

СТРАТЕГИЈЕ ФОРМИРАЊА
ЧАСОПИСНЕ ЧИТАЛАЧКЕ ПУБЛИКЕИнститут за књижевност и
уметност, Београд

Апстракт: У овом раду се анализирају уредничке стратегије одабраних часописа којима се формирала и обликовала читалачка публика и текстуално опредељивала и конкретизовала имплицитна читатељка. У првом делу рада предочавају се концепти важни за разумевање читалачке инстанце и то у случајевима кад је реч о читатељки (а не о читаоцу), да би се затим упутило на дефиницију комуникацијских текстова, као специфично периодичког жанра. У централном делу рада анализирају се два часописа, *Жена данас* и *Недељне илустрације*, као примери два пола читалачке публике. Из корпуса часописа *Жена данас* (1936–1940) одабрана је саветодавна рубрика *Са радној стола*, док је фокус анализе у *Недељним илустрацијама* (1925–1941) рубрика *Наша читатељка*. Оба часописа имала су интензивну комуникацију с читалачком публиком и представљају значајна места тзв. трансактивне читалачке размене. Компарацијом ових метода два поетичко-политичко-идеолошки различита часописа указује се на сличности и разлике примењених уредничких стратегија, али и на слојевитост и комплексност међуратне женске читалачке публике, као и на могуће и вероватне тачке пресека претпостављених групација унутар ње.

Кључне речи: читалачка публика, рецепција, *Жена данас* (1936–1940), *Недељне илустрације* (1925–1941), феминистичка штампа, илустрована штампа, побуњена читатељка, читатељка љубића

Часописној култури је иманентна читалачка инстанца која утиче на профил, уредничку политику и садржај једног часописа. Често је продукција и дистрибуција, а тиме и опстанак часописа зависио од читалаца – пренумераната који су својим претплатама и донацијама финансирали часописе. Свако обликовање часописа подразумева истовремено и пројекцију читалачке публике, односно уписивање рецепцијских процеса у стратегије уређивања што укључује пројектовање својеврсног „хоризонта очекивања“ (Јаус 1978), односно „читалачког одговора“ (Томпкинс 1980).¹

У једном од базичних текстова који се бави методологијом студија периодике у домаћем контексту, у тексту „Упитник. За једну историју књижевне периодике“ Ђорђевићу Вуковић и Драгиша Витошевић, као једну од главних категорија којом се описује часопис издвајају категорију читаоца (Витошевић, Вуковић 1984). Ова категорија се прецизира помоћу низа питања која преносим у целини:

¹ Термини „хоризонт очекивања“ и „рецепцијски одговор“ преузети су из теоријских концепата који промишљају читалачку инстанцу у контексту књижевности у ужем смислу, али су условно примењиви и на читалачку инстанцу периодичких публикација.

Да ли се часопис обраћао читаоцима? Како је то чинио? Шта је од њих тражио (новчана помоћ и др)? Има ли жалби на неуредне претплатнике? На шта се све уредништво позивало кад се на било који начин обраћало читаоцима?

Шта садрже писма читалаца и одговори уредништва? Да ли постоји нешто што ту преписку посебно одликује (тон, епистоларне формуле, савети, прекори, објављивање писама у целини или у изводима)?

Да ли постоје подаци о читаоцима (о њиховом занимању, узрасту, националној и другој припадности)?

Да ли је часопис рачунао на одређену врсту читаоца, на њихове ставове уверења? И у чему се то огледа? (Исто: 347)

Како је на основу цитираног могуће закључити, категорија читаоца у великој мери описује одређени периодик, а одговори на питања који се тичу ове инстанце могу да нам укажу на степен отворености часописа према публици, интенцијама уредништва, тржишним, односно финансијским аспектима часописа, положају у јавној сфери. Пошто су часописи места окупљања читалаца сличних интересовања, сродних политичких и поетичких ставова, око њих се формира мање или више хомогена читалачка публика и због тога су препознати као једна од централних институција (грађанске) јавности (Хабермас 1969, Фрејзер 1990). Како је Станислава Бараћ показала, женски и(ли) феминистички часописи² су централне тачке феминистичке (контра)јавности и због тога су стратегије које су користили како би изградили и хомогенизовали читалачку публику важне не само с аспекта интерпретације одређеног периодика већ релација часопис–публика има значајно шире реперкусије на целокупну (феминистичку) (контра)јавност.

Женски и(или) феминистички часописи утицали су на обликовање две читалачке групе – читаоце часописа и књижевну публику. Ово је логична последица тога што су ови периодици били промотери женске културе и уметности, па тиме и књижевности коју су стварале жене. Читатељке окупљене око одређених часописа биле су и читатељке лепе књижевности.³ Због тога су концепти женске читалачке часописне публике и концепти женске читатељке веома блиски, те их није могуће одвојити од процеса формирања поменуте јавне сфере, односно феминистичке (контра)јавности.

2 Под женским/феминистичким часописима подразумевам часописе које су креирале жене и који су намењени женској читалачкој публици. О овој подели в. Пековић 1990, Бараћ 2015.

3 Иако женски/феминистички часописи нису нужно били књижевни часописи, њихов утицај на формирање књижевне читалачке публике може се упоредити с односом који су имали књижевни часописи и њихови читаоци, на пример, читаоци *Српској књижевној гласника* уједно су били и читаоци књижевности која се у овом часопису објављивала. Тако, на пример, читатељке часописа *Женски њокрећ* истовремено су биле и рецепијенткиње женске књижевности коју је овај часопис обликовао, односно промовисао.

Један од важних концепата женске читалачке публике јесте онај који је формулисала Џудит Фетерли у већ класичном делу *The resisting reader: a feminist approach to American fiction* (1978). Она у уводу својој књизи говори о побуњеним читањима и побуњеној читатељки, односно о читатељки која пружа отпор доминантним моделима женскости и одолева увреженим представама о женама које су уписане у класична дела (америчке) књижевности. Полазећи од премисе да је књижевност политична и да као таква настоји да утиче на читатељке, упркос томе што се представља као аполитична, Фетерли сматра да читатељка ову политичност мора да препозна и освести. Због тога у својој књизи Фетерли анализира дела америчке књижевности како би показала како ставови према женама обликују њихову форму и садржај. Читатељка, сматра Фетерли, мора пружити отпор, и то приликом самог читања, тј. разумевања књижевног текста, а последично и кроз књижевну критику, доминантним, најчешће маскулиним и патријархалним идејама, које су уписане у књижевност. Овим освешћивањима формира се побуњена читатељка (Фетерли 2002).

У књизи о историји женског читања Белинда Џек показује како је током историје постојала стални снажна жеља за утицајем на женску читалачку публику и анализира стратегије надзора и контроле онога што су жене читале, које су долазиле превасходно од мушкараца. Паралелно с писањем историје контроле и цензуре женског читања, Белинда Џек пише о напорима изузетних појединки и појединаца који су настојали да омогуће и унапреде образовање девојчица, као и да делују еманципаторски према женској популацији (Jack 2012). Захваљујући феминистичкој штампи, променила се лектира, али и приступ књижевности код оног дела часописне публике која је у овом типу штампе препознала еманципаторски потенцијал. Управо су уреднице и чланице редакција окупљене око ових часописа биле пионирке побуњених читања, односно биле су те изузетне појединке које су се залагале за унапређење општег образовања девојчица и жена, о којима Белинда Џек пише. Ови часописи које су стварале жене за жене нудили су другачије обрасце женскости, другачије узор, моделе и идеологеме с којима су читатељке могле да се идентификују, популаризовали су женску књижевност прогресивних поетика и указивали на стереотипне представе. Све ове стратегије омогућиле су да се женска читалачка публика ослободи надзора над сопственим читалачким изборима и навикама и да се читатељке обуче да побуњено читају, односно да препознају патријархалне и репресивне моделе представљања жена, али и да се сензибилишу за другачије формално-стилске одабире, стратегије приповедања, као и типове (женских) ликова.

Кад је о женској читалачкој публици реч, процеси њеног формирања и квалитативног и квантитативног сазревања не тичу се

само „локалног“ женског/феминистичког контекста. Социолози књижевности уочавају једну закономерност: с увећањем женске читалачке публике дошло је до стратешких промена у издаваштву и на тржишту. Формирање женске читалачке публике паралелно с економским променама повезано је с појавом бестселера, али и померањем читалачког фокуса кад су жанрови у питању: развој романа и његова популарност последица су увећања капацитета женске читалачке публике.⁴

Дијахронијски поглед на процесе изградње читатељке повезан је с оним политичким, економским, друштвеним околностима које су обликовале женско искуство и услед којих се историја жена разликује од историје мушкараца. Кад је о читању реч, (женско) читалачко искуство је нужно повезано с процесима образовања, односно описмењавања. Како је растао број жена које су имале приступ образовању, тако се повећавао и број читатељки. Формирање читалачких публика је један од значајнијих књижевних феномена, а кључну улогу у обликовању читалачке публике имали су часописи, који постају једна од главних институција читалачких навика и опредељења. Како сам на почетку поменула, кругови читатељки окупљени око часописа и оних које су читале белетристику су се поклапали. Часописна публика истовремено је била и публика књижевних текстова, што је било директно условљено чињеницом да су женски часописи с краја 19. и почетком 20. века без изузетка имали књижевне прилоге, који су често штампани с уверењем у њихов еманципацијски потенцијал. Уз то, ови часописи су често били једино место пласирања и(ли) промоције женске књижевности и због тога о њима можемо да говоримо као о рудницима и архивима женског стваралаштва, чије ходнике и кутије тек треба истражити и отворити.⁵ Сматрало се да је књижевност добра алатка за утицај и за ширење идејних начела на којима се заснива уредничка политика. Стратегије формирања одређених читалачких кругова, тзв. интерпретативних заједница,⁶ од-

4 О овоме ћу детаљније писати у делу рада који анализира стратегије обликовања читалачке публике *Недељних илустрација*.

