

KULTURA JAVNE RIJEČI ŽENSKIH ČASOPISA OD 1840. DO 1970. GODINE

The culture of public word of women magazines from 1840 to 1970

Andreja Zubac
andreja.zubac@gmail.com

UDK/UDC **050-055.2:316.72**
Pregledni rad / Review article
Primljeno/Received: 03.03.2016.

Sažetak

Članak donosi interdisciplinarni pogled na ženske časopise od 1840. do 1970. godine – najznačajnijega ženskog medija koji je utjecao na život žena na ovim prostorima. Odabrani vremenski okvir odrednica je najutjecajnije zajedničke ženske borbe za pravnu i stvarnu jednakost. Odnosno, odrednica je socioloških, političkih i kulturoloških okvira u kojima djeluju teme i čitatelj(ice) ovih časopisa. Cilj je istraživanja bio kvalitativnom metodom analize sadržaja analizirati pisanu riječ najutjecajnijih ženskih časopisa u svrhu dobivanja uvida u društveni, politički i kulturni život žena u odabranome vremenskom razdoblju. Rezultat istraživanja pokazao je da ženski časopisi određuju pravila ponašanja žena u društvu kroz poruku pisane riječi, da je promjenjivost strukture časopisa vidljiva kroz pisanu riječ, da pisana riječ u svim ženskim časopisima ističe tradicionalnu zadaću žene te da pisana riječ ženskih časopisa promiče kulturni napredak žene i potiče obrazovanje žene.

Ključne riječi: ženski časopisi, mediji, pisana riječ, kultura.

Godina XX
2016
Broj 2

KNJIŽNIČARSTVO

Glasnik
Društva
knjižničara
Slavonije,
Baranje
i Srijema

Summary

The article provides an interdisciplinary view on women's magazines from 1840 to 1970 - the most important female medium that has affected the lives of women in these areas. The selected time frame is the most influential determinant of common woman combat for legal and real equality. That is, the determinant is sociological, political and cultural framework in which the theme and the readers of the magazine operate. The aim of the research was, by using the qualitative method of content analysis, to analyze the written word of most influential women's magazines to gain insight into the social, political and cultural life of women in the selected time period. The result of research has shown that women's magazines define the rules of conduct of women in society through the message of the written word; that the volatility of the magazine's structure is visible through the written word; that the written word in all the women's magazines emphasizes the traditional role of women; that the written word of women's magazines promotes cultural progress and the education of women.

Key words: women's magazines, the media, written word, culture.

Uvod

*Časopis je vrsta serijske publikacije koja izlazi u redovnim razmacima, kraćim od godine, a dužim od petnaest dana. Pokreće se s namjerom da izlazi trajno.*¹ Primarno je tiskani medij koji pogoduje dimenziji vremena. Mogu se promatrati s interdisciplinarnoga gledišta. Povijeno gledano, čuvari su tradicije, odraz društvenoga, kulturnog, ekonomskog i političkog života jednoga razdoblja. Imaju pisani prijenos žanra i vlastitu klasifikaciju. Komunikološki gledano, kroz cjeloviti diskurs, časopisi oblikuju kulturu javne riječi. Prema Wodaku diskurs se stvara u društvu te je društveno uvjetovan.² Prema McLuhanu "sadržaj" u bilo kojem mediju uvijek je neki drugi medij i to je obilježje svih medija. Sadržaj pisma jest govor, baš kao što je pisana riječ sadržaj tiska, a tisak je sadržaj telegrafa.³ Prema Bauer, svaki medij kodira realnost na drugačiji

¹ Časopis.//Hrvatska enciklopedija : sv. 2. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, 2000. Str. 653.

² Wodak, Ruth. Disorders of Discourse. London: Longman, 1996. Str. 17.

³ Usp. McLuhan, Herbert Marshall. Razumijevanje medija : mediji kao čovjekovi produžeci. Zagreb: Golden Marketing – Tehnička knjiga, 2008. Str. 13.

način i tako utječe na sadržaj poruke.⁴ Bauer kaže da socijalni svijet predstavlja složeni sklop funkcija pa se on ne može zahvatiti jednostavnim i jednodimenzionalnim opisima.⁵

Prema Vogrinčić, čitateljska kultura ženskih časopisa postepeno se razvila u zapadnome elitnom društvu tek kroz 18. stoljeće,⁶ unatoč tome što je 17. stoljeće donijelo engleskoj ženskoj čitateljskoj publici pojedinačne brojeve otisnutih časopisa, primjerice *Lady's Journal* iz 1693. i *Lady's Mercury* iz 1694. U odnosu na europsko novinarstvo, a prema Čizmić-Horvat, prvi ženski list izlazi u Hrvatskoj tek u 19. stoljeću u Zagrebu.⁷ *Pojmom ženski listovi obuhvaćeni su listovi koji prate područje ženskog života u obitelji, listovi koji služe zabavi i pouci žena, listovi koji zastupaju ženske interese ili su organi borbe za prava žena.*⁸

Preteče feminističkih pokreta vidljive su još u 17. i 18. stoljeću. Prema Mihaljević, prvi feministički pokreti nastaju u Velikoj Britaniji, a potom u SAD-u iz kojih se šire na druge države u 19. i 20. stoljeću. Nakon Prvoga svjetskog rata žene dobivaju pravo glasa u većini država. U SSSR-u, Francuskoj, Njemačkoj, Italiji i Hrvatskoj u sastavu Jugoslavije⁹ to pravo dobivaju tek nakon Drugoga svjetskog rata.¹⁰ *Dobivanje pravne jednakosti u formalnome smislu nije značilo i stvarnu jednakost. Ustaljene socijalne norme i društveno konstruirane rodne uloge žene mijenjale su se puno teže i sporije.*¹¹ Stoga žene pokreću i treći val feminizma, a on je svoj intenzitet doživio kroz 70-e i 80-e godine 20. stoljeća.

U Hrvatskoj u 20. stoljeću izlaze magazini, tj. časopisi. *Magazin (njem. Magazin < engl. magazine) jest u suvremenom novinarstvu jedna od najpopularnijih vrsta publikacija. Pojavio se nakon izuma tiskarske preše, prošao razvojni put od skromne opreme i maloga broja stranica do suvremenog luksuznog izdanja. Izlazi pretežito tjedno i objavljuje raznovrsne (pažljivo uređene i ilustrirane) priloge. Manjeg je formata, prepoznatljiva grafičkog izgleda. Uz opći tip, postoje i specijalizirani: muški, ženski, sportski i dr. Dosežu*

⁴ Bauer, Thomas A. Medijska etika kao pitanje komunikacijske kulture. // Medijska pismenost i civilno društvo : zbornik / uredila Nada Zgrabljčić Rotar. Sarajevo: Mediacentar. 2005. Str. 16. Dostupno i na: http://www.media.ba/mcsonline/files/shared/komunikacijska_kultura_bauer.pdf

⁵ Bauer, Thomas A. Isto. Str. 48.

⁶ Vogrinčić, Ana. Tracin Female Reading : semiotic analysis of a Slovenian women's magazine. // Licus 4, 6(2009), 125 – 142.

⁷ Čizmić-Horvat, Marina. Ženski listovi u hrvatskom novinstvu. // Riječ 11, 2(2005), 101- 107.

⁸ Čizmić-Horvat, Marina. Ženski listovi u hrvatskom novinstvu. // Riječ 11, 2(2005), 101- 107.

⁹ Obrenić, Dragana. Pravo glasa žena. // Neko je rekao feminizam? : poglavlja u knjizi / priredili Adrijana Zaharijević, Henrich Boll Stiftung. Novi Sad: Artprint. Str. 37.

¹⁰ Usp. Mihaljević, Damirka. Feminizam – što je ostvario? // *Mostariensia* 20, 1-2(2016.), str. 154.

¹¹ Mihaljević, Damirka. Isto. Str. 149.

velike naklade.¹² Časopisi su nazivani i žurnalima. *Žurnāl m (G žurnāla) publ. 1. ilustrirani tjednik ili mjesečnik za modu*¹³ od francuske riječi *journal* (hrv. novine, publikacija koja sadrži novosti, sjećanja), ali i engleske *journal* (časopis).

Tiskovine za žene kroz povijest nemaju ustaljen jedan naziv (magazini, žurnali, ženske novine i ženski časopisi), stoga se prema definiciji Hrvatske enciklopedije, u kontekstu izlaženja, mogu nazvati časopisima za žene ili ženskim časopisima. U radu nadalje koristit će se pojam ženski časopisi. Svi ženski časopisi u ovome članku, prema Hrvatskoj bibliografiji niz C,¹⁴ imaju zastupljene značajne elemente serijskih publikacija (učestalost izlaženja, mogućnost širega raspačavanja, formalni izgled publikacije).

Fotografije i ilustracije (koje su ponekad popraćene i pisanom riječju) dio su kulture javne riječi u ženskim časopisima. Ističu modu, izgled i luksuz odjeće, izbor tkanine i njezinu kvalitetu, boju i dizajn. Fotografija utječe na vanjski stav gledatelja/žene.¹⁵ U kontekstu McLuhanova poimanja 'sadržaja' u mediju, vidljivo je da se unutar medija ženskoga časopisa u postavljenome vremenskom okviru članka nalazi još nekoliko utjecajnih medija – pisana riječ, fotografija, oglasi i ilustracije.

Zbog financijskog opstanka časopisi za žene surađuju s oglašivačima iz modne, prehrambene i kozmetičke industrije.¹⁶

Ciljevi i metodologija istraživanja

Cilj je istraživanja bio analizirati pisanu riječ najutjecajnijih ženskih časopisa u svrhu dobivanja uvida u društveni, politički i kulturni život žena u odabranome vremenskom razdoblju. Jedinica analize jest riječ u časopisu. Analizom sadržaja obuhvaćeni su časopisi *Der Courier für Damen*, *Parižka moda*,¹⁷ *Die Frau und Mutter*,¹⁸ *Ženski svijet (Jugoslavenska žena)*, *Praktični modni list*, *Ženski list*, *Novi ženski list*,

¹² Magazin.// Hrvatska enciklopedija : sv. 6. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, 2004. Str. 750.

¹³ Žurnāl. //Hrvatski enciklopedijski rječnik. Novi Liber: Zagreb, 2003. Str. 1512.

¹⁴ Hrvatska bibliografija. Niz C, Serijske publikacije. (1992-2004). Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004.

¹⁵ Usp. McLuhan, Herbert Marshall. Isto. Str. 176.

¹⁶ Vidi više: Wolf, Noami. Mit o ljepoti. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2008.

