

- [Vijesti](#)
- [Vjera](#)
- [Obitelj](#)
- [Kultura](#)
- [Academicus](#)
- [Video](#)
- [Kolumne](#)
- [Misna čitanja](#)
- [Velike teme](#)



ŽENA 2.0

Muško-ženski rat pokušava se u Hrvatskoj proširiti na imena trgova i ulica: Zar nam nije dosta toga?

Zar nam nije dosta tog muško-ženskog rata? Zapita li se itko koliko je nesreće njime prouzrokovano i gdje će nas to odvesti? Imaju li PR-ovci strategiju i za neku veliku pomirbu? Shvaćaju li koliko je ta muško-ženska dinamika važna? Mogu li žene jednostavno uživati u muškim uspjesima ili one danas odmah moraju imati i svoje? Gdje je nestalo ono da pametniji popušta?

Lucija Čorić



Foto: YouTube / snimka zaslona

„Žene su zaslužne za neka od najvećih književnih djela, društvenih postignuća i znanstvenih otkrića, ali brojke pokazuju da su naše velikanke uglavnom – nevidljive. Manje od 2% ulica hrvatskih gradova nosi ime po ženama. Zato krećemo s mjesta koje simbolizira zaslužne ljude kroz povijest, a to je Trg hrvatskih velikana. Nažalost, pod tim imenom se žene podrazumijevaju, a svi se možemo složiti da se žene ne bi smjele podrazumijevati.“ Ovo je tekst s internetske stranice kojom se promovira peticija za cijepanje zagrebačkog Trga hrvatskih velikana i dodjeljivanje drugoj (zašto ne prvoj?) polovici imena Trg hrvatskih velikanki i onih koji će to tek postati. Kampanja je vrlo dobro osmišljena, prati je i [simpatičan spot](#) s djevojčicama i djevojkama, a na jumbo plakatima koje možete vidjeti u glavnome gradu ova inicijativa reklamira se sloganom: „Važne ali nezapažene“.

Idea da se trg imenuje po nekome tko će tek nešto postati na prvi je pogled tek pomalo djetinjasta, ali cijela kampanja zapravo otkriva duh doba u kojem živimo, u kojem je isticanje sebe ne samo društveno prihvatljivo, već i poželjno i pohvalno. No krenimo od početka.

Jesu li hrvatske žene zaslužne za neka od najvećih književnih djela, društvenih postignuća i znanstvenih otkrića? Svakako. Pokazuju li brojke da su one uglavnom nevidljive? Nikako. Kad bismo bili sitničavi kao što su tvorci ove kampanje, mogli bismo upitati koje su se sve ulice i trgovi uzimali u obzir da bi se došlo do tog izračuna od 2%? Odražava li on omjer između ulica i trgova nazvanih po muškarcima naspram onih koje su nazvane po ženama? Tekst na stranici kao da želi navesti na zaključak da je svih ovih ostalih 98% ulica i trgova nazvano po muškarcima. No neke ulice, trgovi i avenije nazvane su po gradovima, rijekama, državama ili događajima. Kad bi se svi takvi izbacili iz izračuna, postotak ulica nazvanih po ženama bio bi vjerojatno puno manje dramatičan. No i dalje bi, zasigurno, bio malen i puno manji od postotka ulica nazvanih po muškarcima. Zašto? Pa jednostavno zato što se ulicama i trgovima daju imena po zaslužnim ljudima iz prošlosti (redom onima koji su već umrli, a ne koji će tek nešto postati), a žene u prošlosti nisu sudjelovale u stvaranju umjetničkih djela, znanstvenim otkrićima i društvenim

postignućima onoliko koliko su u tome sudjelovali muškarci. Možemo reći da je to bilo loše, ali ne možemo raspravljati je li to istina. To je notorna i lako dokaziva činjenica koju neće izbrisati ni stotinu marketinških kampanja.