5 Низ текстова српске и југословенске женске књижевности никад није објављен ван часописа и због тога су они главни извор за њено истраживање. Такође, захваљујући књижевној (феминистичкој) критици у овим часописима долазимо до информација о постојању одређених дела за која бисмо на други начин веома тешко сазнали с обзиром на квантитет продукције и посебно с обзиром на положај женске књижевности у култури сећања. На пример, захваљујући објављеној критици романа *Деца Драге С. Јанковић* или романа *Прејеча* Љубице Велимировић у часопису *Женски покрећ*, савремена научна истраживања су дошла до наведених дела и понудила њихова тумачења. Да није било критичких текстова у часопису поставља се питање да ли би и када ова два романа била откривена.

6 Термин интерпретативна заједница формулисао је Стенли Фиш. Овај термин у феминистичкој теорији рецепције преузима Џенис Редвеј. Интерпретативна заједница подразумева одређену групу људи која има одређена уверења о књижевности и њеној интерпретацији. О Фишовој теорији читања в. Бојанић Ћирковић 2020: 202–213.

носно група која промишљају одређене текстове и дају им одређено значење, подразумева интензиван дијалектички и дијалошки процес реципирања књижевног, часописног или било ког другог текста.

Кад је о феномену реципијента реч, различити идејни системи почевши од руског формализма па даље кроз историју књижевне теорије покушавали су да објасне на који начин је читалачка инстанца уписана у књижевни текст (Tompkins 1980, Suleiman, Crosman 1980, Попов 1993, Бојанић Ђирковић 2020). Захваљујући овим теоријама формулисане су неке од основних техника и стратегија уписивања читаоца у текст, па смо тако добили концепте о хоризонту очекивања (Jauss) или о имплицитном читаоцу (Изер). Неки од сегмената ових концепата могу се применити и на часописно поље, односно неки од термина, метода и слојева интерпретације које нуде различите теорије читалачке инстанце у књижевним делима у ужем смислу, могу се применити на однос часопис–читалачка публика. Међутим, овде је потребно најпре напоменути да је у поменутиим теоријама реч о читаоцу уписаном у сам текст књижевног дела, те да је формирање публике једног часописа другачији процес, много видљивији и експлицитнији. Часопис је у већини случајева сам по себи примарно дијалошка форма. Подразумева се да сваки часопис апострофира читалачку публику, односно да свако покретање и производња часописа подразумева свест о реципијентима и пројекцију читалачке публике. Један тираж није ништа друго до пројекција броја читалаца до којих ће часопис доћи. Периодици су својим обликом и иманентним карактеристикама, периодичношћу, (не)актуелношћу, односом с друштвеним околностима отворена дијалошка форма у много већој мери него што је то случај с другим облицима издаваштва.

Фокусирајући се на неколико тачака, на проблематизацију читатељке, на дефинисање и формирање читатељке/читалачке публике која пружа отпор, уз одређене премисе књижевно-рецепцијских теорија, у даљем току рада анализираћу два конкретна примера обликовања читалачке публике у два часописа, у часопису *Жена данас* (1936–1940) и у часопису *Недељне илустрације* (1925–1941). У првом делу реч је о начину на који је редакција часописа *Жена данас*⁷ комуницирала са сопственим читатељкама. У другом делу рада анализира се стратегија формирања читалачке публике примењена у часопису *Недељне илустрације*. Реч је о посве другачијим периодцима. *Жена данас* је часопис препознат као део феминистичке (контра)јавности међуратног југословенског доба и овај периодик представља јединствени часописни пројекат заснован на споју феминистичке и, у том

7 Најновија истраживања часописа *Жена данас* публикована су у зборнику *Часопис Жена данас (1936–1940): Просвећивање за револуцију* уреднице Станиславе Бараћ (Бараћ 2022). Зборник је резултат рада научног скупа посвећеног овом часопису који је одржан 2015. године на Институту за књижевност и уметност у Београду. Током 2021. године објављена је библиографија овог часописа (Костић, Аћимовић 2021).

тренутку забрањене, комунистичке идеологије (Бараћ 2015: 189–192). С друге стране, *Недељне илустрације* представљају илустровани недељник који је пратио феномене популарне културе, и који није био декларативно намењен женама, али је претпоставка да овакву врсту штампе у већој мери читају жене него мушкарци. Овај часопис је одабран јер је важан културно-феноменолошки, због пласирања популарне књижевности, односно романа у наставцима, који је, како ће се показати, један од средишњих жанрова на историјској линији формирања читалачке публике. Ма колико поетички, политички и идеолошки одабрани часописи били различити, они имају и заједничке одлике: оба часописа могу се сврстати у концепт популарне штампе. *Жена данас* је часопис пројекат комунисткиња, скојевки (на челу са Митром Митровић) које су искористиле феминистичку платформу и популарно-илустровани концепт како би промовисале идеје социјалне једнакости, правде и права. За разлику од *Жене данас*, *Недељне илустрације* биле су типичан илустровани магазин који је пратио појаве карактеристичне за популарну културу и то за бројне њене појавности као што су музика, филм, мода, друштвени феномени, домаћинство итд. *Недељне илустрације*, како је већ речено, нису биле декларативно намењене женама, али је претпоставка да је већи удео жена него мушкараца у публици оваквих магазина, што ће рубрике овог недељника посвећене кореспонденцији и комуникацији и потврдити. Анализом текстова који показују однос између читалаца и редакције у ова два часописа настојаћу да покажемо како је у самим часописима уписивана инстанца читатељке.

Комуникацијски текст

Да издавање часописа више него било које друго издаваштво подразумева размишљање о читалачкој публици, постаје посебно значајно кад је реч о часописима прве половине 20. века, и онима старијим, који су се издржавали пренумерантски, што значи да су пресудно зависили од читалачке публике која је била примарни финансијер часописа. Један од најчешћих начина комуникације с читаоцима било је управо објављивање спискова претплатника, као и редовно опомињање да се претплате уплате на време. Часописи се готово увек уређују са свешћу о потенцијалном читаоцу, односно читатељки те се у обликовању једног периода велика пажња посвећује експлицитном или чешће имплицитном имагинарању „идеалне“ читалачке публике, које је отелотворено у комуникацијским текстовима. Анализа *Жене данас* и *Недељних илустрација* базираће се на анализи овог типа текстова.

Концепт комуникацијских текстова формулисала је Слободанка Пековић анализирајући однос редакције према публици. Комуникацијски текстови обухватају све оне чланке који се директно об-

раћају читаоцима, односно чија је сврха да успоставе интензивнију комуникацију/везу с читалачком публиком. У ову групу текстова спадају уводници, огласи за претплату, позиви на сарадњу, белешке, писма читалаца, анкете и друге врсте чланка углавном с маргина часописа. Реч је, дакле, махом о текстовима на физичким рубовима часописа, о оним текстовима који се налазе на првим, односно последњим странама часописних свезака. Ипак, у случају *Жене данас* и *Недељних илустрација* текстови посвећени читатељкама и тзв. контакт-рубрике штампају се у средишњем делу часописа, што додатно освешћује значај који су редакције ових магазина давале читалачкој инстанци.

Структура, квантитет и природа комуникацијских текстова пресудно су одређени уредничком политиком и представљају њен најнепосреднији израз. Интензивније штампање уводника, на пример, указује на појачану потребу утицаја на читалачку публику. Наводећи као пример уредниковање Бранка Лазаревића у *Крфском забавнику* где је у сваком броју постојао уводник, а понекад и више њих, Слободанка Пековић каже: „мора [се] имати у виду време и прилике када је *Забавник* излазио и потреба за патриотским и југословенским темама и неком врстом пропагандних и идеолошки усмерених текстова“ (Пековић 2010: 46). Време и прилике, као и потреба за одређеним темама и приступима, важни су елементи на основу којих се формира уредничка политика. Кад је реч о женској и(ли) феминистичкој штампи потреба за еманципацијом женског становништва била је елементарна мотивација.