¹⁷ Godišta 1895. (24 broja), 1896. (24 broja), 1897. (11 brojeva) digitalizirana su i dostupna na mreži preko portala *Stari hrvatski časopisi* Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. Dostupno na: <http://dnc.nsk.hr/Journals/LibraryTitle.aspx?id=F6EF952F-9985-4AF0-A450-451D1A0D88F2>

¹⁸ U Muzeju Slavonije dostupno je nekoliko darovanih brojeva. Austrijska nacionalna knjižnica digitalizirala je dio korpusa ovoga časopisa pa su brojevi po godištima dostupni na mreži <http://anno.onb.ac.at/cgi-content/anno-plus?aid=fum>.

Hrvatski ženski list, Tündérujjak,¹⁹ *Hrvatica*,²⁰ *Svijet, Praktična žena i Bazar*²¹ (ukupno 500 brojeva svih časopisa zbog objektivnosti pristupa). Tekst je pojedinih časopisa transliteriran u članku. Korištene metode jesu: metoda istraživanja, raščlanjivanja, uspoređivanja i zaključivanja.

H1: promjenjivost strukture časopisa vidljiva je kroz pisanu riječ.

H2: ženski časopisi određuju pravila ponašanja žena u društvu kroz poruku pisane riječi.

H3: pisana riječ u svim ženskim časopisima ističe tradicionalnu zadaću žene.

H4: pisana riječ ženskih časopisa promiče kulturni napredak žena.

H5: pisana riječ ženskih časopisa potiče obrazovanje žene.

Rezultati istraživanja i rasprava

Nalaz istraživanja potvrdio je postavljene hipoteze. Pokazao je da je kultura javne riječi u ženskim časopisima oblikovana kroz samu strukturu časopisa (rubrike, žanrovski i jezični diskurs) koja je promjenjiva pod utjecajem okolnosti u kojima izlaze.²² U odnosu na prvu hipotezu, iz istraživanja je vidljivo da se u žanrovsku rodovsku obitelj istraženih ženskih časopisa svrstavaju oblici: vijest, izvještaj, članak, pisma (čitatelja), reportaže, pjesme, ljubavna pisma, putopisi, biografije, (foto) romani, novele, crtice (književno stvaralaštvo), reklame, vicevi, križaljke, komentar, horoskop i dr.

Prema Zgrablić Rotar kao i Košir,²³ u informativnu rodovsku obitelj ubrajaju se: *vijest, izvještaj, reportažu i razgovor*, a u interpretativnu *komentar, članak i portret*. Malović kaže da su to promjenjivi oblici.²⁴

¹⁹ Brojeve časopisa iz ovoga razdoblja Muzeju Slavonije darovale su osječke obitelji.

²⁰ Prvo (1939., 12 brojeva) i drugo godište (1940., 12 brojeva) časopisa *Hrvatica* digitalizirano je i dostupno na mreži preko portala Stari hrvatski časopisi Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. Dostupno na: <http://dnc.nsk.hr/Journals/LibraryTitle.aspx?id=23ec3af4-8916-49fe-839c-8eca24fa4432>

²¹ Ograničenje u radu leži u opsežnome korpusu teksta kroz brojeve (sveščice) analiziranih časopisa pa se izdvajaju samo oni najvažniji koji mogu preneti poruku časopisa namijenjenu čitateljici/čitatelju i odgovoriti na hipoteze. Tekst u ženskim časopisima nije uvijek potpisan ili je potpisan inicijalima autora. Analizirani časopisi dio su zatvorenoga knjižničnog fonda Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu i knjižnice Muzeja Slavonije u Osijeku; dio brojeva dobiven je međuknjižničnom posudbom.

²² Za razumijevanje konteksta ženskih časopisa važne su i povijesne okolnosti u kojima su časopisi izlazili, raspačavani i čitani. Austrijanci i susjedi Mađari imali su značajan utjecaj na politički, gospodarski, društveni i kulturni život stanovnika u Hrvatskoj. Od 1868. do 1918. hrvatsko političko uređenje je Trojedne kraljevine Hrvatska, Slavonija i Dalmacija. Hrvatska se u razdoblju od 1918. do 1929. godine nalazila u sastavu Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca. Od 1929. do 1941. dio je Kraljevine Jugoslavije. Od 1941. do 1945. godine političko uređenje jest Nezavisna Država Hrvatska. Od 1945. do 1963. Hrvatska je dio Narodne Republike Jugoslavije, a od 1963. do 1991. dijelom Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije (više Goldstein, 2008).

²³ Košir, Manca. „Kultura“. Ljubljana: Mladinska knjiga, 1983.

Ženski časopisi u izabranome vremenskom okviru zbog bolje preglednosti i lakše analize kronološki su svrstani u tri skupine kroz koje je vidljiva potvrda svih hipoteza:

- prvu skupinu čine časopisi koji su obilježili razdoblje od 1840. do 1918. godine
- druga skupina obuhvaća časopise koji su obilježili razdoblje od 1919. do 1946. godine²⁵
- treća skupina obuhvaća časopise koji su obilježili razdoblje od 1953. do 1970. godine.

Razdoblje od 1840. do 1918. godine

U prvoj skupini prevladavaju časopisi koji imaju veći broj fotografija, ilustrativnoga sadržaja i reklama, a manji broj stranica i pisane riječi u odnosu na druge skupine. Časopisi su tiskani u velikim formatima. Namijenjeni su ženama s većom kupovnom moći. Moda je ilustrativno prikazana i popraćena pisanom riječju. Pisana riječ izražena je kroz oblik vijesti, izvještaja i članka. Odjeća²⁶²⁷ je simbol neverbalne komunikacije, ali i dio klasnih razlika. Ograjšek Gorenjak mišljenja je da je sve do kraja 19. stoljeća građanstvo u Hrvatskoj bilo malobrojno i ekonomski nedovoljno jako.²⁸ *Djeca, kuhača i crkva bile su granice ženske krletke u društvu na prijelazu stoljeća kada se javljaju prvi pokreti za žensku ravnopravnost i pravo glasa.*²⁹ *Određenje žene kao dobre kućanice nije bilo jednoznačno jer se njegovo značenje razlikovalo kod žena različitoga socijalnog položaja. Tako su se obaveze žena kao dobrih kućanica na selu bitno razlikovale od obaveza gradskih dobrih kućanica, a gradske su se dobre kućanice razlikovale prema tome dolazile li iz niže, srednje ili više građanske klase.*³⁰ One koje su pripadale višoj građanskoj klasi, bile su dame i imale su služavke. Prema Pazman, ako promatramo ženu

²⁴ Malović, Stjepan. Trenutak hrvatske komunikacije 1992. : zbornik radova sa simpozija održanog 24. 11. 1992. na temu razvoja masovnih medija u Hrvatskoj / urednik Pavao Novosel. Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 1993. Str. 55.

²⁵ Utvrđeno je da u razdoblju od 1941. do 1953. dolazi do krize u hrvatskom ženskom izdavaštvu.

²⁶ Usp. Štimac, Vlatka. Hrvatsko modno-odijevno nazivlje : jezična analiza modnih časopisa od 1918. do 1941. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 2008.

²⁷ Usp. Kalčić, Silva. Razgovor s Tončijem Vladislavićem : Moda između tijela i društva. // Zarez 182, 8(2010) Dostupno na: <http://www.zarez.hr/182/zariste3.htm> (20-1-2010)

²⁸ Ograjšek Gorenjak, Ida. Otvaranje Ženskog liceja u Zagrebu.// Povijest u nastavi 2, (8)2006, 147-176. Str. 150.

²⁹ HINA. U HNK Zagreb praizvedba predstave o životu Marije Jurić Zagorke, Zagreb: 2011. Dostupno na: <http://www.novolist.hr/hr/Kultura/Kazaliste/U-HNK-Zagreb-praizvedba-predstave-o-zivotu-Marije-Juric-Zagorke> (7 - 03 -2011)

³⁰ Župan, Dinko. Dobre kućanice Obrazovanje djevojaka u Slavoniji tijekom druge polovice 19. stoljeća. // Scrinia Slavonica 1, 9(2009), Str. 233.

u domaćem društvu i obitelji, vidimo da je pod muževom stegom. Muž upravlja imetkom i krši ženidbeni vez, a da ga za to nitko ne proziva.³¹ Prema Čizmić-Horvat³² prvi ženski modni časopis bio je *Der Courier für Damen* (*Glasnik za dame*) na njemačkome jeziku u formatu 22/13 cm. *List je izlazio tijekom 1840. godine kao besplatni prilog drugog godišta časopisa Croatia. Der Courier für Damen ima sva obilježja zasebnog lista, od formalnog do tematskog jedinstva.*³³ Vidljivo je da je donosio vijesti iz svijeta mode, kazališta, umjetnosti, glazbe za dame (supruge i majke iz više građanske klase) te tako potvrdio sve postavljene hipoteze.

Slijedi ga prvi časopis na hrvatskome jeziku tiskan u Zagrebu *Parižka moda* s podnaslovom *List za žensku i dječju odjeću i za ženski ručni rad* (1895.-1907.). Iz Oglasnika Parižke mode, koji je objavljen uz časopis, saznajemo da se širom hrvatskih država (Trojedine kraljevine Hrvatske, Slavonije i Dalmacije) čitaju njemački i talijanski modni listovi pa se s tom namjerom pokreće *Parižka moda*.³⁴ 1896. i 1897. godine na stranicama ovoga časopisa modne ilustracije tekstualno su popraćene savjetima i opisima. Svakom broju priložen je arak na kojemu su s obje strane krojevi. Mjesečno je donosio i poseban prilog – veliku bakroreznu modnu sliku u bojama. Izdavač mu je bio L. Hartman (Kugli i Deutsch).

U odnosu na H3: pisana riječ u svim ženskim časopisima ističe tradicionalnu zadaću žene, časopisi *Der Courier für Damen* i *Parižka moda* prikazuju, prije svega, modu za ženu – suprugu i majku iz dobrostojeće obitelji. U odnosu na H5, *Parižka moda* potiče obrazovanje u žene kroz savjete o modi. U njoj uredništvo moli učiteljice iz obrtničke škole i druge učiteljice da preporuče časopis svojim učenicama i ostalim ljudima.³⁵

Die Frau und Mutter austrijski je mjesečni časopis. Atipičan je za časopise ove skupine. Namijenjen je ženskoj skrbi o djeci, obrazovanju i zdravstvu u domu i obitelji iz koje se najčešće isključuje muškarac. Odgojnoga je i obrazovnog karaktera, pisan kroz različite žanrovske oblike, no prevladavaju članci. Od prvoga broja, časopis ima ozbiljan sadržaj. Ženu podučava kako biti dobra odgojiteljica i njegovateljica. Tiskan je u Beču na njemačkome jeziku od 1912. do 1967. Godine 1912. izlazi u tri broja (*Inhalts-Verzeichnis, Heft 2 i Heft 3*), a 1913. izlazi *Sadržajni broj* i još 12 samostalnih brojeva. U počecima ima

³¹ Pazman, Josip. Emancipacija žene. // Bogoslovna smotra 1, 1(2014), str. 31.

