https://doi.org/10.18485/fdu_zr.2022.41.9

821.163.41.09-342:398]:305-055.2
81'42
COBISS.SR-ID 68009481

Snežana Libong Ngai[1]
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

KULTURNA POLITIKA I NOVE UREĐIVAČKE PRAKSE -STEREOTIPI O ŽENAMA U SRPSKIM NARODNIM BAJKAMA

Apstrakt

Polazeći od feminističke teorije i studija kulture, rad se fokusira na rodne uloge u srpskim narodnim bajkama i njihovu opravdanost i etičnost u savremenom kontekstu (u okviru korpusa literature i obrazovanja za decu). Rad istražuje sadržaj i rodne stereotipe srpskih narodnih priča namenjenih deci, trenutni kanon i izdavačku praksu. Cilj je preispitati izdavačke prakse u izboru, prilagođavanju i promociji srpskih narodnih bajki za decu. Polazeći od stava da književnost za decu odgovornim izdavačkim politikama i praksama gradi poželjne vrednosne sisteme društva, te da su izdavači odgovorni za vrednosti koje promovišu knjige za decu, kao i za očuvanje nacionalne kulturne baštine, praktični cilj rada je davanje preporuka za politike objavljivanja srpskih narodnih priča za mlađu decu. Metodologija rada uključuje teorijsko istraživanje, analizu diskursa odabranih bajki, istraživanje važećeg kanona i izdavačku praksu vodećih izdavača, kao i istraživanje percepcije čitalaca putem elektronske ankete.

Ključne reči

srpske narodne bajke, izdavaštvo za decu, odgovornost, mizoginija, rodne uloge

Teorijski i istorijski okvir

Prema teorijskoj postavci Simon de Bovoar (*Simone de Beauvoir*), kategorije muškog i ženskog u bajkama shvataju se kao dualitet, među kojima vlada hijerarhija, izražena kroz mušku aktivnost suprotstavljenu ženskoj pasivnosti (Skrobonja 2018). Džek Zajps (Jack Zipes) ponudio je novi pogled na bajke,

1 snezana.krstanovic@gmail.com

koje kao priče datiraju više stotina ako ne i hiljada godina unazad. Kada koristi ovaj termin, on ne odvaja usmene od književnih dela, verujući da su one simbiotski povezane i međuzavisne, podjednako namenjene i deci i odraslima. Kako kaže, termin bajke (contes de fees) skovala je Ketrin-En de Olnoj (*Madame Catherine-Anne d'Aulnoy*) 1697. godine, kada je publikovala svoju prvu zbirku priča za čitaoce iz više klase. Bajke su dugo smatrane salonskom literaturom za više klase, koje su mahom pisale i pripovedale žene. To je bio njihov subverzivan način da uđu u javni prostor i započnu dijalog o sebi i svetu koji ih okružuje (Zipes 2012: 2–8). Na osnovu toga verujem da su žene dale nadljudske moći svojim likovima kako bi maskirale subverzivnost svojih priča. „Konstruisanje femininosti, kao i uloge i sudbina ženskih likova u fikciji bajki stopljeni su sa mizoginijom Zapadne Evrope koja se širila od visokog Srednjeg veka nadalje zahvaljujući dubljoj hristijanizaciji, razvoju demonologije i pronalasku štamparstva" (Skrobonja 2018). Dve godine nakon francuske revolucije, žene koje su istupile sa *Deklaracijom o pravima žene i građanke*, bile su giljotirane već 1793. godine (Pavlović 2009: 185–186). U XVIII veku, sa pojavom štampe, ove priče su se prerađivale i prilagođavale za jeftina izdanja za što veći broj čitalaca, a od XIX veka i za decu (Zipes 2012: 3, 8). Ove priče počele su da bivaju shvatane kao štivo za decu upravo zbog preovlađujućeg shvatanja crkve da su iracionalni, imaginativni sadržaji nedostojni racionalne svesti i da kao takvi predstavljaju puke besmislice. Iracionalno, imaginarno, emotivno i telesno je u kolektivnoj judeohrišćanskoj svesti Zapada, naročito u doba procvata prosvetiteljstva, poistovećeno sa ženskim, sa svim onim što je ta svest smatrala inferiornim, kužnim, bolesnim i sklonim grehu. Pošto je žensko obezvređeno, tabuisano, skrajnuto ili potisnuto, za njime je istu sudbinu doživela i bajka (Popović 2013: 112). Bajke, kao nasleđe usmene književnosti, prenošene sa kolena na koleno, danas se pričaju i čitaju deci u najranijem uzrastu. One kao nematerijalno (usmeno i neobjavljeno) ili materijalno nasleđe (knjige narodnog stvaralaštva), zbog svoje estetske, duhovne, društvene, istorijske, simboličke, autentičnosti i položaja, tj. teritorije na kojoj su nastale, zaslužuju javnu podršku (Trozbi 2012: 112–115).

Izdavaštvom se usmena kultura pripovedanja „zarobljava" u narodnom i društvenom duhu i time joj se ukida život ukoliko nema nova, u skladu sa novim narodnim i društvenim duhom, tumačenja, dodavanja i skraćivanja. Tako knjiga za decu, kao proizvod masovne kulture, zadovoljava potrebe, ali i proizvodi nove, veštačke želje (Šušnjić 2015: 381). Masovna kultura u današnje vreme vraća masu u predmoderno doba, zaglupljuje i otupljuje, stvarajući novu nepismenost. Ovim delovanjem masovna kultura se uklapa u cikličnu

teoriju kulture, jer je vraća iz postmoderne u predmodernost, a publiku iz savremenog grada vraća u kulturu sela.