Читалачка инстанца је нужно уписана у сваки часописни феномен, а захваљујући овим текстовима, читалачка публика постаје конкретизована јер је комуникацијски текстови оваплоћују. Директно и непосредно обраћање часописној публици резервисано је најчешће за белешке и писма, где се читаоци подстичу да се „активно ангажују око часописа било тако што би сарађивали шаљући прилоге, било тако што би се претплатили на часопис“ (Исто 2010: 27–28). Уз то квалитет и квантитет уредничког обраћања читаоцима или, пак, његов изостанак представља део „уређивачке политике и врста [је] усмеравања сарадника према концепцијама часописа (...) формирају слику о часопису, уређивачкој политици, времену у коме настају, публици која чита часопис и (...) посредно утичу на читаоце и ствараоце да створе своје мишљење о литератури, култури, науци, политици“ (Исто: 28, 31–32). Слободанка Пековић истиче да је часопис „маркетиншко оруђе и вид пропаганде, чак манипулације, било да пропагира неку идеологију, политичку идеју или естетска или философска мерила и свакако има интенцију да буде глас заједнице“ (Исто: 43).

Комуникацијски текстови, а посебно белешке, били су кратки, лапидарни, често духовити текстови који су се „могли са занимањем

прочитати и лако усвојити па су самим тим могли и на непретензиозан начин да граде мишљење читалаца о појединим писцима, књигама, културним и другим појавама, али и да врше улогу (...) да хомогенизују читалачку публику дајући јој информације о најшире схваћеном књижевном и културном животу“ (Исто: 72). Овај концепт кратких бележака, лапидарних и лако читљивих текстова, посебно је важан за часопис *Жена данас*, док је својим контакт-рубрикама часопис *Недељне илустрације* више него и један други радио на хомогенизацији публике и на интензивирању везе публике и часописа.

Са радног стола *Жене данас*

Часопис *Жена данас* (1936–1940) представља један од примера интензивне комуникације с часописном публиком. Колико су чланице редакције и ауторке текстова присутне у овом часопису, толико је на његовим страницама видљиво присуство читатељке. Уредничка политика чланица омладинске секције *Женској њокреџа* и скојевки утицала је да часопис буде промотер феминистичких и социјалистичко-комунистичких идеја. Уреднички концепт часописа почивао је на критици капитализма и системских репресалија, те на настојању да се освести потреба за изградњом и утемељењем праведнијег друштва. Оваква идејна база часописа подразумевала је да се у њему говори о актуелним друштвеним проблемима с акцентом на дубоко укоренењено (екстремно) сиромаштво, на положај маргинализованих група, жена, деце и сеоског становништва. Једна од тенденција часописа била је да текстови буду што аутентичнији, односно да се што је могуће непосредније приступи одабраном проблему било да је реч о обради феномена кроз књижевне текстове у ужем смислу, путем документаристичких жанрова, као што је на пример репортажа, или о њиховој тематизацији кроз аналитичке радове. Због жеље за непосредношћу која је препозната као концепт који обезбеђује истинитост и објективност, уреднице и чланице редакције су настојале да укључе читатељке/читаоце⁸ у писање часописа. Због тога је у овом часопису практиковано неколико модела комуникације на релацији редакција–читатељке.⁹ Уредништво часописа је интензивно објављивало писма упућена „нашим читатељкама“. Међутим, за разлику од већине других (феминистичких) часописа, ова комуникација није била једносмерна, односно није се искључиво часопис обраћао публици већ су чланице редакције позивале

8 Како је реч о феминистичком часопису, његову доминантну публику чине жене, премда су *Жену данас* читали и с њом сарађивали и мушкарци. Како текст не би био оптерећен сталном алтернативом читалац/читатељка, у наставку рада користићу именицу читатељка, подразумевајући притом да се часопис једним делом обраћао и мушкој публици.

9 О „имплицитној читатељки“ часописа *Жена данас* управо због присуства отворене комуникације листа с публиком пише Станислава Бараћ (Бараћ 2015: 192–197).

читатељке на сарадњу. Због тога је редакција расписивала анкете и објављивала одговоре на њих, штампана су писма читатељки,¹⁰ спорадично су формиране часописне рубрике које су биле посвећене читалачким гласовима као што је била рубрика *Разговори*.

Посебан аспект који више него било који од претходних комуникацијских модела сведочи о двосмерности комуникације јесте рубрика *Са радној сџола*. Ова јединствена рубрика у контексту феминистичке периодике почива на интензивној комуникацији између часописа и његових читатељки. Овде су чланице редакције образлагале због чега конкретан прилог (најчешће књижевни текст) који је нека од читатељки послала није објављен у часопису. Ово оспољавање редакцијске кореспонденције која се иначе, ако уопште постоји, одвија ван очију јавности, представља дубоко промишљен поетички чин уредница часописа. Наиме, часопис *Жена данас* делујући у сложеним друштвеним околностима, имао је јасно профилисану уредничку политику и прецизно развијене стратегије деловања. Сви прилози у часопису били су део јединственог идејног корпуса заснованог на споју идеја социјализма/комунизма и феминизма. Следствено томе и књижевни прилози су имали „задатак“ као и остали текстови у часопису, па су због тога штампани они који поетички припадају социјалној литератури, односно литератури социјалистичког реализма.¹¹ У поменутој рубрици *Са радној сџола* махом су коментарисани управо књижевни прилози које је редакција добијала. Одговарајући читатељкама због чега одређени текст није штампан, уреднице *Жене данас* су својим коментарима, сугестијама и образложењима исписивале поетику часописа.

Рубрика *Са радној сџола* први пут се среће у броју 11/12 из 1938. године. Пре него што пређем на анализу рубрике, навешћу три целовита коментара објављена у броју где се први пут оваква кореспонденција појављује. Коментар на прилог с насловом „Пијаница“ гласи овако: „Тема је одлична, само је нисте довољно концизно обрадили. Покушајте са мањим скицама из сеоског живота и пошаљите нам своје радове. Када описујете једну личност, замислите да изнесите личне доживљаје.“ (ЖД¹² 11/12, 1938, 19). Други коментар тиче се послате песме „Жена“: „Захвалне смо што правилно саосећате са великим бројем жена које се стварно налазе у том положају као што сте ви то у својој песми изнели. Само налазимо да поред оправданог револта треба да унесете више личне проживљене емоције. Наставите да пишете у том правцу, и у сваком случају примите нашу критику као добронамерну. Ми, напротив, очекујемо да нам се и даље јављате са

10 О писмима читатељки пише Ана Коларић у поменутом зборнику о часопису *Жена данас* (Коларић 2022).

11 О књижевности у часопису *Жена данас* писала сам у раду у оквиру зборника о часопису *Жена данас* (Милинковић 2022).

12 Скраћеницу ЖД користим за часопис *Жена данас*.

својим песмама, и надамо се да ћемо ускоро моћи да вас штампамо.“ (Исто). Коментар насловљен „Брак пред судом“ гласи: „Не можемо да се сложимо са вашом приповетком иако је врло течно и ефектно писана. Ваша прича је више слика него ли осуда једне заблуде, а ми стојимо на становишту да те крупне заблуде у којима толико света живи треба расветлити и снажно осудити, па да приповетка добије свој васпитни човечански значај. Пошто по свему изгледа да лако пишете, пошаљите нам и који други ваш рад. Надамо се да ћемо наћи додирних тачака, и онда ћемо вас врло радо штампати.“ (Исто).

Као што видимо, реч је о сажетим, фокусираним, конструктивним коментарима који имају неколико улога. Поред њихове примарне улоге образложења и коментара конкретног прилога, упућени су целокупној читалачкој публици и потенцијалним сарадницама. Овде је корисно подсетити се на горенаведени закључак Слободанке Пековић о лапидарности и пријемчивости кратких и сажетих бележака које се због своје структуре, стила и обима веома лако читају. Читајући коментаре поводом других прилога, будуће сараднице су могле да закључе шта се од њиховог текста очекује, али су могле и експлицитније да се упознају с начелима часописа. Такође, ови коментари су поетичко образложење осталих прилога у часопису. Овакви уреднички потези учвршћују читалачку заједницу око часописа, продубљују је и премрежавају, дакле, хомогенизују је. Захваљујући повратним информацијама које потенцијалне сараднице добијају ствара се утисак да су све оне на заједничком послу, односно дехијерархизује се однос уредник–сарадник и демократизује се часописно поље као простор изражавања.

Већ из три наведена коментара можемо да закључимо шта је уредницама било важно. Прилози треба да задовоље и тематске критеријуме: важно је о којим се темама пише, па се већ у првом наведеном коментару констатује како је тема битна, али није довољно добро обрађена. Оваквих савета ће бити највише и они су добар одговор на замерке које се тичу плошности социјалне литературе. Дакле, није реч искључиво о преношењу поруке и тзв. одражавању стварности већ је потребно да та одабрана слика, проблем, феномен буду квалитетно обликовани. Такође, као што се види из трећег наведеног коментара, није довољно ни да прилог буде течно и лепо написан већ је потребно да буде и ангажован, да преноси поруку која је у складу с поетичко-политичким постулатима часописа. Уреднице су практично имале два нивоа захтева кад је о прилозима у часопису реч: текстови су морали да задовоље тематске и композиционо-стилске, односно естетско-уметничке критеријуме. У другом коментару такође проналазимо неколико значајних сугестија: правилно сагледавање одређеног проблема (није пресудно да се проблем анализира и сагледа већ да то буде и правилно), као и личне проживљене емоције (што упућује на сугестивност, непосредност,

документарност као пожељне карактеристике текста). Неретко су ови коментари садржали и мотивациони део где се сараднице-читао-тељке охрабрују и подстичу да и даље пишу и шаљу текстове.