³² Čizmić-Horvat, Marina. Nav. Dj. Str. 102-103.

³³ Čizmić-Horvat, Marina. Nav. Dj. Str. 102-103.

³⁴ Oglasnik Parižke mode, 2. 1(1895).

³⁵ *Parižka moda*, 2, 1(1895).

manji broj stranica, tankih je korica, formata 33/23 cm. 1912. i 1913. godine tekstu časopisa u prvome broju prethodi sadržaj, kasnije ga nema. Godine 1917. u broju 1. pojavljuju se prve fotografije djece. Donosi potpune podatke o odgovornosti (izdavaču, cijeni, gradovima i državama u kojima se može kupiti). Crno-bijeli je, nema prikaza mode za žene, nema fotografija u ovoj skupini.³⁶ Ovaj časopis može se svrstati u sve tri skupine jer je vremenom evoluirao. U odnosu na H3, vidljivo je da svi objavljeni brojevi ovoga časopisa podupiru ovu hipotezu. Puno je napredniji u odnosu na hrvatske časopise. Potvrđuje sve hipoteze.

Časopis *Ženski svijet* s podnaslovom *Mjesečnik za kulturne, socijalne i političke interese jugoslavenskih žena* pod vodstvom Kvedera Demetrovića izlazi mjesečno u Zagrebu u razdoblju od 1917. do 1918. na formatu od 26,5/18 cm. Od 1920. godine preimenovan je u *Jugoslavenska žena*. Pisana riječ izražena je različitim oblicima (vijest, izvještaj, reportaža i dr.) Na stranicama ne donosi fotografije ni ilustrirane modne priloge, ali propagira ženska prava kroz pisanu riječ te riječ književnih oblika. Časopis potvrđuje sve postavljene hipoteze.

Razdoblje od 1919. do 1946.³⁷ godine

Razdoblje nakon Prvoga svjetskog rata (godinu 1919.) karakteriziraju časopisi koji ženi kroz pisanu riječ nude korisne i praktične savjete po pitanju kuće, svakodnevnice i obrazovanja. Ujedno je to bilo i razdoblje završetka Prvoga feminističkog vala (1920.). Pisana riječ izražena je kroz članak, anketu, pisma (čitatelja), reportaže, pjesme, ljubavna pisma, putopise, romane, novele, crtice (književno stvaralaštvo), reklame, viceve. Žena više nije samo modno, nego je i kulturno te društveno osviještena. Ona je kućanica, majka, učenica, zaposlena osoba koja ima emocije, želje i potrebe, ali nema pravnu jednakost u zakonskome smislu. Dakle, časopisi ženu uključuju u šire društveno okruženje. Ovu skupinu časopisa karakterizira "socijalna mijena"³⁸ – cirkularni proces uzajamne animacije koji odražava društvenu promjenu. Posebno je vidljiva u Zagorkinim časopisima. Prema Bauer, ona je posljedica čovjekove evolucijske sposobnosti učenja (pri čemu se podrazumijeva i upotreba medija koja se

³⁶ 1916. u broju 5. na četiri stranice ilustrativno prikazuje kako bi se moglo odjenuti djecu (mušku i žensku).

³⁷ Godine 1946. žene u Hrvatskoj dobivaju zakonsko pravo glasa. Do te godine većina ženskih časopisa prestala je izlaziti u Hrvatskoj. Izlazi samo časopis *Žena u borbi : glasilo Antifašističke fronte žena Hrvatske* koji je pokrenut u travnju 1943. godine. Izlazi mjesečno od 1943. do 1957. godine.

³⁸ Usp. Bauer, Thomas A. Isto. Str. 50.

mijenja tijekom procesa učenja, ali i učenje koje se razvija upotrebom medija), predstavlja mjesto, odnosno, posredujući je faktor putem koga između medija (ali i jezika, ponašanja, navika i običaja) i medijski oblikovanih sadržaja (socijalnih stvarnosti) ona nastaje.³⁹ I u ovoj skupini potvrđene su sve hipoteze.

Svjetlo dana ugledao je časopis *Praktični modni list* (1919.-1921.) na formatu od 31/21 cm. Časopis je imao 12 stranica. Izlazio je 1. i 15. dana u mjesecu. Odgovorni urednik bio je Josip Pest, a izdavač *Braća Kralj* iz Zagreba. Donosio je ilustracije ženske mode s popratnim pisanim iskazom. Tijekom 1920. i 1921. godine časopis obogaćuje sadržaj s kućanskim receptima, izrekama o lijepim ženama, krojnim arcima kao izdvojenoj cjelini, novelama. Kupovna cijena bila je 3 K.

Godine 1920. ponovno je pokrenut časopis *Pariška moda* (1920.-1938.). Uređivala ga je Draginja Savić, nekadašnja ravnateljica Ženske obrtničke škole u Zagrebu. Ilustriran je, tiskan u velikome formatu 41/31 cm, sadržavao je pregršt reklama, zasebne priloge i oglasnike. Navedeni prilozi, kao i krojni arci koji su dolazili uz časopis, nisu dio paginacije. Kroz časopis dominirala je moda na fotografiji u odnosu na pisanu riječ. Drugi stvarni naslov bio je *Revue des modes* : pariška moda (broj 1-2, 1920), a na omotu stoji i naslov na njemačkome jeziku *Die schöne Wienerin* : pariška moda od broja 7, 1920. do broja 1, 1924. Izlazio je polumjesečno. Izdavač mu je bio L. Hartman (Kugli i Deutsch).

U razdoblju od travnja 1925. do travnja 1938. izlazi, na 28 stranica, mjesečnik *Ženski list* s podnaslovom *Za modu, zabavu i kućanstvo*. Odgovorna urednica jest Marija Jurić Zagorka. Izdaje ga Konzorcij za izdavanje tiskopisa u Zagrebu na formatu od 34/26 cm. Časopis donosi i krojne arke. Stranice su upotpunjene reklamama kućanskih proizvoda s ciljem da olakšaju ženi posao u kući, ali i da je učine lijepom i poželjnom. Sa stranica iščitavamo da se može kupiti u svim knjižarama i putem pretplate (tromjesečne, šestomjesečne i godišnje); da pojedini broj stoji 15 dinara. U programskome tekstu prvoga broja navedeno je da *Svakog mjeseca izlazi po jedan svezak: Moda i rublje za dame, Moda i rublje za djecu, Ručni rad, Zabava, Kućanstvo. Za svaki model dobiva se po narudžbi točno izradjen krojni uzorak kao i uzorci za ručni rad.*⁴⁰ U rubrici *Zabava* časopis donosi novosti iz kulture. *Film je za društveni odgoj čovjeka najepohalnije sredstvo.*

³⁹ Usp. Bauer, Thomas A. Isto. Str. 50.

⁴⁰ *Ženski list* : *Za modu, zabavu i kućanstvo*, 1(1925), str. 3

Dakako, da mislimo dobar film. A što je za nas žene najvažnije, na filmskom platnu dominira žena. (...) Naš list posvetit će doličnu pažnju toj kulturnoj instituciji koja je zahvatila sve grane javnog i kulturnog rada, donosit ćemo recenzije o pojedinim uspješnim filmovima i u najstarijim brojevima osvrnuti se na život i način života pojedinih filmskih diva, kojima se milijuni dive i čija ljepota i umjetnost nas zanose, kad u tmini osjećamo njihove boli i radujemo se njihovim radostima.⁴¹

Vremenom se otvaraju nove rubrike, a ustaljuje rubrika *Anketa Ženskog lista* na koju čitateljice odgovaraju uredništvu putem pisama i na taj način oblikuju daljnji sadržaj časopisa. Anketa je, kao i pisma čitateljica, važna jer je iz nje vidljivo u kojim se dijelovima Hrvatske čita ovaj časopis. Pisma čitateljica odraz su stvarnoga života žena. *Pismo čitatelja jest pismo pojedinca ili skupine ljudi upućeno novinama kojim se komentira sadržaj ili forma novinskih članaka ili drugih pojava i događaja izvan novina.⁴²* Iz odgovora redakcije saznajemo ponešto o problemima s kojima se susreće hrvatski časopis kao medij: *Danas, u doba tako slabih ekonomskih prilika Z. L. ipak dnevno napreduje – što je jamstvo za njegovu budućnost. Da vam otkrijem jednu po nas vrlo sramotnu tajnu. Kažu knjižari i prodavači, da od jednog njemačkog ženskog kućnog lista prodaju u Hrvatskoj više nego od svih hrvatskih časopisa ukupno! Što kažete na to? Uz ovakvu ekonomsku izdaju našeg produkta pravo je čudo, da se uopće našao konzorcij, koji imade odvažnosti započeti konkurenciju njemačkim listovima u Hrvatskoj – hrvatskim listom!⁴³* Na primjeru pisma čitateljice u kojemu N. S. iz Osijeka moli uredništvo *Ženskoga lista* da objavi dojmove sa svečanosti koja je bila priređena u čast *Sokolu*, iz odgovora redakcije vidljiva je zabrana časopisu – mediju posredniku da dođe do informacija i prenese ih čitateljici: *Po svoj prilici je odbor Sokola imao veliki naročiti razlog, da onemogućiti i nama i drugim revijama sakupiti impresije i snimati prizore te ih uvijek ječiti – pa se tom nepoznatom razlogu moramo pokoriti i mi i vi.⁴⁴*

Vremenom sadržaj *Ženskoga lista* postaje tekstualno i strukturno znatno bogatiji. Iako nema istaknute rubrike, ističu se ženski kućanski poslovi, važni liječnički savjeti, ljubavne priče; naglašava uloga brižne majke; ljepota svake žene prikazana je kroz modu, šminku, parfeme i njegu tijela, a to je vidljivo i kroz reklame. U ovome razdoblju

⁴¹ Ženski list: Za modu, zabavu i kućanstvo, 1(1925), str. 17.

⁴² Fruk, Marina. Pisma čitatelja. // Riječ 7 (1)2001, str. 17.

⁴³ Ženski list, 1(1925), str. 26.

