

# Oblikovanje javnog diskursa u ranom 20. stoljeću na temelju publikacija "Ženski list" i "Hrvatica"

---

**Matijašević, Laura**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:979468>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-06-18**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Laura Matijašević

**OBLIKOVANJE JAVNOG DISKURSA  
U RANOM 20. STOLJEĆU NA  
TEMELJU PUBLIKACIJA „ŽENSKI  
LIST“ I „HRVATICA“**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2023.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA  
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

ZAVRŠNI RAD

**OBLIKOVANJE JAVNOG DISKURSA  
U RANOM 20. STOLJEĆU NA  
TEMELJU PUBLIKACIJA „ŽENSKI  
LIST“ I „HRVATICA“**

Studentica: Laura Matijašević

Mentorica: doc. dr. sc. Jelena Jurišić

Sumentorica: dr. sc. Tamara Kunić

Zagreb, rujan 2023.

## Sažetak

Časopis je vrsta serijske publikacije koja izlazi u redovnim razmacima kraćim od godine, a dužim od petnaest dana. Primarno je tiskani medij koji pogoduje dimenziji vremena i može se promatrati s interdisciplinarnoga gledišta. Povijesno gledano, časopisi su čuvari 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. Čitateljska kultura ženskih časopisa postupno se razvila u zapadnome elitnom društvu tijekom 18. i 19. stoljeća, a svoj utjecaj proširila je i na prostore Kraljevine Jugoslavije. Marija Jurić Zagorka bila je prva profesionalna novinarka i najčitanija hrvatska književnica koja je pisala za utjecajni časopis *Obzor*. Pokrenula je i uređivala prvi hrvatski časopis za žene *Ženski list* i *Hrvaticu*. Borila se protiv društvene diskriminacije, mađarizacije i germanizacije te za prava žena. Cilj ovog rada jest dati pregled tema kojima su se bavili prvi hrvatski ženski magazini „*Ženski list*“ i „*Hrvatica*“ koje je uređivala Marija Jurić Zagorka. U radu će se obraditi sadržaj i forma tih dvaju časopisa, te teme kojima su privlačili žensku publiku i ostavljali nemjerljivi utjecaj na žene u Hrvatskoj u ranom 20. stoljeću. Također, u radu će se obraditi i lik i djelo Marije Jurić Zagorke kao prve profesionalne hrvatske novinarke. Očekuje se kako će ovaj rad ukazati na važnost postojanja takvog tipa tiskovnog medija koji je opisivao živote žena u ranom 20. stoljeću i poticao ih na obrazovanje i rodnu ravnopravnost.

**Ključne riječi:** *Časopis, Ženski časopisi, Marija Jurić Zagorka, Ženski list, Hrvatica*

## **Abstract**

A magazine is a type of serial publication that is released at regular intervals shorter than a year but longer than fifteen days. It is primarily a printed medium that lends itself to the dimension of time and can be viewed from an interdisciplinary perspective. Historically, magazines serve as custodians of tradition, reflecting the societal, cultural, economic, and political life of a particular period. They have a written transmission of genre and their own classification. From a communication perspective, through comprehensive discourse, magazines shape the culture of public discourse. The culture of reading women's magazines gradually developed in Western elite society during the 18th and 19th centuries and extended its influence to the territories of the Kingdom of Yugoslavia. Marija Jurić Zagorka was the first professional female journalist and the most widely read Croatian author who wrote for the influential magazine "Obzor." She initiated and edited the first Croatian women's magazines "Ženski list" and "Hrvatica." She fought against social discrimination, Magyarization, Germanization, and for women's rights. The aim of this paper is to provide an overview of the topics addressed by the first Croatian women's magazines "Ženski list" and "Hrvatica," both edited by Marija Jurić Zagorka. The paper will analyze the content and form of these two magazines, as well as the topics that attracted female readership and had an immeasurable impact on women in Croatia in the early 20th century. Furthermore, the paper will delve into the life and work of Marija Jurić Zagorka as the first professional Croatian female journalist. It is expected that this paper will highlight the significance of having such a type of print media that described the lives of women in the early 20th century and encouraged them towards education and gender equality.