У наредним бројевима савети се проширују и усложњавају. Тичу се следећих категорија: **1) систем ликова** – сарадницама се саветује да психологија личности мора бити продубљенија (бр. 13); **2) жанровске категорије** – сугерише се репортажа као форма за обраду одређене теме (14) или се констатује да је епистола застарели жанр, те да је исти проблем погодније обрадити другачије (19); **3) начин обраде теме** – изражавају се замерке да песмама недостаје облик и лепота (19), или да је недовољно убедљив и непосредан текст о животу сељанке (19), да текст садржи превише општих места, да има доста понављања, а мало чињеница (20), да текст треба да буде сажетији (19, 20), да садржи превише тема (20); **4) стил** – карактерише се као почетнички и(ли) невешт (19). Као што се може закључити из наведених примера, реч је о коментарима који обухватају готово све нивое једног текста, од формалних, преко садржинских, до значењских и стилских.

Занимљиво је како се понекад ови коментари користе као простор да се на још један начин осветли одређени проблем који је уредницама важан. Тако се, на пример, у броју 19, поводом песме која је одбијена, пише о положају самохраних мајки и одговор поводом необјављеног прилога се користи како би се изнела критика односа које друштво има према мајкама које самостално одгајају своју децу:

Крај песме са прераном смрти делује тешко и указује на небригу друштва, које равнодушно оставља жену да, често без икаквих могућности сама крчи пут себи и својој деци. Данас се сматра као природно да се о породици стара отац. Ако њега нема, тада та дужност пада на мајку, па како уме и може. Обавеза да жену оспособи за то и да помогне у подизању свог подмлатка, друштво за сада не прима на себе (ЖД 19, 1939: 18).

Овај коментар прелази оквире и домете одговора о (не)прихватању конкретног прилога и постаје критички друштвено-ангажовани текст с јасном поруком о неопходности промене постојећег система. Због тога што су уреднице имале прецизно профилисану политичко-идеолошку платформу на чијим основама су градиле уредничку политику, неретко се у коментарима среће и критика изнетих ставова ауторке/а послатог прилога, па се тако поводом текста о пролећу који је оптерећен идеализацијом, износи критика да пролеће не може бити исто за све и да није тачно да не познаје друштвене разлике, као што ни зима није иста за свакога. Саветује се мање идеализације, а више реалног и свестраног гледања на живот јер „за сељака оно значи сетву, за радника промену цене наднице, а за сиромаше побољшање животних услова (...) За сиротињу без крова над главом оно значи, свакако, много више, него за заљубљене парове по клупа-

ма“ (ЖД 21, 1939: 20). Други добар пример критике изнетих ставова јесте сугестије поводом генерализација. Ово је јасно видљиво у коментару датом поводом прилога где се поставља теза да у граду живе богати људи за разлику од села где су сиромашни. Уреднице јасно поручују „да село и град повезује заједничка беда“ (ЖД 28, 1940:11). Коментарима се често продубљује тема изнета у потенцијалним прилозима тако што се даје додатна анализа проблема двоструког морала и сугерише корекција изнетих ставова. Тако поводом закључака о моралу редакција констатује следеће: „морал не стварају појединци, он је резултат друштвених и економских односа средине у којој влада – заједничка борба мушкараца и жена за просвећеније друштво извојеваће нов, здравији и једнак друштвени морал“ (ЖД 25, 1939: 17).

Како је махом реч о прилозима који су претендовали на књижевну вредност, ауторке су настојале да коментарима покажу до какве књижевности им је стало и које критеријуме одређени текст треба да задовољи како би се уклопио у поетику и политику часописа. Књижевност која је објављивана у *Жени данас* је ангажована књижевност социјалистичког реализма и уреднице су препознале да књижевни прилози треба да имају мисију прецизно дефинисаних циљева. Слободанка Пековић за овакав однос часописа и књижевних прилога који је превасходно присутан у женским часописима пише следеће: „књижевност у мисији која јој је била намењена требало [би] да буде дескриптивна, регулативна и нормативна, [она] је средство и циљ за постизање постављених циљева“ (Пековић 2010: 64). Ови одговори на пристигле прилоге показују да се књижевност у *Жени данас* разуме „као (моћно) средство за постизање циља (просветитељског, националног, политичког...)“ (Исто).

Према социологу књижевности Роберу Ескарпију, „ангажована“ књижевност је најмлађи покушај да књижевност успостави органске односе с колективом што је последица тога да:

književni fenomen sačinjava strujni krug razmjena koji pomoću aparata izvanredno složenih transmisija, povezan u isto vrijeme s umjetnošću, s tehnologijom i trgovinom, sjedinjuje sasvim određene osobe (mada one nisu uvijek i imenom poznate) u više ili manje anonimane (ali zato ograničen) kolektiv (Escarpit 1970: 7, 9).¹³

Чини се да су уреднице *Жене данас* управо захваљујући ангажованој књижевности и уопште ангажованим текстовима успоставиле снажну везу с колективом јер су се између осталог његови чланови управо у таквој врсти текстова препознавали.

13 Ескарпи даље констатује да: „Njih [књижевне феномене – прим. моја] valja zatim objasniti s pomoću jednog drugog tipa objektivnih datosti, utvrđenih ispitivanjem socijalnih struktura koje obuhvaćaju književni fenomen i u isto vrijeme tehnička sredstva koja ga uvjetuju. Novu kategoriju čine politički režimi, kulturne institucije, klase, socijalni slojevi i grupacije, zanati, organizacija slobodnog vremena, stupanj nepismenosti, ekonomski i zakonski status pisca, knjižara, izdavača, jezički problemi, povijest knjige, itd.“ (Escarpit 1970: 33).

На страницама *Жене данас* вођен је дијалог с овим колективом, односно читалачком публиком, што овај часопис чини изузетно динамичним. Континуирани дијалог с читатељкама је једна од кључних дистинктивних тачака овог периодика у контексту продукције сличних часописа, посебно оних у пољу феминистичке (контра)јавности и медијске сфере. Ова дијалогичност часописа веома се добро истиче компарацијом с часописом *Женски њокреј* (1920–1938). За разлику од *Жене данас*, у *Женском њокреју* се свега неколико пута објављују текстови који су директно упућени читатељкама а да није реч о формалним позивима на претплату и опоменама/упозорењима нередовним пренумеранткињама. *Жена данас* је по степену дијалогичности и комуникативности блиска популарној штампи, док је *Женски њокреј* близак тзв. озбиљним часописима попут часописа *Мисао*, који нису неговали отворену комуникацију с читалачком публиком. У овим часописима читалачка публика се подразумева, а отворени дијалог и апострофирање читалаца се исцрпљује у уводницима или позивима на претплату.

Наша читатељка *Недељних илустрација*: заједница читатељки популарне штампе и љубавног романа¹⁴

За разлику од *Жене данас*, која је кокетирала с популарном културом и чије је уредништво деловало у веома сложеним друштвено-политичким околностима, избегавајући цензуру и борећи се с финансијским тешкоћама, редакција *Недељних илустрација* пословала је веома успешно и чини се без већих (материјалних) проблема. Као што је наведено, *Недељне илустрације* су недељник, магазин који је посвећен популарној култури и који својим садржајем и визуелним идентитетом указује на то да је реч о часопису за широку читалачку публику, чији значајан део чине жене. На страницама овог недељника, поред текстова који прате популарну културу, штампале су се и бројне фотографије (познатих личности), огласи, плакати, рекламе и друге врсте ликовног материјала; уз то, богатство фонтова и типографија различитих боја овом часопису обезбеђује, за то време, неуобичајен колорит, што га је чинило пријемчивим штивом за широку читалачку публику. Изузетно богата продукција сведочи о тржишном успеху. Часопис је излазио од 1925. године до априла 1941. без прекида, једном недељно, што практично значи да је годишње штампано око 50 бројева овог магазина.

Посебну популарност *Недељне илустрације* добијају сарадњом с Милицом Јаковљевић Мир-Јам, новинарком и најпознатијом ауторком југословенског популарног љубавног романа међуратног пе-

¹⁴ Овај део рада чини својеврсну целину с истраживањима презентованим у раду „Популарни љубавни роман“ који треба да буде објављен у зборнику *Маринални и маринализовани жанрови* уреднице Тијане Тропин у издању ИКУМ-а.

риода. Ова сарадња се интензивира 1934. године и резултира тиме да је највећи део свог приповедног опуса (прича и романа) Мир-Јам објавила у овом часопису и то фељтонистички, утемељујући везу између романа у наставцима, популарне културе и читатељке. Међутим, Милица Јаковљевић није овде објављивала само приповетке и романи већ је била задужена и за помињане контакт-рубрике којима се остваривала непосредна комуникација с читатељкама. Контакт-рубрике, као и у *Жени данас*, биле су бројне и разноврсне: анкете, писма читатељки и читалаца, позиви на сарадњу, читалачки одговори, фотографије читатељки с различитим исповестима. Ипак, за овај часопис посебно су карактеристичне саветодавне рубрике („Мир-Јам одговара читаоцима“) у којима је њихова ауторка исказивала сав свој потенцијал *драће савешће* одговарајући на дилеме и настојећи да понуди решење проблема поводом којих су јој писале махом девојке у жељи да добију савет како да поступе у одређеној ситуацији, а који су се често тицали и њиховог животног усмерења (на пример, да ли да се удају или да наставе школовање). Саветодавне рубрике нудиле су слична решења која су читатељке могле пронаћи у љубавним романима Милице Јаковљевић, који су се годинама редовно и без прекида штампали у овом часопису.¹⁵ Због тога су *Недељне илустрације* постале платформа 1) на којој се обликовао популарни љубавни роман и 2) на којој се обликовала читалачка публика наклоњена популарној култури. Захваљујући интензивном раду и вишеструком ангажману¹⁶ Мир-Јам је постигла изузетан (књижевни) успех и остварила ниво популарности какав никад раније није виђен у српској/југословенској (популарној) култури.