⁴⁴ Isto.

dolazi do društvene promjene jer se žene u gradu počinju šminkati. Ispod naslova *Svatko ne smije ličiti svoje lice* u tekstu se navodi: *U posljednjim godinama donijela je moda ličenje lica što znači dotjerati se. To danas čine i žene kojima se ne može ni malo moralno prigovoriti. Muškarci su općenito vrlo oduševljeni, ako sastanu na ulici ženu, koja dobro izgleda, ali ni pod živu glavu ne će dozvoliti da bi se ličila i vlastita njihova žena.*⁴⁵ Časopis piše o muškom preljubu, rastavama, obiteljskim odnosima između svekrve i snahe, zeta i punice, sklapanju braka te prednostima samačkoga života. *Danas djevojke sklapaju brak najviše u dobi između 20. i 25. godine a muškarci između 25. i 35. godine.*⁴⁶ U kontekstu izrečenog, *Anketa* ponekad postavlja pitanja namijenjena isključivo ženama s ciljem utjecaja na širu žensku čitateljsku populaciju i propagiranje ženske ravnopravnosti: *Da li Vam je žao što ste se udale? Da li želite pravo glasa za Skupštinu?* Na ovo pitanje odgovorila je i čitateljica iz Đakova. *Zora de Đakovo veli: da bi podjeljenjem prava glasa ženi (i ako bi to pravo bilo samo aktivno) muškarca prisililo voditi računa o ženi kao čovjeku.*⁴⁷ Iz rezultata *Ankete* (provedene među čitateljicama) dâ se zaključiti: *Mnoge od njih samostalne i namještene priznale su, da bi se udale samo s tog razloga, što žena sama bez muža nigdje ne pristaje.*⁴⁸ Iako je Zagorka jednom prigodom naglasila da *Ženski list* nije feministički časopis, on redovito prati i izvještava o borbama za žensku ravnopravnost sa sve četiri strane svijeta. *Makar nismo feministički list, donosimo po dužnosti sve zanimive pokrete žena po svijetu u kratkim prikazima. (...) Pravni položaj žene u našoj Državi - veli peticija - ne odgovara ni društvenim ni političkim potrebama moderne države. Žena ni kao supruga, ni kao majka, ni kao gradjanka nije ravnopravna muškarcu.*⁴⁹

U travnju i svibnju (godina 10/1934. br. 4 i 5) odgovorna urednica *Ženskoga lista* postaje Olga Baldić, a od šestoga broja (godina 10/1934) vraća se M. J. Zagorka. Iste te godine u travnju *Ženski list* poskupljuje na 18 dinara. Ovaj časopis promiče pismenost i obrazovanje žena te često progovara o poznatim ženskim osobama koje su nešto postigle u životu (Marija Curie Sklodowska, Izidora Duncan i dr.) i plodovima njihova rada. Pod naslovima *Žena u znanosti* i *Studentice na zagrebačkoj univerzi* časopis piše o

⁴⁵ *Ženski list*, 1(1925), str. 2.

⁴⁶ *Ženski list* 1, 1(1925), str. 26.

⁴⁷ *Ženski list*, 3(1927), str. 29.

⁴⁸ Isto. *Ženski list*, 3(1927), str. 29.

⁴⁹ *Ženski list*, (1927), str. 34.

povećanju broja žena na Sveučilištu od godine 1919./20. do 1932. *Dakle, u 13 godina, pohađalo je univerzu svega 6933 slušačice.*⁵⁰

U razdoblju od svibnja 1938. do ožujka 1939. godine *Ženski list* mijenja ime i estetsko-vizualni identitet. **Novi ženski list** nastavlja izlaziti kao mjesečnik u većem formatu u izdanju Konzorcij Novi ženski list iz Zagreba, a urednica mu je Marija Jurić Zagorka. Stoji 13 dinara, a formalni mu je opis 36/24 cm. Tematikom se nadovezuje na *Ženski list*. Naglašava se moda, ljepota i kućanski poslovi. Sadržaj prvoga broja iz 1939. godine glasi: *Moda, Ručni rad, Susreti, Nadmoć žena, Prevareni suprug, Cvijeće cvate, Gospodjo X molim malo ljubeznije sa gospodjom Y, Ženidba Pompeja Ivanića, Sudbina žena znamenitih muževa, Obrok sunca, Moj rodjedan i moj muž, Kako valja njegovati haljine, Ljudi koji stiču naklonost, Mark Twain i američka prohibicija, Osveta*⁵¹ i dr. Časopis prati kulturna događanja u Hrvatskoj. U prilogu *Gostovanja osječkog kazališta* izvještava: *Za vrijeme gostovanja zagrebačke drame u Splitu u Zagrebu je dvije večeri gostovao cjelokupni ansambl osječkog kazališta. Svoje gostovanje započeli su Osječani s Ogrizovićevom dramom Vučina, dok su drugo veče prikazivali 'Ponižene i uvrijeđene' koje je po romanu Dostojevskog dramatizirao Rade Pregac.*⁵²

Hrvatski ženski list objelodanjen je u travnju 1939. godine i djelomice nadomješta *Novi ženski list*. Zadnji broj tiskan je u prosincu 1944. godine. Izlazi mjesečno jedanput na 45 stranica u izdanju Konzorcija Hrvatski ženski list u Zagrebu. Odgovorna mu je urednica Sida Košutić, a od broja 6(1943) glavnom urednicom postaje Mara Schwel. Prvobitno, vizualno je velikoga formata 36/28 cm, kasnije 30/22 cm. Uz *List* dolaze i krojni arci, tj. modni prilog kao zaseban podlistak i ne ulazi u paginaciju. Vizualno-estetski izgled sličan je Zagorkinim časopisima, Žanrovski je sadržajan. Kroz pisanu riječ povezuje tradiciju s aktualnom tematikom. Piše o plesu, kulturi, štednji, domaćinstvu, poznatim osobama, glazbi, modi; donosi pjesme i novele; izvještava o gostovanjima kazališta, održavanju koncerata i drugim društvenim sadržajima. Pojedinačni primjerak stoji 13 dinara.

Tündérujjak, Magyar kézimunka ujság (urednik Spitzer Adolf) izlazi od 1925.⁵³ do 1944. u Budimpešti na formatu 33/23 cm. *Tündérujjak* (1932.) donosi fotografije i

⁵⁰ Hrvatska žena. // *Ženski list* 1, 9(1933), str. 2.

⁵¹ *Novi ženski list*. 1(1939), str. 5

⁵² *Novi ženski list*. 1(1939), str. 12.

⁵³ Podaci preuzeti iz mađarske nacionalne knjižnice.

upute o izradi čipkastih tabletića, stolnjaka, o vezenju i pletenju. Na stranicama prevladava fotografija u boji. Ima podatak o odgovornosti i sadržaj. Iz časopisa je vidljivo da se u to vrijeme nisu heklali samo kućanski ukrasi, nego i košulje, čipke za suknje, prekrivači za krevete i dr. Donosi i cjelovite krojne arke kao zasebne priloge i crteže (predloške) za izradu tabletića, čipke, tapiserije. Značajniji naslovi sadržaja su: *Kako izraditi čipku, Kako ukrasiti verandu, Ukrašavanje prekrivača, Šalovi i marama, Kecelje, Tapiserija*. Zanimljiva je rubrika *Kozmetika*. U ovome časopisu objavljena je nekolicina reklama. Cijena časopisa u svibnju 1932. godine iznosila je, preračunato u dolare, 4 američka dolara.

Hrvatica s podnaslovom **Časopis za ženu i dom** izlazi u Zagrebu kao mjesečnik u međuraću od 1939. do 1941. godine. Izdavač i urednik mu je M. J. Zagorka – prva (hrvatska) profesionalna novinarka. Časopis je vizualno velikoga formata 36/34 cm. Postoje dvije vrste *Hrvatice* (*Crvena i Plava*), tj. časopis izlazi u dva izdanja. *Plava Hrvatica* ima modu, ručni rad i krojne arake, a *Crvena Hrvatica* ima isto štivo kao i *Plava* samo bez priloga⁵⁴. Pri dnu naslovnice navodi se podatak o odgovornosti. Tematski je sadržajan, pisan čistim hrvatskim jezikom, ističe i religioznu notu hrvatskih žena u oba godišta. Na uvodnim stranicama ne donosi sadržajni prikaz već reklame, a numeracija mu se nastavlja iz broja u broj. Zagorka pokušava pružiti odgovor na svakodnevne probleme s kojima se žena suočava, stoga u pisanoj riječi možemo osjetiti njezinu nazočnost kao i dozu feminizma i političke osviještenosti, ponekad i ton agresivnosti. Kultura je javne riječi realna, pristupačna svim slojevima društva u kojemu žene žive i djeluju. U prvome broju *Hrvatice*, koji je objavljen uoči Božića 1939. godine, urednica u naslovu postavlja pitanje: *Zašto mislim da je potreban list Hrvatica?*, a u tekstu daje odgovor: *Sve žene na svijetu žive životom naroda, kojemu pripadaju i zato se svi njihovi problemi i osjećaji razvijaju pod okolnostima, u kojima živi taj narod. Svako domaće ognjište pojedinog naroda živi svojim posebnim domaćim životom.*⁵⁵ Pojašnjeni su narodni običaji u svim dijelovima Hrvatske na Badnju večer. Prema Zagorki slama je bila simbolom blagoslova težačkim obiteljima. Ljubav djevojkama izražavala se tako da mladić djevojci daruje jabuku u većini dijelova Hrvatske. Ako je ona prihvati, oni postaju

⁵⁴ Hrvatica 1, 2(1940), str. 2

⁵⁵ Zašto mislim da je potreban list Hrvatica? // Hrvatica 1, 1(1939), str. 5.

budući mladenci.⁵⁶ Časopis ističe važnost obrazovanja žena jer jedino na takav način one mogu nešto promijeniti u društvu. Iz pisma čitateljice u rubrici *Kako bi žene reformirale život* Zlate Vujić-Markotić vidljivo je da je smrtnost novorođenčadi u Slavoniji velika i da u njoj vlada Bijela kuga. Stoga ona predlaže pohađanje tečaja za udate žena po pitanju njege i higijene.⁵⁷ Iz pisma vidljivo je i da su slavonske seoske žene u ovome razdoblju neobrazovane i najčešće zapuštene. Tu činjenicu potvrđuje i pismo Neznane iz Osijeka, učiteljice koja predlaže besplatno zdravstvo i higijenu za sve jer siromašni nemaju novca za lijekove i zapuštene su,⁵⁸ ali i treće pismo čitateljice iz Čepina čiji je sadržaj Zagorka odbila objaviti.⁵⁹ Prema pismima čitateljica, slična je situacija i u ostalim seoskim dijelovima Hrvatske. Stoga je ženama nužno obrazovanje. Člankom se prikazuju suvremeni pozivi i zanimanje žena. *Statistika iskazuje, da je god. 35/36 bilo upisano na sveučilištu 1060 žena.*⁶⁰ *Žene u obrtničkom životu nisu danas ništa novo. U analima starog Zagreba, a i u drugim nekim mjestima u Slavoniji, imade tragova, da su žene vodile obrt.*⁶¹ Slično kao i u *Ženskom listu*, *Hrvatica* kroz ustaljene rubrike i biografije predstavlja snažne žene toga vremena koje svojim radom mogu nadahnuti čitateljice da se i one same trgnu te nešto postignu u životu. Iz vijesti je vidljivo da u Hrvatskoj (gradovima) djeluju brojna ženska društva s ciljem pomaganja najpotrebitijima, ali i borbe za ženska prava.⁶² Aktivna su i humanitarna vjerska društva u kojima sudjeluju religiozne žene s ciljem pomaganja siromašnoj djeci i ženama. Analizom sadržaja časopisa *Hrvatica*, mogu se zamijetiti stalne rubrike: *Dom i obitelj*, *Dobra kuhinja*, *Pripovijedaj*, *majčice!*, *Galerija javnih radnica*, *Iz galerije naših umjetnica*, *Tko ste Vi?* i druge te da provodi ankete, objavljuje pristigla pisma čitateljica i odgovara na njihova pitanja. Isto se čini i u *Ženskom listu* i *Novom ženskom listu*. Kao i u ostalim časopisima ovoga vremena, na stranicama možemo iščitavati prozne i poetske radove koji ulaze u paginaciju, poput romana *Male revolucionarke* koji izlazi u nastavcima, s ciljem da razvijaju čitateljske navike kod žene i ljubav prema književnosti.⁶³ Zagorka kroz pisanu riječ potiče stvaralački rad čitateljica s pomoću nagradnoga natječaja od 400 dinara za najbolju

⁵⁶ Isto.

