

# Konstrukcija ženskog identiteta u turbofolku

---

**Bućan, Sara**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:415695>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-07**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET**

**Sara Bućan**

**Konstrukcija ženskog identiteta u turbofolku**

**(ZAVRŠNI RAD)**

Rijeka, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET  
Odsjek za kulturalne studije

Sara Bućan

Matični broj: 22682

Konstrukcija ženskog identiteta u turbofolku  
ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentor: doc.dr.sc. Brigita Miloš

Rijeka, rujan 2023.

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>2. METODOLOGIJA</b> .....	3
<b>3. RODNI STEREOTIPI</b> .....	4
<b>4. TURBOFOLK</b> .....	6
<b>4.1 Nastanak</b> .....	7
<b>4.2 Turbofolk u Hrvatskoj</b> .....	8
<b>4.3 Bivša SFRJ kao patrijarhalno društvo?</b> .....	9
<b>4.4 Zabrane i kritike</b> .....	9
<b>5. TEKSTOVI</b> .....	11
<b>5.1 Analiza tekstova</b> .....	11
<b>5.1.1 Patnica</b> .....	11
<b>5.1.2 Barbika</b> .....	13
<b>5.2 Sponzoruše</b> .....	16
<b>6. TIJELO PJEVAČICA</b> .....	19
<b>6.1 Izgled pjevačica</b> .....	19
<b>6.2 Medijski prikaz</b> .....	20
<b>6.3 Objektivizacija žena u medijima</b> .....	21
<b>6.4 Novoizgrađeno tijelo?</b> .....	22
<b>6.5 Spotovi</b> .....	24
<b>6.6. Analiza spotova</b> .....	26
<b>7. ZAKLJUČAK</b> .....	28
<b>8. LITERATURA</b> .....	29
<b>9. POPIS SLIKA</b> .....	32

## **SAŽETAK:**

Turbofolk, kao kulturološki i/ili sociološki fenomen jedan je od najrasprostranjenijih i najutjecajnijih na prostoru bivše SFRJ (Plantak, 2020:2). Popularnost i rasprostranjenost turbofolka datira u 90-te godine prošlog stoljeća kada je doživio svoj uzlet, a navedeno traje još i danas, više od tri desetljeća kasnije. Utjecaj turbofolka vidljiv je u stavovima i načinu života većinom mlađe populacije. Pri izradi rada koristila sam se sadržajnom analizom tekstova pjesama, vizualnom analizom video spotova koji prate turbofolk glazbu te literaturom s fokusom na ženama i konstrukciji njihova identiteta. Cilj rada jest ispitati kako se ženski identitet konstruira u turbofolku, kako on kao fenomen utječe na stvaranje ženskog identiteta te moguće rodne stereotipe. U turbofolk kulturi se ženski identitet konstruira temeljem općeprihvaćenih rodnih uloga i očekivanja koji se već čine internaliziranim. Turbofolk je već u samim počecima odražavao hijerarhijski poredak gdje su muškarci pri vrhu, a još uvijek odražava istu rodnu dinamiku koja je dominantna. Stjecanjem ekonomske neovisnosti koja je vrlo često opjevana u turbofolk pjesmama te konstrukcijom „novog“ identiteta koji uključuje rad na svome izgledu te koji je prikazan u brojnim video spotovima turbofolk pjesama žene se pokušavaju približiti muškarcima i svrgnuti postojeću rodnu dinamiku. Unatoč pokušajima rušenja davno uspostavljene rodne hijerarhije u turbofolku žene moraju prihvatiti uvriježene kulturne obrasce koji se već odavno shvaćaju potpuno prirodnim kako bi potvrdile svoj identitet.

## **ABSTRACT**

Turbofolk, as a cultural and/or sociological phenomenon, is one of the most widespread and influential in the area of the ex SFRJ (Plantak, 2020:2). The popularity and prevalence of turbofolk dates back to the 90's, when it experienced its rise, and its rise continues even today, more than three decades later. The influence of turbofolk is visible in the attitudes and lifestyle of the mostly younger population. When creating the paper work, I used content analysis of song texts, visual analysis of video clips accompanying turbofolk music, and literature with a focus on women and the construction of their identity. The aim of the paper is to examine the position of women in society, how much influence turbofolk as a phenomenon has on the creation of female identity and possible gender stereotypes. In turbofolk culture, female identity is constructed based on generally accepted gender roles and expectations that seem to have already been internalized. From the very beginning, turbofolk reflected a hierarchical order where men are at the top, and it still reflects the same gender dynamic that is dominant. By gaining economic independence, which is very often sung in turbofolk songs, and by constructing a "new" identity that includes working on one's appearance and which is shown in numerous video clips of turbofolk songs and by constructing a "new" identity that includes working on one's appearance and which is shown in numerous video clips of turbofolk songs, women try to get closer to men and break the existing gender dynamics. Despite the attempts to destroy the long-established gender hierarchy in this area, women, based on cultural and social patterns, must accept established cultural patterns that have long been understood as completely natural in order to confirm their identity

**KLJUČNE RIJEČI:** izgled, rodni stereotipi, sponzoruše, tijelo, turbofolk, žene

**KEYWORDS:** appearance, body, gender stereotypes, gold diggers. turbofolk, women

## 1. UVOD

Turbofolk je već desetljećima jedan od najpoznatijih društveno-kulturnih fenomena na prostoru bivše SFRJ s izrazitim utjecajem na mlađu populaciju.

Turbofolk je svojevrsni društveni fenomen koji utječe na brojne aspekte života; ponašanje, izgled, rodna očekivanja, te je najizraženiji u domeni glazbe iz koje se i razvio. U domeni glazbe na najvećem su se udaru našle žene koje su u turbofolk pjesmama nerijetko prikazane kao pasivne i inferiorne u odnosu na muškarce koji su prikazani kao aktivni i superiorni. Izgled žene je vrlo često opjevan na izrazito vulgaran način, a tekstovi uglavnom govore o ženama nakon prekida romanse prikazujući ih kao ranjene i patnice. Vrsta glazbe koja se obrađuje u ovom radu nerijetko ponižava žene i slavi rodne stereotipe, dok istovremeno uzdiže muškarce koji su u većini slučajeva prikazani kao superiorni. Prevlast patrijarhata uviđam iz Cvitanovićeve djela u kojemu tvrdi kako se žena na prostoru Balkana definira u odnosu na muškarca te kako je on njena potreba ili neprijatelj kojeg treba pokoriti svojom ljepotom. (Cvitanović, 2009: 328.). Iako Cvitanović govori o prostoru Balkana i pitanju produkcije stereotipa u tekstovima popularne glazbe iz bivše SFRJ u tekstu se dotiče i tipičnog primitivnog, agresivnog „muškog“ Balkana koji mi je ukazao na patrijarhalnost navedenog prostora koji u radu pokušavam povezati s konstrukcijom ženskog identiteta. Stvarnost i gotovo sve opjevano i prikazano u glazbenim spotovima isprepletено je; odraz je društva te ono što je vidljivo u stvarnome svijetu vidljivo je u video spotovima i obrnuto, odnosno turbofolk je žanr koji pokušava biti realističan. Kao široko rasprostranjen fenomen, turbofolk utječe na internalizaciju rodniх stereotipa i rodniх očekivanja pa samim time utječe na ženski izgled, ponašanje i njihov položaj u društvu. Motivacija za pisanje završnog rada na ovu temu pojavila se na drugoj godini studija nakon odslušanog kolegija „Rodni i spolni identiteti“ gdje su se obrađivale brojne teme iz rodne teorije koje sam htjela primijeniti u završnom radu. Također, „*The concept of turbofolk in Croatia: inclusion/exclusion in the construction of national musical identity*“ Catherine Baker, „*Smrtonosni sjaj*“ Ivane Kronje te „*Women, nation and turbo-folk in post-Yugoslav Serbia*“ Marije Grujić, radovi su koji su mi dali dobar poticaj za obrađivanje teme te su poslužili kao ishodišna literatura za pisanje završnog rada. Konstrukciju ženskog identiteta sam odlučila promatrati u okviru turbofolka upravo radi njegova utjecaja na većinom mlađu populaciju kojoj i sama pripadam. Ovaj će završni rad pobliže prikazati društvo i kontekst nastanka turbofolka te analizirati glazbene tekstove i spotove s fokusom na žene i na prikaz konstrukcije njihova identiteta. Kako bih ustanovila, opisala te kritički promislila neke od uzoraka identitetskog

kreiranja u odnosu na rodnoteorijske postavke analizirala sam tekstove pjesama i njihove video spotove.



## 2. METODOLOGIJA

Kako bih ispitala hipotezu da konstrukcija ženskog identiteta počiva na konzervativnim i heteronormativnim društvenim i kulturnim obrascima u kojima su muškarci na vrhu koristila sam se stručnom literaturom, diplomskim radovima i web stranicama koji obrađuju tematiku žena u turbofolku. U pronađenoj se literaturi turbofolk obrađuje iz dvije perspektive; one glazbene i iz perspektive društveno-humanističkih znanosti. Završnom radu pristupam iz perspektive kulturalnih studija i koristit ću se sadržajnom analizom teksta te kritičkom analizom vizualnog materijala; odnosno promotrit ću kako se sadržaj kreira kroz jezik. Moje su analize usmjerene na ženski identitet te one obuhvaćaju sadržajnu analizu tekstova pjesama i vizualnu analizu video spotova koji prate turbofolk glazbu. Tekstove pjesama koje obrađujem birala sam prema tematici koju obrađuju; žene, ženski identitet i njegova konstrukcija. Obrađivala sam tekstove tri turbofolk pjevačice te izvođača koji miješa elemente trapa i turbofolka. Ceca Ražnatović s pjesmom „*Ličiš na moga oca*“ ima 1,7 mil. YouTube pregleda; pjesma Jelene Karleuše „*Žene vole dijamante*“ broji 10 mil. pregleda, „*Svi tvoji milioni*“ Seke Aleksić broje 16 mil. YouTube pregleda, dok Buba Corelli s pjesmom „*Sporije*“ ima čak 35 mil. pregleda). Tekstovi pjesama koje analiziram nisu nasumično odabrani, naime sve se navedene pjesme tematski tiču ženskog identiteta na način koji je za obradu moje teme relevantan. Izvođačica Ceca Ražnatović u pjesmi „*Ličiš na moga oca*“ progovara o grubosti muškarca prema ženi te o odrazu tradicionalnih rodnih uloga i očekivanja, dok Jelena Karleuša u „*Žene vole dijamante*“ i Seka Aleksić u „*Svi tvoji milioni*“ govore o ženama koje temeljem svog izgleda manipuliraju muškarcima te od njih dobivaju ono za njih najvažnije; financijsku stabilnost. Kao primjer pjesme koja fetišizira žene koristila sam pjesmu „*Sporije*“ bosanskohercegovačkog trepera Bube Corellia koji u pjesmama ima i elemente turbofolka. On je jedan od izvođača novog glazbenog trenda koji objedinjuje hip hop i folk. (Anon, 2021: Nacional). Što se tiče videospotova analizirat ću dva video spota Tee Tairović; jedan s početka njene karijere „*Meni odgovara*“ koji broji 5 milijuna pregleda, te jedan od novijih „*Na jednu noć*“ s 58 milijuna YouTube pregleda. Promatrat ću promjene imidža tijela pjevačice koji se mijenja s godinama, odnosno povećanjem njene slave i bogaćenjem. Također, analizom tekstova pjesama i video spotova pokušat ću ukazati na rodne stereotipe koji su postali uvriježeni unutar turbofolk kulture, a načelno se odnose na položaj žena, očekivanja i uloge koje im se pripisuju.