Кад је реч о типу читатељке, овај часопис је захваљујући повећаном штампању љубавних романа у наставцима формирао читатељку љубића. Ова читатељка је пажљиво обликована и на њу су подједнако утицали и романи штампани у часопису, као и контакт/саветодавне рубрике. Идеје о животу, образовању, пословној способности, љубави и међуљудским односима преливали су се из једног у други жанр и чинили јединствени систем идеја и животних начела, који је промовисан овим часописом.

15 Већина романа Мир-Јам је тек након Другог светског рата објављена у форми књиге. И овај случај потврђује тезу о часописима као пресудном месту женске књижевности.

16 Милица Јаковљевић је заиста сама читала писма читатељки и лично одговарала на њих. Адреса на коју су читатељке упућиване да шаљу своје епистоле била је приватна адреса (стана у коме је живела) Милице Јаковљевић, а не редакцијска адреса *Недељних илустрација*. Милица Јаковљевић је остварила невероватну продукцију у овом часопису, поред главног посла романописања, уређивала је рубрике у којима су се представљале читатељке, одговарала је на писма читалаца, писала је текстове који су се тицали одређених друштвених феномена итд. У свим овим жанровски разноврсним текстовима бавила се сличним темама и то онима које су се тицале приватног живота жена, њиховог морала и понашања, давала је сличне (ин)директне поруке и подуче и сви ови текстови су писани сличним стилем. Због свега овога Мир-Јам од половине 30-их година постаје заштитно лице *Недељних илустрација*.

Читатељка љубића је теоријски освешћена и описана инстанца. Једна од централних студија која се бави публиком љубавног романа јесте књига Џенис Редвеј *Reading the Romance* (Читање љубића) из 1984. (друго издање 1991). Редвеј у својој књизи анализира међуоднос текста и читатељке и показује да овај однос није једносмеран већ је изразито дијалектичан. *Недељне илустрације* су градиле и истовремено презентовале веома специфичну конзументкињу љубића која за разлику од читатељке *Жене данас*, махом, није побуњена читатељка о којој је писала Џудит Фетерли. Због тога ова два часописа, иако имају сличне механизме комуникације с читалачком публиком, артикулишу различите читалачке навике и интересовања.

Читалачку публику популарног љубавног романа Џенис Редвеј анализира пратећи (не)испуњена очекивања жена које романе читају и ове текстове посматра у контексту ширем од културног или књижевног, у контексту производње и тржишта, па тако у уводу своје студије каже: „Као и други комерцијални производи у нашој индустријској култури, књижевни текстови су резултат компликованих и дуготрајних процеса производње који су контролисани низом материјалних и социјалних фактора“ (Редвеј 1984: 17). У предговору другом издању своје књиге Џенис Редвеј констатује да је од аналитичке користи раздвојити догађај читања од значења текста, те да њена књига није показала начин на који се текстови љубића интерпретирају већ је анализирала „složen(u) intervencij(u) u neprekidni društveni život stvarnih subjekata, žena koje su sebe vidjele prvo kao supruge i majke“ (Редвеј 2006: 253, подвлачење моје) као и „preokupaciju pitanjima o stupnju slobode koju publike pokazuju u svojoj interakciji s medijskim porukama i njihov interes za način na koji su takvi kulturalni oblici usađeni u društvene živote svojih korisnika“ (Исто: 255). Редвеј указује на чврсту везу текста и контекста, а тиме и на чврсту везу текста и његове публике, која из контекста и израста и тај контекст гради. Због тога Џенис Редвеј даје веома значајну, рекло би се пресудну, улогу читатељкама¹⁷ и закључује да постоје текстуалне особине које се

proizvode kroz interpretativni proces, da postoje obrasci ili pravilnosti u tome što gledatelji/ce ili čitatelji/ce prinose tekstovima uvelike zbog toga što stječu specifične kulturalne kompetencije na temelju svoje određene društvene smještivosti. Slična se čitanja proizvode, tvrdim, stoga što slično smješteni čitatelji uče sličan skup strategija čitanja i interpretativnih kodova koje upotrebljavaju na tekstovima koje susreću (Исто).

С друге стране, ти текстови (могу да) утичу на конкретне животе његових читатељки и то је у управо оно што се види из стратегија Милице Јаковљевић и *Недељних илустрација*.

¹⁷ Једна од теза Џенис Редвеј јесте да је читалачка инстанца пресудна за популарност љубавног романа тврдећи да је популарност љубавних романа, и то романа тачно одређене схеме, директно условљена очекивањима публике, односно „главна генеративна матрица жанра је условљена разумевањем читалаца“ (Редвеј 2006: 255).

Читатељка љубавних романа је део ширег концепта женске читалачке публике, чије је формирање и изградња важан догађај у историји читања и обликовања читалачких заједница. Крешимир Немец говори о женској читалачкој публици:

Ћитанје романа било је једно вријеме примарно женски 'posao'. Будући да се у то вријеме још нису могле ангажирати у политици, трговини или администрацији, жене су своје слободно вријеме користиле углавном за ћитанје. Нине стого нимало ћудно што су писци популарних романа (или романси) у наставцима управо у женана гледали своју 'цилану' публику и нјима прилагођивали теме, фавуларне конструкције и приповједачке стратегије (Nemec 2006).

Да је тријада љубавна тематика – женска публика – популарна књижевност незаобилазна, односно да је разговор о љубићу или о популарној литератури повезан са женском читалачком публиком потврђује и чињеница да као прве прилоге популарне литературе у српској култури Бојан Ђорђевић детектује *Библиотеку за женски свет*:

Књижара браће Поповића у Новом Саду је још 1875. године почела да издаје 'Библиотеку за женски свет' у којој је, поред књижица са практичним саветима за домаћице, изашло и неколико преведених палп, углавном љубавних, новела (Ђорђевић 2010: 279).

И уопште, у историји европске књиге популаризација читања и штампања романа повезује се са женском читалачком публиком. Један од првих романа љубавне тематике, Ричардсонова *Памела*, био је намењен читатељкама и писан је с циљем да утиче на публику, да је образује и просвети. Истраживања у области социологије књижевности су показала да је пораст женске читалачке публике подстицао пораст и женске књижевности: што је више девојчица/девојака/жена могло да чита, то се и „тржиште“ женске књижевности увећавало. На пораст читалачке публике утицао је општи пораст писмености међу становништвом, што се поклапа и с популарношћу љубавног романа крајем 30-их година у Југославији када се обухват женског становништва у образовном систему увећавао и кад је било све више писмених жена (в. Исић 2006 и Кеџман 1978). Кад је о популарној или жанровској књижевности реч (криминалистички, научно-фантастични, хорор или љубавни роман), шира читалачка публика је кључни фактор. Како су љубавни романи превасходно намењени женској читалачкој публици, за њихову популаризацију кључно је њено увећање.

Други важан фактор у формирању читалачке публике представља и економски елемент, тј. могућност становништва да издаваја новац за књиге посебно у времену кад не постоји мрежа јавних библиотека те је куповина књиге готово једини, а свакако примарни начин за њено поседовање, па тиме и читање. Доколица жена се такође наводи као један од елемената због којих су често биле бројнија публика него што је случај с мушкарцима. Говорећи о односу

читалачке публике и романа у 18. веку у Британији Јан Вот пише како је временом књижевност постала предмет занимања првенствено жена јер оне имају више слободног времена и мање се крећу: „Није било уобичајено да се оне баве политиком, трговином или управљањем својим имањима, а забрањена су им била и главна мушка занимања у доколици, нпр. лов и пиће. Такве жене су зато имале много доколице, а ту доколицу често су испуњавале читањем свега и свачега“ (Вот 1990: 225). Вот овде уводи синтагму „пролазно задовољење читаним“ која се везује за лаку литературу. Пролазно задовољење читаним супротстављено је идеји да у чину читања не би требало да је пресудно тренутно задовољство већ ужитак произлази из размишљања о прочитаном и сећања на њега. Ово пролазно задовољење читаним се везује за популарну књижевност чије је текстове могуће читати брзо, немарно, готово несвесно уз лако задовољење, али се везује и за начин конзумирања популарних жанрова. Као пример коме овакво читање подлеже даје управо „романсе“: оне треба да се разумеју без неког великог напрезања духа, односно деловања наше рационалне моћи, и ту ће довољна бити бујна машта, уз мало или никакво оптерећење памћења (Вот ово констатује поводом Дефоовог и Ричардсоновог успеха).