Narodna kultura zahteva hermeneutički pristup, dakle napor da se ona razume a ne objašnjava, jer nisu iste okolnosti u kom je stvarana i u kojima mi danas živimo. Ovde razlikujem pojam objašnjavanja od pojma tumačenje, koji podrazumeva različita tumačenja čitaoca. Ovaj rad se bavi tumačenjem koje bajke mogu imati danas. Kako je bajka danas, kao proizvod masovne kulture, izgubila živi kontakt publike sa pripovedačem (Kloskovska 1985: 105), publika gotovo da nema uticaj na razvoj priča koje joj se pripovedaju, tj. plasiraju. U želji da se ispita kako danas publika čita i tumači bajke, sprovedeno je pilot istraživanje među čitaocima.

Vuk Stefanović Karadžić je najzaslužniji za prikupljanje, obradu i izdavanje prvih srpskih narodnih bajki, čime ih je standardizovao kao proizvod narodne kulture. On je smatrao da se „ovakve narodnosti treba kupiti dok se nijesu prosvještenijem i novijem modama zagušile i iskorjenile" (Stefanović 1987: 57). Međutim, svojim izborom je upravo pravio „modu" i mnoge pripovetke pustio da odu u zaborav. Razlike između rukopisa Vukovih saradnika i objavljenih knjiga bajki su „veoma bitne" (Pantić 1987: 234). Vuk je priredio izdanje na podstrek i poziv Jakoba Grima (*Jakob Grimm*), koji je izdao uputstvo za prikupljanje narodnih priča, sa konkretnim popisom motiva koje treba da sadrže. Upravo na osnovu Grimove podele na *Mahrchen* – gatka i *Sagen* – priče, Vuk ih deli na muške i ženske, gde su ženske upravo nazvane bajke zbog svoje fantastičnosti, tj. nerealnosti, nečeg što nikad neće biti, mitskih junaka, čarolija i magije, ali i matrijarhata, jednakosti polova, itd.

Bajke, kao ženske pripovetke, ne stavljaju ženu u fokus radnje, već junaštvo i mušku ulogu u obezbeđivanju pravde, dok sa druge strane, u lirskim narodnim pesmama vlada femicentričnost u svadbenoj poeziji, iako u tim obredima i muškarci igraju važnu ulogu (Milošević 2010: 225–227). Iz tog razloga, za ispravno čitanje i tumačenje, neophodno je imati u vidu širi kontekst, kako stvaralaštva i književnosti, tako i društvenih okolnosti.

U izdanju *Bajke naroda Jugoslavije* iz 1977, nalazimo kriterijume odabira već objavljenih bajki (precizno navedenih izvora) kao i minorne redaktorske intervencije. Jasno je postavljeno pitanje da li su takve intervencije uopšte i u kojoj meri dozvoljene, uz navođenje primera Vuka Karadžića koji „nije prezao ni od smelijih zahvata", kao i Tihomira Ostojića, koji je 1911. godine u svojoj antologiji čak i kombinovao delove različitih priča (Dobrašinović 1977:

238). „Junaci bajke građeni su na principu dobro–zlo, bez ikakvog psihologiziranja" (Milovanović 2002: 48), pa samim tim i bez nijansiranja i davanja šireg konteksta za etičku analizu junaka. Bez obzira, danas preispitujemo ove vrednosti u srpskim narodnim bajkama i proveravamo šta je zaista u današnjem trenutku dobro, a šta loše iz perspektiva studija kulture i feminističke teorije.

Kako prema socijalnoj teoriji učenja deca uče putem posmatranja ljudi i likova, model predstavljen u srpskim narodnim bajkama ima moć da se reprodukuje od najmlađeg uzrasta. Rodni identitet se konstruiše već u prvim godinama života i putem rodnih shema deca prihvataju stereotipno ponašanje i stereotipne rodne uloge u društvu, koje ih dalje redukuju kao osobe. „Kriza u našoj kulturi najizraženija je u odnosima između muškaraca i žena" (Vederil 2005: 132). Patrijarhat kao najrasprostranjenija ideologija naše kulture temelji se na konceptu moći i predstavlja osnovni izvor identiteta (Đorđević 2009: 133). Stoga ćemo se pozabaviti analizom stereotipa o ženama i muškarcima u srpskim narodnim bajkama kao proizvodu narodne i masovne kulture koji živi kroz vreme i proveriti predstavljene koncepte moći.

Bajke su nastale u periodu prvog talasa feminizma, međutim danas možemo videti malo od njihovog „ženskog pisma" koje ima „drugačiju logiku od one koju određuje muški svet... neuhvatljivo, bezgranično, neomeđeno, oslobođeno pojmovne rigidnosti, što se u punom smislu ispoljava u iskustvu žene i u umetničkom, poetskom stvaralaštvu" (Đorđević 2009: 140). Možemo da sumnjamo da su žene nekritički predstavljale svoj potlačeni položaj, ali su se verovatno koristile šifrovanim značenjima, koja nikad nisu fiksirana prema studijama kulture (Jovanović 2016: 19) i koja je današnjem čitaocu teško i da pretpostave.

Iz feminističke perspektive, bajke su žene postavile u nepovoljan položaj ističući njihove vrednosti u lepoti, poslušnosti, patrijarhalnosti. „Ta druga strana bajki sadrži nimalo lepe momente poput naglašenog veličanja fizičkog izgleda i socijalnog statusa, sadizma, mizoginije, mizandrije, seksizma, kanibalizma, roditeljske nekompetencije i raznih drugih okrutnosti te čitavog niza drugih, izrazito negativnih aspekata i fenomena u klasičnim bajkama [...] Bajke i priče ostavljaju snažan dojam na decu i njihov ideološki naboj, imaginaciju, biranje zanimanja, pa i na životna opredeljenja i svetonazore" (Pašić Kodrić, Oprhal 2019: 56). Tako kroz ženske likove kao što su Crvenkapa (inicijalno priča o silovanju), Pepeljuga, Snežana, itd. uvideli smo da ženska sudbina zavisi od njihove lepote, vernosti, naivnosti ili pak zlobe, pakosti, osvetoljubivosti.