### 3. RODNI STEREOTIPI

Rodni se stereotipi definiraju kao unaprijed stvorene ideje kojima se ženama i muškarcima proizvoljno dodjeljuju karakteristike i uloge determinirane i limitirane njihovim spolom (Vijeće Europe 2014:9).

Oni se odnose na pretpostavke koje su široko rasprostranjene i ukorijenjene, a uloge i karakteristike se određuju temeljem spola. Vrlo su često restriktivni; jačaju odnose moći te rodnu nejednakost i diskriminaciju. Obično se povezuju s muževnošću i ženstvenošću te su pretpostavke da su muškarci snažni i racionalni, a žene brižne i emocionalne. Česta su i očekivanja u pogledu karijera; muškarci preuzimaju poslove znanstvenika ili fizičkih radnika dok žene preuzimaju poslove brige. „...Zbog rodni uloga vezanih uz brigu o djeci i domu, žene pokazuju više brižnosti, te su posljedično percipirane brižnijima od muškaraca.“ (Lippa 2005.). Iako se rodne uloge razlikuju od rodni stereotipa jer oni opisuju kakvi muškarci i žene jesu, dok rodne uloge propisuju kakvi bi oni trebali biti. (Fiske, 1993:173-196:). Njihova različitost ne mijenja činjenicu da stvaraju očekivanja koja zajednica smatra potrebnim ispuniti. Kada se pojedinci suprotstave nametnutim rodni normama obično bivaju obeshrabreni i odbačeni od strane mnogih. Rodni stereotipi postavljaju nerealna očekivanja i time vrše pritisak na pojedince kako bi bili podložni rodni normama te se jednom usvojeni rodni stereotipi jako teško mijenjaju.

Tradicionalne rodne uloge i patrijarhalne norme koje su nametnule brojne rodne stereotipe odigrale su veliku ulogu što se tiče reprezentacije žena u turbofolku.

U brojnim se pjesmama žene prikazuju na stereotipne i objektivizirajuće načine. Nije rijetkost prikazivanja žena kao seksualnih objekata ili u inferiornoj poziciji najčešće prema voljenom muškarcu. Tim se putem jačaju rodni stereotipi i dovode do hijerarhijske nejednakosti između muškaraca i žena.

Iako je dosta zabrinjavajuće, važno je napomenuti da turbofolk nije jedini glazbeni žanr koji objektivizira i marginalizira te negativno utječe na ravnopravnost spolova, isto odražavaju brojni glazbeni žanrovi poput rap-a, popa... Turbofolk slavi hiperseksualizaciju žena što može dovesti do stereotipa da se žene svode isključivo na svoj izgled te kako su isključivo objektom muškog pogleda. Patrijarhalne se norme u društvu jačaju prikazivanjem žena kao ranjivih, a muškaraca kao onih dominantnih, kontrola muškaraca nad ženama vidljiva je u brojim tekstovima pjesama te video spotovima. Također materijalizam i površnost vrlo često uzdižu ženin fizički izgled, umanjujući njene druge vrijednosti.

U turbofolku su žene i muškarci stvoreni kao pojedinci koji se nalaze unutar neke zajednice u kojoj vladaju očekivanja danih društvenih normi. (Grujić, 2009:18). Turbofolk najčešće slijedi patrijarhalno konstruirane rodne identitete. Žene svojom ljepotom privlače muškarce i postaju njegov trofej. Iako gotovo uvijek lijepe, žene su prikazane kao krhke i osjećajne kao posljedica boli nanesene od strane voljenog muškarca. Fiske tvrdi kako takvo prikazivanje ženskosti odgovara patrijarhalnom sustavu gdje se ženu promatra kao djevicu/anđela ili kao kurvku/vraga. (Fiske, 1989:103). Žene koje Fiske naziva djevicama/anđelima one su koje su podložne muškarcima dok su one koje se nazivaju sponzoršama smatrane kurvom/vragom. O tom dualizmu više će biti rečeno u dijelu gdje ću analizirati tekstove pjesama.

Željko Mačić za časopis Zarez komentira: „Ženski orkestar iz filma Posao snova čije članice samo glume da sviraju, a zapravo im je jedini posao da budu privlačne, pa i obnažene turbofolk pjevačice koje pjevaju na playback, prava su slika takvog stanja,, (Mačić, 2016; URL).

Ovaj citat je odličan prikaz još jednog uvriježenog rodnog stereotipa; ženin je jedini posao biti lijepa, pa se tako i kod pjevačica više cijeni fizički izgled od samog pjevačkog talenta.

Muškarci su prikazani kao mačo muškarci što je gotovo i jedini prikaz muškaraca po patrijarhalnom modelu; rijetko kada mare za ženske osjećaje i dominantniji su od žena. Najistaknutije odrednice mačo muškaraca su tjelesna snaga, inzistiranje na muževnosti, dominacija nad ženama i primitivnost. (Cvitanović,2009:327). Učestalim i svjesnim ponavljanjem stereotipa ustaljuju se već arhetipske osobnosti koje vežemo uz kategoriju roda. Kada su jednom usvojeni, izrazito su otporni na vanjske utjecaje i promjene.

## 4. TURBOFOLK

Turbofolk je jedan od glazbenih žanrova nastao 1990-ih godina u Republici Srbiji. Turbofolk kao aktualni vid novokomponirane narodne glazbe praćen pojavom dancea dogodio se na prostoru bivše Jugoslavije za vrijeme društveno-ekonomske krize i rata na području bivše Jugoslavije. (Prema: Kronja, 2001:5). Novokomponirana narodna glazba u narodu je poznata kao cajke ili narodnjaci, a pojavljuje se 60-ih godina u državama bivše SFRJ paralelno s rock scenom. (Vidranski, 2017:15)

Baker u „The concept of turbofolk in Croatia: inclusion/exclusion in the construction of national musical identity“ tvrdi kako turbofolk djeluje manje kao konkretna definicija glazbenih pravaca, već više kao konceptualna kategorija koja agregira konotacije banalnosti, tuđine, nasilja i kiča. (Baker, 2007, 1). Upravo se radi navedenog vrlo često osuđuje iz kulturološkog aspekta. Osim glazbenog žanra, on je i kulturni stil i šire gledano pogled na svijet. (Kronja,2001:10).

Karakteristično je da ovaj novi žanr popularniji među mlađom populacijom obzirom da imaju manje znanja o povijesnim događajima tijekom 90-ih godina prošlog stoljeća te nemaju nikakva osobna ratna iskustva. Osim toga, sociolozi Sveučilišta u Zadru proveli su istraživanje među zadarskim srednjoškolcima kako bi otkrili utjecaj turbofolka. Došli su do zaključka da mlađe generacije osjećaju manju averziju prema turbofolku jer se ona u procesu komercijalizacije gotovo pa izgubila. (Marcelić i dr, 2015). Kao žanr, turbofolk je važan dio popularne kulture, iako se uz njega vežu brojne negativne konotacije poput nacionalizma. Turbofolk je puno više od melodije i lakih nota; svoju je omraženost zaslužio puno zamršenijom pričom. Naime, turbofolk se ne odnosi samo na glazbeni žanr, već odašilje ideologiju koja je vladala 90-ih godina i povezana je s vlašću Slobodana Miloševića. Brojne turbofolk pjesme promoviraju Miloševićeve društvene vrijednosti; brzo bogaćenje, nasilne muškarce te seksualizirane i fetišizirane žene. (Baker, 2007:2). Kao karakteristike turbofolka navode se i jake lirske niti „ženskog mazohizma“, „muškog mazohizma“ i kult nasilja. (Kronja, 2000, 90-96).

Sama glazba bez društvenog konteksta ne bi imala velikog utjecaja; publika i njena reakcija je ta koja širi npr. rodne stereotipe. Turbofolk definitivno ne valja promatrati isključivo iz glazbene perspektive, već kao način života koji odašilje brojne kulturne obrasce, o kojima će biti više riječi u nastavku rada. D.Kreho spominje teoretičara književnosti Gérarda Genettea te koristeći njegovu teoriju navodi kako je definicija turbofolka nužno *kondicionalna*, a ne *konstitutivna*: ona se ne temelji na nekom skupu imanentnih žanrovskih i poetičkih odlika, nego na sudu ukusa. U smislu u kojem se o njemu polemizira kao o prihvatljivoj ili neprihvatljivoj

*glazbi*, “turbofolk” naprosto ne postoji; ili, bolje rečeno, on postoji tek kao bauk, utvara, sablast. (Kreho, 2023. URL). Što je popularnost veća to se i obrasci ponašanja i ideologije koje odašilje brže prihvaćaju.

#### 4.1 Nastanak

Kao što je prethodno spomenuto turbofolk kao glazbeni žanr je nastao 90-ih godina prošlog stoljeća oslanjajući se na brojne druge žanrove poput dance glazbe i techna. Kako Kronja navodi povezanost ovog glazbenog žanra s elektroničkom glazbom učinila ga je više privlačnim obzirom da „turbo“ u automobilskom rječniku označava brzinu, neustrašivost i na neki način sudjelovanje u najnovijim trendovima. (Kronja, 2001, 10.). Kao što je rečeno turbofolk se povezuje s ideologijom koja je vladala 90-ih godina prošlog stoljeća te brojne pjesme promoviraju Miloševićeve društvene vrijednosti; brzo bogaćenje, nasilne muškarce i fetišizirane žene. (Baker, 2007:2). Postoje i brojne pretpostavke da je turbofolk dio Miloševićeva režima putem kojeg je ljude činio glupima i lakima za upravljanje prema. Prema Luketiću su državni mediji za vrijeme Miloševićeva režima borili protiv kulturnih sadržaja koji nisu u skladu s režimom, te je turbofolk bilo poželjno mjesto zabave i emocionalnog pražnjenja. (Luketić, 2013:400). Brak Cece Ražnatović, poznate pjevačice s ratnim zločincem i zapovjednikom srpskih paravojnih jedinica, Željkom Ražnatovićem Arkanom utjecao je na povezivanje turbofolka i politike jer je svojim brakom podržala Miloševićev režim, a prema Luketić (2013) smatrana je junakinjom, majkom nacije i patriotkinjom.