**Keywords:** *Magazine, Women's magazines, Marija Jurić Zagorka, Ženski list, Hrvatica*

## Sadržaj

<b>1. UVOD</b> .....	4
<b>2. ČASOPIS</b> .....	6
<b>2.1 Ženski časopis</b> .....	7
<b>3. MARIJA JURIĆ ZAGORKA – ZAČETNICA ŽENSKIH ČASOPISA U HRVATSKOJ</b> .....	10
<b>3.1 Novinarska karijera</b> .....	11
<b>4. ŽENSKI LIST</b> .....	13
<b>5. HRVATICA</b> .....	16
<b>6. ZAKLJUČAK</b> .....	18
<b>Popis literature</b> .....	19

## 1. UVOD

Časopisi su jedna od najpopularnijih vrsta publikacija u suvremenom novinarstvu. Oni pružaju javno prenošenje informacija disperziranoj publici putem tiskanih ili digitalnih medija. U posljednjim desetljećima, časopisi su doživjeli značajne promjene i prilagodbe, a jedna od posebnih kategorija koja se ističe su ženski časopisi. Ženski časopisi namijenjeni su ženskoj publici i usredotočeni na interese i potrebe žena u različitim aspektima njihovog života. Oni prate živote žena, pružajući informacije o modi, ljepoti, obitelji, zdravlju, karijeri, društvenim pitanjima i mnogim drugim temama koje su relevantne i zanimljive za žensku publiku. Ovi časopisi imaju za cilj podržati, educirati i inspirirati žene, stvarajući prostor za zajednicu u kojoj se mogu dijeliti iskustva, savjeti i inspiracija. No, kultura i kontekst stvaranja ženskih časopisa može se sagledati i kroz Gramscijevu predodžbu o 'civilnom društvu' i proizvodnji hegemonije koji pokazuju i jednu dublju problematiku nastajanja ženskih časopisa (Gough-Yates, 2003:6). Za mnoge teoretičare ženski se časopisi zamišljaju kao arena političkog natjecanja, a ne samo mjesto ideološke manipulacije. Općenito, Gramsci hegemoniju shvaća kao situaciju u kojoj je klasa ili klasna frakcija u stanju osigurati moralno, kulturno, intelektualno (i time političko) vodstvo u društvu kroz trajni proces ideoloških borbi i kompromisa. Hegemonija, dakle, nije 'data' sama po sebi. Umjesto toga, to je proces koji zahtijeva strategiju prilagodbi u kojima postoji određeni stupanj 'prostora' u skladu s oporbenim idejama i interesima. Otuda se razumijeva hegemonija kao "kompromisna ravnoteža" - iako je to ravnoteža koja u konačnici radi na artikuliranju interesa podređenih skupina interesima dominantnije skupine. Prema Gramsciju, to se postiže u području onoga što on naziva 'civilnim društvom'. To je agregacija društvenih institucija koje uključuju sindikate, vjerske organizacije, medije i sve druge organizacije koje su formirane izvan parametara prisilnije organizacije i birokracije koje financira država. Korištenjem Gramscijevog okvira, dakle, ženski časopisi mogu se zamisliti kao sastavni dio u igri dominantnih i podređenih interesa koji su zauzimali mjesto u carstvu "civilnog društva". Kao takvi, na časopise se gledalo kao na mjesto gdje se o ugnjetavanju žena raspravljalo i pregovaralo, a ne kritiziralo (Gough-Yates, 2003:7).

U ovom radu daju se definicije temeljnih pojmova, zatim povijesni pregled razvoja ženskih časopisa i kontekst vremena u kojem nastaju. Također ćemo se usmjeriti na razvoj ženskog

časopisa na jugoslavenskom prostoru, istražujući početak i utjecaj političkih, društvenih i obrazovnih promjena na njihovu popularnost i sadržaj. Poglavlja koja slijede dublje će istražiti život i doprinos Marije Jurić Zagorke, posebno naglasivši njezinu ulogu kao začetnice ženskih časopisa u Hrvatskoj. Kroz analizu njezina ranog života, formiranja identiteta i uspona u svijetu novinarstva, ovo poglavlje će osvijetliti ne samo profesionalni uspjeh Zagorke, već i njezinu ulogu u širenju horizonta ženskih glasova i perspektiva. Također, istražit će se njezina uloga u pokretanju i uređivanju ženskih časopisa "Ženski list" i "Hrvatica", te kako je njezin rad pridonio emancipaciji žena, promicanju ženskih pitanja i formiranju identiteta žena u hrvatskom društvu.