U savremenom dobu, Margaret Atvud (Margaret Atwood), En Rajs (Annie Rice) i Anđela Karter (Angela Carter), prerađuju izvorne tekstove bajki i u središte radnje stavljaju ženske likove (Popović 2013: 57 prema Zipes 2000). Dok razmišljamo o rodnim stereotipima, treći talas feminizma i sam se preispituje, „jačaju i sukobi i nesporazumi među različitim segmentima neofeminističkog pokreta (kontroverze između majki i žena bez dece, lezbejki i hetero žena, feministkinja posvećenih pokretu i karijeristkinja, i sl." (Pavlović 2009: 195).

Bajke su deo obaveznog školskog programa, tj. kanona. „Kanon kao korpus tekstova za koji neko društvo ili grupa smatra da je vredan i čije je prenošenje s generacije na generaciju za to društvo ili grupu značajno" (Petrović Jilih 2018: 272 prema Korte 2006: 62) legitimiše trenutno važeće vrednosti, stvara sopstveni identitet i ograničava druge, daje orijentaciju za budućnost. Nepromenljiv, krut kanon, ne uklapa se u otvorenost, slobodu razvoja, u inovativne, podstičuće i uzbudljive dimenzije književnih tekstova (Petrović Jilih 2018: 272 prema Šnel 2000: 35). Stoga, u ovom radu preispitujemo poziciju srpske narodne bajke u važećem kanonu obrazovnog sistema i izdavaštva, proveravajući teme i uzrast kojem se one nude.

Izdavaštvo i odgovornost

Na primeru izdavaštva za decu prepoznajemo jak sukob etičnosti i održivosti koji bi trebali biti imperativ savremenih medija (Dragićević-Šešić 2010: 9–34). Sa žaljenjem se slažemo da izdavači, a posebno sa knjigama za decu, nastupaju u „areni razonode" (Baverstok 2001: 360), jer se održivost obezbeđuje povlađivanjem populističkim zahtevima. Kroz kraudfanding (*crowdfunding)* kampanju finansirano je izdavanje knjige *Priče za laku noć za male buntovnice*,[2] što je pokazalo ogromno interesovanje čitalačke publike za temu žena i njihovu afirmaciju još od rane dobi, a da je samo izdavaštvo nije prepoznalo ni podržalo.

Marketinško ciljanje dece kao potrošača, kroz „arenu razonode" nosi posledice kojih moramo biti svesni, jer izazivamo ozbiljne psihološke opasnosti (Vederil 2005: 191). Izdavači su ujedno i marketari, oni kreiraju i promovišu svoju robu i dalje kreiraju vrednosti, od urednika do knjižara, te stoga ne smeju biti opravdani izgovorom da „rade po zakonu", već bi morali da pre-

2 Više o knjizi videti na: https://www.rebelgirls.com/products/good-night-stories-for-rebel-girls; https://www.vulkani.rs/decje-knjige/2603-price-za-laku-noc-za-male-buntovnice

ispituju moral svog delovanja na sva tri nivoa po Brenkertu (Brenkert George G.): na individualnom, organizacionom i društvenom nivou (Brenkert 2011: 295–305). Dete se od najranijeg uzrasta izlaže iskustvima i znanjima kroz knjige i bajke, pune imaginacije, ali i spoznaje o predašnjem svetu, čime pokreće sva četiri tipa kreativne inteligencije: intuitivnu, inovativnu, imaginativnu i inspirativnu (Rou 2008: 13–17). Kako se kulturne potrebe razvijaju od rođenja (Kovačević 2014: 13), shvatamo da upravo pripovedanje i čitanje imaju prvu i najznačajniju funkciju u razvoju kulturnih potreba i pozorišne publike, jer „susret deteta sa pozorištem počinje od bajke" (Milovanović 2002: 21). Ipak, plaši nas da se važećom izdavačkom praksom više kreiraju budući potrošači kreativnih industrija, a manje kulture.

Laguna (Laguna 2020), kao jedan od najznačajnijih izdavača u Srbiji, objavljuje bajke kao literaturu za decu. Posebno ćemo analizirati rodne stereotipe i vrednosti koje se promovišu u njihovom luksuzno opremljenom izdanju *Srpskih narodnih bajki* iz 2017. i 2020. godine. Imajući na umu da mnoga domaćinstva imaju ove bajke u pojedinačnim izdanjima i u svojoj porodičnoj biblioteci od ranije, a da su neke od ovih bajki zastupljene i u školskom programu, možemo verovati da ih mnogi poznaju, ako ih već i ne poseduju u svojoj biblioteci.

Imajući na umu opremu ovog izdanja i položaj u knjižari među literaturom za decu, možemo pretpostaviti da je neretko baš ova knjiga kupljena kao poklon posebnog kulturnog značaja za dete. Knjiga *Srpske narodne bajke* namenjena je uzrastu predškolaca od tri do šest godina i mlađim školarcima od sedam do devet godina. Po rečima Zorana Penevskog (2021), urednika izdanja za decu, za svaki uzrast urednički tim uzima u obzir psihološka saznanja o spoznajnom i jezičkom razvoju dece. Posebne preporuke i instrukcije ne stižu od referentnih obrazovnih institucija kao što su Ministarstvo ili Zavod za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja. Međutim, preporuke za svaki uzrast trebalo bi da se zasnivaju na rezultatima istraživanja književne socijalizacije, psihologije čitanja, psihološke razvojne teorije, antropologije, medijske pedagogije i drugih nauka (Petrović Jilih 2018: 272), te da ne zavise samo od procene i angažmana urednika.