Dimitrijević navodi kako estrada i ženski identiteti konstruirani na njoj se ne mogu promatrati kao entitet odvojen i izoliran od šireg društvenog i političkog konteksta. (Dimitrijević, 2009:8). Turbofolk je „preživio“ ratne godine te vlada scenom i danas. “On nije samo srpski fenomen; prisutan je barem na cijelome Balkanu, (kao što vidimo na primjeru kableske TV Balkanika koja pušta turbo folk glazbu proizvedenu u svim balkanskim zemljama, bez iznimke)” (Dimitrijević, 2009: 14). I prije raspada Jugoslavije imao je brojnu publiku, no 90-ih je godina doživio svoj uzlet zahvaljujući medijima. (Kronja, 2001:8). Turbofolku je naziv dao pjevač Rambo Amadeus koji tvrdi da ga nije izmislio, već mu je samo dao ime. Za njega je turbofolk: „Turbo folk je gorenje naroda. Svako pospješivanje tog sagorijevanja je turbo folk. Razbuktavanje najnižih strasti kod homo sapiensa. Muzika je miljenica svih muza, harmonija svih umjetnosti. Turbo folk nije muzika, turbo folk je miljenica masa, kakofonija svih ukusa i mirisa.“ (Amadeus, 2005.). Turbofolk je postojao i prije njegova imenovanja, a za Ramba Amadeusa turbofolk nije samo glazba, već i šira metafora; on je i alkohol, hipermarketi, TV-

serije, kladionice itd. (Cvitanović,2009:326). Iz navedenog zaključujem da turbofolk kao kulturološki fenomen možemo pronaći u najrazličitijim stvarima te da on doista utječe na brojne aspekte života uključujući i konstrukciju ženskog identiteta.

## 4.2 Turbofolk u Hrvatskoj

Iako je posljednjih nekoliko godina jedan od najslušanijih žanrova, na prostorima Republike Hrvatske turbofolk je još uvijek tabu tema. Kako Plantak navodi: „...njegova popularnost je u konstantnom porastu čemu svjedoče koncerti turbofolk izvođača, ali ponajviše broj noćnih klubova u kojima se sluša ovaj žanr kao i slušanost preko digitalnih medija.“ (Plantak,2020:2). Naime tema glazbe koja je nastala na srpskom području dosta je kontroverzna i kompleksna obzirom na situaciju između Hrvatske i Srbije tijekom 1990-ih godina te povezanost nekih od izvođača poput Cece Ražnatović s pročetničkim stajalištima u vrijeme Domovinskog rata. Baker (2007.) tvrdi da je pojam turbofolka 1994. godine naveden u izvješću tjednika Globus, no ipak teško je pronaći točan datum osnutka turbofolka u Hrvatskoj obzirom da za vrijeme rata srpska produkcija nije prolazila u Hrvatskoj. Naime produkcije filmova u kojima su glumili srpski glumci bile su ukinute, a od glazbe se većinom slušala ona domoljubna kojom se izražavala ljubav prema vlastitom narodu i zemlji koja je bila napadnuta i za koju su mnogi životi izgubljeni. Unatoč političkoj situaciji ubrzo nakon završetka rata turbofolk glazba prešla je „granice“ probivši se na hrvatsko tržište. Glazba slične melodije turbofolku se u Hrvatskoj naziva „zabavnom“ ili „narodnom“. Slušanje navedenog glazbenog žanra na prostorima Hrvatske još uvijek nije u potpunosti prihvaćeno i vrlo se često kritizira čak i desetljećima nakon završetka rata između dvije susjedne države. Baker tvrdi kako se folkloriziranje hrvatske glazbe pripisuje Tončiju Huljiću, jednom od najpoznatijih hrvatskih glazbenih producenata. (Baker, 2007:5). Osim Huljića, za koje se navodi da donosi turbofolk u hrvatsku glazbu i Severina, hrvatska predstavica na Eurosongu 2006. s pjesmom „Moja štikla“ prepoznata je kao: „...prvo ozbiljno, javno koketiranje hrvatskih zabavnjaka s turbofolkom.“ (Luketić, 2013:421). Turbofolk je najveći uzlet na hrvatskoj sceni doživio početkom 2000-ih kada se počinje masovno slušati u klubovima diljem Republike Hrvatske za razliku od kafića u kojima se do tada slušao. Ranije biva povezan s ruralnom sredinom, no ubrzo postaje popularan na urbanom području, a njegova popularnost je iz dana u dan veća. Krolo, jedan od sociologa koji je proveo istraživanje na Sveučilištu u Zadru, izjavio je kako se popularnost turbofolka u Hrvatskoj treba povezati s politikom i ideologijama te kako turbofolk odgovara tradicionalno konzervativnom svjetonazoru. (Šoštarić, 2018).

### **4.3 Bivša SFRJ kao patrijarhalno društvo?**

Utjecaj turbofolka najviše se osjeti na prostorima bivše Jugoslavije, a prema Kodrnjinom istraživanju iz 2002. zaključujem kako je hrvatsko društvo još uvijek oblikovano prema patrijarhalnom modelu. U patrijarhalnim se društvima djevojčice i žene oduvijek učilo ponašanju koje je smatrano prigodnim za život u takvom sistemu, a jedna od važnih karakteristika života u takvoj vrsti društva jest i degradacija žena u društvu. Navedene karakteristike imaju veliku ulogu u održavanju rodnih nejednakosti.

Patrijarhat se u hrvatskoj enciklopediji definira kao: „Oblik društvene organizacije koju obilježava institucionalizirana dominacija muškaraca izražena kroz društvenu praksu i odgovarajuće društvene ideologije; sustav u kojem muškarci imaju primarnu kontrolu nad društvenim, političko-ekonomskim i kulturnim institucijama“ (Hrvatska enciklopedija). Na balkanskom području patrijarhalne norme imaju dugu i bogatu povijesnu podlogu pod utjecajem kulturnih i vjerskih određenja. To iščitavam iz istraživanja Jasenke Kodrnje koja 2000. godine anketom“ Patrijarhalnost u hrvatskoj obitelji: briga ili dominacija“ ispitala patrijarhalnost na temelju stavova i ponašanja sudionika u anketi. Velika većina njih štuje dominaciju muškarca i ponaša se u skladu s time. Navedene odrednice propisuju uloge i očekivanja koje muškarci, ali i žene trebaju ispuniti. (Kodrnja 2000) Muškarci su najčešće ti koji su „glava obitelji“, oni ju prehranjuju i štite te samim time imaju ulogu u donošenju odluka vezanih uz kućanstvo i sudjelovanje u javnom životu. Ženama je dodijeljena uloga kućanice i skrbi, a njihovo je javno djelovanje dugi niz godina bilo ograničeno patrijarhalnim modelom. Turbofolk kultura nerijetko neguje patrijarhalni sistem što ću isčitati iz samih tekstova pjesama.

### **4.4 Zabrane i kritike**

Tzv. „Folk-revija“ najveća turbofolk manifestacija na ovim prostorima planirana je u ožujku 2007. godine u prostoru Zagrebačkog Velesajma. Naime, na „reviji“ je trebalo nastupiti nekoliko desetaka turbofolk izvođača pred očekivanih nekoliko tisuća gledatelja. Manifestacija se nije održala iz nepoznatih razloga, a organizator je izjavio kako su upravo prijetnje smrću pjevačima koji su trebali nastupati jedan od razloga. (Anon. 2007, Jutarnji.). Iako se to dogodilo prije šesnaest godina ni danas nisu rijetkost zabrane koncerata. Najnoviji slučaj se održao u Puli u ožujku 2023. godine kada je pulski gradonačelnik zabranio ovakvu vrste zabave. Naveo je

sljedeće: „u javnom prostoru grada Pule i u objektima kojima upravlja Grad koncerti ovakve vrste neće održavati". "Mislim da ovaj glazbeni izričaj ne pripada našem podneblju, duhu i mentalitetu grada“. (B.R./Hina. 2023. URL.).Turbofolk se ne osuđuje samo u Hrvatskoj, na meti kritika je još od Jugoslavije. Naime, često se osuđuje zbog tekstova i glazbu loše kvalitete, nacionalizam, pobuđivanje niskih strasti, omalovažavanje, nasilje i promoviranje krivih društvenih vrijednosti. Također Kronja navodi kako svatko tko ima novaca može snimiti pjesmu, obzirom da se većina njih pjeva na play-back stoga pjevački talent nije presudan. (Kronja, 2001:34). Ove se godine u Srbiji prosvjedovalo i za ukidanje frekvencija njihovim najpoznatijim TV kućama zahvaljujući kojima se turbofolk 90-ih proširio na tržište. Ove su komercijalne televizije optužene za nasilje u društvu i promoviranje krivih vrijednosti koje često uviđamo u turbofolk kulturi. (Hina, 2023, URL).



## 5. TEKSTOVI

Većina tekstova turbofolka bave se muško-ženskim emotivnim odnosima (Gotthardi Pavlovsky, 2014:242). Što se tiče rodnih odnosa u tekstovima turbofolk pjesama Grujić navodi kako rodna problematika nije samo plod imaginacije izvođača, već i društveni kontekst obzirom da se u obzir uzima publika i njena reakcija na izvođača. (Grujić, 2009:16). Tekstovi su od iznimne važnosti jer “kad je riječ o sociologiji popularne kulture, stvar počinje tekstualnom analizom” (Duda, 2006:99).

Neravnopravnost spolova vidljiva je u tekstovima turbofolk pjesama prikazujući klasične stereotipe tipičnog muškarca i žene u patrijarhalnom svijetu. Žene su te koje su u najvećem broju slučajeva ostavljene ili prevarene iz čega uviđamo da je i putem pjesama iščitavamo rodne stereotipe odnosno norme koje su društveno uvriježene. Naime žene se prikazuju kao osjećajne, ranjive i povrijeđene nakon prekida ljubavnog odnosa, a njihova ovisnost o muškarcu još je jedan od odraza tipičnog odnosa muškarca i žene.