Оваква женска публика, односно читалачка заједница, постала је предмет посебних истраживања у феминистичким проучавањима литературе управо поводом љубавних романа, па тако, као што је показано, једна од кључних студија из области социологије књижевности, поменута *Reading the Romance*, анализира феномен популарног љубавног романа из перспективе читалачке публике: из перспективе њених очекивања и (не)задовољења потреба, те анализира везе између ауторске и читалачке позиције. Читатељка захваљујући томе не остаје изван књижевног поља већ постаје једна од кључних инстанци за разумевање самог текста љубавног романа,¹⁸ а за анализу ове фигуре *Недељне илустрације* нуде богат материјал.

Потребно је нагласити да формирање читалачке заједнице представља једну од карактеристика женске штампе уопште:

Однос читалац – ‘женска’ штампа изузетно је присан: то је штампа која добија највећи број писама читалаца (...) чешће него други листови објављују анкете, упитнике, позиве на исповедање или заједничке акције. ‘Женска’ штампа се стварала и развијала у најтешњој сарадњи с публиком. Великим делом она је одраз начина размишљања својих читатељки (Тодоровић 1987: 123).

¹⁸ Читатељка љубавних романа је кроз историју књижевности често постајала јунакиња књижевних дела, и то је најчешће представљена у иронијско-сатирично-пародијском кључу. Најпознатији је свакако пример Флоберове Еме Бовари. Тек су феминистичка истраживања ову инстанцу „претворила“ у теоријски образложену фигуру читатељке, па тако постоји низ студија које се њом баве. Поред студије Џенис Редвеј, ту су и поменута студије Белинде Џек *The Women Reader*, затим Рите Фелски *Uses of Literature* (2009), Шошане Фелман *What Does Women Want? Reading and Sexual Difference* (1993) и друге.

Овоме треба додати и да су рани женски часописи попут *Посе-сѝриме* (1890) редовно организовали тзв. читалачке клубове, где су се читатељке састајале, заједно читале одређене текстове и о њима разговарале. Ову праксу имао је и часопис *Жена* (1911–1921) Милице Томић, док је, на пример, часопис *Женски ѝокреѝ* (и истоимено удружење које је било његов издавач) организовао течајеве и јавна предавања, чиме се такође увећавала, конкретизовала и хомогенизовала читалачка публика часописа. Феминисткиња бел хукс говори о значају повезивања жена сличних интересовања и цитира Џо Фриман која говори о дискусионим групама. Чини се да наведени дужи цитат може да објасни и потребу за формирањем читалачких заједница и принципе на којима оне почивају:

Жене се окупљају у мале групе како би размениле искуства, проблеме и осећања. Из такве врсте јавне размене мишљења долази се до спознаје да је оно за шта се мислило да је индивидуално заправо опште: оно што смо сматрале индивидуалним проблемом има свој друштвени узрок и политичко решење. Дискусиона група разматра ефекте психолошке опресије и помаже женама да је ставе у феминистички контекст. Жене уче да анализирају на који начин су их друштвене структуре и ставови усмеравали од рођења и ограничавали њихове могућности. Потврђују у којој мери су жене у нашем друштву деградиране и на који начин су развиле предра-суде у односу на себе и друге жене. Оне уче да развијају самопоуздање и да увиде вредност групне солидарности (Фриман према хукс 2006: 37).

Читалачка публика *Недељних илусѝрација* се формирала помоћу анкета, писама читатељки, разних обраћања и апела на интеракцију. Читатељке су се позивале да шаљу прилоге о местима у којима живе, о свом послу, животу, позивале су се да шаљу своје фотографије и кратку причу о себи. Захваљујући овим прилозима, који су се штампали у часопису, читатељке су постајале и званично његов део и тиме су простор магазина још више могле да доживе као свој и близак. Стварање овакве заједнице омогућава хомогенизовање и међусобно повезивање читатељки, али и обезбеђује сигурност уредништву часописа. Редакција часописа тако добија повратне информације о читалачким потребама и утисцима поводом постојећих прилога. Овај двоструки однос, попут односа читатељка – љубавни роман, у великој мери утиче на комерцијални успех часописа и један је од кључних разлога који му обезбеђује континуитет излагања.

Читатељка *Недељних илусѝрација* није апстрактна инстанца. Тако се, на пример, на последњој страници једног од бројева штампа фотографија младе жене, а испод фотографије стоји „Девојка која чезне за сентименталним авантурама“ (НИ¹⁹ 11, 1935). Овакво визуелно опредмећивање није било једини начин оживљавања и конкретизације читалачке инстанце. Томе је највише допринела готово

19 НИ користим као скраћеницу за *Недељне илусѝрације*.

стална рубрика *Наша читатељка* у којој су се објављивале приче о читатељкама, као и њихове фотографије. Милица Јаковљевић је ову рубрику уређивала, обликовала текстове од животних прича које је у писмима добијала и давала коментаре уз њих. Може се само замислити опсег емоција које има читатељка из неког градића или села тадашње Југославије која у свом омиљеном магазину проналази сопствену фотографију и исповест.

У једном од првих примера ове рубрике стоји увод који описује читатељке:

Њих има у свим друштвеним слојевима: од отмених госпођа, чиновница, студенткиња, до малих гимназисткиња, фризерки, кројачица, радница и девојака без професије, чије је занимање домаћинство. Девојке са разном интелигенцијом, али у основи са истом психом, чежњама. Једне пишу сасвим лепо, литерарно, друге са граматичким грешкама, али свуда се осећа топло девојачко срце (НИ 13, 1936: 29).

Затим се даље у чланку анализира неколико типова девојака: учитељице, чиновнице, неудате девојке, оне које „немају ни професију, а немају ни мираз за удају“, седамнаестогодишњакиње (шипарице, тј. тинејџерке). Као заједничке особине издвајају се искреност, љупкост, поштење, скромност, лепота (што су и карактеристике протагонисткиња љубавног романа). На пропратним фотографијама уз текст налази се „једна учитељица“, затим „Сарајка“ и „чиновница из Скопља“, „госпођица из Петрограда“ и „шипарица из Београда“ (НИ 13, 1936: 29–30). Овакав одабир читатељки које се текстуално портретишу и фото-илуструју показује да су *Недељне илустрације* тежиле што широј географској, узрасној, образовној, економској, професионалној обухватости кад је о публици реч и показује да је на њеним страницама свака (девојка/жена) могла да пронађе нешто за себе или чак и себе. Чини се да нема већег степена непосредности на релацији читатељка-редакција од објављене приче о сопственом животу и(ли) фотографије-портрета коју је читатељка послала редакцији. А чини се да нема већег степена хомогенизације публике од формирања рубрике која се управо том публиком бави каква је била рубрика *Наша читатељка*.

Поред овог простора који је уступан читатељкама на страницама часописа, *Недељне илустрације* спроводиле су различите анкете. Неки од наслова ових анкета гласе: „Каква вам се жена највише допада?“, „Какав вам се мушкарац највише допада?“, „Зашто се мушкарци не жене?“, „Ко је ваш омиљени филмски љубавник?“, „Шта ваш рукопис говори о вама?“, „Ко је најлепша Рускиња у Југославији?“, „Волите ли мангуп-мушкараца или озбиљног господина?“ и слично. Анкете су, иначе, биле саставни део женске штампе и нису представљале само полигон за испитивање јавног мњења него се њима јавно мњење обликовало. Популарност ових анкета у *Недељ-*

ним илустрацијама била је изразито велика о чему сведочи и одзив на њих: уредништво је добијало на стотине одговора. Велики одзив је подстакнут и наградном природом анкета: наиме, оне су имале и такмичарски карактер јер је најбољи одговор добијао награду. На пример, за анкету „Каква вам се жене највише допада?“, награда је био „златни мушки сат“, а за анкету „Какав вам се мушкарац највише допада?“, награда је била „брилијантски прстен“. Анкете нису биле стране ни феминистичким часописима, па их је тако, као што сам поменула, спроводила и редакција *Жене данас*: оне где своје есеје-одговоре пишу припадници интелектуалне јавности, каква је „о политичким и грађанским правима жене“ и оне динамичније, занимљивије и интерактивније, формално блиске анкетама из *Недељних илустрација*: „Какве су ваше жеље, ваши снови, ваша разочарења“, „Зашто се још нисте удале? Да ли сте срећне у браку?“, на које одговарају „обичне“ читатељке. Пажљива анализа одговора и уредничких коментара показала би у којој мери се разликује говор о браку и полним/родним улогама у ова два часописа у односу на уредничке политике и поетичко-политичка убеђења.