Knjiga sadrži 16 bajki, tj. pripovedaka koje je sakupio, uredio i objavio Vuk Stefanović Karadžić, međutim to nigde ne piše. Identične pripovetke mogu se naći u Prosvetinom izdanju *Dela Vuka Karadžića, Srpske narodne pripovijetke* iz 1987. i u luksuznoj zbirci *Bajke naroda Jugoslavije*, u izdanju Narodne knjige iz 1977. Za razliku od ova dva izdanja, ovo je jedino jasno namenjeno

i preporučeno deci kao čitalačkoj publici i jedino je bez bilo kakvog uvoda, predgovora ili pogovora, reči urednika. Knjiga sadrži rečnik termina, manje poznatih reči, ali ne i rečnik simbola koji bi olakšao tradicionalno tumačenje bajki. Urednik ističe da razlog tome treba tražiti u činjenici da posluju tržišno i da nisu licencirani izdavač za udžbenike i priručnike (Penevski 2021). Inače, ni sam udžbenik za osnovnu školu „ne podstiče dovoljno saznanje, interesovanje i angažovanje učenika i učenica za rodnu ravnopravnost" (Ćeriman 2019: 90). Moramo se složiti da je ovakva praksa etički i kulturološki problematična i ne sme svoju opravdanost naći u ekonomskim razlozima već praksa treba da se razvija kao odgovor na potrebu modernizovanja i osavremenjavanja kanona.

Analiza sadržaja oglednih bajki

Predstavom žene i analizom roda u srpskim narodnim bajkama u udžbenicima i lektiri, kod nas su se bavili autori: Jelena Ćeriman, Jelena Stefanović, Saša Glamočak i Maja Korolija (2019). Kroz analizu sadržaja *Srpskih narodnih bajki,* zaključujemo da su muškarci dobri i naivni, vlastodršci, surovi vladari, junaci, zavidni, hvalisavi, lažno se predstavljaju, polažu pravo na imovinu, odlučivanje, stvaralaštvo, decu, žene i njihova tela (silovanje – *Međedović*, i obljuba – *U laži su kratke noge*), svoju pravdu zadovoljavaju smrću neprijatelja, ubice su i bratoubice, vredniji im je sposoban zet nego ćerka, dok su im žene i ćerke trofeji – što lepše to bolje. Najmlađi sin sluša oca, ali je i svojevoljan, prkosan, pokazuje najveće junaštvo, ostaje kod oca i nasleđuje imovinu i vlast, ima progresivne ideje i skloniji je riziku (*Čardak ni na nebu ni na zemlji, Aždaja i carev sin*).

Žene su sa druge strane ljubopitljive, informisane, pametne, kreativne, obeščašćene, sve njihovo je u vlasti i vlasništvu muškarca (pa i lična sreća kao u bajci *Usud*). Carica kao model moćne žene ujedno je i lepotica, čarobnica, bludnica, hrabra, romantična, kradljivica, ali verna svom izabraniku, pa čak i onom koji ju je obljubio! Majke se u većini bajki ni ne pominju, pa ni ne znamo gde su i šta rade i da li su i one kao u bajci *Međedović*, napustile svoju decu (jer su naivne, neodgovorne i osramoćene/obeščašćene) ili su pak oterane (zbog, recimo, ljubopitljivosti). Međutim, kroz dve bajke vidimo da su majke na sve spremne kako bi uopšte imale dete (*Biberče*) i da ga čine srećnim (*Zmija mladoženja*). U bajci *Carev zet i krilata baba*, majka zajedno sa ocem (muž je važniji od deteta) izbacuje sina jer im je terao inat, ne rekavši im svoj san (želje, planove, stremljenja).

U srednjovekovnoj srpskoj književnosti pisci ne ističu svoju ličnost, već je skrivaju iza uloge prenosioca ili tumača viših poruka. Pisac nije pripovedač, već hroničar koji ne daje prave naracije događaja, okoline i psihologije. Književnost je naglašeno muška, čak i kod pesnikinja i spisateljki, teme su muškarci i njihove privilegije (Milošević 2010: 29–48). Stoga, nastavljajući srpsku srednjovekovnu tradiciju, pripovedači u bajkama izostavljaju ulogu majke, jer ih možda upravo majke i pripovedaju.

Sa druge strane, možda upravo u izostanku majki i supruga možemo da nazremo trag ženske borbe jer često imamo motiv babe, dakle stare žene, koje ujedno mogu biti i majke, koje su mudre, prepredene, ljubomorne, pakosne, osvetoljubive, i koje stoje na putu mladima, ali zato na kraju i ostaju same. Možemo da pomislimo da su to upravo one majke koje su odvojene od dece i porodice, zbog svoje neposlušne i ljubopitljive prirode, ali i dalje su korisne zbog svoje promućurnosti. Možda su te babe upravo pobunjene žene, koje su ostavile svoje porodice odbijajući da se uklope u poželjne modele „dobre žene". Možda žene koje su i stvorile bajke baš namerno o sebi nisu pričale u sadašnjosti, zato i ne vidimo majke i supruge, nego u prošlosti (devojka) i budućnosti (baba).

U četiri modernije bajke, žene/princeze postavljale su uslove za svoje prosce i prihvatale da ih se odreknu zarad sopstvenog izbora partnera (*Ćela, Tri prstena, Carev zet i krilata baba, Devojka cara nadmudrila*). Jedino u jednoj, *Laž za opkladu*, nema ženskih likova. U svima su muški likovi brojniji, a u samo jednoj je ženski lik moćniji (*Devojka cara nadmudrila*) jer je uspela svojom mudrošću da iskoristi zakon u svom najboljem interesu (predbračni ugovor).

Iz prethodno viđenog, teško ćemo se složiti da je narodna kultura u potpunosti „čedna, sveža, čista, duhovna, mudra, osećajna, srdačna, poučna, jezgrovita, topla, pravedna" (Šušnjić 2015: 380). Čedna je možda samo u meri da nije imala loše namere, ali pravedna je zaista u ekstremnom smislu, gde iz svog uverenja o pravdi drugog razapinje i ubija, dakle ne pokušava čak ni da porobljava i preobraćuje.

