



ŽENA, MAJKA, KRALJICA

O regulatornim učincima sreće

**Jelena Kupsjak**

**Odjel za etnologiju i antropologiju, Sveučilište u Zadru**

Kroz analizu reklamnih kampanja za dodatak prehrani koji obećava povratak sreće ovaj članak problematizira regulatorne učinke potrage za srećom u kontekstu tranzicije i popularizacije novih oblika ženskosti u Hrvatskoj. Članak ukazuje na rodne dimenzije “tranzicije” kroz analizu njezinih materijalizacija u kontekstu popularne kulture. S fokusom na orodnjeno mentalno zdravlje, analiza se oslanja prije svega na rad Sare Ahmed o afektivnosti društvenih normi i ideala kao i na rad Lilijane Burcar koji se bavi odnosom kapitalizma i patrijarhata u postjugoslavenskom prostoru.

**Cljučne riječi:** sreća, medikalizacija nezadovoljstva, repatrijarhalizacija, orodnjeno mentalno zdravlje

## Uvod

Ovaj rad problematizira jedan oblik tranzicije kroz analizu specifičnih diskursa sreće unutar popularne kulture i njihovih učinaka specifično za žene. Tranziciju pritom ne tretiram kao samorazumljivi proces koji je moguće jednostavno zahvatiti definicijama iz registra politike, ekonomije, sociologije, pa i antropologije, nego kao efemerni pojam koji je u stalnim susretima i suradnjama s pojmovima kao što su kapitalizam, imperijalizam ili, specifičnije, neoliberalni kapitalizam, ali je i jednako povezan s nacijom, kao i sa socijalizmom. Iako se danas sve češće može čuti da je hrvatska u posttranzicijskom razdoblju,<sup>1</sup> u popularnom se diskursu tranzicija (kao proces) i dalje priziva kako bi objasnila neko društveno stanje ili događaj koji nije dobar – na ovaj ili onaj način, a suptilno istovremeno suflira da je ono što je bilo prije glavni uzrok tom problemu. S druge strane, istovremeno se javljaju nove tranzicije kao što su zelena tranzicija, zdravstvena tranzicija itd. sugerirajući da rad tranzicije nikada nije gotov. Radi se o zapetljanim procesima koje ne pokušavam definirati ili fiksirati, već samo otvoriti.

U posljednjih 30 godina “turbulentno stanje i tektonski rezovi”, kako Lilijana Burcar (2020: 183) opisuje tranziciju, uspješno su degradirali, fragmentirali i rasuli egalitarni socijalni i zdravstveni sustav izgrađen u socijalizmu. Taj je proces povratka kapitalizma na području bivše Jugoslavije Burcar (2020: 13) imenovala repatrijarhalizacijom, a identificira je u oživljavanju i jačanju podjela javnog i privatnog i u ponovnom nicanju konzervativnih ideja o rodu i obitelji koje su rezultat upravljanog

<sup>1</sup> Ekonomsku su tranziciju institucije Svjetske banke i Međunarodnog monetarnog fonda proglasile gotovom, ali tranzicija nikada nije bila samo u ekonomiji niti je time izgubila svoju moć.

uvođenja privatizirane i individualizirane brige za životne potrebe, kao i brige za djecu, starije i nemoćne.

Stoga nije nevažno naglasiti na koji je način u Jugoslaviji reproduktivni rad bio podrijetljen i kolektiviziran, ne samo kroz upisivanje u Ustav već i kroz izgradnju mreže socijalne i zdravstvene skrbi koje su žene oslobodile dijela tog rada – jednaku plaću za isti rad, potpuno plaćen porodiljini i roditeljski dopust s garancijom povratka na isti posao, briga za djecu praćena izgradnjom široke mreže jaslica, vrtića (premda nedovoljnom), škola koje su se prilagođavale smjenama roditelja i u kojima je radio pedagoški obrazovan kadar, kroz organizaciju skrbi za starije i nemoćne, kroz osnivanje radničkih i školskih kuhinja, menzi koje su nudile obroke po pristupačnim cijenama itd. Radilo se o mrežama prava koja možda nisu u potpunosti ostvarena, ali koja većina žena u europskim zemljama koje su ponuđene kao model za težnju tranziciji još uvijek nemaju, niti su u trenutnom biopolitičkom trenutku moguća (Burcar 2020: 159). Institucionalno razgrađivanje patrijarhata koje se odvijalo u socijalizmu ne znači međutim da su drugi patrijarhalni odnosi nestali, ali su modeli socioekonomskog državljanstva za žene, i s tim povezan skup socijalnih prava, omogućili ženama pristup zapošljavanju i obrazovanju, samostalni dohodak i rasterećenje od dijela reproduktivnog rada.

Urušavanje se kroz proces tranzicije odvijalo postepeno prateći ritmove reformi u zdravstvenom i socijalnom sustavu, a koje su ciljale na smanjenje i ograničavanje pretjerano “izdašne” (Puljiz i Zrinščak 2002: 125, 130) ili “darežljive” (Svjetska banka 2000: 315) države u javnom sektoru i fokusirale se na smanjenje financiranja preko polja institucija i naknada, ali i kroz privatizaciju skrbi o djeci i starijima uvođenjem specifičnih politika kojima se žene potiče na dulji i trajniji ostanak kod kuće u, prije svega, brizi za djecu, ali i za starije i nemoćne. Kako navodi pravobraniteljica za ravnopravnost spolova (2016), istraživanje Eurofonda o kvaliteti života<sup>2</sup> u Europskoj uniji iz 2012. godine pokazuje da su u Hrvatskoj žene posebno pogođene tim procesima te da više od jedne četvrtine žena u dobi od 35 do 65 godina skrbi za starije i nemoćne osobe u svojoj obitelji i da se to negativno odrazilo na njihove karijere.