Kako Marino Cvitanović naglašava negativne odrednice za muškarce su uzrokovane njegovim pretjeranim mačizmom. (Cvitanović, 2009, 328. ) Muškarce uviđamo kao metaforu za divlji Balkan i njegove odrednice. Naime muškarci u tekstovima turbofolk pjesama vrlo su često nasilni, imaju ratničke osobine, dominiraju nad ženama i svojim obiteljima. Gleda ih se kao stup društva i obitelji dok su im istovremeno sve stvari podređene. Poveznice muškarčeve dominacije nad ženama mogu povezati s našim društvom u kojem su te norme općeprihvaćene.

### 5.1 Analiza tekstova

U ovom dijelu rada analizirat ću tekstove ranije spomenutih pjesama koji su povezani s konstrukcijom ženskog identiteta.

#### 5.1.1 Patnica

Pjesma „*Ličiš na moga oca*“ Svetlane Cece Ražnatović izvanredno pokazuje odnose moći muškaraca i žena te je klasičan primjer patrijarhalnog sistema. Žena je svoj smisao pronašla u obožavanju muškarca iako je on odbija i zadaje joj bol. Djevojci iz pjesme njen voljeni radi isto što je i njen otac radio njenoj majci. Muškarac je taj koji se noćima opija i zbog toga se nervozno i grubo ponaša prema svojoj partnerici. Tipično muško ponašanje koje je opće prihvaćeno na

Balkanu; muško opijanje, okupacija kockom, društvom, drugim ženama i mnogim brojnim ispraznim stvarima prikazano je i u tekstu ove pjesme:

Ličiš na moga oca  
Isto je mojoj majci  
Užasne stvari radio.  
Rukama golim njenom  
Nevino mlado srce  
Iz grudi na živo vadio.

Žena o kojoj je riječ u tekstu doživljava iste ove stvari po drugi put u svome životu; ovaj put na vlastitoj koži, u mladosti je samo bila svjedok istome ponašanju što ne znači da na nju to isto nije ostavilo traga. Žena obično biva kriva za probleme koje ona nije uzrokovala kao što su kocka, društvo itd. te zbog toga biva uzeta na zub obzirom da se prema njoj partner može ponašati kako on to želi jer bi ona napravila sve za voljenog muškarca. Iz teksta uviđamo da se muško ponašanje nije promijenilo ni generacijama nakon. Muškarčeva se dominantnost smatra u potpunosti prirodnom te da je drugačije bilo bi neobično. Žena je predana muškarcu, a njeno se prihvaćanje sudbine uviđa u stihovima:

Eh da je bilo pravde andjela Boga  
Pa da je malo još poživela  
Pa da mi kaže sto sam sudbinu njenu doživela.

Ličiš na moga oca  
Noćima baneš pijan  
Nenosan, nervozan i grub.  
Zbog neke druge žene,  
Kafane, društva, novca  
Mene uzimaš na zub.

Žena iz teksta ove pjesme nasljeđuje patnju svoje majke. Opisuje se ono što je već generacijama na ovom prostoru smatrano normalnim tijekom ljubavnog odnosa; uzimajući u obzir tradicionalnu ulogu muškaraca i žena. Iz teksta možemo pretpostaviti da je ženina majka preminula možda i zbog posljedica partnerova ponašanja. Njena kćer zaziva Boga i priželjkuje

da je majka još malo duže poživjela iako bi je vrlo vjerojatno prekorila radi njihovih identičnih sudbina.

Muški je rod u navedenoj pjesmi prikazan kao okrutan i grub prema ženama što opet odražava tipičan rodni stereotip. Djevojka se u više navrata upita je li i Bog koji je vladar Carstva Nebeskog okrutan i grub kao i muškarci koji hodaju Zemljom?

Zar i Bog sto nebom hoda  
Vladar Carstva Nebeskog  
Zar i on je muškog roda, okrutnog?

Ličiš na moga oca  
Na sceni mog detinstva  
Najlepšeg crnog labuda.  
Zbog kog se svetla gase,  
Zavesa nade pada  
Iz prošlosti nemam nikuda

Žena iz pjesme svog partnera uspoređuje sa svojim ocem koji je njenoj majci činio isto što i njoj njen partner čini. Oca povezuje s negativnim stvarima opisujući ga kao čovjeka zbog kojeg se gase svjetla i zbog kojega nema više nade. Pjesma opisuje krug nasilja koji traje godinama i koji se prenosi generacijski.

### 5.1.2 Barbika

U tekstovima pjesama muških pjevača uz opisivanje neuspjele ljubavi vrlo je često opisan i ženski izgled. Žensko se tijelo fetišizira; ono je izloženo muškom pogledu i pruža mu zadovoljstvo. Njeno tijelo je slika savršene žene te ispunjenje muških želja i fetiša. Navedene karakteristike dijeli i pjesma „*Sporije*“ izvođača Bube Corellia.

Ti mi daješ ono što mi fali  
Svi bi tvoje tijelo rado opipali  
Zbog tebe bi mangupi i mnogi robijali

Zbog tebe su se noćima momci opijali

Žena o kojoj se govori muškarcu pruža ono što mu fali, a to nešto je pretpostavljam seksualne prirodne obzirom da bi njeno lijepo tijelo opipali brojni muškarci kojima nebi bio problem radi njenog tijela opiti se pa čak ni završiti u zatvoru.

A ona, ona budi zlo u meni  
I, i igrala bi se ljubomore  
Naveče me zove da mi kaže kako plače  
i da ostanemo drugovi to bolje je za oboje

Ona u muškarcu budi zlo i voli ga praviti ljubomornim. Također uviđam kako je njihov odnos rastužuje te kako bi bilo bolje da ostanu samo prijatelji.

A mala se zaljubila aaaa  
Njen me pogled ubija  
Ne mogu da je se nagledam  
izgleda mi ko barbika sa tim silikonskim grudima

Pjevač napominje kako je se ne može nagledati koliko je lijepa, čak mu nalikuje na lutku Barbie koja je već desetljećima ideal kada se govori o ženskom fizičkom izgledu. Grudi su u ovom slučaju dio tijela koji je posebno istaknut; radi se o onim silikonskim o kojima brojne žene žude obzirom da je taj izgled poželjan kod muške populacije.

A ja u klubu bacam pare  
One padaju po tebi  
Ti ne moraš da radiš za njih  
samo izgledaj dobro na kameri  
Miješa alkohol i koku da zaboravi na bolove  
na bolove, na bolove

Iz stihova iščitavam kako nije potrebno da žena radi, ona samo treba izgledati dobro na kameri ispunjavajući muške fetiše. No kako bi „preživjela“ navedenu objektivizaciju i fetišizaciju nužno je da konzumira alkohol i drogu.

U zrak digne duplu votku pa štiklama lomi stolove,  
lomi stolove, mala lomi stolove, lomi stolove

Kad u klubu pare lete ona igra sporije,  
mala igra sporije, ona igra sporije  
Kad u klubu pare lete ona igra sporije,  
mala igra sporije, ona igra sporije

Ahaa, noćas gubi se kontrola  
pod velikom dozom, nekog jakog alkohola  
Mamurna po stanu hoda polugola,  
na oči jedva gleda dok sjeda u kola

Moguće je da pjesma govori o ženi čiji je posao plesačice u striptiz klubu čime je njeno tijelo izloženo muškom pogledu te samim time biva i fetišizirano. To zaključujem iz dijela koji govori da izvođač po njoj baca novce. Konzumacijom velike količine alkohola žena biva odvedena u muškarčev stan vjerojatno ispunjavajući njegove seksualne fantazije, te nakon toga mamurna izlazi iz njegovog stana.

Žena je u ovoj pjesmi prikazana kao seksualni objekt; naglašava se fizički izgled, njena zavodljivost i zadovoljavanje muških fantazija.

Muški pjevači imaju široki raspon tema o kojima progovaraju u svojim pjesmama: ljubav prema voljenoj ženi, ljubav prema domovini, politika, slavljenje života, pjevanje o muškom identitetu itd. Kada su u pitanju pjesme o ženama one variraju od onih pozitivnih do onih negativnih. Kada je riječ o onim pozitivnim, muškarci se dive njihovoj ljepoti i svim kvalitetama koje one posjeduju, oni voljenu ženu vole svim srcem i njeni su zaštitnici.

S druge se strane nalaze one pjesme koje objektiviziraju i seksualiziraju žene. Ti negativni prikazi žena utječu na zadržavanje već uvriježenih rodni stereotipa i na marginalizaciji žena u društvu.

Mnoge pjesme muških izvođača dodatno podupiru već postojeće tradicionalne balkanske stereotipe u kojima je žena ta koja je podređena muškarcu. Iako je ovdje riječ o muškarcima i

pjevačice su te koje kroz tekstove svojih pjesama žene prikazuju sukladno uvriježenim rodnim stereotipima. Nadalje, iz analize uviđam da žene ponekad ni same ne uviđaju svoj položaj u društvu, već idu „ruku pod ruku“ s patrijarhalnim sistemom koji dodatno utvrđuju rodna očekivanja i rodne uloge. Kultura i kulturni fenomeni su ti koji se miješaju u naš život, pa nam se i položaj žena koji nije na istoj razini kao položaj muškaraca može činiti uobičajenim i ispravnim. Posebno se u tom kontekstu ističe fenomen tzv. sponzoruše.