## 2. ČASOPIS

Časopis je tiskano periodično izdanje koje obično izlazi u redovnim intervalima, kao što su dnevno, tjedno, mjesečno ili kvartalno. Potpada u skupinu masovnih medija, tj. masovne komunikacije koju sociolog Michael Kunzick definira kao komunikacijske oblike kod kojih se informacije javno prenose tehničkim distribucijskim sredstvima (medijima) inidirektno (dakle, uz prostornu ili vremensku ili prostorno-vremensku udaljenost između partnera u komunikaciji) i jednostrano (dakle, bez promjena uloga onoga koji daje izjavu i onoga koji je prima) disperziranoj publici (za razliku od nazočne publike) (Malović, 2005: 11). Interval u kojem časopis izlazi naziva se svezak ili broj, a pojedine sveščiće (brojeve) obično karakterizira istovjetnost naslova i formata, a različitost sadržaja i suradnika. Više sveščića čini svezak ili volumen, ali neki časopisi izlaze i u više svezaka tijekom jedne godine. Pripadnost sveščića pojedinom svesku označena je kontinuiranom numeracijom, a često i tekućom paginacijom. Uz brojčane oznake časopisi mogu nositi i kronološke oznake razdoblja za koje izlaze.

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 te 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 i prepoznatljiva grafičkog izgleda. Uz opći tip, postoje i specijalizirani: muški, ženski, sportski i dr. Časopisi su nazivani i žurnalima. Žurnāl m (G žurnāla) publ. 1. ilustrirani tjednik ili mjesečnik za modu od francuske riječi journal (hrv. novine, publikacija koja sadrži novosti, sjećanja), ali i engleske journal (časopis) (Zubac, 2016: 73).

Sternadori (2020, 4) časopise definira prema određenim karakteristikama:

1. časopisi uvijek ciljaju na točno određenu skupinu čitatelja;
2. časopisi svoj sadržaj temelje na izraženim i percipiranim potrebama, željama, nadama i strahovima te definirane skupine;
3. časopisi razvijaju vezu povjerenja sa svojim čitateljima;
4. časopisi potiču interakcije nalik zajednici između sebe i svojih čitatelja, i među čitateljima;
5. časopisi mogu brzo i fleksibilno odgovoriti na promjene u čitateljstvu i promjene u šire društvo.

Iako se u ovoj definiciji naglasak stavlja na aktivnosti koje časopisi obavljaju, jednako je važno prepoznati ulogu članova čitateljske zajednice u odnosu na časopise - oni čine kohezivnu

interesnu zajednicu, izražavajući eksplicitno ili implicitno skup informacijskih potreba. Također, članovi zajednice imaju vjerovanje (i povjerenje), međusobno djeluju te se mijenjaju, bilo zbog promjena u članstvu ili zbog promjena u njihovim potrebama za informacijama koje proizlaze iz vanjskih utjecaja ili osobnog razvoja. Svi ovi faktori igraju ulogu u određivanju svrhe časopisa kao medijskog subjekta i interesne zajednice. (Sternadori, 2020:4)

## 2.1 Ženski časopis

Prema Vogrinčić, čitateljska kultura ženskih časopisa postepeno se razvila u zapadnome elitnom društvu tek kroz 18. stoljeće, 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. (Zubac, 2016: 72). Ženski časopisi nisu nudili čitateljima samo „nevini užitek“, već su bili ključno mjesto za razvoj vlastitog identiteta (Gough-Yates, 2003: 8). Ženski časopisi mogu se promatrati i sagledati s mnoštva različitih gledišta. Prvo je npr. isključivo tekstualno gledište točnije analiza teksta, poruka i ideologija, drugo je tvrdnja da se ženski časopisi mogu razumjeti istraživanjem načina na koje ih njihovi čitatelji konzumiraju, a nekoliko je studija potvrdilo kako je pak ženskim časopisima najbolje pristupiti kroz analizu uvjeta proizvodnje (Yates, 2003: 6). Dakle, listanje ženskog časopisa čak ni u samim počecima nije označavalo isključivo „razbibrigu“, već je na nesvjesnoj razini čitateljskoj publici pružalo mogućnost oblikovanja i shvaćanja vlastitog identiteta te stvaranje novog sloja potrošača slanjem određenih reklamnih poruka.

U odnosu na europsko novinarstvo, a prema Čizmić-Horvat, prvi ženski list izlazi u Hrvatskoj tek u 19. stoljeću u Zagrebu (Zubac, 2016: 74). 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 (Zubac, 2016: 73). Tiskovine za žene kroz povijest nisu imale 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. Svi ženski časopisi, prema Hrvatskoj bibliografiji niz C,14 imaju zastupljene značajne elemente serijskih publikacija (učestalost izlaženja, mogućnost širega raspačavanja, formalni izgled publikacije (Zubac, 2016: 74). Prvi časopisi namijenjeni

ženama na teritoriju buduće Kraljevine Jugoslavije pojavili su se već tijekom 19. stoljeća, ali su često bili na stranim jezicima, uglavnom na njemačkom.