Obezvlašćivanje i dislokacije koje prate nejednake relokacije resursa ne odvijaju se uvijek u očitim i iznenadnim napadima, nego u razvučenijim, manje događajnim, manje prepoznatljivim načinima kao što su produženje trajanja porodiljinog dopusta uz smanjenje novčanih naknada ili financijalizacija i komercijalizacija novostvorene privatne sfere kroz pružanje privatnih usluga brige za djecu, starije i nemoćne, ali i u tome kako se proizvodi za postizanje sreće prodaju umornim “ženo-majkama” i novim konstrukcijama nacionalne ženskosti i muškosti.

U ovom ću radu pokušati ukazati na rodnu dimenziju “tranzicije”, i to kroz analizu njezine materijalizacije kroz određene aspekte suvremene popularne kulture, s posebnim fokusom na konstrukte orođenog mentalnog zdravlja. Ukazat ću i na umreženost diskurzivnih konstrukata orođenog mentalnog zdravlja s procesima koji na prvi pogled izgledaju nepovezani, a odnose se, između ostalog, i na ideju sreće,

---

<sup>2</sup> Eurofond provodi to istraživanje u svim europskim državama svake četiri godine fokusirajući se na zapošljavanje, dohodak, edukaciju, stanovanje, obitelj, zdravlje i “balans posao-život”, kao i na razinu sreće ljudi, zadovoljstvo vlastitim životom i to kako percipiraju “kvalitetu društva”.

krizu mentalnog zdravlja, domestikaciju žena (kao dio efekata tranzicije i širenja neoliberalnog upravljalštva koji produciraju subjektivite s većim ograničenjima i koji su različito upregnuti ovim učincima). Popularna kultura pomaže utjelovljivanju rodnih vrijednosti, čineći da se određeni diskurzivni konstrukti orodnjenog mentalnog zdravlja čine prirodnim i zdravorazumskim. Popularna kultura tu se javlja kao diskurzivni okvir koji sudjeluje u konstrukciji specifičnih vrsta subjektiviteta koji su na različite načine dotaknuti sjecištem rodnih i nacionalnih diskursa, kao i diskursa mentalnog zdravlja i stoga su mjesto za daljnje promišljanje.

Stuart Hall (1981: 186) kritizira viđenje popularne kulture kao kulture radničke klase ili, općenito, to da je popularno nešto što zatvoreno unutar jedne klase i ukazuje na kompleksnost odnosa kulturnih proizvoda i ljudi koji ih upražnjavaju te vidi popularnu kulturu kao mjesto borbe raznih ideoloških pozicija i težnji. To se može povezati upravo sa hegemonijskim tendencijama koje razne kulturne, točnije popularnokulturne prakse imaju danas. Johnu Storey u *Inventing Popular Culture: From Folklor to Globalisation* (2003) razmatra brojne definicije i značenja koja se vežu uz popularnu kulturu kao što su narodna kultura, masovna kultura, globalna kultura ili odnose s visokom kulturom, postmodernom kulturom, hegemonijom i identitetom. Sama definicija popularne kulture nedorečena je i ambivalentna, ali može biti razumljiva kao aspekt kulture koji je poznat mnogima i koji ima tendenciju ulaženja u tzv. masovnu kulturu. U svakom slučaju, termin popularna kultura nije toliko jasan i determinirajući kao što se na prvi pogled čini. U ovom radu popularnu kulturu promatram kao bilo koji medijski posredovan kulturni sadržaj (videospotovi, reklamne kampanje, glazba, *celebrity* "vijesti" i sl.) koji je pod određenim uvjetima i okolnostima ušao u sveprisutni prostor većine ljudi kojima je namijenjen, bilo kao nešto poznato ili nešto voljeno i redovno konzumirano. No, taj prostor popularnoga nije nešto neutralno, upravo suprotno, kroz elemente političkog u popularnoj kulturi ukazujem na određene *tranzicijske* procese i regulativnu pojavu onog što Sara Ahmed (2010), William Davies (2015) i mnogi drugi nazivaju "industrijom sreće".

"Obrat k sreći" Ahmed (2010: 11) vidi kao "lice privilegije" koje opisuje sreću kao nešto što boravi u specifičnim ljudima i predstavlja se kao da je dostupno svima ako samo odluče pristupiti toj sreći. Na taj način zahtjevi za srećom stvaraju određene oblike osobnosti vrijednima, a pripisivanje sreće tim osobnostima postaje način na koji društvene norme i ideali postaju afektivni – omogućavaju da se te norme i ideali vide kao izvor sreće. Primjećujući taj razvoj u Hrvatskoj, inspirirana Ahmed, polazim od pitanja gdje se nalazi sreća u hrvatskoj sadašnjici, koji su oblici osobnosti vrijedni i kako se pristupa sreći.

## Žena-majka-kraljica

*Uvijek sretan kraj  
izbjegnem za dlaku  
možda rođena sam*

u pogrešnom znaku  
 Ni okrenuo se nisi  
 za mnom kao drugi svijet  
 niti gurnuo kamenčić  
 za mnom jednom zauvijek  
 A ja samo sam, htjela oca djeci  
 malo ljubavi, pa ti sada reci  
 (iz pjesme *Bižuterija*, pjeva Jelena Rozga, stihovi Tonči i Vjekoslava Huljić)

Stihovi su ovo pjesme *Bižuterija* s istoimenog albuma Jelene Rozge objavljene 2010. godine i nagrađene 2011. godine Porinom u kategoriji Hit godine. Koncertnom je turnejom promovirajući taj album po službenoj biografiji Jelena Rozga postala prva žena koja je napunila kapacitet od 12 tisuća mjesta Spaladium Arene u Splitu.

Rozga je jedna od najpopularnijih pjevačica u Hrvatskoj, a na glazbenoj je sceni od 1996. godine, kada je započela pjevačku karijeru u sastavu “kultnog” benda Magazin. Kroz njezinu bi se diskografiju lako mogla izraditi analiza rodni arhetipa, već i naslovi nekih pjesama aludiraju na to: *Moderna žena*, *Djevica*, *Roba s greškom*, *Ne zovi me Marija*, *Rodit' ću ti 'čer i sina*, *Razmažena*, *Solo igračica* itd. (mnogi također iz pera Tončija i Vjekoslave Huljić). U ovom se radu, međutim, ne bavim Rozginom karijerom ili opusom, kao ni naslovima aludiranim arhetipima, nego me zanima život jednog specifičnog stiha koji, premda zasigurno nije ni nova ni nepoznata kovanica, zadobiva snažnu popularnost u posljednjih deset godina, pogotovo među ženama. *Bižuterija*, naime, završava stihovima “idi al’ priznaj da sam ja sve u jednom, žena, majka, kraljica”.

