govora, koji je danak odanosti režimu, i stvarne potrebe i osobne misije da se ženin društveni položaj poboljša, s pozicije vlastite moralne odgovornosti, što pokazuje da se poistovjetila s poučavateljskim pozivom, te u člancima žene potiče da obrazovanjem stječu znanja i sredstva koja im omogućuju da o sebi odluče. Složen odnos medija i roda te književnoga simbola (Olga u mladosti) i ideološkoga simbola (Olga u zrelih godinama za NDH) s pomoću društvene uvjetovanosti ženskoga principa – jer u obje je svoje životne uloge Olga primjer zbiljske realizacije aktualnih društvenih očekivanja od žene – komentirat ćemo ponajprije s obzirom na članke koje je napisala, uz obvezno šire biografsko i kulturnopovijesno kontekstualiziranje, s nužnim osloncem na feminološki aparat (L. Čale Feldman, I. Šafranek, H. Cixous, J. Lukić, A. Zlatar), koji bi mogao pomoći točnije objasniti narav represivnosti ženinih uloga u društvenim mijenama prve polovice XX. stoljeća, mijenama izrazito definiranim političkom zbiljom, po čemu Olga, neovisno o pristranosti deklariranih političkih stajališta, dijeli sudbinu malobrojna niza hrvatskih intelektualki, počevši od Zagorke, koje su znale iskoristiti jačanje tiska kao prostor individualne slobode u govoru i ostvarenju prava na javno mišljenje – neizostavno, uz visoku cijenu.

## ANASTZIJA VLASTELIĆ

### Reklame za žene i reklame za muškarce - 100 godina istosti u različitim

Premda je uloga žene i muškarca u suvremenim reklamama česta tema analize medija, jezik reklama za proizvode namijenjene ženama i muškarcima na marginama je tih istraživanja. Budući da je reklamni diskurs odraz ciljne skupine kojoj je proizvod namijenjen, slikovit i privlačan, a opet poznat i razumljiv, ne čude razlike u jezičnim strategijama u „muškim i ženskim reklamama“. U izlaganju se donose rezultati preliminarne usporedne analize jezičnih reklamnih strategija za proizvode namijenjene ženama i muškarcima u časopisima koje je uređivala Marija Jurić Zagorka *Ženski list za modu, zabavu i kućanstvo* (1925. – 1938.) i *Hrvatica: časopis za ženu i dom* (1939. – 1941.), koje se stavljaju u suodnos sa suvremenim reklamama za žene i muškarce. Naime, brojna su dosadašnja istraživanja suvremenih reklama namijenjenih ženama i muškarcima pokazala da su rodni stereotipi nerijetko njihov temelj, kako u vizualnom, tako i u jezičnom izrazu. Vrijeme između dvaju svjetskih ratova začetak je planskoga oglašavanja u Hrvatskoj, pa navedeni časopisi predstavljaju korpus kojim se želi opisati vizualni i jezični kod reklamne poruke, napose s obzirom na način obraćanja ciljnoj skupini. U istraživanju se polazi od hipoteze da će u reklamama iz prve polovice 20. stoljeća rodni stereotipi biti vidljivi i u planu izraza i u planu sadržaja, a korpus suvremenih reklama predstavlja izvor sinkronijskoga opisa, ali, primarno, krajnju točku u dijakroniji hrvatskih reklama za proizvode namijenjene ženama i muškarcima.

*Istraživanje je financirano projektom Hrvatska pisana baština od 18. do 20. stoljeća (uniri-human-18-285).*

## MARIO KOLAR, MIHAELA KAJIĆ

### Pitanje žanr(ov)ja u Zagorkinu *Tozukiju*

Roman *Tozuki* pripada slabo poznatim i analiziranim djelima Marije Jurić Zagorke. Izlazio je 1922. godine u nastavcima u dnevnom listu *Dva sata*, a samostalno knjižno izdanje doživio je tek 2015. godine. Stogodišnja odgoda samostalnog knjižnog ukoričenja sigurno je jedan od razloga zbog čega je do danas zadobio malo pažnje čitatelja i proučavatelja. Što se tiče književne povijesti, spominje ga se tek uzgredno u pregledima Zagorkina stvaralaštva ili u pregledima hrvatskog romana. No, dio razloga za manji interes književne povijesti za *Tozukija* vjerojatno leži i u činjenici da taj roman u Zagorkino vrijeme nije doživio popularnost *Gričke vještice* i ostalih njezinih povijesno-popularnih romansi. *Tozuki* žanrovski zaista ne pripada tom najplodnijem i najpopularnijem korpusu Zagorkinih romana budući da radnja nije smještena u prošlost nego u suvremenost, u fokusu nisu ljubavni zapleti nego kriminal itd. Zagorka je u svojim autobiografskim zapisima *Tozukija* kvalificirala kao „suvremeni roman iz kraljevske Jugoslavije“, a književna ga povijest uglavnom tretira kao društveni, politički i/ili kriminalistički roman. Cilj je ovog rada analizirati koje se žanrovske konvencije pojavljuju u *Tozukiju* i koliko se taj roman uklapa u žanrovski sustav Zagorkina stvaralaštva.



**Centar za ženske studije**

Dolac 8, 10000 Zagreb

TEL/FAX: 01 4872 406

E-MAIL: zagorka@zenstud.hr

URL: www.zenstud.hr, www.zagorka.net

**Odsjek za komparativnu književnost,  
Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu**

Ivana Lučića 3, 10000 Zagreb

TEL/FAX: 01 6120 212

URL: www.ffzg.hr/kompk/

**Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo Sveučilišta Sjever**

Trg dr. Žarka Dolinara 1, Koprivnica

TEL: 048/499-909

URL: www.unin.hr/

DIZAJN I PRIJELOM: Ruta

PROGRAM PODUPIRU: Grad Zagreb i Ministarstvo kulture i medija



Republic  
of Croatia  
Ministry  
of Culture  
and Media  
Republika  
Hrvatska  
Ministarstvo  
kulture  
i medija