## 5.2 Sponzoruše

Iako su vrlo često prikazivane kao ranjive i inferiorne, žene su otkrile način kako da okrenu stvari u svoju korist, odnosno da zadobiju financijsku stabilnost i moć koje se smatraju najvažnijom društvenom vrijednosti.. Naime, svojim su izgledom, odnosno ljepotom mogle ostvariti svoje ciljeve i izboriti bolji položaj u društvu. Nakon Lepe Brene pojam sponzoruše postao je jedno od ključnih mjesta turbofolka, naime iako je Brena smatrana zavodnicom nikada se nije dovodilo u pitanje povezanost s muškom financijskom situacijom. (Jelača, 2016. URL) Sponzoruše su specifičan fenomen pri kojem žene svojom seksualnošću manipuliraju muškarce s ključnim pozicijama u društvu s ciljem da sebi omoguće što lagodniji život. Grujić tvrdi: „Jedna od osnovnih medijskih karakteristika ove scene je dominacija pevačica i proizvodnja njihovih izrazito seksualizovanih imidža, pri čemu se reprezentovanje ženskih identiteta, kako u okviru samih scenskih nastupa, tako i u propratnom medijskom predstavljanju ovih zvezda, najviše oblikuje u skladu sa modelom ponašanja sponzoruša, devojaka koje teže da erotski komuniciraju samo sa muškarcima koji poseduju veliki novac i uticaj. (Grujić,2013: 86.) Iako neki na sponzoruše gledaju kao svođenje žene na ono seksualno samo iz materijalne koristi, Jelača smatra kako su one vrlo inteligentne koje svojim položajem negativno utječu na patrijarhat.“ ( Jelača, 2015:42). Može se činiti kako su muškarci jedini koji posjeduju političku i ekonomsku pomoć; no žene su tu napravile preokret preispitujući podjelu društvene moći. Njihova se ljubav i briga više ne uzima zdravo za gotovo; one postaju svjesne svog izgleda i svjesne su da njihova treba biti plaćena kako bi ih muškarci pripisali svojim. Žena je sada zavodnica, njen osnovni adut jest njena ljepota kojom od muškaraca dobije što poželi. U svoju ljepotu treba ulagati kako bi ostala izazovna i ugodna muškom oku. Iako je ona uvijek privlačna ponekad se u pozadini krije teška životna priča skrivena fizičkim izgledom. Jelača sponzoruše gleda kao kulturološku figuru jer navodi: „eksploatira ideal ženskosti zarad materijalne dobiti, a ne ljubavi, te time, kroz kontradiktornost, predstavlja prijetnju patrijarhalnom diskursu o

ženama koje prije svega traže ljubav i romansu, te patrijarhalnoj postavci po kojoj ženski libido treba biti podređen muškom, a ne biti prijetnja istome“ (Jelača, 2016, URL.) Žene umjesto ljubavi potražuju financijsku sigurnost pri čemu predstavljaju prijetnju patrijarhalnom društvu uzrokujući rušenje tradicionalnih očekivanja. Prema patrijarhalnim diskursima sponzoruše su društveno neprihvatljive. Jelača navodi:“ U takovim osudama se brišu subverzivni aspekti sponzoruše kao društveno liminalne figure koja ukazuje na duple standarde patrijarhata: žena treba biti poželjna i zavodljiva samo u onoj mjeri u kojoj ne prijeti muškoj (nad)moći nego joj podilazi.“ (Jelača, 2016, URL. ).

Pojam sponzoruše vrlo je često opjevan upravo iz ženske perspektive stoga u nastavku slijedi primjer:

Nije da ne volim da se ljubim  
I da se malo zaljubim  
Nežne stvari u mraku da radim  
Al' mi brzo dosadi najviše volim dijamante  
To su mi najbolji drugovi  
Devojke vole dijamante, samo su oni večiti  
Oni su čisti i uvek isti, nikada žene ne lažu  
Oni su vredni, oni su verni  
Nikad im zbogom ne kažu

Nije da nisi lep nije da nisi jak  
Al' svako ima svoj afrodisijak  
Nije da nisi lep nije da nisi jak  
Al' svako ima svoj afrodisijak

Nije da ne volim dobar šampanjac  
Da me ponekad rashladi  
Al' već posle treće čaše i taj mi ukus dosadi  
Najviše volim dijamante  
To su mi najbolji drugovi  
Devojke vole dijamante, samo su oni večiti.

- Jelena Karleuša, „Žene vole dijamante“

Američka glumica i seks simbol 50-ih, Marilyn Monroe već je 1953. godine prošlog pjevala o dijamantima kao najboljim ženinim prijateljima. Kako je ona smatrana jednom od najseksipilnijih žena svih vremena, ona je svojim izgledom zaslužila dijamante odnosno oni su bili njena cijena. Jelena Karleuša iako nije prva također progovara o dijamantima kao svojim najboljim prijateljima koji joj nikada ne dosade za razliku od zaljubljenosti. Dijamanti su kao opreka muškarcima vječni, a njihova vječnost simbolizira i neograničenu financijsku sigurnost. Karleuši su dijamanti važniji od romanse i seksualnog zadovoljstva. Bolji su joj afrodizijak od muškaraca, odnosno dijamanti kao simbol vječnosti i financijske sigurnosti koja za nju inicira seksualni nagon. Jelena Karleuša pjeva kako voli i šampanjac i muškarce no sve joj to brzo dosadi. Jedino su dijamanti vječni, jer ona ovdje priča o ženi-sponzoruši kojoj je u cilju da zaradi. Njoj nije u cilju zaljubiti se ili postati nečija supruga, u cilju je umjesto tradicionalne ljubavi financijska osiguranost. Ona kao vlasnica svoga tijela njime može raditi što god poželi, a ona samo želi naknadu na koju se procjenjuje njen izgled. Svojim izgledom koji je njen najjači adut ona napada muškarca tamo gdje je njegov maskulinitet najjači; financije/dijamanti. Napad na maskulinitet povezujem i s napadom na patrijarhat jer se „udara“ tamo gdje su muškarci najmoćniji s ciljem da se poljuljaju tradicionalne vrijednosti i uspostavi novi društveni poredak.



## 6. TIJELO PJEVAČICA

Turbofolk se uglavnom označavao kao dio Miloševićeva sistema, dok je oporba tom sistemu zauzela poziciju visoke kulture. Gordy tvrdi kako su beogradski rock and roll glazbenici odmah odbacili turbofolk te kako su slijedili građansku elitu. Tom su scenom u Jugoslaviji uglavnom vladali muškarci koji su zadobili položaj visoke kulture. Podjela kulture odrazila se i na području roda; ženska je kultura ona masovna, dok je visoka ona muška. Žensko je za građanstvo bilo ono drugo te su glavni neprijatelj građanske Srbije bile folk pjevačice. (Dimitrijević, 2009:12).

Tijelo; ono što jedemo, kako se odijevamo te dnevni rituali brige o tijelu medij su kulture. (Bordo,1993:165). Tijelo se može promatrati kao metafora kulture i ono može biti nositelj kulturološkog značenja koje je važno pravilno isčitati za njegovo razumijevanje. Ono nosi poruke i glavna obilježja kulture u kojoj je zastupljeno. Iz njega iščitavamo kako se pripadnici te kulture odijevaju, što je preferiraju odijevati, kakve detalje vole, koja je njihova prehrana... Iako se tekstu pjesme može pristupiti kao literarnoj formi, takav pristup zanemaruje činjenicu da su pjevači ujedno i izvođači koji vlastito tijelo koriste kao svojevrsni instrument, materijal vlastite umjetnosti (Firth, 1996:204).

Olga Dimitrijević ističe kako se upravo iz tijela pjevačice mogu iščitati brojne promjene u društvu nastale početkom 2000-ih. nakon pada Miloševićeve vlasti. (Dimitrijević, 2006:6). U svome tekstu „The body of a female folk singer: constructions of national identities in Serbia after 2000“ navodi kako kada se govori o ženskom tijelu postoje dvije vrste mišljenja. Naime prvi smatraju da žene svojom pojavom opuštaju muškarce pobuđujući u njima kafanske emocije, dok oni drugi govore o emancipacijskoj ulozi žene odnosno o njenom doprinosu povezivanja Srbije s ostatkom svijeta. (Dimitrijević, 2006:6). Žene se oduvijek poistovjećivalo s njihovim tijelom čiji izgled mora biti u skladu s idealima ljepote koji se mijenjaju izuzetnom brzinom. Ubrzani trendovi ljepote dovode do objektivizacije ženskog tijela što rezultira otuđenjem i stereotipima. Tijelo pjevačica mjesto je gdje se isprepliću klasa i seksualnost, a također je i mjesto sputavanja tradicionalnih i dominantnih društvenih vrijednosti i uvjerenja.

### 6.1 Izgled pjevačica

U medijima dominiraju pjevačice te proizvodnja njihovih seksualiziranih stilova koji se oblikuju po modelu ponašanja sponzoruša koje su poznate po korištenju muškaraca visokog položaja u društvu temeljem njene ljepote. Sukladno tome Grujić navodi: „Jedna od osnovnih

medijskih karakteristika ove scene je dominacija pevačica i proizvodnja njihovih izrazito seksualizovanih imidža, pri čemu se reprezentovanje ženskih identiteta, kako u okviru samih scenskih nastupa, tako i u propratnom medijskom predstavljanju ovih zvezda, najviše oblikuje u skladu sa modelom ponašanja sponzoruša, devojaka koje teže da erotski komuniciraju samo sa muškarcima koji poseduju veliki novac i uticaj.“ (Grujić,2013, 86.). U medijima je upravo ovaj model ponašanja najpoželjniji pri postanku uspješne žene te su pri tome su muško-ženski odnosi jasno definirani. Kako bi se kriteriji turbofolk kulture zadovoljili, pjevačice počinju nalikovati jedna na drugu, a njihov se izgled najčešće manifestira seksipilom s prenaplašenim atributima, ekstravagantnim nastupima i samoreprezentacijom te oskudnom garderobom. Uz pjevačice i njihov fizički izgled gotovo uvijek idu i skupe robne marke kupljene na nekoj luksuznoj lokaciji. Upravo se navedeno često prikazuje u medijima, TV-u, tabloidima i video spotovima čime se pjevačice ističu kao viša klasa čiji je status u društvu vrlo poželjan. Na početku njihove karijere tijela nisu bila podvrgnuta raznim estetskim zahvatima, no što je njihova popularnost veća to su promjene na tijelu vidljivije što pokazuje uzdizanje na društvenoj ljestvici. Kao primjer Dimitrijević navodi glazbeni show *Zvezde Granda* koji je započeo 2004. godine te su se pobjednici kroz niz audicija birali među tisućama kandidata. Dalje opisuje kako se osim dobrog glasa tražilo nemođificirano tijelo pjevačice, no do velikog preokreta došlo je već iduće sezone kada prirodno žensko tijelo više nije „bilo u trendu“.