Početkom 20. stoljeća počinju se pojavljivati skromne domaće verzije časopisa namijenjenih ženama poput *Ženski pokret* (Beograd 1920.-1938.), *Jugoslavenska žena* (Zagreb 1918.-1920.), *Ženska misao* (Zagreb 1919.-1921.) *Slovenka* (Ljubljana 1919.), *Eva* (Zagreb 1928.) i *Naša žena* (Zagreb 1935.-1938.) *Ženski list* (Zagreb 1925.-1939), *Ženski svet: mesečni časopis za ženska pitanja i modu* (Beograd, 1910.-1934.), *Žena i Svet* (Beograd 1925.-1941.) (Ograjšek Gornjak, 2014:5).

Tijekom međuratnog razdoblja na području Jugoslavije broj takvih časopisa povećao se na preko trideset izdanja, iako su mnogi od njih izlazili samo nekoliko godina. Ovaj nagli porast ženskog tiska bio je rezultat nekoliko faktora. Velike političke promjene koje su zahvatile svijet nakon Prvog svjetskog rata na različite su se načine odrazile i na žene, a brojne političke skupine željele su žene privući u svoje redove i mobilizirati ih. Nadalje, tijekom prve polovice 20. stoljeća, demokratizacija i liberalizacija društva proširile su se na svakodnevni život i obitelji, mijenjajući način života, očekivanja i perspektive. Promjene su se odrazile na područja poput mode, frizura i svakodnevnih navika. No, neporecivo je da su iste te promjene imale dubok utjecaj na definiranje rodni identiteta te su istovremeno poljuljale tradicionalni sustav vrijednosti koji se generacijski prenosio. Između ostalog, zahtijevala se i bolja informiranost o feminističkom pokretu koji je u ovom razdoblju postajao sve popularniji i zastupljeniji, a bilježio je i prve veće rezultate na političkom polju. Napokon, zahvaljujući dugotrajnom procesu obrazovne reforme i obveznog školovanja, počeo je davati vidljive rezultate te je nova generacija građanskih žena bila obrazovanija ili barem pismenija od generacije svojih baka, što je ženskom tisku otvaralo nove tržišne mogućnosti (Ograjšek Gorenjak, 2014: 127).

U skladu s logikom kapitalističke ekonomije, potrošačko društvo koje se razvijalo prepoznalo je važnost žena kao proizvođača i ključne snage potrošnje. Žene su preuzele ulogu u obavljanju kućanskih nabavki, brinući se o prehrani, odjeći i uređenju doma. S obzirom na njihovu veću zainteresiranost za proizvode koji poboljšavaju izgled i privlačnost, postale su novim i intrigantnim tržištem za kompanije. Stoga su žene predstavljale novo tržište s potencijalom za rast i profit u potrošačkom društvu. Kapital, političke formacije, religije i feministički pokret natjecali su u utjecaju na žensku populaciju pokušavajući im nametnuti vlastite kriterije, ideje i rodne obrasce. Mediji, posebice tisak, postaju njihov prostor za plasiranje poruka i stoga se pokreću

brojni listovi namijenjeni ženama, šaroliki u pristupu, koncepciji, izgledu i sadržajima koje su nudili (Ograjšek Gorenjak, 2014: 128).

Napisati povijest ženskog pisma, ženskog novinarstva i ženskog časopisa u zemljama bivše Jugoslavije gotovo je nemoguć zadatak za bilo kojeg povjesničara novinarstva. Ne postoji sveobuhvatna bibliografija ženskih časopisa, a u postojećoj djelomičnoj bibliografiji koja je objavljena 1991. teško je pogoditi koji je časopis za žene osim ako to nije jasno navedeno u naslovu. Klasifikacija je još teža, s obzirom na to da su ženski časopisi generička konstrukcija za mnoštvo različitih kategorija tiska kao što su: one koje prate život žena i obiteljske, one koje pišu i uređuju žene, one koje su namijenjene ženama za zabavu i obrazovanje te oni koji se smatraju organima borbe za ženska prava tj. ona koja su više feminističke prirode (Vujnović, 2008: 70).