Žena-majka-kraljica, osim što je popularnost zadobila u Rozginim nagrađivanim stihovima, unatrag deset godina postala je i vrlo učestala kovanica kojom se izražava pohvala ženama, tiska je se na majice koje djevojke nose s ponosom, pojavljuje se u naslovima novina uz imena žena vrlo raznolikih životnih puteva koje dijele jednu stvar – to da su majke (ili planiraju biti), pod tom se sintagmom organiziraju revije frizura i večeri poezije, a ustalila se i kao svakodnevna fraza da opiše uspješnu ženu, pri čemu se koristi kao autentična pohvala kao i šaljiv i zajedljiv komentar. Velik broj žena pronašao je u stihu društvenu potvrdu za svoj reproduktivni rad odgoja i brige za supruga, djecu i domaćinstvo, a često i drugih članova obitelji.

Žena-majka-kraljica pridružuje se tako “neznanim junakinjama” i “kumicama-hraniteljicama” koje su devedesetih, kako piše Renata Jambrešić Kirin (2008: 9) u kontekstu kulture pamćenja, izmjestile revolucionarke ranijeg vremena. Premda me ovdje ne zanima kultura pamćenja (ili zanima, ali tek posredno), važno je primijetiti da žena-majka-kraljica naizgled nema povijest. Odnosno, ona je bezvremena, ili biološka, sasvim prirodna i najvažnija pa stoga dopušta širu identifikaciju koju je moguće puniti drugim značenjima po potrebi. Međutim, kako piše Burcar (2020: 38–50), majke-kućanice i majke-supruge nisu neka univerzalna bezvremena patrijarhalna kategorija, već su invencija kapitalističkog patrijarhata. Da smanjenje socijalnih, zdravstvenih, radničkih i drugih prava do kojih dolazi implementacijom i institucionalizacijom neoliberalnih politika posebno pogađa žene nije tajna (Adams

2010; Hallgrímsdóttir 2008; Burcar 2020; Bezanson i Luxton 2006; Griffin 2007). U Hrvatskoj Smiljana Leinert Novosel (2018) navodi rezultate usporedbe dvaju socioloških istraživanja na populaciji studenata u razmaku od 17 godina vezanih uz ravnopravnost spolova u javnoj i privatnoj sferi i zaključuje kako je do promjena došlo u dva različita smjera. S jedne strane, danas je veća percepcija jednakosti – pa tako, primjerice, mnoga zanimanja koja su nekada bila rodno označena danas više nisu takva i slično, a s druge strane u sferi doma žene imaju više zadaća nego prije i svjedoči se vraćanju brojnih “tradicionalnih zadaća” ženama.

Taj povratak nije slučajan, kapitalizam ima posebne uloge u održavanju hraniteljskog modela nuklearne obitelji u kojem je žena zadužena za sav posao brige i održavanja supruga, djece, kućanstva i ostali reproduktivni rad, a povratak kapitalizma na područja bivše Jugoslavije označava i institucionalna “repatrijarhalizacija” (Burcar 2020: 13). To lako možemo vidjeti u modelima organizacije socijalnih prava i naknada kao što su roditeljni i roditeljski dopust, privatizaciji skrbi za djecu i starije (kroz privatne dadilje, obiteljske domove itd.) i privatizaciji brige za prehranu radnika i školske djece.<sup>3</sup>

Žena-majka kraljica u pjesmi, kao i u širem korištenju referira se prema skromnoj ženi čije je potrebe jednostavno i lako zadovoljiti ljubavlju muškarca s kojim će imati djecu i ostvariti se kao majka. Ostvarenje kroz ulogu majke također je i ono što je čini kraljicom, ne kao vladaricom sebe ili svojih subjekata, već kao one čija je vladavina ograničena na vlastite potomke (“a ja samo sam htjela, oca djeci, malo ljubavi pa ti sada reci”). Međutim, žena-majka-kraljica svoju konačnu sreću ipak ne pronalazi nužno u majčinstvu, budući da je sama želja za majčinstvom ono što je kvalificira za taj status, nego u braku. Brak je “sretan kraj” koji je u pjesmi neostvaren zbog muškarčeva preljuba (koji kada se dogodi u braku ne znači nužno kraj sreći), ali želja je i dalje tu i žena-majka-kraljica svoju će sreću pronaći u braku s nekim drugim muškarcem (“Idi pa priznaj da sam ja, sve u jednom, žena, majka, žena – majka, kraljica!”).

I dok je u pjesmi sretan kraj “izbjegnuto za dlaku”, u ovom me dijelu analize zanimaju uspješni putevi ka sreći “žmk” (kako se sad već uvriježila skraćunica za brzo korištenje u *online* komunikaciji žene-majke-kraljice) s kojima se imamo priliku susresti u hrvatskom medijskom prostoru. Kroz analizu televizijskih reklama za dodatak prehrani Tensilen, koji po navodima adresira biokemijsku neravnotežu mozga uzrokovanu suvremenim načinom života koji se manifestira kroz stres, depresiju i anksioznost, pratim intendiranu potrošačicu tablete, ženu-majku-kraljicu u njezinoj potrazi za srećom.