Takođe, vidimo da se bajke, kroz kanon, savršeno uklapaju u komunikacijsku strategiju populizma (stvarao narod za narod, prilagođavano i štampano za narod, zanemarena građanska tradicija, koriste narodni a ne književni jezik, prenaglašavaju krize u društvu do nivoa mitskih bića koja izvojevaju pobedu. I u bajkama se odražava centralna pozicija lidera koji ima ključ za rešenje krize i koji je isključiv prema drugima (Nikolić, Dragićević-Šešić 2018:

16). Analiza zastupljenosti ženskih i muških likova u samom tekstu kao i na ilustracijama favorizuje muške likove (žene se pojavljuju na 23 ilustracije, a muškarci na čak 40). Ilustracije i dizajn knjige je radio mešovit tim. Ilustratorka (Milica Radenković) likove i radnju predstavljala je „mekše" i na način bliži deci, dok su ilustratori (Nikola Vitković i Kosta Milovanović) likove i radnju predstavili u stilu epske fantastike. Sklona sam da zaključim da je autorka svojim izrazom i želela da ublaži surovost samih priča.

Analiza stavova i mišljenja publike

Šta danas čitaoci prepoznaju u bajkama i kako biraju literaturu za decu pokušali smo da saznamo kroz pilot-istraživanje sprovedeno u decembru 2020. godine. Upitnik od 24 pitanja sadržao je osam pitanja o opštim socio-demografskim karakteristikama i 16 pitanja o čitalačkim navikama, vrednostima i stavovima čitaoca o literaturi za decu. Upitnik je distribuiran putem društvenih mreža i specijalizovanih grupa ljubitelja knjige. Najuticajniji izdavači u Srbiji (Laguna, Vulkan, Službeni glasnik, Zavod za udžbenike, Clio) nisu pokazali interesovanje za ovu vrstu istraživanja. Sa druge strane, Kreativni centar, kao specijalizovana izdavačka kuća za literaturu za decu pozvao je svoje pratioce na društvenim mrežama da učestvuju u anketi. Slab odziv izdavača pokazao nam je da nisu zainteresovani za mišljenje publike i da svoju uređivačku politiku ne vode na osnovu stavova publike ili recimo naučne zajednice.

Slučajni uzorak istraživanja obuhvatio je 124 ispitanika, od kojih je 97,41% srpskog porekla, 83,87% žena, 62% višeg i visokog obrazovanja, 76,61% su zaposleni, većinske zastupljenosti uzrasta (55,28%) od 36 do 45 godina. Upravo kroz ovakav uzorak možemo da utvrdimo vrednosti koje žene u Srbiji, kao uživaoci značajno većih prava danas (pravo na obrazovanje, rad, odlučujuće pozicije, imovinu i decu), vide i prepoznaju u bajkama za svoju decu i društvenu budućnost. Decu ima 92,74% ispitanika, a 2,46 % izjasnilo se da ne čita deci. Prema mišljenju ispitanika, najznačajniju ulogu u odabiru knjiga za decu imaju roditelji 95,16%, deca 77,42%, obrazovne institucije 61,29%, urednici i izdavači 20,97%, a najmanje Ministarstvo (12,10%). Ovde vidimo da su roditelji svesni svoje odgovornosti pri odabiru, imaju značajno poverenje u obrazovne institucije, dok tržište (izdavači) i javna politika (Ministarstvo) nisu prepoznati kao značajni akteri. Da je posao roditelja da čitaju deci, složilo se 97,58% ispitanika, ali i obrazovni sektor sa 57,26% vaspitača i nešto manje, 41,13%, učitelja. Ovde je mesto gde ulazimo u začarani krug odgovor-

nosti, jer su predškolske ustanove uglavnom prešle na novi pristup u radu sa decom koji podrazumeva praćenje i zadovoljavanje dečjih interesovanja. U praksi to znači da se čitaju knjige koje sama deca traže. Njihov izbor zavisi ili od onoga što stoji na polici u ustanovi ili na osnovu interesovanja razvijenog kod kuće, uz čitanja roditelja ili elektronske i digitalne medije (Živić 2020).

Što se tiče odgovornosti učitelja, ona je u sprezi sa odgovornošću resornog ministarstva, koje propisuje naučno-nastavni program. Deset od 16 bajki iz Laguninog izdanja obrađuje se tek od drugog razreda osnovne škole (dakle tek sa osam godina i kasnije do petnaeste): *Biberče; Đavo i njegov šegrt* (i ponovo u prvom razredu srednje škole); *Ćela; Tri prstena*, u četvrtom pa ponovo u sedmom i u prvoj godini srednje škole: *Zlatna jabuka i devet paunica*, potom: *Aždaja i carev sin; Djevojka cara nadmudrila*, šestom: *Čardak ni na nebu ni na zemlji*, *Nemušti jezik* i *Usud*, tek u osmom. Ovim pregledom vidimo da je obrazovanje ipak sa razlogom surovije i za analizu problematičnije bajke pomerilo za izučavanje u nastavnom programu u starijem uzrastu. Iz prethodnog istraživanja saznajemo da kao primere neravnopravnosti polova u čitankama, 45% đaka prepoznaje upravo narodno stvaralaštvo: *Hasanaginica,* narodna balada; *Nemušti jezik*, narodna bajka, itd. „Ženske likove u čitanci vide kao: lepe (40%), marljive, vredne (33%), poslušne (27%), a muške kao: hrabre (61%), ponosne (30%), snažne (24%)" (Stefanović, Glamočak 2008: 42). Postoji visok stepen slaganja đaka da i muškarci i žene u svakodnevnom životu treba da imaju osobine koje su primećene u čitanci (Stefanović, Glamočak 2008: 110).