## 6.2 Medijski prikaz

Pridavanje medijskog prostora turbofolk pjevačicama jedno je od glavnih obilježja turbofolka. Mediji pažljivo konstruiraju poželjne predodžbe o rodnim identitetima i ulogama, a njihov najčešći zajednički produkt je rodna nejednakost. Medijsko prikazivanje jedan je od glavnih procesa proizvodnje unutar neke kulture i prenošenjem poruka utječe na stavove i trendove cjelokupne populacije. Iako mi kao konzumenti medijskog sadržaja vrlo često nismo toga svjesni mediji često na tržište plasiraju stereotipove koji upućuju na diferencijaciju između muškaraca i žena. Različiti mediji uglavnom šalju iste poruke iz čega uviđamo dominaciju određene politike unutar jedne kulture. Medijski prikaz žena svodi se na pojedine dijelove njihova tijela s ciljem zaokupljanja publike. Za razliku od muškaraca ženino se tijelo medijski prikazuje s ciljem prodaje. „Uvriježeno je mišljenje da seks i privlačan izgled prodaju sve, prilikom čega je za reklamnu industriju jedini uspjeh ako reklama privuče pozornost i prodaja proizvod, dok je manje važno je li i sama žena pri tome svedena na potrošni objekt.“ (Lubina, Brkić Klimpak, 2014:214). Mnogi su se bavili medijskom analizom koja uključuje prikaz žena,

a jedna od istaknutijih jest Geye Tuckman koja je svojom detaljnom analizom zaključila kako su žene neadekvatno prikazane. Naime, već 70-ih godina prošlog stoljeća žene su izrazile nezadovoljstvo njihovim prikazom u medijima. One ukoliko ne zadovolje sliku koja se u medijima odašilje okolini, neće se osjećati uspješnim, ostvarenim i općeprihvaćenim u društvu. Medijsko nametanje fizičkog izgleda dovodi do posljedica na svakodnevni život i poštivanje vlastitih vrijednosti; odnosno razlučivanja onih ispravnih naspram savršenog izgleda. Fizički izgled koji je predmet medijskog prikazivanja površan je i vrlo često nedostižan te se iza njega vješto krije samo iluzija uspjeha. Izgled i ponašanje osoba konstantno prikazanih putem medija služi kao „ primjer“ unutar kulture s kojim se konzumenti tog medijskog sadržaja identificiraju, Plantak u svome radu navodi i aktivnu publiku koja dekodira medijske sadržaje, stvaraju značenja i izražavaju preferencije pri njihovom odabiru. (Plantak, 2020:5) Medijski prikazi utječu na publiku već od malih nogu servirajući im poruke o muško-ženskim odnosima te poželjnim odnosima moći. Medijsko predstavljanje utječe na poimanje žena, a sadržaj tog predstavljanja se vrlo često čini nedostižnim. Mediji podupiru idealizaciju izgleda koje je u današnje vrijeme jedno od najvažnijih rodni očekivanja koje se povezuje s moći i boljim društvenim položajem.

### **6.3 Objektivizacija žena u medijima**

Kao što je već spomenuto mediji su povezani s proizvodnjom kulturnih identiteta te je razlika u prikazivanju muškaraca i žena neosporna. Lik žene i njeno tijelo ima ulogu privući pažnju medija i publike. Stereotipna stvarnost koja se prikazuje u medijima utječe na realnost u kojoj se stvaraju muški i ženski identiteti uzimajući u obzir poželjne karakteristike kod spolova. Naglasak se gotovo uvijek stavlja na fizički izgled pri čemu se ističe seksizam i objektivizacija žena. Savršen izgled žena najistaknutije je rodno očekivanje i usko je povezano s financijskom i društvenom moći. Kako su patrijarhat i njegov norme još uvijek prisutne na Balkanu seksualizacija žena vrlo je česta pojava. Njeno se tijelo prikazuje u skladu s muškim željama, a nošenjem određene vrste odjeće ili eksplicitnim scenama žensko tijelo gubi svoju važnost. Postajući objektima kumulativno zarađuju žene koje se objektiviziraju i mediji koji takvim prikazima privlače mase te ih ne zanimaju moguće negativne posljedice; objektiviziranje, rodna očekivanja itd.. Seksizam kao diskriminacija temeljem spola i roda ima negativne i opasne učinke privilegiranjem muškaraca, a degradiranjem žena. Žene se u medijima prikazuje u skladu s njenim položajem u društvu koje je i danas patrijarhalno gdje vladaju muška načela prema kojima se žensko tijelo i prikazuje svodi samo na ono banalno.

## 6.4 Novoizgrađeno tijelo?

Izlaganje ženskog tijela oduvijek je korišten adut u medijima. Kronja navodi: „...izgled i nastup mnogih zvezda turbofolka deluje upravo pornografski.“ (Kronja,2001:35). Sami razvoj turbofolka doveo je do daljnje erotizacije. Kako se medijski svijet razvijao, odnosno kako je došlo do porasta radijskih i televizijskih postaja uslijedila je hiperprodukcija zvijezda turbofolka što je mnoge navelo da igraju na kartu seksipila. Reprerentacija ženskog identiteta odražavale su ono što se događalo na društvenoj i političkoj sceni što je dovelo do stvaranja novih kulturnih paradigmi u svakodnevnom životu. (Grujić,2013:90). Žene teže nedostižnim idealom ženstvenosti koji zahtjeva praćenje sve češće promjene u modi. Kako Bordo tvrdi: „...ženska tijela postaju poslušna tijela-tijela čije su snage i energija naviknute na vanjske regulacije, podvrgavanje, transformacije i „poboljšanje“. (Bordo, 1993:166). Kao društvo sve više postajemo usredotočeni na samoidentificiranje te se sve manje bavimo ostalim društvenim pitanjima. Preokupacija izgledom više je zastupljena kod žena nego kod muškaraca što reflektira tradicionalne rodne odnose. Žene su te koje bi kao odgovor na nametnute standarde svojim izgledom trebale privući muškarce. Krajem 90-ih i početkom 2000.-ih ženinom se izgledu pridodaju silikonske grudi i kirurške/estetske intervencije na licu kako bi se postigao efekt „savršenog izgleda“. (Kronja, 2009:84). Takav se izgled već godinama plasira u medijima, a mlade žene kroz taj prikaz vjeruju u iluziju savršenog izgleda i brzo stečene slave. „Ovo izražava dodatnu težnju turbo-folk žene , povezanu sa njenim narcizmom, da joj se druge žene dive i da joj zavide, kao uspjelom objektu koji se dobro prodao.“ (Kronja, 2009: 84). Muškarci cijene žene koje se kreću u visokim krugovima društva; vezom s moćnim muškarcima ili zahvaljujući atraktivnom izgledu. Izgled turbofolk pjevačica predstavlja vrhunac stila društva u kojima je ova vrsta kulture dominantna. Novoizgrađeni izgled turbofolk pjevačica može se povezati i sa željom za emancipacijom u društvu i rušenjem uspostavljenih društvenih odnosa. Mladi često imitiraju izgled turbofolk zvijezdi, a ulično izdanje mladih najčešće uključuje imitacije skupih robnih marki koje nose pjevačice. Nadovezujući se na navedeno Kronja (2001.) opisuje mlade žene koje žele dostići izgled svojih idola time što nose cipele s debelim potplatima od jeftinijih materijala, jaku šminku koja uključuje istaknute oči, usta iscrtana olovkom te grudnjak koji podiže i ističe njene grudi. Ženske su uloge u turbofolk kulturi dosta ograničene pa ženama ne preostaje ništa drugo nego da prihvate ovaj obrazac odijevanja i ponašanja s ciljem potvrde svoga identiteta.

Kako Kronja (2001.) tvrdi za snimiti pjesmu danas nije potreban zavidan pjevački talent, već samo dovoljno novaca stoga je osim financija jedno od najpoželjnijih obilježja turbofolk

pjevačica njihov je atraktivan izgled. Kako su patrijarhat i njegove norme na Balkanu još uvijek prisutni seksualizacija žena je česta i njeno je tijelo prikazano po volji muškarca. Kako bi se postigao atraktivan izgled pjevačica prilagođen muškom oku česte su razne estetske intervencije za koje je opet potrebna financijska moć. Pjevačice su u svojim spotovima te na svojim nastupima predmet muške žudnje.

Laura Mulvey, britanska feministička filmska teoretičarka koristi koncept muškog pogleda; pozornica na kojoj pjevačice nastupaju je konstruirana tako da fetišizira cijelo žensko tijelo te ono kao takvo biva podvrgnuto muškom pogledu naglašavanjem određenih dijelova njena tijela TV kamerom. (Dimitrijević, 2009: 18). Tipičan je to prikaz patrijarhalnog društva gdje su žene u središtu muškog pogleda kojem se prilagođavaju, fetišizirane su i objektivizirane, a njihov je izgled uglavnom postignut brojnim estetskim zahvatima i plastičnim operacijama.

U tijelo je ugrađena i klasna poruka; viša klasa, više novaca, više zahvata itd. Pjevačice su vrlo često početku karijere imale težak život s ograničenim financijskim stanjem, te je za njih ulaganje u svoj izgled ono što bi se definiralo kao-od trnja do zvijezda. Njihova mogućnost ulaganja u svoj izgled za njih znači ispunjenje želja te novi život koji je u potpunosti drugačiji od onog u kome su odrastale. U početku karijere bile su to djevojke bez ili s vrlo malim brojem estetskih zahvata, no s porastom popularnosti sve se više odmiču od toga. Rekla bih da je ovaj proces začarani krug; veća popularnost dovodi do više novaca koji rezultiraju estetski zahvatima i modificiranjem tijela što opet dovodi do veće medijske izloženosti, popularnosti itd. Smatra se da će im se ulaganje u izgled naposljetku isplatiti te što je njihova platežna moć veća, to je i broj zahvata veći. One sebe proizvode; one su u mogućnosti jer su izgled i slava gotovo uvijek povezani. Zanimljivo je napomenuti da se žene pogotovo one eksponirane u javnom svijetu nerijetko prikazuju kao gotov proizvod. Naime, nakon izvođenja estetskih zahvata na vlastitom tijelu poznate ličnosti uglavnom više ne posjeduju fotografije prije zahvata na društvenim mrežama. Prikazivanjem novog izgleda u medije/ društvene mreže stvara se iluzija savršenog izgleda; ne prikazuje se stvarnost, bol, proces oporavka itd. Mnoge u javnosti izbjegavaju odgovoriti na pitanja vezana uz estetske zahvate smatrajući ih neprimjerenim i neukusnim. Na našim su prostorima estetski zahvati još uvijek tabu tema kojih se mnogi srame iako ih smatraju kartom za uspjeh. Novo izgrađeno tijelo pjevačica njihova je snaga koja sobom nosi i brojna ograničenja. Postavlja se pitanje bi li ona mogla pjevati i bi li bila popularna da ne izgleda kako trendovi nalažu? Cjelovita se izvedba pjevačice može povezati s teorijom performativnosti Judith Butler gdje se rod promatra kao konstantno izveden. (Dimitrijević, 2009:19). Kao primjer navodim Severinu, jednu od najpopularnijih pjevačica na ovim prostorima koja mijenja stilove svoje reprezentacije. Reprezentacija se odnosi na ono što

pjevačice iznose u medije što uključuje i njihove scenske nastupe. Naime, Severinu kao i većinu karakteriziramo uz dobre vokalne sposobnosti, atraktivan izgled i izazovno odijevanje. Njeni su tekstovi pjesama i video spotovi nerijetko eksplicitni poput onog gdje u pjesmi „*Silikoni*“ zajedno sa izvođačicom Sajsi MC govori kako u sebe ulažu kako bi bile lijepe, a tekst prati i eksplicitan spot. Dok s druge strane kada je pjesma posvećena njenom djetetu ona je u spotu prikazana kao čedna žena i tradicionalna majka koja odgovara patrijarhalnom okviru društvenih normi. Uviđam da u nastupima ne postoji konstanta što dovodi do zaključka da je sve što nam se kao konzumentima servira samo reprezentacija naših idola koja se neprestano mijenja. Gotovo da je dinamika mijenjanja društvenih trendova sve brža i mijenja se svakoga dana da svaki dan mnogi vanjski utjecaji utječu na naše ponašanje i praćenje trendova.