Користећи се сличним стратегијама, *Жена данас* и *Недељне илустрације* градиле су два различита типа женскости. Ова два различита типа присутна су и у књижевности тог времена, оној феминистичкој и промовисаној у часописима попут *Жене данас* и оној популарној у *Недељним илустрацијама*. Чини се да су током двадесетих и тридесетих година постојале два групе читатељки или, прецизније, да су постојала два читалачка пола у женској публици, ка којима су у већој или мањој мери гравитирале читатељке часописа и књижевности. Подразумева се да су ова два пола била комплементарна с два типа „идеалне“ жене и пројектоване женскости: једну врсту женскости су конституисали феминистички часописи и прогресивни љубавни романи који су градили протагонисткиње према моделу *нове жене* и испитивали концепт слободне љубави, а сасвим друга концепција женскости је утемељена у популарној штампи и у романима који су писани у границама очекиване женскости, односно патријархата и тек на периферији сопственог текста уважавали феминистичка „достигнућа“ какви су били романи Милице Јаковљевић. Управо се због ове поларизације као значајна места на којима се конструисала женска читалачка публика издваја на једној страни феминистичка штампа 20-их и 30-их година, чији је интегрални део *Жена данас*, а на другој страни популарна штампа која је била директно повезана с популарним љубавним романом, чији је кључни представник магазин *Недељне илустрације*. Као што је оправдано претпоставити да су постојале читатељке које су гравитирале ка једном или другом полу, тако је основано претпоставити и да су се ове две читалачке групе у значајном сегменту поклапале, те да је постојао пресек ових скупова где се налазе читатељке оба типа штампе.

Као илустрација директног сукоба две парадигме, непобуњеног и побуњеног читања, уопштено окарактерисане као патријархална и феминистичка, може да послужи један од одговора Мир-Јам у саветодавној рубрици:

Стојите пред једном дилемом, да ли да наставите студије или да се удате. Родитељи ваши желе да се удате. И ја се слажем са Вашим родитељима. Када сте нашли тако добру прилику, удајте се, будите добра супруга, добра мати и уступите своје место на Универзитету онима које не могу да се одмах удаду. Боље да правите каријеру у браку него у канцеларији. Видите да се тешко добијају места. Кадгод млада девојка има добру прилику – нека се уда. Девојке се плаше, биће несрећне у браку, па, хајде да сврше школу и осигурају се. А та диплома и смета брачној срећи. Жена која зна да има диплому лакше се раздваја. Када Ви немате диплому, нећете мислити на развод. Знајте, да су срећније жене, које су домаћице и мајке. То је права улога жене.

Само овај пример је довољан да покаже усмерење према коме су обликовани савети које су девојке проналазиле на страницама овог часописа и линију на којој се обликовао идејни слој популарног љубавног романа, који је овде штампан.

Садржај саветодавне рубрике је очекивано изазвао и феминистичко незадовољство, па су управо уреднице анализираног часописа *Жена данас* одговориле Мир-Јам. Оне упозоравају да се Мир-Јам „грубо игра судбином масе наше омладине из средњих слојева“, те да је она „израз нашег жалосног стања, жалосног стања наше омладине средњих слојева која лута, тражи излаза из несносног стања и набасава на поменуто Госпођу“. Феминисткиње потписане као *Група младих интелектуалки* сматрају да су последице таквог писања и саветовања:

опсенарство, плитка сладуњавост, обмањивање и задовољење – скретање младежи са њеног правог пута на уски лични терен, као да је она крива и да треба у себи, не у својој околини, да тражи одговор на све што њу лично боли. Али ни те личне ствари не решавају савети гђа Мир-Јам. (...) Она подгриза, заслепљује оно што прогледава да би се препородило. Она хоће да врати жену натраг (ЖД 8, 1937: 6–7).

Ово није била једина реакција сарадница *Жене данас* на писање Милице Јаковљевић у *Недељним илустрацијама*. Већ у наредном броју „једна ученица нудиљске школе“ реаговала је на непримерено и нетачно писање о занимању нудиље и указала на све социјалне и економске аспекте школовања и запослења дајући при томе врло прецизну скицу стања у здравственим установама и положају женске радне снаге у њима. Поред тога ауторка одговора поентира закључком да јој највише смета пасивност која се представља као иманентна женска карактеристика: „Али нам није свеједно да неко мисли и говори о нама као о некаквим белим, милим прили-

кама које, као да, постоје скоро само зато да се у њих заљубе дивни, племенити шефови“ (ЖД 11–12, 1938: 18). Оваки сусрети текстова из *Недељних илустрација* с реалнијим и утемељенијим приказима свакодневице показују у којој мери је „стварност“ приказана у илустрованим магазинима повезана с реалним стањем ствари, а колико је један конструкт пожељног друштва и места, улоге и сврхе које имају жене у њему. Ипак, с друге стране, може се наћи и евентуално оправдање и разумевање за тип и садржај савета Милице Јаковљевић. Кад се сагледају друштвене околности и положај жена, који је у тадашњој Југославији и даље махом био регулисан грађанским закоником из 1844. године, њихова права и слободе, као и положај самохраних мајки, ванбрачне деце, па и положај радница, кад се размисли о могућностима образовања просечне Југословенке и шансама које је имала у односу на почетну животну позицију, савети, на пример, о промишљеној удаји, ванбрачном сексу и(ли) сексуалним односима пре брака, делују мало другачије.

Закључак: Часописи као отворене структуре

Захваљујући постојању бројних облика комуникације, односно постојању низа „текстуалних сигнала за читаочево партиципирање“ (Бојанић Ђирковић 2020: 82) у обликовању сваког часописног броја као што су анкете, писма читатељки, редакцијски одговори, непосредна сведочења радница, сељанки, учитељица (рубрика „Разговори“), *Жена данас* је оваплотила сопствену читалачку публику и имагинирана читатељка часописа је овде постала веома конкретна инстанца уписана у сам текст часописа. Исти случај је и с часописом *Недељне илустрације* који, поред већ поменутих стратегија, иде и корак даље у овој конкретизацији како саветодавним рубрикама, тако и посебно формирањем рубрике *Наша чиишатељка*.

Кад је реч о читалачкој публици, односно о теорији читања, постоји низ теоријски експлицираних концепција читаоца, који се махом односе на читалачку рецепцију књижевности у ужем смислу. Како сам на почетку поменула, неки сегменти ових теорија могу се применити у експликацији односа анализираних часописа према сопственој читалачкој публици. Рецепцијске теорије могу се актуелизовати и применити на однос који су одабрани часописи имали са својом читалачком публиком с оградом да су ове теорије намењене књижевном тексту у ужем смислу, а не часописној публици. Навешћу неколико илустративних примера. Одабир конкретних примера дат је из корпуса теорија читалачких одговора јер сам желела да покажем како ове (елементарне/пионирске) теорије читања функционишу на примерима часописног материјала.²⁰

20 Паралелно с овим теоријама кристалисале су се и идеје о имплицитном читаоцу

Концепција читаоца Вејна Бута подразумева да на релацији аутор – наратор – читалац постоји реторичка размена, која је лоцирана у оба часописа и описана као веома интензивна. Закључци Вејна Бута могу се применити и на рецепцију периодика, па можемо рећи да је 1) читање (часописа) интелектуални сазнајни процес, да 2) читалац има жељу за довршавањем структуре што је квалитативни аспект читања и да се 3) процеси читања тичу практичних интересовања и емоционалне ангажованости (Бут 1976). Жеља за довршавањем структуре у анализираним примерима се оваплоћује тиме што се уписује у сам текст часописа кроз комуникацијске текстове и контакт-рубрике, захваљујући којима се уједно артикулишу и поменута интересовања и емоционална ангажованост. Овај однос у случају часописа је двосмеран. Интензивна комуникација с читалачком публиком јесте и уредничка маркетиншка стратегија која повећава популарност часописа и обезбеђује му бољу и сигурнију позицију на тржишту.

Такође, концепција Роберта Јауса, на пример, подразумева и истиче дијалогски карактер читања, односно реципирања одређеног дела где се читање заснива на активном односу који подразумева дијалектику између питања и одговора, проблема и решења, те истиче да је текст низ подстицајних сигнала који одговарају на одређени хоризонт очекивања код публике. Дело, у овом случају часопис, тај хоризонт очекивања који је створен формалном конвенцијом ранијих читања (феминистичких часописа, популарне штампе, љубавних романа) најпре евоцира, а затим често корак по корак постојећа претходно усвојена знања разара, модификује, допуњује и(ли) трансформише. Теорије рецепције указују да се читалачке навике и однос према тексту временом објективизују, односно да је читање и разумевање одређеног текста, односно читалачки одговор на њега, последица различитих процеса изградње читалачког искуства. На пример, иманентна поетика књижевне врсте или имплицитни однос према познатим делима у историји књижевности ствара одређена очекивања код читаоца. На том трагу може се закључити да поетика феминистичког или илустрованог или популарног часописа/магазина буди одређена читалачка очекивања која он или изневерава и радикализује (*Жена данас*) или додатно обликује (*Недељне илустрације*). Читатељке оба часописа могле су имати озбиљно и садржајно искуство читања пре него што су се среле с овим текстовима јер часописи делују у већ формираној (феминистичкој) (контра)јавности. Читање *Жене данас* подразумевало је и изневеравање одређених очекивања зато што су формалне карактеристике овог часописа најављивале популарнији и „лакши“ садржај него што је то био случај с објављеним текстовима где су често врло оштро критиковане одређене друштвене појаве и где су се обрађивале теме које су тешко спојиве с „лепр-

часописа. Неке од ових теорија систематизовала је Станислава Бараћ на примеру часописа *Маџазин Сјеверне Далмације* (Бараћ 2015: 161–163).