Čitanje deci svakako je dosta zastupljeno, 43,44% ispitanika čita deci svakodnevno a 40,93% gotovo svakodnevno ili kad god su deca kod njih. Knjige se biraju najčešće 85,48% po interesovanju i 68,55% po uzrastu deteta, dok 40% po sopstvenim vrednostima. Pol deteta ima samo 7,26% uticaja na odabir knjige. Izdavači ponekad istaknu uzrast na samim izdanjima, najčešće u onlajn prodavnici i postavkom u knjižari, gde kroz preporuku samog knjižara vrše najveći uticaj na kupca. Iz tog razloga, kupovina je najzastupljeniji vid dolaska do knjiga (94,35%) i to baš u knjižarama (93,44%) i onlajn 49,18%, čime se odgovornost izdavača i knjižara još više uvećava.

Najzastupljeniji izbor, sa 88,33%, predstavljaju edukativne knjige za decu (o emocijama, životinjama, raznim pojmovima, geografiji, istoriji, itd.), dok bajke zauzimaju drugo mesto sa 71,6% udelom u odabiru. Ispitanici u značajnoj meri (72,95%) smatraju da svako dete u Srbiji treba da zna klasične bajke (*Pepeljuga, Snežana i sedam patuljaka* itd.) i nešto manje (65,57%) srpske na-

rodne bajke (*Baš Čelik, Zlatna jabuka i devet paunica, U laži su kratke noge* itd.). Kako su bajke očigledno vrlo popularna literatura za decu, odgovoran pristup u pripremi bajki za čitaoce dobija još više na značaju.

Oni koji biraju bajke, biraju knjige koje pre svega razvijaju maštu 97,62%, razumevanje sveta oko sebe 84,52%, ljubav prema knjigama 88,10%, kreativnost 79,76%, znanja 77,38%, vrednosti 73,81%. Vidimo, da nekoliko pojmova koje ispitanici ocenjuju kao najvažnije u odabiru knjiga jesu upravo oni koji potpadaju kod termin kreativne inteligencije. Iznenađujuće, sa 57,38% udela, priče o savremenom svetu i životu manje su zastupljene od bajki, što nije u direktnoj sprezi sa 80,99% ispitanika koji su rekli da biraju knjige za decu kako bi bolje razumeli svet oko sebe, verovatno i dalje verujući da to treba činiti kroz klasičnu literaturu kao što su bajke, imajući stoga nedvojbivo poverenje u njih. Iako puni poverenja, 78,05% ispitanika pojašnjava priče i bajke kada ih čita deci, 57,72% komentariše, 29,27% menja i modifikuje, a 8,94% čak i izostavlja delove.

Ispitanici smatraju da su najvažnije vrednosti koje dete treba da usvoji u detinjstvu: dobrota, ljubav prema bližnjima i ljubav prema sebi. Poslušnost je najniže rangirana, a zatim požrtvovanost, istinoljubivost i pravdoljubivost, te na kraju hrabrost. Dobrota u *Srpskim narodnim bajkama* biva nagrađena, ali ljubav prema bližnjima je predstavljena na različite načine, imajući na umu mnogo ljubomore, brojne spletke i bratoubistva. Kako nam ove bajke pokazuju, žena svakako nema mnogo ni prava ni prilika za ljubav prema sebi. Čak i oni koji biraju bajke se slažu da bajke imaju i loše strane: surovost, žene su negativno predstavljene, opisano je puno zlobe među bližnjima, ističu žensku lepotu nad drugim vrednostima i isuviše su nerealne.

Velika većina ispitanika, 85,95%, smatra da su žene u srpskom društvu u nepovoljnijem položaju od muškaraca, dok 42,50% smatra da bi bajke verovatno mogle imati uticaj na to. Čak i kad pogledamo samo muške ispitanike, 72,73% njih smatra da su muškarci u boljem položaju od žena, a da ravnopravnost vlada tvrdi 22,73% ispitanika, međutim oni značajno manje veruju da bajke verovatno doprinose tome, 27,24%.

Zaključak i preporuke

Privatni sektor u kulturi, kojem mahom pripadaju izdavači u Srbiji, može mnogo toga da ponudi razvoju kulture i očuvanju javnog interesa u kulturi:

spremnost na rizike i inovacije, kao i zajednički interes da širi publiku. Iz tog razloga, javne kulturne politike imaju zadatak da pomognu podjednaku razvijenost sva tri sektora – javnog, privatnog i civilnog, unapređuju njihovu saradnju i partnerstva (Dragićević-Šešić 2017: 265–269). Publika koja ne nalazi zadovoljenje svojih interesovanja i potreba kroz javni sektor kulture, teži ponudi privatnog i civilnog sektora, baš kako je i primer kraudfanding kampanje za finansiranje izdavanja knjige *Priče za laku noć za male buntovnice* i pokazalo.

Danas su nam podaci o položaju žena u Srbiji uznemirujući, neravnopravnost je i dalje veoma izražena, žene su u nezavidnom položaju i u javnoj i u privatnoj sferi, a mizoginija je i dalje prisutna kao neprijatelj društva jer „do krajnosti doveden princip 'muške kulture' [...] uz pomoć novih tehnologija, ratne industrije, masovne kulture, vode u krajnjoj liniji ka nekrofiliji [...]" (Blagojević 2002: 32 prema Batinić 2000, Tomić 2000a). Stoga, od posebnog je značaja da preispitamo vrednosti koje literatura za decu prenosi i time pomognemo održivost našeg društva, sprečivši razvoj mizoginije kao matrice na kojoj se uči samodovoljnost (Blagojević 2002: 52). Moramo preuzeti odgovornost jer publika najčešće nije ni svesna mizoginije, „jer ona dolazi upakovana u tradicionalne obrasce i prihvata se kao normalan iskaz" (Dragićević-Šešić 2002: 371). Sprovedena pilot anketa makar je pokazala da pomak postoji u percepciji i da 85% čitalaca (mahom čitateljki), uočava nejednakost među polovima u Srbiji.