Reklamna kampanja koja se analizira sastoji se od tri različita, ali veoma slična televizijska spota čije su protagonistice prije svega majke i supruge, premda je vidljivo da uz brižni rad, obavljaju i neki drugi plaćeni posao. U sve tri reklame vidimo različitu ženu koja u svojem domu pred kamerom svjedoči o tome kako se loše osje-

---

3 Inicijativa “Pravo svakog djeteta na školski obrok” (Hina 2020) navodi da u Hrvatskoj ne postoji kontinuirani, koordinirani i ujednačen sustav školske prehrane koji bi osigurao dobrobit i jednaka prava za svu djecu te se događa da programima besplatne školske prehrane nisu obuhvaćena ni sva djeca koja su u potrebi, što kao problem ističe i pravobraniteljica za djecu barem od 2012. godine (Pravobranitelj za djecu 2012). U medijima se u posljednjih deset godina o ovom problemu najčešće izvještava senzacionalistički kao o problemu “gladne djece”.

ćala prije uzimanja Tensilena: “Da ste me samo vidjeli prije dva mjeseca. Bila sam na rubu suza. Kuća, obaveze, kuhanje... totalni kaos. Morala sam nešto napraviti za sebe. Prijateljica mi je preporučila da uzmem Tensilen” (Reklama 1).

Nakon konzumacije Tensilena ona je ponovno sretna i može uživati u svojoj obitelji i svom poslu. Briga za sebe podrazumijeva popiti tabletu i pomoću nje iskusiti sreću napornog, ali ispunjavajućeg suvremenog obiteljskog života. U reklamama vidimo jedno od zamišljenih utjelovljenja žene-majke-kraljice, ali ono što zapravo otkrivaju, možda nenamjerno, jest da ono što bi žene trebalo činiti sretnima zapravo jest izvor njihova nezadovoljstva i tako nam otvara prozor u jednu od temporalnih zona onog što Lauren Berlant (2007: 754) naziva *spora smrt* – trošenje ženskih tijela pod nejednakim uvjetima kapitalizma gdje svoje nezadovoljstvo žene mogu usmjeriti prema sebi na različite načine, uključujući i farmakološkim sredstvima koja obećavaju autentične osjećaje sreće.

U daljnjoj analizi zanima me ne samo kako sreća čini ženu-majku-kraljicu nego i pod kojim uvjetima zadobiva prepoznavanje i mjesto u javnom prostoru i postaje model u kojem se ženama nudi prepoznavanje i valorizacija njihove reproduktivne i brižne funkcije. Zašto sada? Na koji način medikalizacija i psihologizacija odsustva sreće izmješta probleme nezadovoljstva specifično žena prema individualnoj odgovornosti za vlastitu sreću ili barem “horoskopskom znaku” (Rozga 2011)?

## ○ sreći

U knjizi *The Promise of Happiness* Sara Ahmed (2010: 13) prati “sreću” kako bi odgovorila na pitanje kako se sreća asocira s nekim životnim izborima, a ne s drugima i kako je sreća zamišljena kao nešto što proizlazi iz bivanja određenom vrstom živog bića. Naslanjajući se na feminističke, *queer* i crne teoretičarke koje su pokazale različite načine na koje se sreća koristi za opravdanje opresije, Ahmed (2010: 8) sreću opisuje kao oblik stvaranja svijeta kojim se opisuju i opravdavaju društvene norme, identificirajući pritom “obrat sreći” – rast i razvoj industrije sreće koji se, između ostalog, manifestira kroz popularnost terapijske kulture, diskursa samopomoći, pozitivne psihologije, apropriacijom istočnjačkih tradicija u potrazi za srećom itd.<sup>4</sup> Ta znanost o sreći okuplja različite smjerove u humanistici i društvenim znanostima, pogotovo psihologiji i svoje temelje pronalazi u istraživanju emocija, moralnoj psihologiji, kognitivno bihevioralnoj terapiji i filozofiji, ali se širi i na druge životne znanosti kao što su biologija, medicina, psihijatrija i neurologija (Ahmed 2010: 3–12).

<sup>4</sup> Popularnost tako možemo vidjeti u normalizaciji zdravstvenog savjetovanja prisutnog u dnevnim novinama, a koje jednako prostora, ako ne i više, daje astrologiji, tarotu, magiji i slično, kao i u penetraciji psihološkog savjetovanja u dnevni televizijski program, zbog kojih je Hrvatsko društvo psihologa pokrenulo kampanju “Psihologija nije astrologija”. Samo Hrvatsko psihološko društvo međutim je i samo predano pozitivnoj psihologiji pa tako predvode kampanje kao što su “Kako si?” i “Puštanje negativnih emocija”. Bruno Šimleša jedan je od predvodnika diskursa samopomoći u Hrvatskoj. Škola života, prvi put objavljena 2009. godine, u 2014. godini je doživjela svoje peto izdanje, a Šimleša je dobio svoju emisiju Svaki dan, dobar dan na Hrvatskoj televiziji.

Znanost o sreći tako uključuje pozitivnu psihologiju, *self-help* literaturu, mjerenje sreće gradova i nacija i stvaranja politika na temelju tih istraživanja, istraživanja mozga i podražaja koji ga čine sretnim, terapeutsku kulturu i apropriaciju istočnjačkih tradicija kao i operacionalizaciju sreće za potrebe statističkog praćenja progressa.

William Davies (2015: 6–15) tu industriju sreće definira kroz odnose velikog poduzetništva i upravljačkih tijela država i transnacionalnih politika u nadzoru i kvantificiranju našeg raspoloženja i korištenju tih podataka za svoje potrebe, tvrdeći da su u nekim područjima ekonomije, menadžmenta, marketinga i neuroznanosti ljudske emocije postale resurs koji se može kupovati i prodavati. Optimizacija i maksimizacija sreće ukorijenjena je tako u tržišnu ekonomiju i marketing na kompleksne načine, tehnologije za praćenje osjećaja i ponašanja nosimo u svojim džepovima i torbama,<sup>5</sup> a korporacije koje upravljaju društvenim mrežama vrše eksperimente na milijunima svojih korisnika mijenjajući im raspoloženje.<sup>6</sup> Sreća se vrednuje kao temeljni indikator “dobrog života”, dok se istovremeno njezino odsustvo medikalizira.