шавим“ модним или ликовним материјалом, као што су екстремно сиромаштво, насиље у породици, радно израбљивање деце или пак смрт деце. С друге стране, редакција *Недељних илустрација* и стратегије Милице Јаковљевић унапредиле су и подигле на виши ниво разумевање популарне књижевности и романа у наставцима, а посебно су допринеле интензивирању инволвираности читатељки у садржај и допринеле су осећају препознавања и цитираности сопствених живота.²¹ Читатељке овог часописа су се још више увериле да се понуђени садржај тиче конкретног живота сваке од њих, да је саобразан с проблемима и ситуацијама које имају у сопственом животу, а објављивање фотографија, имена и бележака о читатељкама је најдиректније уписивање конкретне читатељке у тело часописа. Захваљујући овим појединачним ликовно-текстуалним портретима читатељки, оне су се свака за себе могле осећати као део часописа и његов простор су могле перципирати као и сопствено окружење. Оба часописа, и *Жена данас* и *Недељне илустрације*, као и њихове читатељке, израстају из целокупног друштвеног и историјског простора унутар кога делују и више него на другим местима, захваљујући комуникацијским стратегијама, оба часописа/магазина потврђују и експлицирају тврдње рецепцијских теорија о томе да је (књижевно) дело друштвено-историјски феномен који је у интеракцији са системом норми и вредности општеприхваћених или довољно присутних у датом тренутку (Јаус 1978).²² Однос према читалачкој публици у оба случаја представља трансактивну размену на релацији текст–читатељка што чини ове часописе отвореним, процедуралним и динамичним текстом јер, како још један од теоретичара рецепције тврди, дело није завршено оног тренутка кад је произведено већ се завршава процесом рецепције (Науман, према Бојанић Ђирјаковић 105–108), што се у случају ових часописа може и буквално схватити. У контексту часописа један део ових рецепцијских процеса постаје конкретизован, кроз њихово текстуално и(ли) ликовно интегрисање у текст часописа. Такође, оба часописа су желела и да усмере читалачке процесе, односно да комуникацијским текстовима остваре својеврсну текстуалну контролу над читалачком публиком тако што ће сугестивно деловати, било кроз савете о томе о чему треба размишљати и на које (друштвене) појаве треба обратити пажњу, шта треба читати и како треба писати, било путем анкета или практичних савета који се тичу конкретних живота (жена).

21 Термин „цитати живота“ потиче из теорије интертекстуалности, а користи га Драгана Вукићевић анализирајући управо роман у наставцима (Вукићевић 2010: 131).

22 О Јаусовој концепцији рецепције Бојанић Ђирковић 2020: 91–101.

ИЗВОРИ

Жена данас (1936–1940)
Недељне илустрације (1925–1941)

ЛИТЕРАТУРА

- Бараћ, Станислава. *Феминистичка (контра)јавност: Жанр женској њорирејта у српској њериодици (1920–1941)*. Београд: Институт за књижевност и уметност, 2015.
- Бараћ, Станислава, ур. *Часопис Жена данас (1936–1940): Просвећивање за револуцију*. Београд: Институт за књижевност и уметност, 2022.
- Бојанић, Ђирковић, Мирјана. *Чишалац у науци о књижевности: од антике до савремених теорија чишања*. Ниш: Филозофски факултет, 2020.
- Витошевић, Драгиша, Вуковић, Ђорђевић. „Упитник. За једну историју књижевне периодике“. *Књижевна историја* 16, 62 (1983): 345–372.
- Вукићевић, Драгана. „Специфичности књижевних облика у периодици епохе реализма“. *Жанрови у српској њериодици*. Ур. Весна Матовић. Београд, Нови Сад: Институт за књижевност и уметност, Матица српска, 2010, 129–148.
- Вот, Јан. „Читалачка публика и настанак романа“. *Социологија књижевности*. Ур. Сретен Петровић. Београд: Завод за уџбенике и наставна средства, 1990, 215–230.
- Ђорђевић, Бојан. „Pulp fiction у српској периодици 19. века“. *Жанрови у српској њериодици*. Ур. Весна Матовић. Београд, Нови Сад: Институт за књижевност и уметност, Матица српска, 2010, 275–286.
- Коларић, Ана. „Писма читатељки: лично искуство/заједнички форум“. *Часопис Жена данас (1936–1940): њросвећивање за револуцију*. Ур. Станислава Бараћ. Институт за књижевност и уметност, Београд, 235–252.
- Костић, Лариса и Аћимовић, Емилија. *Жена данас (1936–1940): дидлографиа*. Београд: Институт за књижевност и уметност, 2021.
- Пековић, Слободанка. „Женски часописи с почетка ХХ века“. *Зборник Матице српске за књижевност и језик*. 37. 2 (1990): 277–286.
- Пековић, Слободанка. *Књижевност у функцији „њринуде“*. Београд: Институт за књижевност и уметност, 2010.
- Попов, Јован. *Ослобођени чишалац*. Нови Сад: Матица српска, 1993.
- Barać, Stanislava. „Implicitni čitalac Magazina Sjeverne Dalmacije: pokušaj rekonstrukcije“. *Vladan Desnica i Split 1920–1945*. Ур. Drago Roksanđić i Ivana Cvijović Javorina. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015.
- But, Vejn. *Retorika proze*. Beograd: Nolit, 1976.

- Escarpit, Robert. *Sociologija književnosti*. Zagreb: Matica hrvatska, 1970.
- Feterli, Džudit. „O političkoj prirodi književnosti“. *Genero* 1 (2002): 46–56.
- Fraser, Nancy. „Rethinking the Public Sphere. A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy.“ *Social Text* 25 (1990): 56–80.
- Habermas, Jürgen. *Javno mnjenje: istraživanje u oblasti jedne kategorije građanskog društva*. Beograd: Kultura, 1969.
- Hujs, bel. *Feministička teorija: od margine ka centru*. Beograd: Feministička '94, 2006.
- Jack, Belinda. *The Woman Reader*. Yale University Press, 2012.
- Išić, Momčilo. „Dete i žena na selu u Srbiji između dva svetska rata“. *Žene i deca, Srbija u modernizacijskim procesima XIX i XX veka*. Ur. Latin-ka Perović. Beograd: Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, 2006, 131–159.
- Jaus, Hans Robert. *Estetika recepcije*. Beograd: Nolit, 1978.
- Kecman, Jovanka. *Žene Jugoslavije u radničkom pokretu i ženskim organizacijama 1918–1941*. Beograd: Narodna knjiga, Institut za savremenu istoriju, 1978.
- Milinković, Jelena. „Od šegrta do voza koji juri: pripovetka u časopisu *Žena danas* (1936–1940)“. *Часопис Жена данас (1936–1940): ипросвећивање за револуцију*. Ур. Станислава Бараћ. Институт за књижевност и уметност, Београд, 273–296.
- Nemes, Krešimir. „Od feljtonskih romana i 'sveščica' do sapunica i Big Brothera, *Zagrebačka slavistička škola*, 2006. <http://www.hrvatskiplus.org/article.php?id=1768&naslov=od-feljtonskih-romana-i-svescica-do-sapunica-i-big-brothera>(07. 04. 2021)
- Radway, Janice A. *Reading the romance: women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill [etc.]: University of North Carolina Press, 1984.
- Radway Janice A. „Pisanje Čitanja romance“. *Politika teorije*. Ур. Dean Duda. Zagreb: Disput, 2006, 247–266.
- Suleiman, Susan R. and Crosman, Inge, ed. *The Reader in the Text*. Princeton University Press. 1980.
- Todorović – Uzelac, Neda. *Ženska štampa i kultura ženstvenosti*. Beograd: Naučna knjiga, 1987.
- Tompkins, Jane, ed. *Reader-Response Criticism: From Formalism to Poststructuralism*. Baltimore, London: The John Hopkins University Press, 1980.

Jelena Milinković

Strategies of Forming a Newspaper Reading Audience

Summary

This paper analyzes the editorial strategies of selected journals that formed and shaped the reading audience and textually objectified and concretized the implicit reader. The first part of the paper presents concepts important for understanding the reading instance in cases when it is the female reader (and not the male reader), and then refers to the definition of communication texts, as a specific periodic genre. The central part of the paper analyzes two magazines, *Žena danas* [*Women Today*] and *Nedeljne ilustracije* [*Weekly Illustrations*], as examples of the two poles of the readership. From the corpus of the magazine *Žena danas* (1936–1940), the advisory section *Sa radnog stola* [*From the Desktop*] was selected, while the focus of the analysis in the *Nedeljne ilustracije* (1925–1941) was the section *Naša čitateljka* [*Our reader*]. Both magazines had intensive communication with their audience and represent important places of the so-called transactional reader exchanges. The comparison of these methods of two poetically-politically-ideologically different journals indicates the similarities and differences of applied editorial strategies, but also the stratification and complexity of the interwar female readership, as well as possible and probable points of intersection of presumed groups within it.

Keywords: readership, reception, *Žena danas* [*Women Today*] (1936–1940), *Nedeljne ilustracije* [*Weekly Illustrations*] (1925–1941), feminist press, illustrated press, resisting reader, reader of romance

Примљено: 3. 6. 2021.

Прихваћено: 15. 2. 2022.