⁵⁷ Kako bi žene reformirale život? : Zlata Vujić-Markotić. // *Hrvatica* 2, 1(1939), str. 48.

⁵⁸ Kako bi žene reformirale život? // *Hrvatica* 3, 1(1939), str. 88.

⁵⁹ Isto.

⁶⁰ One koje zaraduju u zvanju. // *Hrvatica* 1, 1(1939), str. 16.

⁶¹ Isto.

⁶² Društveni rad naših žena. // *Hrvatica* 2, 1(1939), str. 52.

⁶³ Ovo je izrazito važno jer u to vrijeme još uvijek velika većina žena nije bila pismena i obrazovana.

novelu i humoresku.⁶⁴ Poziva žene da pišu o najljepšem događaju u svome životu; potiče ih da napišu što bi predložile vlastima u slučaju da imaju aktivno ili pasivno pravo glasa; pita žene raduju li se više vlastitome zvanju i zaradi ili djeci i kući? Zagorka naglašava da se od suvremene domaćice toga vremena jako puno očekuje te da je to postalo naporno zanimanje jer sav je teret kuće na ženi.⁶⁵ Otvara i anketu za učiteljice i majke.⁶⁶ Donosi vijest da se Novom uredbom u Banovini Hrvatskoj ide na povezivanje svih kazališta kako bi glumci mogli gostovati jedni kod drugih.⁶⁷ Propituje i zagovara život u (seoskim) zadrugama koje se razvijaju u to doba u Slavoniji jer je ženi lakše živjeti u zajednici u kojoj ima pomoć od druge žene.⁶⁸ Kaže da je ženama na selu muž glavna zapreka njihovoj nepismenosti.⁶⁹

S pomoću biografije i umjetničkih reportaža osvrće se na hrvatsku povijest te njeguje hrvatsko nasljeđe pišući o hrvatskim velikanima i prošlosti. Često se obazire na starenje žena i prolaznost ženske ljepote, primjerice na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće: *Žensku starost smatrali su fizičkom rugobom. Njezina sijeda kosa nije ni u koga pobudjivala počitanje, naprotiv, staru ženu su izbjegavali, smatrali je rugobom, jadnim bićem, koje pobudjuje odurnost, jer je ružna, navorana, pognuta.*⁷⁰ Pisanom riječi slikovito prenosi odraz društva prema starijim ženama. U vrijeme izlaska *Hrvatice*, Zagorka kaže, *kozmetika i moda pomladile su žene u godinama do neprepoznatljivosti.* Tako su im otvorena vrata u društveni svijet, posebice starijim ženama koje su bile izopćene iz društva.⁷¹ Za buduće majke kaže: *Većinu žena materinstvo poljepšava i po materinstvu žena zapravo dobiva svoj pravi izraz. Ali ima i slučajeva, da ovo stanje ženi daje potpuno drugi izgled i oduzima joj ljepotu.*⁷² Stoga su ženi potrebni proizvodi za uljepšavanje koji će je vratiti u život. U odnosu na H2: ženski časopisi određuju pravila ponašanja žena u društvu kroz poruku pisane riječi, iz časopisa je vidljivo da pravila ponašanja kroz pisanu riječ određuju i reklame i to kroz poetiku riječi. *Reklame se služe različitim tehnikama zavodjenja, ulaganja, podilaženja i stereotipima, prodajući ne proizvode, nego*

⁶⁴ Hrvatica 1, 1(1939), str. 13.

⁶⁵ Znanost domaćinstva. // Hrvatica 1, 1(1939), str. 34.

⁶⁶ Anketa za učiteljice i majke. // Hrvatica 4, 1(1939), str. 151.

⁶⁷ Kazalište i koncerti. // Hrvatica 2, 2(1940)

⁶⁸ Slavonske zadruge kao spas Slavonije. // Hrvatica 9, 2(1940), str. 10.

⁶⁹ Pismenost žena i – muševi. // Hrvatica 11, 2(1940), str.4.

⁷⁰ Istina o ženskoj starosti : Kako su shvaćali žensku starost. // Hrvatica 1, 1(1939), str. 10.

⁷¹ Istina o starosti žena. // Hrvatica 2, 1(1939), str. 50.

⁷² Mlada majka : njega buduće majke. // Hrvatica 1, 1(1939) str. 33.

snove i čežnju za srećom, ljubavi, ljepotom, obitelji.⁷³ Reklama za Elida sapun u slici i pisanoj riječi kaže: *Muškarci naročito vole njegovanost, koju postizavate upotrebom zaista odličnog sapuna – Elida bijeli jorgovan, sniježno bijele boje zanimljivog mirisa.*⁷⁴ Reklama za Nivea krenu – *On uvijek pogađa, tko za njim stoji! On pozna te nježne NIVEOM njegovane ruke, koje su kraj svega kućnoga rada ostale zdrave i bijele.*⁷⁵ Reklama za puder kaže – *Zašto je velegradjanka uvijek 'Chic' te zadivljuje svojim alabasterskim tenom? Da i vaš ten zadrži kroz cijeli dan onu elegantnu finoću punu dražesti i ljupkosti, to treba da zahvalite samo našem bez žive*⁷⁶. U *Modernoj kozmetici* Zagorka kroz tekst reklamira *Novo sredstvo protiv umornoga izgleda* namijenjeno ženama koje su po cijeli dan zaposlene i nemaju vremena za sebe te nudi vlastiti recept s vrećicama čaja.⁷⁷ U ovim primjerima pokazano je kako se može zavesti muškarac te rodni stereotipi i razlike u životu žene na selu i gradu. Postoje i reklame koje pisanom riječju ističu edukativni karakter. Tekst uz sliku kaže: *Ona ne sluti opasnost! Zar Vi još uvijek ništa ne poduzimate protiv opasnog zubnog kamenca? Ne čekajte dok Vam se zubi rasklimaju! Upotrebite odmah Sargov Kaladont! Sargov Kaladont je u našoj zemlji jedina pasta za zube, koja sadrži znanstveno priznati sulforicin – oleat. On postepeno odstranjuje zubni kamenac i sprečava njegovo ponovno stvaranje.*⁷⁸ Analizom ovoga časopisa potvrđene su sve hipoteze.

*Die Frau und Mutter*⁷⁹ piše o općoj kulturi i stvarnim ženinim problemima. Od časopisa za djecu namijenjenog ženi, časopis se preobražava u pravi ženski časopis za žene, udane, neudane, kućanice, majke, radnice, dame. Časopis dobiva svjetovni karakter. Obrazovnog je pedagoškog i zdravstvenog karaktera. U člancima iznosi borbu s gubitkom kose, prhuti, farbanju i dr. I hrvatski časopisi iz ove skupine ponešto napišu o ovim temama, ali ne tako slobodno. Žene putuju i upoznaju svijet, ali i dalje ostaju brižne supruge i majke. Od prvoga broja 1937. uz ovaj časopis dolazi podlistak *Moden-Journal* koji govori o bečkoj modi za žene i djecu. Prikazuje fotografije i modne skice najnovije mode, ali fotografija je podčinjena pisanoj riječi. Uči čitateljice kako heklati (kukičati) i

⁷³ Zgrabljic Rotar, Nada. Medijski sadržaji. // Medijska pismenost i civilno društvo : zbornik / uredila Nada Zgrabljic Rotar. Sarajevo: Mediacentar. 2005. Str. 23

⁷⁴ Hrvatica 4, 2(1940), str. 17.

⁷⁵ Hrvatica 5, 2(1940), str. 11.

⁷⁶ Isto. Str. 23.

⁷⁷ Hrvatica 1, 2(1940), str. 28.

⁷⁸ Hrvatica 5, 2(1940), str. 9.

⁷⁹ Die Frau und Mutter, 6(1937).

vesti. Ustaljene rubrike jesu *Zdrava kuhinja* koja ženu uči kuhati i *Ogledalo* koja je posvećena ženskim problemima. Naslovi su pomno odabrani u skladu s tekstem kao i riječi kojima je pisan. Donosi putopise iz dalekih zemlja te pisma čitatelja i pitanja čitatelja u kojima se pruža odgovor. Časopis uspoređuje odnose majke i kćeri jučer i danas, govori o ponašanju i govoru čitatelja jučer i danas, vodi nas u jutarnju kupovinu, savjetuje čitateljice kako će pravilno njegovati svoje tijelo i stopala i dr. Piše o štetnosti i korisnosti sunčanja. Na kraju časopis donosi rubriku *Za razbibrigu* kroz pitalice i križaljke (enigmatiku) i tako postaje dijelom *svijeta rasonode*.⁸⁰ Na poleđini je zadnjih korica savjet o pletenju. U njemu je objavljena ljubavna poezija, romani (*Regina Maria*) te ljubavne novele.

Razdoblje od 1953. do 1970. godine

Treća skupina⁸¹ objedinjuje ženske časopise koji su pokrenuti od 1953. godine. U njima je uočljiv značajan odmak od tradicije. Časopisi postaju svjetovni. Vidljiv je utjecaj zapadne kulture. Pisana riječ izražena je kroz izvještaj, članak, pisma (čitatelja), reportaže, pjesme, ljubavna pisma, putopise, romane, novele, crtice (književno stvaralaštvo), komentar, reklame, viceve, kupone, križaljke i dr. U jezičnome diskursu vidljiva je poetika iskaza kojima časopisi približavaju pisanu riječ suvremenoj čitateljici/čitatelju. U ovim časopisima potvrđene su sve hipoteze. *U drugoj polovici 1960-ih tematsko težište jugoslavenskih ženskih časopisa premješta se s pragmatičnih pitanja (namještanja stana, ekonomičnosti u potrošnji) na intimnost bračnoga života, ljubav u narativu romanse. Ilustracije parova u strastvenom zagrljaju zapečaćenom poljupcem postaju sve češći motiv, što se djelomično može objasniti kao tekovina seksualne revolucije.*⁸² Ovu skupinu karakterizira integracija žene u sve segmente suvremenoga života. Žena ima više uloga u svakodnevnome životu. Ona je supruga i majka te radnica i domaćica; samohrana majka i radnica; supruga, majka i kućanica. U kojoj se god ulozi nalazila, žena je emancipirana. Kroz pisanu riječ vidljivo je da se počinju otvarati tabu teme tadašnjega društva.