U *Medicine as an Institutions of Social Control* Irving Zola (1972: 210) sedamdesetih je godina dvadesetog stoljeća pisao o medikalizaciji, procesu kojim se ljudska stanja i problemi definiraju i tretiraju kao medicinska stanja i na taj način postaju subjekti medicinskog proučavanja, dijagnostike, prevencije i tretiranja. Medikalizacija je s jedne strane viđena kao “pozitivan” iskorak budući da se često veže uz tranziciju kriminaliteta u medicinski aparat – primjerice, delikvencija se izmješta u različita medicinska stanja od ADHD-a, autizma do poremećaja u ponašanju ili pak način na koji se ovisnost o opijatima i alkoholu izmjestila iz zatvora u psihijatrijske bolnice. S druge strane, medikalizacija također označava i prakse kojima se normalni životni događaji, stanja i ponašanja patologiziraju, individualiziraju i smještaju pod upravljanje medicine. U ovom slučaju, kako se nezadovoljstva žena, odnosno odsustvo sreće u ispunjavanju svakodnevnog reproduktivskog rada identificiraju kao normalna suvremena biokemijska neravnoteža koju je moguće riješiti tabletama.

Reproduktivni rad utjelovljen je u reprezentaciji idealnog tipa žene, koju možemo nazvati ženom-majkom-kraljicom. Takva kolokvijalna kovanica izrečena u neformalnom razgovoru obuhvaća savršenu ženu, ženu koja iz ljubavi obavlja svakodnevni posao odgoja, prehranjivanja, održavanja i drugog reproduktivnog rada. Žena-majka-kraljica diskurzivni je ideal koji se u Hrvatskoj grana ne samo na popularnu kulturu nego i izvan nje, i ulazi u konzumerističke pore u kojima se kuhaju medikalizacija, optimizam i ideje prave obitelji. Upravo kroz to kuhanje i diskurs stvoren oko žene-majke-kraljice možemo vidjeti neke rodne dimenzije “krize mentalnog zdravlja” u Hrvatskoj.

---

<sup>5</sup> Aplikacije za praćenje fitnesa, raspoloženja, prehrane, djece, kupovine, putovanja sve pribavljaju informacije o ponašanjima i željama, bilježe izbore, što volimo, što ne volimo i na temelju toga nude savjete za optimizaciju kojima ćemo preuzeti kontrolu nad vlastitim životom i time živjeti sretnije.

<sup>6</sup> Sad već davne 2012. godine Facebook je u suradnji s nekoliko američkih sveučilišta tjedan dana provodio istraživanje na uzorku od 700 tisuća korisnika bez njihova pristanka izlažući ih “pozitivnom” i “negativnom” sadržaju i prateći kako to utječe na njihovo korištenje mreže s hipotezama o raspoloženju korisnika.

“Morala sam napraviti nešto za sebe”

Tensilen je “potpuno prirodni proizvod”, dodatak prehrani koji, kako stoji na samoj kutiji, “podržava dobro raspoloženje”, a na hrvatskom se tržištu nalazi od 2014. godine.<sup>7</sup> Radi se o proizvodu koji, po navodima na deklaraciji i mrežnim stranicama, “vraća energiju i samopouzdanje, smanjuje simptome stresa, poboljšava koncentraciju i poboljšava pažnju”. Tensilen, kao i brojni drugi proizvodi koji adresiraju “raspoloženje”, probleme nezadovoljstva, umora, stresa i depresije uokviruje u model “biokemijske neravnoteže”. Moderni je život stresan i iscrpljujući što posljedično dovodi do “biokemijske neravnoteže”, koju se jednostavno i lako adresira redovitim konzumiranjem Tensilena. To je i model trajne edukacije građana o načinima brige za sebe. Na mrežnim stranicama Tensilena tako piše: “Depresija nastaje kao posljedica stvarne biokemijske neravnoteže u mozgu i smanjene produkcije serotonina i dopamina, sastojaka odgovornih za raspoloženje, energiju, apetit i spavanje.”

Kada do takve neravnoteže dođe, “neophodno je vratiti balans serotonina i dopamina. Razinu serotonina, tzv. ‘hormona sreće’ moguće je jednostavno i prirodno povećati redovnom primjenom Tensilena”.

Ovaj drugi dio citata danas je malo drugačije napisan, tako da više ne sugerira Tensilen kao direktan izvor serotonina, ali se još uvijek pojavljuje u plaćenim člancima na drugim stranicama. Budući da toliko toga leži na ideji ravnoteže i tvrdnjama farmaceutskih kompanija da je uzimanje njihova lijeka najbrži način za povratiti sreću i budući da je metafora penetrirala duboko u življeno iskustvo onih koji lijekove uzimaju, važno je naglasiti da ideja kemijske neravnoteže nije empirijski deskriptivna patofiziološka objektivnost. Kako bi teoretizirala efekte psihofarmakologije, Janis Jenkins (2015: 30) u ideji “kulture kemije” pruža model koji je utemeljen na “ugađanju” biokemijskog odgovora i njegove neodvojivosti od “ugađanja” socio-emocionalnog odgovora, kulturnog značenja i ekoloških ograničenja uzimanja psihotropnih lijekova. Unutar takvog modela važno je istražiti širine kojima će se osobe uputiti u potrazi za olakšanjem i ublažavanjem patnje, boli i problema. U slučaju onog što prepoznajemo kao mentalno zdravlje, u potrazi za pomoći, prakse uzimanja psihotropnih lijekova postaju centralne, premda odnos subjektivnog iskustva i kulturne interpretacije tjelesnih i društvenih efekata lijekova nije ni jednostavan ni izravan. Uzimanje psihotropnih lijekova nije samo rutinski i pragmatični proces sebstva već otkriva i šire društvene transformacije u sjecištu medicine, farmakologije, medija, mentalnog zdravlja, roda, klase i dr. u operacijama neoliberalnog kapitalizma.