Izdavaštvo, kao važna grana industrije kulture, koja svojim dometima ulazi u svaki dom i do svakog deteta, ima posebnu odgovornost u odabiru i promociji vrednosti. Etičko je pitanje koliko zaštita kulturnog dobra kao što je narodno stvaralaštvo treba i mora da se prilagodi savremenom trenutku i razmotri efekte svog delovanja, tj. vrednosti koje promoviše. Svesni vrednosti koje samo kulturno nasleđe nosi sa sobom, ali i činjenice da nije uvek tržišno isplativo objavljivanje, posebno narodnog stvaralaštva, očito je neophodan zahtev za javnom potporom. Stoga, izdavači treba da zagovaraju mogućnost javne podrške, kako ne bi morali da prave kompromise i zanemaruju značajne aspekte kulturnog nasleđa. Srpske narodne bajke bi svakako morale da sadrže predgovor/pogovor/rečnik simbola kako bi stručnjaci istakli estetske, duhovne, društvene, istorijske, simboličke vrednosti, te stvorili bolje uslove za recepciju bajki i kod dece i kod roditelja, a i drugih „medijatora" (pozorišta za decu, TV emisije, filmovi itd.).

Na primeru izdavača Laguna, dobitnika brojnih nagrada kao i titule *Izdavača godine,* uzastopno 2019. i 2020. godine, koji sebe smatra aktivnim učesnikom kulturne politike, kao inicijator i lider udruženja izdavača i knjižara, vidimo koliko je kulturna politika populistička. Kako se obrazovne politike predškolskog obrazovanja usklađuju sa željama deteta, i kako prekomerno popustljivo roditeljstvo dobija svoj primat, moramo preispitati činjenicu da dete može da ima sve što poželi i zato nam postaje značajan Markuzeov termin „represivne desublimacije". Trenutno udovoljavanje potrošačkim željama dece dovodi do desublimacije, a ona je represivna jer je tako zadovoljena osoba umirena osoba koja ne pruža otpor (Vederil 2005: 190). Ova činjenica ipak ne umanjuje značaj komunikacije izdavača sa publikom i sa naučnom zajednicom u koncipiranju i pripremi svoje ponude, pa makar i u vidu povremenih anketa i drugih oblika komunikacije.

Da bismo mogli da odgovorimo na pitanje koliko svi mi svesno ili nesvesno učestvujemo u desublimaciji, neophodna nam je kreativna inteligencija. Knjige za decu, a posebno bajke odličan su predložak za intuitivnost (jer daju predašnje iskustvo), imaginativnost (jer su i same imaginacija), za inovativnost (jer stimuliše dečija pitanja), kao i inspirativnost (za kreiranje boljeg i pravednijeg sveta). Slažemo se apsolutno da „u današnjem, sve nesigurnijem, svetu kreativna inteligencija kao pokazatelj našeg doživljaja sveta oko sebe i načina na koji nešto radimo i postižemo rezultate, može da da veći doprinos nego ikada ranije" (Rou 2008: 6–7) i da novim uređivačkim praksama možemo da je podstičemo. Kako su posledice masovne kulture vrlo ozbiljne: porobljavanje, osiromašenje, srozavanje, osvajanje, obezličavanje, uprošćavanje, umnožavanje, umirivanje, otupljivanje, zaglupljivanje, postvarivanje, prilagođavanje, uprosečavanje, ujednačavanje, pasiviziranje i gušenje smisla (Šušnjić 2015: 398), bajke redigovane u duhu vremena, kako bi sve više bile odraz naroda, a manje mase, imaju prostor za pozitivno delovanje.

Srpske narodne bajke, kao ženske priče, bile su prikupljene, redigovane i objavljene od strane muškaraca. Kako je pilot-anketa pokazala, bajke najviše kupuju i čitaju žene svojoj deci. One ih pri tome tumače, pojašnjavaju, usmeno rediguju, vraćajući im ženski senzibilitet. Stoga, vreme je da se njihovo tumačenje uzme u obzir, reintegriše u dela njihovih pramajki, kao i dodacima tekstu, da im se prizna odgovornost i značaj u obrazovanju i vaspitanju dece kroz formalne funkcije (recimo uredništva) i dopusti bez bojazni da „u ime celokupne populacije (budu nosioci) jednog novog kulturnog modela" (Turen 2011: 195).

Da zaključimo, predlog za nove uređivačke politike i prakse sastoji se u tome da tradicionalne bajke treba izdavati obavezno uz predgovor/pogovor/pojašnjenja, rečnik simbola i navođenje izvora i porekla. Neophodno je ažuriranje i modernizovanje odredbi o uzrastu kojem su knjige za decu namenjene. Neophodno je nastavno osoblje obučiti, stimulisati i obavezati da sa decom tumače rodnu perspektivu. Konkretno, promociju i izlaganje knjiga (od knjižare do biblioteke) prilagoditi uzrastu kojem su namenjene, a ukoliko su namenjene predškolskoj deci, ponuditi više opcija razvoja i završetaka priče, kao i osavremenjene tekstove, bez rodnih stereotipa.

Literatura

- Baverstok, Alison (2001) *Marketing u izdavaštvu*. Beograd: Clio.
- Brenkert, Džordž, Dž. (2011) *Marketinška etika*. Beograd: Službeni glasnik.
- Blagojević, Marina (2002) „Mizoginija: nevidljivi uzroci, bolne posledice" u Blagojević, Marina (ur.) *Mapiranje mizoginije u Srbiji: diskursi i prakse*. Beograd: Asocijacija za žensku inicijativu, str. 31–55.
- Ćeriman, Jelena, Stefanović, Jelena, Glamočak, Saša, Korolija, Maja (2019) *Rodna analiza nastavnih programa i udžbenika za srpski jezik od prvog do četvrtog razreda osnovne škole*. Beograd: Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva Vlade Republike Srbije.
- Dobrašinović, Golub (1977) „Reč uz knjigu" u Kotevska, Cveta (ur.) *Bajke naroda Jugoslavije,* tom 3, Beograd: Narodna knjiga, str. 235–236.
- Dragićević-Šešić, Milena (2017) „Institucionalni i nezavisni akteri u zajedničkom delovanju: strategije javno-civilnog partnerstva – pledoaje za autonomiju kulture" u Kostić, Aleksandar (ur.) *Kultura: osnova državnog i nacionalnog identiteta.* Beograd: SANU, str. 265–286.
- Dragićević-Šešić, Milena i Nikolić, Mirjana (2010) „Uvod" u: *Etika medija u obrazovnom sistemu*, Kultura br 127, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, str. 9-34.
- Dragićević-Šešić Milena, (2000) „Mizoginija u obrascima masovne kulture", u: *Mapiranje mizoginije u Srbiji: diskursi i prakse*, (Uredila Marina Blagojević), Beograd: Asocijacija za žensku inicijativu, str. 371–404.
- Đorđević, Jelena (2009) *Postkultura – Uvod u studije kulture*. Beograd: Clio.
- Jovanović, Tatjana (2016) *Konstituisanje ženskog kanona u srpskoj prozi 1990–2010, doktorski rad*, Kragujevac: Filološki fakultet.