⁸⁰Usp. McLuhan, Herbert Marshall. Isto. Str.

⁸¹U ovome razdoblju pokrenut je prvi znanstveni časopis za žene u Zagrebu. Pokreće ga Savez žena Hrvatske, 1957.-1992. *Žena : znanstveni časopis za društvena i kulturna pitanja žene i porodice*, izlazi polugodišnje. Nastavlja se na časopis *Žena u borbi*.

⁸²Horvat, Lea. Neka proturječja u slici obitelji u 1960-ima: jugoslavenski časopisi Bazar i Svijet. // Kako će to biti divno! /urednice Anita Dremel, Lada Čale Feldman, Lidija Dujić, Rada Borić, Sandra Prlenda, Maša Grdešić, Renata Jambrešić Kirin Zagreb: Centar za ženske studije, 2015. Str. 161.

Časopis *Svijet* podnaslova *Moda, kozmetika, kazalište, film, roman* izlazi polumjesečno od 1953. do 1992. godine u Zagrebu na formatu od 34 cm. Nakladnik mu je Nakladničko poduzeće „Vjesnik“ iz Zagreba. Odgovorna je urednica Smilja Dončević. Rubrike se ustaljuju vremenom. Grafičko oblikovanje od 1953. do 1963. potpisuje Aleksandar Srnec. *Njegove naslovnice, kao i način uređivanja fotografija izrezanih iz stranih časopisa, predstavljaju vrhunac exatovskog mišljenja, koji se nasuprot elitističkom poimanju umjetnosti mogao naći u časopisu, dostupnom svakome.*⁸³ Od 1954. uz *Svijet* izlaze i specijalna izdanja *Vež* i *Vuna*.

U vremenskom razdoblju od 1953. do 1959. godine izlazi kao mjesečnik, a kasnije postaje dvotjednik. Da se zaključiti da se *Svijet* u početku tematikom nastavlja na Zagorkin *Ženski list*. Vizualno je upadljiv: tiskan u boji, sadrži ilustracije, u prilogu svakoga broja donosi krojne arke. Sadržaj (kasnije i rubrike) prvoga broja iz 1953. godine jest: *Modni leksikon, Roman, Izložbe, Modeli, Novela Svijeta, Specijalna reportaža (Venecija), Kultura stanovanja (Imate li svoj stan? Stanovanje budućnosti), Kazalište, Film (Drama dvaju revolucionara, Zabranjene igre), Pletenje (Pulover, Prva kapica ...), Kod kozmetike..., I u kućanstvu (Njega kose, Njega ruku, Praktične frizure za dugu i kratku kosu, Recepti, Za ljubitelje sobnog bilja).*⁸⁴ Časopis je prepun korisnih savjeta iz kulturnoga i društvenoga života, ali naglasak stavlja na modu, njegu i ljepotu žene u cjelokupnome diskursu. U veljači 1953. godine sadržaju su pridodane rubrike *Kalendar prehrane* i *Reklamiramo Vam*. *Kalendar prehrane* savjetuje čitatelje o pravilnoj prehrani u mjesecu veljači, a u rubrici *Reklamiramo Vam* reklamira poznate hrvatske industrijske kuće: *Neve Ortoteks, Jadran čarape, Pobjedu, Zagrebačku industriju svile* i dr.

Broj iz ožujka iste godine uvodi rubriku *Moderno rublje*. U ovome broju velika je pozornost posvećena *Danu žena (8. martu)* kroz razne žanrovske oblike. U tekstu se kaže: *Danas nema gotovo ni jednog sektora našeg života ni djelatnosti u kojem ne bi bile zastupljene i žene. U gradskim, općinskim i kotarskim NO sjede žene odbornice, žene su narodni poslanici, one su članovi našeg državnog i političkog rukovodstva.*⁸⁵ U kasnijim godištim brojevima koji izlaze u ožujku uoči *Dana žena*, navedeni se praznik ne spominje ili se samo usputno spomene.

⁸³ Kalčić, Silva. Nav. Djelo.

⁸⁴ *Svijet* 1, 1(1953).

⁸⁵ 8. Mart. // *Svijet* 3, 1(1953)

Svijet pisanom riječi članka potvrđuje tvrdnju jedne čitateljice iz Zagorkina *Ženskog lista* da žena bez muža sama nigdje ne dopijeva jer trideset i nešto godina kasnije 1964. prikazuje da žena još uvijek nema stvarnu jednakost. Muškarac je i dalje autoritet, čovjek koji je zaposlen i prima plaću te hrani obitelj, a žena je još uvijek samo domaćica u Jugoslaviji. Prema mišljenju *Svijeta* ona bi trebala oprostiti i nevjeru i to ističe na dva mjesta (kao komentar i članak). *Svijet* u članku komentira ženu, prikazuje je u kontekstu proračunatosti: *Ipak, iste te žene bile bi kadre da mu oprostite i da ga poput tvrdoglavog djeteta opet materinski prime u svoje naručje, ako se mnogo teže ukalja u očima društva: krađom, pronevjerom i sl.*⁸⁶ ali nevjeru ne bi oprostile. Od 1. ožujka 1965. godine na stranicama *Svijeta* prevladavaju modne fotografije. Tijekom 1970. godine *Svijet* se modernizirao. Otvara nove rubrike:⁸⁷ *Praktično, Razgovori, Ljubav i brak, Igra-kviz, Ideje vaše-naše, Nagradne križaljke* i dr. Pod naslovom *Ljubav i brak* suptilno progovara o, do tada tabu temama na našim prostorima, homoseksualnosti i heteroseksualnosti, pitanju ljudske svijesti i percepciji društva prema njima. Svaki novi broj uvodi novu rubriku poput *Pitajte odgovorne, Muška moda, Vježbe za vitku liniju*. Vremenom, sve češće *Svijet* otvara pitanje ženske debljine i dječje pretilosti pa tekstovi započinju rečenicom (komentarom): *Svi znamo da vitka žena izgleda mnogo mlađom od ugojene*.⁸⁸ Tako, *Svijet* javno, bez cenzure teži za imaginarnim savršenstvom žene. U rubrici *Ljubav i brak*, u pismima uredništvu čitateljice iznose priče iz vlastita života, a psiholozi ih savjetuju. Časopis *Svijet* često sam negira svoj cilj. Kontradiktoran je u svojim naslovima i sadržaju. Na jednoj stranici *Svijet* potiče i hrabri žene da *Šutnja nije zlato*, a samo nekoliko stranica dalje uči ih *Kako ispeglati mužu košulju*. Naslov *Pomozite suprugu da ostane mlad! s podnaslovom Pažljivo ga hranite* imperativom *pomozite!* naređuje ženama da prije svega budu supruge koje će udovoljavati svome suprugu u svakome trenutku kako ga ne bi izgubile. Nadalje, uvodne rečenice u tekst kažu: *Svatko ima supruga kakvog zaslužuje!, Muškarci često nemaju ni vremena ni volje da se brinu za sebe. Ako ste primijetili da se vaš zapušta – vi mu morate pomoći!*⁸⁹ Ovdje je vidljiva i poetika izraza. Jakobson⁹⁰ (1966) poetiku povezuje s porukom. Malo stranica i rubrika posvećuje, uvjetno rečeno, *običnoj domaćici/kućanici*. Zapravo, odaje se dojam da u

⁸⁶ *Svijet* 3, 12(1964), str. 2, 19-20.

⁸⁷ *Svijet*, 13(1970).

⁸⁸ *Svijet* 13, 16(1970).

⁸⁹ *Svijet* 15, 16(1970), str. 44.

⁹⁰ Jakobson, Roman. *Lingvistika i poetika*. Beograd: Neolit, 1996.

sadržajnome okviru ovoga časopisa *obične domaćice/kućanice* po zanimanju ni ne postoje. Ponekad se za njih ponudi pokoji dobar recept za kolače ili pravilno spremanje zimnice.⁹¹

Praktična žena izlazi u Beogradu od 1956. do 2003. godine, uz izmjene. Časopis je dostupan i na hrvatskom tržištu. Određeno vrijeme tiskan je i na makedonskom jeziku. Izdaje ga Novinsko izdavačko preduzeće „Duga“, Beograd. Izlazi u manjem formatu 22.5/16.5 cm (poput male bilježnice za pisanje) na 50-tak stranica. Od 27. studenoga 1964. do 27. prosinca 1964., te ponovo 1965. godine i od 1. siječnja do 1. prosinca 1967. izlaze posebna izdanja *Praktične žene* s tematskim brojevima (*Kuhar, Vez, Pletivo, Ljeto*). Broj 337 od 20. veljače 1969. godine najavljuje na 22. i 23. stranici da će uskoro stići u prodaju nova *Praktična žena na velikom formatu! U boji!*. Dakle, *Praktična žena* mijenja format, a veličina hrpta iznosi 29 cm. 1965. godine donosi u broju 250 naslovnicu napisanu na dva pisma (ćirilica i latinica). Glavna i odgovorna urednica bila mu je Zorka Radojković. Na naslovne stranice stavlja fotografiju suvremene žene obučene po posljednjoj modi. U naslovu, koji se nalazi u gornjem dijelu naslovnice, riječ žena jest istaknuta. U donjem desnom kutu donosi udarne naslove broja koji postaju rubrike. U podacima o odgovornosti navodi se da postoji mogućnost tromjesečne, polugodišnje i godišnje pretplate. S protokom vremena rubrike se u časopisu mijenjaju. Neke od njih jesu *Moda, Medicina, Kozmetika, Svet mladih, Praktične rubrike* po kojima je i dobio ime, te *Zabavne rubrike, Intervjui, Upoznajte svoje telo, Naš kozmetičar vam savjetuje, Horoskop, Uradi sve sama, Naš kuvar* i dr. Rubrike su pregledne.