“Potpuno prirodan” proizvod obećava vratiti ravnotežu i s njom osjećaj sreće, a kako bi nas uvjerio u svoje mogućnosti prikazuje ponavljajući motiv ženskog opterećenja obiteljskim i poslovnim obavezama. Stoga, u jednoj od reklama kamera prati

---

<sup>7</sup> Tensilen se prodaje na brojnim tržištima, ali se, barem po sadržaju objavljenom na YouTubeu, u Hrvatskoj prikazuje manja selekcija videooglasa nego u Srbiji i Bosni i Hercegovini, premda se koriste istim reklama koje su ozvučene različitim glasovima na svakom od jezika, ali i s unekoliko različitim tvrdnjama. Analizirane tri reklame korištene su od najranijih početaka kampanje u Hrvatskoj dok je *online* moguće pronaći puno veći broj reklama namijenjenih za tržišta u zemljama bivše Jugoslavije. Kroz godine su i tvrdnje na mrežnim stranicama donekle izmijenjene kako bi bile u skladu sa zakonodavstvom u svakoj od država.



ženu koja s očitim nezadovoljstvom obavlja razne kućanske zadatke. Žena nam potom svjedoči o svojim problemima, ako nam je slučajno promaklo vizualno: “Kuća, obaveze, kuhanje... totalni kaos”, te postulira: “Morala sam nešto napraviti za sebe”. Kada svakodnevni poslovi brige za obitelj i privređivanje ne produciraju osjećaj sreće, problem mora biti u biokemijskoj neravnoteži koja onemogućava ženi da osjeća prave stvari. Kako bi učinila nešto za sebe i promijenila svoje osjećaje, ona pije Tensilen, a olakšanje je trenutno: “I otkad koristim Tensilen, a koristim ga već dva mjeseca, totalno drugačije se osjećam. Raspoložena sam, sretna, nisam pod stresom i ponovno uživam u svojoj obitelji i u svom poslu. Ozbiljna razlika” (Reklama 1).

Tensilen, kao i srodni mu dodaci prehrani, baziraju svoj profit na svakodnevnom nezadovoljstvima “uzrokovanim modernim životom” ili “suvremenim životom” koja se, za razliku od slika kliničke depresije, danas smatraju neizbježnima. Nezadovoljstva uzrokovana “modernim životom” tako često nije potrebno imenovati, ali ih je u seriji reklama za Tensilen lako prepoznati – radi se o oblicima bliskosti koji bi trebali producirati zadovoljstvo i sreću i koji su društveno legitimirani izrazi sreće – muž, dijete, dom, posao. Reklamne kampanje kao ove za Tensilen normaliziraju osjećaje nezadovoljstva, tuge i opterećenja koje osjećaju specifično žene – budući da su im sve kampanje usmjerene prije svega prema ženama i nude im brza rješenja. Budući da je ženina dužnost biti sretna i činiti obitelj sretnom, ona je pozvana prepoznati vlastitu patologiju i preuzeti aktivnu ulogu u tome da je promjeni jer nezadovoljstvo koje osjeća nije objektivni rezultat njezinih životnih okolnosti, već je rezultat “biokemijske neravnoteže” koja ometa postizanje pravog osjećaja. Ona mora uživati u obitelji jer obitelj jest sreća, tako da problem mora biti u njoj.

Jedno od pitanja koje Ahmed postavlja i prati jest kako znanost o sreći definira sreću i kako je mjeri. Znanost o sreći oslanja se prije svega na samoevaluaciju i dojavljivanje kroz razne vrste anketa i drugih oblika prikupljanja podataka (Eurofondova *Europska anketa o kvaliteti života* na koju se referira pravobraniteljica dio je te znanosti) koji se potom kategoriziraju i pomoću kojih se stvaraju tzv. indikatori sreće, jedan od kojih je i brak. Formulacija je to koja funkcionira kao opis stvarnosti – ako ste u braku, veća je vjerojatnost da ste sretni nego ako niste u braku, ali i kao oblik preporuke – vjenčajte se i bit ćete sretni. Zbog toga Ahmed (2010: 7) znanost o sreći opisuje kao performativnu budući da pronalaskom sreće na nekim mjestima kao što su brak, obitelj, roditeljstvo, karijera itd. sama ta mjesta postaju sretna mjesta. Znanost o sreći na taj način opisuje kao dobro ono što je već društveno evaluirano kao dobro. Protagonistice reklamnih kampanja za Tensilen imaju sve ono što bi ih “trebalo” činiti sretnima, brak, djecu, obitelj, riješeno stambeno pitanje, posao, ali nisu sretni – nisu kraljice.

Kao i u pjesmi *Bižuterija*, sreća postaje moćnija kroz percepciju da je u krizi. Kriza sreće funkcionira prije svega kao narativ razočarenja koje ima regulatorni efekt u smislu društvenog vjerovanja da više onog što je definirano kao izvor sreće (kao npr. određena ideja obitelji) “treba” činiti ljude sretnima” (Ahmed 2010: 8).

U tom smislu možemo promatrati i regulatornu ulogu reklamnih kampanja kao što je kampanja za Tensilen. Uz Tensilen žena “ponovno uživa u svojoj obitelji i u

svom poslu”, ona postaje ”sretna kućanica”. Slika sretno kućanice česta je reprezentacija sreće, koju spominje i sama Ahmed. Ahmed (2010: 50) navodi kako još 1963. godine Betty Friedan u *Feminine Mystique* piše kako je sretna kućanica figura fantazije koja briše znakove rada pod maskom sreće:

Tvrđnja da su žene sretno i da se ta sreća nalazi u pozadini njihova rada funkcionira kao opravdanje rodnih oblika rada, a ne kao produkt prirode, zakona ili obaveze, već kao izraz kolektivne želje i volje. Na koji način opravdati nejednaku distribuciju rada nego tvrdeći da taj rad čini ljude sretnima. Kako bolje osigurati pristanak na neplaćeni ili slabo plaćeni posao nego opisati taj pristanak kao izvor dobrog osjećaja.<sup>8</sup>

Sreća je fundamentalna za konstrukciju ”žene-majke-kraljice”, a u Tensilenovu spotu to vrlo jasno dolazi do izražaja. U sve tri reklame vidimo različitu ženu koja u svojem domu pred kamerom svjedoči o tome kako se loše osjećala prije uzimanja Tensilena. Scene koje se u reklamama (Reklama 3) kroz promjene leća kamere prikazuju kao ”klasične”, viđene već nebrojeno puta – zaigrano dijete u dnevnom boravku prepunom igračkama, uspavani muž na kauču – postaju izmijenjene, iskrivljene kroz ženino viđenje te scene kao nečega nesretnog, izluđujućeg i neizdrživog. Nakon što popije čarobni Tensilen (njegova se čarobnost očituje i kroz promjenu zvučne podloge u reklamama, kao i u povratku boje u scenu) u toj istoj sceni koja joj se činila nepodnošljiva sada je opet izvor sreće – ”napokon opet mogu uživati u svojoj obitelji”. Tableta, kao što kamera mijenja leću objektiva, dopušta ženi da skinu veo distorzije biokemijske neravnoteže i napokon ponovno vidi svoj život onakav kakav on jest, sretan život.