## 6.5 Spotovi

Videospotovi kao jedan oblik televizijske forme izvanredno pokazuju stil koji prati fenomen kao što je turbofolk i od iznimne su važnosti kada se govori o koncepciji ženstvenosti; ljepota, nježnost, briga itd.

90-ih godina prošlog stoljeća kada je turbofolk polako zauzimao scenu, vizualno je oblikovanje pjesama nadišlo do tada ograničene video obrasce. Kronja navodi dvojicu autora video spotova koji su doveli do nadilaženja njihovih zastarjelih obrazaca. Autor spotova pod imenom Zli, sredinom 90-ih uveo je brojne inovacije; dinamičnu montažu, dramsku radnju, kombiniranu upotrebu crno-bijele i slike u boji, a Dejan Miličević pažnju posvećuje glamuru izvođača; raskošna odjeća, šminka, frizura itd. (Kronja,2001:61). Zli i Miličević predstavljaju dva osnovna pristupa kada se radi o estetici turbofolka; Zli uvodi rock-ikonografiju; crnu kožu, motore, erotiku, nasilje dok je Miličević okrenut prema hollywoodskom stilu; glamurozna odjeća, besprijekorna šminka i frizura (Kronja,2001:61). Kronja u knjizi „Smrtonosni sjaj“ turbofolk povezuje s kultom oružja i ratničkom kulturom. Ona tvrdi kako u turbofolk spotovima od 1994. do danas u spotovima prevladava ratnički šik; koji se javlja ili samostalno ili u kombinaciji sa novokomponiranim stilom te stilom urbanih potkultura. (Kronja, 2001: 76). Slijedi opis prikaza tri stila koja sačinjavaju turbofolk: 1. filmski elementi spota kao elementi novokomponiranog stila uključuju šarenu tursku garderobu, zlatne naušnice koje su bižuterija, ponekad prevladava stil seoske djevojke dok ponekad prevladava potpuna elegancija. Kod žena prevladava mini-val frizura, a kod muškaraca rep ili poluduga kosa. Kada je riječ o scenografiji također imamo dvije suprotnosti; luksuzne destinacije nasuprot kafanama. Režija je ili izrazito

dinamična s velikim brojem kadrova ili je vrlo jednostavna s malim brojem kadrova. 2. filmski elementi spota kao elementi stila potkultura: rocka, techna itd. Crne kožne jakne i gitare obilježja su rock kulture, dok su uske majice s V-izrezom i naočale za plivanje obilježja techna. Scenografijom se ističu laserski stropovi i futuristički ambijent. Kadrovi se brzo izmjenjuju uz korištenje brojnih vizualnih efekata. 3. filmski elementi spota kao elementi ratničkog šika uključuju vladavinu novih biznismena/kriminalaca. Odjela za muškarce simboliziraju bogatstvo, isto što i glamurozne haljine bez leđa predstavljaju kod žena. Scenografija uključuje skupocjene automobile, luksuzne vile i luksuznu garderobu. Akteri i pjevači u spotovima vrlo često koriste rekvizite pištolja, snopove novaca, bijele paketiće s bijelim prahom koji simboliziraju drogu itd. Ti spotovi pokazuju brzi život, nasilje, laku zaradu i korištenje ilegalnih supstanci. Nasilje koje se vrlo često pojavljuje u tekstovima pjesama praćena vizualnim prikazima ne dovodi do promjene muško ženski odnosa već ono ide u korist muškarcima. Naime, njime se muškarci pozivaju na ispunjenje heteronormativnih uloga koje se smatraju tradicionalnim. Osim navedenog često je prikazan i zaštitar koji čuva pjevače te psi; doberman koji su simbol prestiža, zaštite i moći, prijetnje i agresivnosti. Stil muškaraca i žena unutar 3. stila u skladu je s prethodno prihvaćenim ulogama turbofolka. Žene su prikazane kao objekt i muškarčev trofej. Muškarci su prikazani kao mačo muškarci koji se teško vezuju i koje zanima isključivo zabava s djevojkama atraktivnog izgleda. Takve muškarce zanimaju fatalne žene koje se promatraju kao objekti iz čega se uviđa problematika fetišizacije i tradicionalnih društvenih normi. Naime, i u spotovima su žene nerijetko inferiorne te se nalaze u muškarčevim rukama. Žene su često prikazane kao robinje, one koje se vraćaju voljenom muškarcu unatoč preljubu što upućuje na njihov inferioran položaj u odnosu na muškarce. Sve navedeno pod brojem 3. prevladava u spotovima turbofolka nastalih u posljednjih nekoliko godina. Atraktivnost i erotizam izvođačica i pratećih plesača u spotovima prvenstveno su namijenjeni muškoj publici koja gledanjem ispunjava svoje fantazije.

Rekla bih da spotovi u balkanskoj glazbi doista idu iz krajnosti u krajnost; naime neki prikazuju surovu realnost u kojoj živimo počevši od pejzaža, prikazivanja stvarnih problema s kojima se kao društvo susrećemo dok druga krajnost prikazuje raskoš, glamur, bogatstvo i život na visokoj nozi.

## 6.6. Analiza spotova

Analizom vizualnog sadržaja analizirat ću dva video spota Tee Tairović, mlade turbofolk izvođačice koja je posljednjih godina ostvarila ogroman uspjeh i koja broji milijunske preglede na svakom od objavljenih singlova. Nastojat ću prikazati kako je popularnost utjecala na konstrukciju njena identiteta te kako se imidž njena tijela iz prvog razlikuje od onoga u drugom video spotu. Naime, svoju je karijeru započela u glazbenom showu Zvezde Granda u kojem nije pobijedila, ali se nakon showa njena karijera počela razvijati. U spotu iz 2017. godine s početka njene karijere za pjesmu „*Meni odgovara*“ Tairović je oskudnije obučena te pleše vrlo erotizirani ples. Iako se vidi da je radila na svome izgledu u smislu dobre linije i održavanja prirodne ljepote stvari su se u pogledu njenog izgleda ubrzo promijenile. U video spotu izvođačica se nalazi u nekakvoj vrsti radione/ teretane koja se nalazi u podrumu i koju ispunjava raznovrsni alat; užad, palete, boksačke rukavice, utezi, itd. Navedeni prostor i njegova se oprema obično vezuje uz muškarce. Na maskulinizaciju žene upućuju oružje i municija koju izvođačica nosi u video spotu jer se oružje veže uz ratnike. Prikaz izvođačice u ovom prostoru ukazuje na njenu snagu koja u ovom slučaju proizlazi iz maskulinizacije žene. Žena u ovom spotu dominira nad muškarcem što prati i tekst pjesme prema kojoj njoj odgovara što oni više nisu zajedno i što drugi troše njihova tijela.

U oba spota tematizira se ženska snaga no prikazana je na posve drugačiji način; u prvom je spotu izvođačica maskulinizirana dok je u drugom posve feminizirana. U spotu pjesme „*Na jednu noć*“ ne postoji ništa ratničko, sve je tradicionalna ženstvenost. Ona svom muškarcu biva dopremljena kao robinja u okovima te on pada na koljena opijen njenim atraktivnim plesom i njenom ljepotom. Izgled izvođačice je u oba slučaja atraktivan te su u oba slučaja zavele muškarca. U prvom slučaju ona dominira muškarcem od samog početka, dok ga u drugom slučaju tek opčinjava svojim plesom i ljepotom.





Slika 1. Tea Tairović u spotu pjesme „Meni odgovara“

Izgled, odnosno imidž tijela je u spotu iz 2022. godine za pjesmu „Na jednu noć“ uvelike se razlikuje od onog prvog. Iako je oskudno odijevanje i erotizirani ples ostao, estetski zahvati na njenom licu postaju novost.

Naime njoj kao pjevačici nije cilj ostati djevojka bez estetskih intervencija, njoj je u cilju ostvariti što veću popularnost, a kako bi to ostvarila mora pratiti trendove koji se nameću na tržištu. Mogu reći da je Tairović, kao i mnoge druge izvođačice svoj izgled izvela i to joj je omogućila njena moć da proizvede sebe. Navedeno možemo povezati s prethodnim dijelom teksta u kojemu je bilo riječi o novoizgrađenom tijelu pjevačica. U oba je spota ljepota žene oborila muškarca, a time se vode i brojne zvijezde i žene koje prihvaćaju brojne društvene obrasce konstruiranja njihova izgleda kako bi potencijalno zavele muškarca ili stekle veću medijsku pažnju.



Slika 2. Tea Tairović u spotu „Na jednu noć“

## 7. ZAKLJUČAK

Kako bih ispitala hipotezu o položaju žena, konstrukciji njihova identiteta u turbofolku te mogućim uvriježenim rodnim stereotipima koristila sam se literaturom vezanom uz turbofolk i žene zatim tekstualnom analizom tekstova pjesama te vizualnom analizom video spotova. Turbofolk kao glazbeni žanr nastao je 1990-ih godina u Srbiji, no on je mnogo više od pukog glazbenog žanra. On je kulturološki i/ili sociološki fenomen i možemo smatrati kulturom dominantnom na našem prostoru bivše SFRJ koja utječe na poglede i stavove cjelokupne populacije vrlo često i nesvjesno. Turbofolk se nerijetko osuđuje za lošu kvalitetu, nacionalizam, nasilje i promoviranje krivih društvenih vrijednosti. Turbofolk je najrasprostranjeniji na području Balkana koji je poznat kao prostor u kojem vladaju patrijarhalne norme. Ženin se identitet konstruira na temeljem općeprihvaćeni obrazaca rodnih uloga i očekivanja medijskim prikazivanjem te tekstovima i video spotovima koji učvršćuju već postojeće kulturne obrasce i očekivanja. Već se pri samom nastanku turbofolk oblikovao prema patrijarhalnom, heteronormativnom modelu koji je podržavao hijerarhijski poredak; muškarci na vrhu. Daljnjim razvitkom pojavljuju se elementi poput prenaplašene tjelesnosti, ekonomski uspjeh žena itd. koji pokušavaju narušiti tradicionalni društveni poredak. Konstrukcija ženskog identiteta počiva na konzervativnim i heteronormativnim društvenim i kulturnim obrascima u kojima su muškarci superiorniji, a žene su inferiorne. Ovaj kulturni i/ili sociološki fenomen savršeno odražava rodnu dinamiku društva koja je dominantna. Iako se žene novo stvorenim identitetom žele približiti muškarcima i time utjecati na socijalnu dinamiku društva one ipak kako bi potvrdile svoj ženski identitet moraju prihvatiti već uvriježene kulturne obrasce jer se u kulturi učvršćuju društvene vrijednosti i društveno uređenje diktira konstrukciju ženina identiteta.