U rubrici *Upoznajte svoje telo* liječnici pišu o tumorima jajnika, upali jajnika, upali pluća kod djece i dr. Naglašava se važnost tjelovježbe za lijepo držanje i izgled. Donosi vijesti iz kulture (nove knjige, romani, događanja), a u svakome broju izlazi novela ili ljubavni roman u nastavcima. Pojedinačni primjerak u 70-ima iznosi 3 dinara. *Praktična žena* tiskana je na latiničnome pismu. Broj 362 (ožujak, 1970.) posvećen je mladima (djevojkama i ženama) i po tome se razlikuje od časopisa iz prve i druge skupine u ovome članku koji su, prije svega, bili namijenjeni udanim ženama. Kako i prethodni časopisi, *Praktična žena* otvara anketu o braku iz koje je vidljivo rušenje tradicionalnih

⁹¹Tek pred kraj sedamdesetih godina 20. stoljeća žene u svojim pismima redakciji *Svijeta* govore o preljubima, nezadovoljstvu i neshvaćenosti u braku, suprugovim ljubavnicama, novim simpatijama, ljetnim avanturama i traže savjete. Nažalost, ovakvi aktualni problemi u društvu svedeni su samo na jednu do dvije stranice po broju izlaženja.

stereotipa idealnoga i nesalomljivog braka. Povod anketi bila su mnogobrojna pisma čitateljica koja su stizala u uredništvo s ciljem da na njih odgovore stručnjaci. Govori o nevjeri, a tu temu pobliže opisuje pismo čitateljice pod naslovom *Ipak se vratio*. U pismu obrazlaže da je bila u vezi s dečkom kojega je voljela, ali ju je ostavio zbog njezine rođake. Čitateljica je patila sve dok nije dobila njegovo pismo u kojemu joj se ispričao. Pismo je potpisano riječima *Konačno sretna*.⁹² Rubrika *Iskrene ispovedi* donosi naslov *Ono što nikada nikome neću reći*. Priče pišu čitateljice, a odabrani i objavljeni uradci honoriraju se. Ispovjed mlade djevojke koju je jedne večeri opio i seksualno iskoristio zaručnik starije sestre otvoreno prikazuje stanje slike društva o kojima časopisi iz prve i druge skupine nisu smjeli javno progovoriti. Unatoč tome, oženio se svojom zaručnicom. Mlađa sestra nije rekla starijoj sestri što joj je učinio njezin muž i kaže da nikada neće, ali je ipak svoj doživljaj anonimno ispričala svim čitateljicama *Praktične žene*.

Časopis piše o pravilima lijepoga ponašanja i uči ženu kako se uljudno ponašati u određenim prilikama. Prati i događanja u znanosti. Objavljuje članak o B. A. Williamu Russellu koji je 1950. dobio Nobelovu nagradu za književnost. Govori o svemiru i slijetanju na Mjesec, o tehnološkom napretku maloga čovjeka.

Još jedna posebnost ovoga broja *Praktične žene* jest natječaj za *idealnu ženu Jugoslavije*. Donosi kupon⁹³ koji je mogla popuniti svaka čitateljica koja se željela natjecati s drugim čitateljicama u općoj kulturi, kuhanju, vezi, postavljanju stola, glačanju muške košulje, aranžiranju cvijeća, pripremanju koktela i šminkanju. Sudjelujući u natjecanju imala je priliku dobiti titulu *idealne žene*.

Rubrika *Medicina* donosi naslove koji imaju zdravstveno-obrazovni karakter za žene: *Ženska ćudljivost*, *Kako da odviknem dete od dojenja*, *Limfatično dete*. Ova rubrika slična je časopisu *Die Frau und Mutter*. U *Praktičnoj rubrici* naslovi su: *Moj automobil je najbolji*, *Modeli sa K. T.*, *Kuvar*, *Uradi sve sama*, *Kako postati savršena domaćica*. U *Zabavnoj rubrici* govori o neudanoj ženi koja ima dijete i posljedicama koje snosi kao samohrana majka, o tome što rade muževi dok je žena na ljetovanju, o prvoj ljubavi i sl. Rubrika obuhvaća horoskop, roman, foto roman, priču i dr. *Praktična žena* ne zaboravlja podučiti oba spola dajući im praktične savjete kako izraditi vlastiti nakit, kako jeftino nešto popraviti ili sazidati. Uči žene kako će očistiti kuću s prirodnim sredstvima za

⁹² Brak i penzije za domaćice. // *Praktična žena* 362, 15(1970), str. 11.

⁹³ *Praktična žena* 362, 15(1970), str. 23.

čišćenje. Donosi jednostavne jelovnike za cijeli tjedan namijenjene ženama koje ne stignu kuhati. Časopis iznosi i pokoji trač iz svijeta poznatih i slavni. Prepun je modnih detalja i zanimljivosti iz života modnih kreatora. Trudi se pomoći ženi da postane zadovoljna sama sobom mijenjajući frizuru, odjeću i šminku. Tiska reklame. **Bazar** je časopis koji je izlazio u Beogradu s podnaslovom **List za ženu i porodicu**. Pokrenut je u prosincu 1964. godine. Izdavalo ga je Novinsko i izdavačko štamparsko preduzeće „Politika“. Izlazio je do 30. ožujka 1990. godine. Odgovorna urednica bila je Zorica Mutavdžić, a od 1980. godine Milica Josimović-Knežević. Cijena tromjesečne pretplate iznosi 1100 dinara, polugodišnje 1200 dinara, godišnje 4400 dinara. Cijena za kupce iz inozemstva bila je dvostruka. Časopis je bio dvotjednik, izlazi 1. i 15. datuma u mjesecu na formatu od 33/25 cm. Donosi krojne arke. Na naslovnu stranicu stavlja fotografiju moderne žene. Namijenjen je ženi, ali i muškarcima koji iz svoje perspektive iznose mišljenje o ženama. Tankih je korica. Donosio je krojne arke i romane koji su dio paginacije. Na trećoj su stranici podaci o odgovornosti uređivačkoga tima i rubrike. Prepun je reklama. Tiskan je ćirilničnim pismom. Načelno, ovaj je časopis ženski časopis, ali kroz pisanu riječ često dopušta muškarcima da pišu i iznose svoje mišljenje. S vremenom otvoreno progovara o svim ženskim problemima te problemima društvene okoline u kojoj živi i djeluje.

Kroz pisanu riječ *Bazar*⁹⁴ podsjeća žene domaćice kako će sačuvati vitamine u hrani koju pripremaju za svoju obitelj, posebice vitamin C i koliko ga svaki njezin član treba unijeti dnevno u organizam. Rubrike su: *Reportaže, Moda, Vi, Vaš izgled, Vaš dom, Staklo i keramika-ukras u domu, Prilozi stručnjaka, Ljubavno pismo, Historija mode, Modne ludosti, Test*. U rubrici *Reportaže* donosi proturječni naslov u odnosu na tekst *Za žene nije kuhinja*. Reportažu piše novinar Danilo Ružić. Cijeli tekst svodi se na zaključak da ženama nije mjesto u kuhinjama hotela, restorana i drugih ugostiteljskih objekata, a kamoli na mjestu šefa kuhinje. Dakle, novinar muškarac daje priliku beogradskim šefovima kuhinja da izjave i komentiraju: *U takvoj gužvi žene, po pravilu gube glavu., Svi poznati kuhari bili su muškarci, nijedna žena. Sve kulinarske leksikone pisali su muškarci. To nije slučajno (...), Žena je isuviše nežna za ovaj posao. Žena ako radi samo dva dana takav posao, trećega nije ni za šta., Žene nemaju profinjen ukus., „...treba imati smelosti i mašte. Mislim da ženama to nedostaje!, Međutim, one baš ne umeju da organizuju posao.,*

⁹⁴ Bazar 2, 7(1965), str. 2.

*One nemaju ni ruku ni osećaj, ni oko, ni profinjeni ukus. Možda ima izuzetaka, njima čast, ali za njih ne znam.*⁹⁵ U časopisu je vidljiv "dominantni um"⁹⁶ – diskurs u kojem vlada muškarac.

Potkrjepljuje li ovu žensku sramotu izrečenu muškim jezikom reportaža *U čemu je nesporazum* podnaslova *Tamo gde je samo mleko belo?* Ističe se nehigijena u beogradskim mliječnim restoranima, ali posebice se aludira na izgled, ponašanje i osobitosti žena koje u njima rade. Restorani su neugledni, zapušteni, prljavi s gomilom boca i smeća ispred vrata i u unutrašnjosti, a *...prodavačice bi mogle oprati i očešljati čupavu i zapuštenu kosu i povezati je belim maramama. Ne moraju se šminkati, ako im se to ne dopada, ali i ne izgledati kao da su tek ustale iz kreveta. Sa malo truda i sapuna posiveli mantili postali bi ponovo beli,*⁹⁷ kaže I. B., pisac teksta. Ovaj primjer slikovito prikazuje težinu ženine svakodnevnice, posebice ako je u isto vrijeme zaposlena supruga, majka i domaćica. Ako se povuče paralela između izgleda i ponašanja beogradskih prodavačica u restoranima i kuharica u hotelima i drugim ugostiteljskim objektima sa stranicama *Bazara* koje istim tim ženama, ali i drugima u tadašnjoj Jugoslaviji, obilato nude fotografije sa svjetskih modnih pista, shvatit ćemo kolika je razlika između stvarnoga života žene koja čita *Bazar* i one koju časopis prikazuje na fotografijama. Ne zaboravlja se ni njega ženskoga lica staroga od 14. do 60. godine, kao ni praktični savjeti kako našminkati oči i obrve te koji pribor treba koristiti. Postupci šminkanja prikazani su na fotografijama koje zauzimaju gotovo cijelu stranicu.

Članak *Komplet za najmlađe* s podnaslovom *Od pola metra tkanine* savjetuje majke čija djeca ne znaju čuvati odjeću dok se igraju i crtaju da im sašiju *keceljice* koje je lako prati i glačati. Za razliku od časopisa *Svijet*, u ovome vremenskom razdoblju *Bazar* ide korak dalje. Pod naslovom *Žene sveta* govori o Španjolkama, ženama koje su sputane starim tradicijama u kojima muškarci određuju njihov život i sudbinu, prenosi skrivenu poruku borbe za ženska prava. Govori da mlade žene ne smiju imati spolne odnose prije braka. Piše o kontracepciji koju smiju koristiti samo udane žene, nemoralu koji cvate, posebice ljeti, među bogatijim slojevima društva, a razvod je braka zabranjen. Piše o razvodu koji mogu dobiti samo bogati jer su u mogućnosti dobro platiti. Kaže da žene srednjega i

⁹⁵ Za žene nije kuhinja. // *Bazar* 2, 7(1965).

⁹⁶ Usp. Bauer, Thomas A. Isto. Str. 46.

⁹⁷ I. B. // *Bazar* 2, 7(1965).

siromašnoga sloja na razvod ne smiju niti pomisliti. I na kraju postavlja retoričko pitanje: *Zar život ovih žena nije upravo sličan životu žena odraslih u Jugoslaviji?*⁹⁸

U rubrici *Prilozi stručnjaka* liječnici odgovaraju na postavljena pitanja o ženskim ginekološkim problemima i daju savjete. Pravnica odgovara pravnim savjetima i komentarima. *Bazar* nudi *Savjete stručnjaka* za ljubavne probleme djevojaka i udanih žena. Iz pisama, vidljivo je da pomoć traže žene različitoga stupnja obrazovanja i različitih zanimanja: neškoloovane žene, kućanice, učenice, studentice, učiteljice, radnice, profesorice, službenice i dr. Časopis donosi reportaže iz svijeta umjetnosti filma.