## Pravi način života

Reklamna kampanja jasno daje do znanja da je ženina dužnost biti sretna i činiti obitelj sretnom. Kad žena prepozna da nije sretna u obiteljskom i radnom modelu koji je snažno promoviran kao izvor sreće, ona je suočena sa svojom patologijom i preuzima aktivnu ulogu u tome da promjeni ono što osjeća. Njezini negativni osjećaji nisu rezultat okolnosti kao što su poslovna i obiteljska preopterećenja, nego jednostavan biološki poremećaj, kemijska neravnoteža, osobna patologija. Ako nije sposobna biti sretna u obitelji koja je reprezentirana kao temeljni izvor sreće, problem mora biti u

---

<sup>8</sup> Ahmed (2010: 51) navodi da dok se pod krinkom sretno kućanice kriju znakovi kućanskog rada, ideja da će kućanica postati sretna kroz oslobođenje od tog rada možda skriva rad drugih žena od kojih se očekuje da preuzmu te iste poslove. Odnosno, navodi na sjecište roda, rase i klase u zapadnim zemljama kao što je SAD u kojima liberalne kapitalističke politike, a ponegdje i bijeli feminizam oslobođenje od reproduktivnog rada vide u prebacivanju tog posla na crne žene i, općenito, ne-bijele žene. Slično se, ali po klasnoj i rodnoj liniji, odvija u Hrvatskoj s implementacijom, primjerice, institucije dadilje uz prateće socijalne naknade kojima se potiče specifično bogatije žene da posao čuvanja i odgoja njihove djece zamijene za jeftini rad siromašnih žena, naspram ulaganja u vrtiće, podizanja novčanih naknada za porodiljni dopust, koje su toliko niske da ne interesiraju bogate žene, a istovremeno dovoljno visoke da siromašne žene – čiji povratak na posao znači dobiti nešto višu plaću od same naknade, ali i izdvajati za skuplju skrb predškolske djece – potiču da ostanu kod kuće, da se brinu za svoju i tuđu djecu za mizeran novac (Burcar 2020: 82).

njoj, a ne u društvenim idejama kao što je obitelj – koja i u samoj reklamnoj kampanji dolazi uz jasno određene rodne uloge; žena, kao kućanica, pere, kuha, pegla, brine o djeci i mužu dok istovremeno obavlja posao za plaću. Briga je ipak ženski posao. S druge strane, muž, gotovo kao odraslo dijete umorno od igre, kao klada spava na kauču u jednoj od reklama ili je kao u ostalim TV spotovima prisutan kao ideja – trenutno odsutan suprug (u jednoj saznajemo da i jedan od muževa uzima Tensilen). Njegova je odsutnost važna jer je upravo on definira kao ženu i majku, a kroz odsutnost iz spota on jasno definira i njihove rodne uloge – žena je zadužena za sav posao održavanja doma i odgajanja djece i to, jasno, bez njegove pomoći. Žena je, u konačnici, sretna jer je upotpunila ideal koji je konstruiran izvan nje same, koji je ukorijenjen u javni diskurs produktivne brižne žene kao dobre majke i supruge, majke i supruge koja obavlja kupovinu, čisti, odgaja, sprema objede i omogućuje svima da se osjećaju dobro (to jest, bolje) – žene-majke-kraljice. Njezina nemogućnost da uživa u obiteljskim i poslovnim obavezama i stresu predstavljena je kao rezultat kemijske neravnoteže mozga koja se jednostavno i lako ispravlja uzimanjem Tensilena. “Znači problemi su nestali?”, pita glas s reklame (Reklama 2), a žena odgovora: “Ma normalno da ne. Hahahahah, možda ih imam čak i više!”.

Nesretna i opterećena žena postaje sretna, bez olakšanja koje donosi otklanjanje uzroka njezinih problema i loših osjećaja, već s olakšanjem nestajanja tih negativnih osjećaja, mogućnošću funkcioniranja, svojevrsne nebrige za rješavanjem sustavnih problema koji proizlaze iz njezine uloge ukomponirane u rod. I upravo je ta mogućnost da bude sretna kao žena i majka to što je čini “kraljicom”. Temeljni sastojak “žene-majke-kraljice” jest mogućnost da bude sretna u svojoj isključivoj ulozi kao žena i majka.

Tensilen se u ovom kontekstu ne promovira samo kao pilula koja rješava problem već kao sredstvo koje vodi do određenog načina života, pravog načina života. A ako određeni načini života promoviraju sreću, onda bi promoviranje sreće značilo promoviranje tih načina života. I upravo tu do izražaja dolazi promoviranje i normaliziranje veze koja se postavlja kao neupitna, a to je veza između ideje nacije i nuklearne heteroseksualne obitelji.

Promocija sreće brzo postaje promocija određenih vrsta obitelji, kao i određenih pozicija unutar obitelji. Ideje o sreći uključuju društvene i moralne distinkcije utoliko što leže na ideji o tome tko je vrijedan i sposoban biti sretna “na pravi način”. Ahmed (2010: 23) sumnja da predanost sreći kao izgubljenom objektu uključuje ne samo oblik žalovanja nego i anksioznost oko toga da pogrešni ljudi mogu biti sretni, kao i želju da se sreća vrati pravim ljudima. Smatrati sreću oblikom stvaranja svijeta znači razmotriti kako sreća čini da se vrtimo oko “pravih ljudi”.