- Kloskovska, Antonjina (1985) *Masovna kultura*. Novi Sad: Izdavačka radna organizacija Matice srpske.
- Kovačević, Mia (2014) *Razvoj publike u izvođačkim umetnostima.* Beograd: Zadužbina Andrejević.
- Milovanović, Ana (2002) *Srpska bajka u drami za decu*. Beograd: Zadužbina Andrejević.
- Milošević, Petar (2010) *Storija srpske književnosti*. Beograd: Službeni glasnik.
- Nikolić, Mirjana, Dragićević-Šešić, Milena (2018) „Populizam kao kulturni i medijski fenomen" u Nikolić, Mirjana i Dragićević Šešić, Milena (ur.) *Mediji, kultura i umetnost u doba populizma.* Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, Clio, str. 13–37.
- Pantić, Miroslav (ur.) (1987) *Dela Vuka Karadžića, Srpske narodne pripovijetke*, Beograd: Prosveta i Nolit.
- Pavlović, Vukašin (2009) *Društveni pokreti i promene*, Beograd: Službeni glasnik i Zavod za udžbenike Beograd.
- Pašić Kodrić, Mirzana, Oprhal, Vesna (2019) „Negativni aspekti klasičnih bajki" u Dimitrovski, Robert (ur.) *KNOWLEDGE – International Journal* Vol.35.6. Skoplje: Institute of Knowladge Management, str. 55–60.
- Penevski, Zoran (ur.) (2017) *Srpske narodne bajke*, Beograd: Laguna.
- Petrović Jilih, Marina M. (2018) „Književnost za decu i omladinu i književni kanon u matičnoj i internacionalnoj germanistici" u: *Časopis za književnost, jezik, umetnost i kulturu Nasleđe* br. 39, Kragujevac: FILUM, str. 271–279.
- Popović, Marijana Ž. (2013) *Uloga bajki u analitičkoj psihoterapiji,* doktorski rad. Beograd: Filozofski fakultet.
- Rou, Alan Dž. (2008) *Kreativna intiligencija*. Beograd: Clio.
- Skrobonja, Teodora (2018) *Strah od žena u zapadnoj kulturi - analiza ženskih likova u evropskim bajkama.* Beograd: Fioka, dostupno na: https://www.fioka.in/proza/teodora-skrobonja [Pristupljeno 15.01.2021].
- Stefanović Jelena, Glamočak, Saša (2008) *Rod u čitankama i nastavi srpskog jezika u osnovnoj školi*. Valjevo: Grupa za emancipaciju žena „Hora".
- Stefanović, Jelena, Glamočak, Saša (2019) *Priručnik za uvođenje rodne perspektive u nastavu srpskog jezika za prvi ciklus obrazovanja*. Beograd: Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva Vlade Republike Srbije.
- Šušnjić, Đuro (2015) *Teorije kulture*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Trozbi, Dejvid (2012) *Ekonomika kulturne politike*. Beograd: Clio.
- Turen, Alen (2011) *Nova Paradigma – za bolje razumevanje savremenog društva*. Beograd: Službeni glasnik.

- Vederil, Rob (2005) *Kolaps kulture*. Beograd: Clio.
- Zipes, Jack. (2012) *A Fairy Tale Is More Than Just a Fairy Tale*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/269607328_A_fairy_tale_is_more_than_just_a_fairy_tale [Pristupljeno 17.12.2020].

Intervju/anketa

- Penevski, Zoran, urednik izdanja za decu, Laguna, 28. januar 2021.
- Živić, Tanja, Vaspitač privatne predškolske ustanove *Speak Up* iz Novog Sada, 12. decembar 2020.

Izvori sa interneta

- Laguna (2020) dostupno na: www.laguna.rs [Pristupljeno 6.12.2020].

Snežana Libong Ngai
Faculty of Dramatic Arts, Belgrade

CULTURAL POLICY AND NEW EDITORIAL PRACTICES – STEREOTYPES ABOUT WOMEN IN SERBIAN FOLK TALES

Abstract

Starting from feminist theory and cultural studies, this paper focuses on gender roles in Serbian folk tales and their justification and ethics in contemporary context (within the corpus of literature and education for children). The paper explores the content and gender stereotypes of Serbian folk tales intended for children, the current canon and publishing practice. The goal is to review publishing practices from the perspective of their selection, adaptation and promotion. Starting from the position that children's literature builds desirable value systems of society through responsible publishing policies and practices, and that publishers are responsible for the values promoted in children's books, as well as for preserving national cultural heritage, the practical goal of the paper is to give recommendations for publishing Serbian folk tales for younger children. The methodology of the work includes theoretical research, discourse analysis of selected fairy tales, research of the valid canon and publishing practice of leading publishers, as well as research of readers' perception through an electronic survey.

Keywords

Serbian folk tales, publishing for children, responsibility, misogyny, gender roles

Primljeno: 1. 3. 2022.
Prihvaćeno: 4. 5. 2022.