U nadnaslovu *Džudo-sport bez zavisti* glavnoga naslova *Popusti da bi pobedio* novinarka Mila Savić izvještava o djevojci koju je u mračnoj ulici napao muškarac, a džudo je protuobrana. O ovakvim napadima na Zagrepčanke progovara i Zagorka u *Hrvatici*. Jedina trenerica ovoga sporta u Jugoslaviji bila je Pava Životić. U rubrici *Ljubavno pismo* pod naslovom *Volite li svoju ženu?* tiskano je pismo koje je Lav Tolstoj pisao svojoj supruzi Sofiji Andrejevnoj. Donosi križaljke za razbibrigu.

Zaključak

Kroz interdisciplinarni pristup rad donosi analizu nekih od najutjecajnijih ženskih časopisa na ovim prostorima od 1840. do 1970. Vremenski okvir odrednica je društvenih, političkih i kulturnih okvira koji djeluju na teme i određuju čitateljsku populaciju. Kao takav, važan je u promišljanju kulture javne riječi, u analizi položaja žena i promišljanju o utjecaju ženskih časopisa na emancipaciju žene u navedenome vremenu. Iz rezultata istraživanja proizlazi da je promjenjivost strukture časopisa vidljiva kroz pisanu riječ; ženski časopisi određuju pravila ponašanja žena u društvu kroz poruku pisane riječi, unatoč čestoj kontradiktornosti svojih tema i sadržaja. Proizlazi da pisana riječ u svim ženskim časopisima ističe tradicionalnu zadaću žene; da pisana riječ ženskih časopisa promiče kulturni napredak žene te da pisana riječ u ženskim časopisima potiče obrazovanje u žene. Uz pisanu riječ, ilustracije i fotografije oglašivači su bili dijelom mozaika kulture javne riječi ženskih časopisa.

Ženski časopisi mijenjaju se pod utjecajem uže i šire okoline te dostupnih informacija o događajima i promjenama u svijetu. U skladu s time, mnogi ženski časopisi, svjesno ili

⁹⁸ Bazar 2, 7(1965).

nesvjesno, podliježu svome moćnom instrumentariju te žele djelovati na svijest žena. Kroz rodovsku obitelj i rubrike, pisana riječ otvara vrata ženama u svijet koji je za njih do tada bio nepoznat ili pak poznat, ali nedodirljiv mnogima. Svim ženskim časopisima zajednički je vizualni identitet, fotografija, reklame, pisana riječ. Vremenom je u časopisima za žene nametnuta percepcija idealnoga profila žene kojemu su težili svi izdavači zbog vlastita opstanka, velikoga tiraža i dobre zarade. Iz nalaza vidljivo je da se ni jedan od njih nije usudio oštro kritizirati društvenu nejednakost i rodnu ulogu žene. Analizom pisane riječi brojeva ženskih časopisa, može se zaključiti da postoji skrivena cenzura jer se patrijarhalni odgoj, tradicija i kultura naroda nije dala lako slomiti, kako hrvatskih, tako i austrijskih i mađarskih časopisa koji su izlazili i čitali na ovim prostorima. Prešutno je vidljiv i utjecaj političke cenzure.

Literatura

Anketa za učiteljice i majke. // Hrvatica 4, 1(1939), str. 151.

Bauer, Thomas A. Medijska etika kao pitanje komunikacijske kulture. // Medijska pismenost i civilno društvo : zbornik / uredila Nada Zgrabljic Rotar. Sarajevo: Mediacentar. 2005., 45-77.

Brak i penzije za domaćice. // Praktična žena 362, (15)1970., str. 11.

Časopis. // Hrvatska enciklopedija, Sv. 2. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, 2000. Str. 653.

Čizmić-Horvat, Marina. Ženski listovi u hrvatskom novinstvu. // Riječ 11, 2(2005), 101-107.

Die Frau und Mutter, 6(1937).

Društveni rad naših žena. // Hrvatica 2, 1(1939), str. 52.

Fruk, Marina. Pisma čitatelja, Riječ 1 (7)2001, 17-24.

Horvat, Lea. Neka proturječja u slici obitelji u 1960-ima: jugoslavenski časopisi Bazar i Svijet. // Kako će to biti divno! / urednice Anita Dremel, Lada Čale Feldman, Lidija Dujić, Rada Borić, Sandra Prlenda, Maša Grdešić, Renata Jambrešić Kirin. Zagreb: Centar za ženskostudije, 2015. 155-165.

Hrvatska bibliografija. Niz C, Serijske publikacije. (1992-2004). Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004.
Hrvatica 1, 1(1939), str. 13.

Hrvatica 4, 2(1940), str. 17.

Hrvatica 5, 2(1940), str. 11.

Hrvatica 1, 2(1940), str. 28.

Hrvatica 5, 2(1940), str. 9.

Kako bi žene reformirale život? : Zlata Vujić-Markotić. // Hrvatica 2, 1(1939), str. 48.

Kako bi žene reformirale život? // Hrvatica 3, 1(1939), str. 88.

Magazin. // Hrvatska enciklopedija, Sv. 6. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, 2004.

Goldstein, Ivo. Hrvatska 1918. - 2008. Zagreb : Europapress holding : Novi Liber, 2008.
HINA. U HNK Zagreb praizvedba predstave o životu Marije Jurić Zagorke, Zagreb: 2011.
Dostupno na: <http://www.novolist.hr/hr/Kultura/Kazaliste/U-HNK-Zagreb-praizvedba-predstave-o-zivotu-Marije-Juric-Zagorke> (7 - 03 -2011)

Hrvatski enciklopedijski rječnik. Novi Liber: Zagreb, 2003.

Hrvatska bibliografija. Niz C, Serijske publikacije. (1992-2004). Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2004.

Hrvatska žena. // Ženski list 1, (9)1933.

I. B. // Bazar 2, (7)1965.

Istina o ženskoj starosti : Kako su shvaćali žensku starost. // Hrvatica 1, 1(1939), str. 10.

Istina o starosti žena. // Hrvatica 2, 1(1939), str. 50.

Kalčić, Silva. Razgovor s Tončijem Vladislavićem : Moda između tijela i društva. // Zarez 182, (8)2010. Dostupno na: <http://www.zarez.hr/182/zariste3.htm> (20-1-2010)

Kazalište i koncerti. // Hrvatica 2, 2(1940)

Košir, Manca. „Kultura“. Ljubljana : Mladinska knjiga, 1983.

Malović, Stjepan. Trenutak hrvatske komunikacije 1992. : zbornik radova sa simpozija održanog 24. 11. 1992. na temu razvoja masovnih medija u Hrvatskoj / urednik Pavao Novosel. Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 1993.

Magazin.// Hrvatska enciklopedija : sv. 6. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, 2004.

McLuhan, Herbert Marshall. Razumijevanje medija : mediji kao čovjekovi proizvođači. Zagreb: Golden Marketing – Tehnička knjiga, 2008.

Mihaljević, Damirka. Feminizam – što je ostvario? // *Mostariensia* 20, 1-2 (2016), 149.-169.

Mlada majka : njega buduće majke. // *Hrvatica* 1, 1(1939) str. 33.

Novi ženski list. (1)1939, str.5.

One koje zaraduju u zvanju. // *Hrvatica* 1, 1(1939), str. 16.

Obrenić, Dragana. Pravo glasa žena. // *Neko je rekao feminizam?* / priredili Adrijana Zaharijević, Henrich Boll Stiftung. Novi Sad: Artprint.

Ograjšek Gorenjak, Ida. Otvaranje Ženskog liceja u Zagrebu. // *Povijest u nastavi* 2, (8)2006, 147-176.

Ograjšek Gorenjak, Ida. “On uči, ona pogađa, on se sjeća, ona prorokuje” – pitanje obrazovanja žena u sjevernoj Hrvatskoj krajem 19. stoljeća. // *Žene u Hrvatskoj. Ženska i kulturna povijest* / priredila Andrea Feldman. Zagreb: Institut “Vlado Gotovac”, Ženska infoteka, 2004.

Pazman, Josip. Emancipacija žene. // *Bogoslovna smotra* 1, 1(2014), 31-44.

Praktična žena 362, 15(1970), str. 23.

Parižka moda, 2, 1(1895).

Jakobson, Roman. Lingvistika i poetika. Beograd: Neolit, 1996.

Slavonske zadruge kao spas Slavonije. // *Hrvatica* 9, 2(1940), str. 10.

Svijet 1, (1)1953.

Svijet 13, (16)1970.

Svijet 15, (16)1970.

Štimac, Vlatka. Hrvatsko modno-odijevno nazivlje : jezična analiza modnih časopisa od 1918. do 1941. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 2008.

Wodak, Ruth. *Disorders of Discourse*. London: Longman, 1996.

Wolf. Noami. *Mit o ljepoti*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2008.

Vogrinčič, Ana. Tracin Female Reading : semiotic analysis of a Slovenian women's magazine. // Licus 4, 6(2009), 125 – 142.

Ograjšek Gorenjak, Ida. Otvaranje Ženskog liceja u Zagrebu.// Povijest u nastavi 2, (8)2006, 147-176.

Oglasnik Pariške mode, 2. 1(1895).

8. Mart. // Svijet 3, 1(1953)

Pismenost žena i – muževi. // Hrvatica 11, 2(1940), str.4.

Zašto mislim da je potreban list Hrvatica? //Hrvatica 1, (1)1939.

Zgrabljic Rotar, Nada. Medijski sadržaji. // Medijska pismenost i civilno društvo : zbornik / uredila Nada Zgrabljic Rotar. Sarajevo: Mediacentar. 2005.

Zgrabljic Rotar, Nada. „Radio : mit i informacija, dijalog i demokracija“. Zagreb : Golden marketing - Tehnička knjiga, 2007.

Znanost donaćinstva. // Hrvatica 1, 1(1939), str. 34.

Zašto mislim da je potreban list Hrvatica? // Hrvatica 1, 1(1939), str. 5.

Za žene nije kuhinja. // Bazar 2, 7(1965)

Župan, Dinko. Dobre kućanice : Obrazovanje djevojaka u Slavoniji tijekom druge polovice 19. stoljeća. // Scrinia Slavonica 1, 9(2009), 232-256.

Žurnāl. //Hrvatski enciklopedijski rječnik. Novi Liber: Zagreb, 2003.

Ženski list 1, 1(1925), str. 26.

Ženski list, (1927), str. 34.

Ženski list, 3(1927), str. 29.