Prepoznavanje tih oblika žalovanja u Hrvatskoj možemo primijetiti u rastu i jačanju konzervativnih pokreta kao što su U ime obitelji, Hod za život, protivljenje Istarskoj konvenciji, referendum o braku, protivljenje potpomognutoj oplodnji itd. Spomenuti pokreti izlazak iz krize sreće vide u povratku “tradicionalnijim”, kapitalističkim oblicima obiteljskog života koji garantiraju sreću. U konkretnom slučaju to odnosi na definiranje prave obitelji – heteroseksualne nuklearne obitelji

– brak kao zajednica muškarca i žene i povratku jasnih rodnih uloga i patrijarhalne moći – žena kao inkubator nacije, a koji će i muškarce i žene učiniti sretnima, pa makar pomoću Tensilena.

## LITERATURA

- Ahmed, Sara. 2010. *The Promise of Happiness*. Durham: Duke University Press.
- Berlant, Lauren. 2007. "Slow Death (Sovereignty, Obesity, Lateral Agency)". *Critical Inquiry* 33/4: 754–780. <https://doi.org/10.1086/521568>
- Bezanson, Kate i Meg Luxton. 2006. *Social Reproduction. Feminist Political Economy Challenges Neo-Liberalism*. Montreal, Kingston, London, Ithaca: McGill-Queen's University Press.
- Burcar, Lilijana. 2020. *Restauracija kapitalizma. Repatrijarhalizacija društva*. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, Centar za ženske studije.
- Davies, William. 2015. *The Happiness Industry. How the Government and Big Business Sold Us Well-Being*. London, Broklyn: Verso Books.
- Griffin, Penny. 2007. "Sexing the Economy in a Neo-liberal World Order. Neo-liberal Discourse and the (Re)Production of Heteronormative Heterosexuality". *The British Journal of Politics and International Relations* 9/2: 220–238. <https://doi.org/10.1111/j.1467-856x.2007.00280.x>
- Hall, Stuart. 1981. "Notes on Deconstructing the Popular". U *Cultural Resistance Reader*. London, New York: Stephen Duncombe, Verso Books, 185–192.
- Hallgrímssdóttir, Helga Kristin, Katherine Teghtsoonian i Debra Brown. 2008. "Public Policy, Caring Practices and Gender in Health Care Work". *Canadian Journal of Public Health / Revue Canadienne De Sante'e Publique* 99: 43–47. <https://doi.org/10.1007/BF03403804>
- Jambrešić-Kirin, Renata 2008. *Dom i svijet*. Zagreb: Centar za ženske studije.
- Jenkins, Janis Hunter. 2015. *Extraordinary Conditions Culture and Experience in Mental Illness*. Oakland: University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520962224>
- Leinert Novosel, Smiljana. 2018. "Društveni položaj žena u Republici Hrvatskoj: žena i obitelj (1999.–2016.)". *Politička misao. Časopis za politologiju* 55/1: 53–73. <https://doi.org/10.20901/pm.55.1.04>
- Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova. 2017. Izvješće o radu za 2016. Mrežne stranice Pravobraniteljice za ravnopravnost spolova, 31. ožujka 2017. [https://www.prs.hr/application/images/uploads/IZVJE%C5%A0%C4%86A/IZVJESCE\\_2016\\_Pravobraniteljica\\_.pdf](https://www.prs.hr/application/images/uploads/IZVJE%C5%A0%C4%86A/IZVJESCE_2016_Pravobraniteljica_.pdf) (pristup 23. 9. 2020.).
- Puljiz, Vlado i Siniša Zrinščak. 2002. "Hrvatska obiteljska politika u europskom kontekstu". *Revija za socijalnu politiku* 9/2: 117–137. <https://doi.org/10.3935/rsp.v9i2.170>
- Rozga, Jelena. 2011. *Bižuterija*. Autori stihova: Tonči i Vjekoslava Huljić. Album: Bižuterija. Croatia records.
- Storey, John. 2003. *Inventing Popular Culture. From folklore to Globalization*. Malden, Oxford, Melbourne, Berlin: Blackwell Publishing.
- Storey, John. 2009. *Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction*. (5th Edition). Edinburg: Pearson Longman.
- Svjetska banka. 2000. Zdravstvena reforma u Hrvatskoj. *Revija za socijalnu politiku* 7/3: 311–325. <https://doi.org/10.3935/rsp.v7i3.244>
- Tensilen, 2021. mrežne stranice, <http://tensilen.hr/>, prošlost stranice dostupna na <https://web.archive.org/web/20180817204426/http://tensilen.hr/zasto-tensilen/> (pristup 19. 5. 2021.).
- Zola, Irving Kenneth. 1976. "Medicine as an Institution of Social Control". *Ekistics* 41/245: 210–214.

## PRILOZI

- Reklama 1. Tensilen spot – Za bolje raspoloženje. 2015. youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=4YAv7zLEbCA> (pristup 20. 5. 2021.).
- Reklama 2. Oseti razliku – Tensilen. 2017. youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ZkdMCdYsLgA> (pristup 20. 5. 2021.).
- Reklama 3. Tensilen – Za drugačiji pogled na stvari. 2016. youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=RyCxyXuUxYs> (pristup 20. 5. 2021.).

## Woman, Mother, Queen. On Regulatory Effects of Happiness

Through analysis of advertisement campaigns for a food supplement that promises the return of happiness, this article problematizes the regulatory effects of the search for happiness in the context of the transition and popularization of new forms of womanhood in Croatia. The article points to gendered dimensions of “transition” by analyzing its materializations in the context of popular culture. With a focus on gendered mental health, the text builds on Sara Ahmed’s work on the affectivity of social norms and ideals and Lilijana Burcar’s work dealing with the relations of capitalism and patriarchy in post-Yugoslav space.

**Keywords:** happiness, medicalization of discontent, repatriarchalization, gendered mental health