## 8. LITERATURA

1. Anon. (2007) *Otkazana zagrebačka folk revija*. Jutarnji.hr (mrežna stranica) Dostupno s: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/otkazana-zagrebacka-folk-revija-2856020> (datum pristupa: 22.07.2023.)
2. Anon.(2021). *NOVI TREND 2019.:Trap cajke:- hip hop uz folk zavladao glazbenim svijetom*. Nacional (mrežna stranica) Dostupno s: <https://www.nacional.hr/novi-trend-2019-trap-cajke-hip-hop-uz-folk-zavladao-glazbenim-svijetom/> (datum pristupa: 06.09.2023.)
3. Antolović N. (2020). *Etika ženskog tijela*. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet.
4. Baker, C. (2007). *The concept of turbofolk in Croatia: inclusion/exclusion in the construction of national musical identity*. In *Nation in formation: inclusion and exclusion in central and eastern Europe*, eds. Catherine Baker, Christopher J Gerry, Barbara Madaj, Liz Mellish and Jana Nahodilová, 139-58. London: SSEES Publications.
5. Balsamo, A. (1996). *Technologies of the Gendered Body: Reading Cyborg Women*, Durham: Duke University Press
6. Beauvoir, de Simone (1983). *Drugi pol I-II*. Beogradski izdavačko-grafički zavod, Beograd
7. Biti, M. Grgurić, D: “Seve, ne nagingi se kroz prozor”, Novi Kamov, 4/2009, str. 86-113
8. Blagojević, M. (2000.) “*Nevidljivo telo i moćna bestelesnost: Mediji u Srbiji u 90-im*”. u: *Žene, slike, izmišljaji*, Branka Arsić, ur., Beograd: Centar za ženske studije, str. 181–202.
9. Bordo S. (1993). *Unbearable body: Feminism, Western Culture and the Body*. 10<sup>th</sup> anniversary ed. Berkeley, Calif. University of California Press, 2003. str 165-184.
10. Brkić-Klimpak I., Lubina T. (2014). *Rodni stereotipi: objektivizacija ženskog lika u medijima*. Pregledni znanstveni rad. Doktorska škola društveno-humanističkih znanosti Sveučilišta u Osijeku.
11. Cvitanović, M. (2009). *Istraživanje identiteta: (Re)konstrukcija balkanskih identiteta kroz popularnu glazbu*. Prirodoslovno-matematički fakultet Sveučilišta u Zagrebu
12. Cvitanović, M. (2009). “*(Re)konstrukcija balkanskih identiteta kroz popularnu glazbu*”, *Migracijske i etničke teme*, 4/2009, str. 317-340
13. Dimitrijević O. (2009). *The body of a female folk singer: constructions of national identities in Serbia after 2000*. *Genero*;časopis za feminističku teoriju i studije kulture. str. 4-51.

14. Duda, D. (2006). " 'Užas je moja furka'. *Socijalistički urbani imaginarij Branimira Štulića.*" U: Čale Feldman, Lana i Prica, Ines (ur.): *Devijacije i promašaji. Etnografija domaćeg socijalizma*, Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb str. 95-120
15. Firth, S. (1996). *Performing rites. On the value of popular music.* Mass-Harvard University Press, Cambridge.
16. Fiske, J. (1989). *Reading the popular*, Routledge, London-New York.
17. Fiske S. (1993.) *What's so special about sex? Gender stereotyping and discrimination*". Claremont Symposium on Applied Social Psychology, Vol 6. Gender issues in contemporary society ur. Stuart Oskamp i Mark Costanzo. str 173-196. Thousand Oask: Sage.
18. Gotthardi Pavlovsky, A. (2014). *Narodnjaci i turbofolk u Hrvatskoj. Zašto ih (ne) volimo?*, Naklada Ljevak, Zagreb .
19. Grujić M (2013). *Turbo-folk u Srbiji i prividna transgestivnost jedne muzičke produkcije. Rezime.* Balkanija str. 86-100.
20. Grujić M. (2009). *Community and the popular: Women, Nation and Turbo-folk in post-Yugoslav Serbia.* Central European University, Department of Gender Studies, Budapest.
21. Hall, S. (2006). *Bilješke uz dekonstruiranje popularnog.* U: Duda, Dean (ur.): *Politika teorije*, Disput, Zagreb. str. 296-310
22. Hina (2023). *MASOVNI PROSVJEDI U SRBIJI-Traži se ukidanje nacionalnih frekvencija televizijama koje šire mržnju i nasilje 'reality' programima.* "Istra24 (mrežna stranica). Dostupno s : <https://www.istra24.hr/svijet/masovni-prosvjedi-u-srbiji-trazi-se-ukidanje-nacionalnih-frekvencija-televizijama-koje-sire-mrznju-i-nasilje-reality-programima> (datum pristupa:17.08.2023).
23. Hoggart, R (2001). *Upotrebe pismenosti i područje kulturalnih studija.* Quorum, 1/2001.
24. Jelača, D. (2015). *Feminine libidinal entrepreneurship: Towards a reparative reading of the sponzoruša in turbo folk.* Feminist Media Studies. str. 32-52
25. Jelača D. (2016). *Što ljubav nema s tim-sponzoruša kao prijetnja patrijarhalnom stvaranju autentične žene.* Zarez. (mrežna stranica) Dostupno s: <http://www.zarez.hr/clanci/sta-ljubav-nema-s-tim> . (pristupljeno 22.07.2023.)
26. Kodrnja J. (2002.) *Patrijarhalnost u hrvatskoj obitelji: briga ili dominacija.* Časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnoga razvoja, Vol. 40, No.1/2, Zagreb. str. 155-180.
27. Kronja, I. (2004). *Turbo Folk and Dance Music in 1990s Serbia: Media, Ideology and the Production of Spectacle,* The Anthropology of East Europe Review. str. 103-114.

28. Kronja I. (2001). *Smrtonosni sjaj: masovna psihologija i estetika turbo-folka 1990-2000*. Digitalno izdanje časopisa TEHNOKRATIJA, Beograd
29. Kreho D. (2023.) „*Turbofolk“ i priča o nama* (mrežna stranica) Kulturpunkt.hr. Dostupno s: <https://kulturpunkt.hr/tema/turbofolk-i-prica-o-nama/> (pristupljeno:15.07.2023)
30. Luketić, K. (2013). *Balkan: od geografije do fantazije*. Algoritam, Zagreb/Mostar, prvo izdanje
31. Mačić Ž. (2016). *Čitanje Lepe Brene: može li atraktivna estradna zvijezda raditi ili pričati o ičem ozbiljnom?* (mrežna stranica) Zarez. Dostupno s: <http://www.zarez.hr/clanci/citanje-lepe-brene> (pristupljeno: 15.07.2023.)
32. Marcelić, Sven, Krolo, Krešimir i Tonković, Željka (2015). „*Turbofolk – od zabranjenog voća do mainstreaama: istraživanje glazbenog ukusa zadarskih srednjoškolaca*“. CASCA
33. Perković, A. (2011). *Sedma republika. Pop kultura u YU raspadu*. Novi Liber-JP Službeni glasnik, Zagreb-Beograd.
34. Plantak T. (2020). *Turbofolk u svakodnevnicima mladih u Hrvatskoj: od margine do mainstreaama*. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti.
35. Rory, A. (2009). „*Paint Me Black and Gold and Put Me in a Frame*“ *Turbofolk and Balkanist Discourse in (post)Yugoslav Cultural Space*. Central European University, Nationalism Studies Programme, Budapest.
36. Ross, A. (1991.) *Poetry and Motion. Madonna and Public Enemy*. ur: Easthope, Anthony i Thompson O., John: *Contemporary Poetry Meets Modern Theory*, Harvester Wheatsheaf, New York. str. 96-107
37. Šošarić, T. (2018) *Dok u Hrvatskoj Bajagu zabranjuju, turbofolk cvijeta*. Al Jazeera Balkans. Dostupno s: <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/dok-u-hrvatskoj-bajaguzabranjuju-turbo-folk-cvijeta> (pristupljeno 23.7.2023).
38. Tportal (2023). *Srbija protiv nasilja: Tisuće ljudi prosvjedovalo ispred provladinog Pinka*. (mrežna stranica) Dostupno s: [https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/tisuce-ljudi-prosvjedovalo-ispred-provladinog-tv-pinka-20230701?meta\\_refresh=1](https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/tisuce-ljudi-prosvjedovalo-ispred-provladinog-tv-pinka-20230701?meta_refresh=1) (pristupljeno:02.07.2023.)
39. Uvod u studije roda: od teorije do angažmana, ur.: Bojanić, S i Miloš, B., Filozofski fakultet u Rijeci, 2019.
40. Valentić M (2015). *Turbofolk između heteronormativnosti i (prividne) subverzije*. (mrežna stranica) Muf. Dostupno s: <https://muf.com.hr/2015/09/04/turbofolk-izmedu-heteronormativnosti-i-prividne-subverzije/#easy-footnote-7>(pristupljeno: 05.07.2023.)

41. Vijeće Europe (2014). Council of Europe Gender Equality Strategy 2014-2017. Dostupno s: <https://rm.coe.int/1680590174>.
42. Willaims, R. (1983.): *Keywords*. A vocabulary of culture and society. Fontana Press, London 1983.
43. Tekst pjesme „Ličiš na moga oca“, Ceca Ražnatović  
<https://www.azlyrics.com/lyrics/ceca/licisnamogaoca.html>
44. Tekst pjesme „Žene vole dijamante“ Jelene Karleuše  
<https://tekstomanija.com/jelena-karleusa-zene-vole-dijamante/>
45. Tekst pjesme „Svi tvoji milioni “ Seke Aleksić  
<https://tekstovi.net/2,76,11134.html>
46. Tekst pjesme „Sporije“ Bube Corellia  
<https://tekstovi.net/2,2729,53037.html>

## 9. POPIS SLIKA

1. Slika 1.: Tea Tairović u spotu pjesme „*Meni odgovara*“
2. Slika 2.: Tea Tairović u spotu „*Na jednu noć*“