Isto tako, ne možemo nijekati da je činjenica da su žene počele sve više sudjelovati u društvenom životu prepoznata u imenima brojnih ulica i trgova, barem u glavnome gradu. Marija Jurić Zagorka, Zinka Kunc, Ljerka Šram, Milka Trnina, sve su to žene koje već imaju „svoje“ ulice, a neće nas nimalo iznenaditi ako takvih ulica u budućnosti bude još. Tako su sve ulice novoizgrađenog naselja kod Selske i Zagorske ceste nazvane po ženama, uključujući park nazvan po ženi koja o sebi kaže ovako: „Nisam završila nikakvu školu. Jedva se znam potpisati. Život me nije nikada mazio. I stoga sam naučila i još učim najvišu životnu školu, a to je škola ljubavi i žrtve za svoje bližnje i za svoju obitelj.“ Radi se o Kati Šoljić, a ne znamo uklapa li se ona u narativ ove kampanje, s obzirom na to da nije imala znanstvena, umjetnička ni društvena postignuća, nego je „samo“ rodila i odgojila četiri sina koja su poginula u obrani Hrvatske.

Možda treba zapaziti i to da nemamo neki muški pandan Kati Šoljić. Puno smo imali kraljeva, knezova, političara, vojnika i biskupa, ali nitko od njih nije zaslužio divljenje zbog načina na koji je živio svoju patnju. To je gotovo isključivo ženska specijalnost, izvlačiti najbolje iz najgoreg, izdržati sve, živjeti za druge i učiniti ono što trebaš u datom trenutku, skromno i ponizno, ali do kraja.

No izgleda da to više nisu vrline koje se cijene. Zapravo, izgleda da se više nijedna vrlina ne cijeni sama po sebi, nego po broju pratitelja, dosega i *likeova*. Žena u kuhinji tako je dokaz da smo još u patrijarhatu, ali žena u kuhinji s dovoljnim brojem pratitelja na Instagramu dokaz je ambicioznosti i emancipacije. Zapažena je, dakle, važna je. Zar ne bismo trebali zazirati od toga da stvaramo društvo u kojem će svatko vikati: „Gledaj mene, gledaj mene“? Zar nemamo dovoljno pozera i egocentrika? Zar ne možemo smisliti ništa plemenitije čemu bismo mogli naučiti naše djevojčice od traženja pažnje? Je li nam ideja da je nešto vrijedno činjenja čak i ako to nitko ne vidi postala toliko strana?

Izgleda da jest, jer nismo više zadovoljni ni podrazumijevanjem žena u imenu Trga hrvatskih velikana, a naša taština od nekog suvremenog Salomona više ne traži ni da se neki drugi trg preimenuje u Trg hrvatskih velikanki, nego inzistira baš da se ovaj prepolovi. Ovaj element cijeloy inicijativi oduzima djetinjasto i otkriva njeno osvetničko lice. Logika iza tog zahtjeva da se Trg prepolovi uvjerava nas da za žene nema boljitka dok se muškarcima nešto ne oduzme, pa makar pola trga. To je samo simbolika, kažu u kampanji, ali ona, kao i svaka simbolika, na nešto upućuje i ponovno otvara puno pitanja: Zar nam nije dosta tog muško-ženskog rata? Zapita li se itko koliko je nesreće njime prouzrokovano i gdje će nas to odvesti? Imaju li PR-ovci strategiju i za neku veliku pomirbu? Shvaćaju li koliko je ta muško-ženska dinamika važna? Mogu li žene jednostavno uživati u muškim uspjesima ili one danas odmah moraju imati i svoje? Gdje je nestalo ono da pametniji popušta?

Poznato je, ili kako kažu u kampanji, svi se možemo složiti da su pametnije ili, bolje rečeno, mudrije, uvijek žene. Odnosno, bile su dok nisu povjerovala da je sve u časti, ugledu i društvenim priznanjima. A svi zapravo najviše volimo biti u društvu osoba koje za to nimalo ne mare, onih koje su slobodne od takvih potreba i u čijoj se prisutnosti možemo odmoriti. Nije danas lako biti takva osoba, takva žena. Svim takvim velikankama i onima koje će to tek postati želim da poput Cesarićevog oblaka, dok drugi idu za vlašću, zlatom il' za hljebom, one – krvareći ljepotu – plove svojim nebom.

**Članak je dio niza “Žena 2.0“, a objavljen je u sklopu projekta poticanja kvalitetnog novinarstva Agencije za elektroničke medije. Dozvoljeno je prenošenje sadržaja uz objavu izvora i imena Autora.*

Objavljeno: 31. prosinca 2022.

- Oznake:
- [#LucijaČorić](#)
- [#Žena2.0](#)

VIŠE S WEBA