Oglašavanje i reklamna industrija ključan su aspekt napretka ženskih listova te su predstavljali dio uredničkog sadržaja namijenjen ostvarivanju profita reklamiranjem određenih proizvoda ili usluga. Reklame u ženskim listovima rijetko su viđene kao smetnja u usporedbi s televizijskim reklamnim programom, logičkim su slijedom uklopljene u sadržaj te se čine prirodnima (McCracken, 1993: 38). Reklamna industrija nije bila zainteresirana samo za osvajanje srca i umova – novčanici potrošača bili su jednako važni (Yates, 2003: 64). Prema McCracken (1993: 10), postoje tri osnovna tipa reklama koje možemo uočiti u ženskim časopisima: prvi tip su same naslovnice kao način privlačenja čitateljske publike točnije kupaca, drugi tip je promocija proizvoda skrivenih u uredničkom sadržaju (ono što danas poznajemo kao prikriveno oglašavanje) i treći tip su standardni, kupljeni oglasi kao izvor prihoda izdavača. Dakle, iako su ženski časopisi bili tek u povojima, već od samih početaka izdavači i glavni urednici znali su kako privući žensku publiku reklamirajući proizvode i usluge namijenjene upravo njima, ali i ostvariti prihode oglašivačima i izdavačima.

### **3. MARIJA JURIC ZAGORKA – ZAČETNICA ŽENSKIH ČASOPISA U HRVATSKOJ**

Tek je 2006. godine Slavica Jakobović Fribec (2006: 197) otklonila nejasnoće oko datuma rođenja Marije Jurić Zagorke, objavivši točne podatke koji su proizašli iz istraživanja knjige rođenih. Prema tim podacima, Marija Jurić, čije je krsno ime Mariana, rođena je 2. ožujka 1873. u plemićkoj obitelji Negovec u blizini Vrbovca. Za života Zagorke, a i posthumno, navođene su različite godine rođenja - 1873., 1876. ili 1879. Međutim, na njenom grobu stoji datum rođenja 1. ožujka 1879., što bi značilo da je završila osnovnu školu s pet godina i udala se s dvanaest. Čak i Stanko Lasić u svojoj monografiji navodi krivi datum - 1. siječnja 1873. I sama Zagorka je doprinijela tajanstvenosti oko svog rođenja izbjegavajući navođenje točnih podataka ili demantiranje netočnih informacija.

Njena majka je Josipa rođena Domin, a otac Ivan Jurić, koji je bio upravitelj imanja Negovec u vlasništvu grofa Ivana Erdödyja koji je ujedno bio i Zagorkin krsni kum. Nakon što se Zagorka rodila, njeni su se roditelji preselili na imanje Golubovec, gdje je provela djetinjstvo obilježeno čestim svađama i nerazumijevanjem unutar obitelji. Imala je brata Leonarda Ivana i sestru Dragicu, koja je nažalost u mladosti preminula od tuberkuloze. Majka Josipa vrlo brzo po završetku Zagorkinog školovanja pronalazi joj muža Mađara, koji je bio šef željezničke postaje. Iako se snažno protivila toj ideji, Zagorka je pristala na brak kada joj je majka rekla da će i ona živjeti s njima, jer je vidjela priliku da se tako riješi očeva prisustva, a istovremeno dobije dom u kojem će biti poštovana i gdje će moći nastaviti svoje obrazovanje (Lasić, 1986: 44). Nakon vjenčanja, ona i njen suprug su otišli živjeti u Szombathely, nedaleko od Budimpešte. Društvo u koje je dospjela zbog svog supruga preziralo je sve što nije bilo mađarsko, uključujući i slavenske narode iz Austro-Ugarske. Iako je okruženje bilo neprijateljski nastrojeno, Marija Jurić Zagorka iskoristila je tu situaciju i naučila mađarski jezik - "jezik svojih neprijatelja" (Lasić, 1986: 45). Za njen daljnji put u karijeri bilo je važno to što je pohađala tečajeve telegrafije, što je njen suprug dopustio jer je u tome vidio potencijalni novi izvor prihoda. Za Zagorku je to bio ulazak u svijet tehnike, koji je tada bio rijedak za žene. Upravo će joj ti tečajevi pomoći da vrlo brzo prepozna koristi novih tehničkih dostignuća u transformiranju novinarstva iz stranačkog u informativno (Lasić, 1986: 45). S obzirom na nezadovoljstvo u svojem kućanstvu, što od strane majke koja je i

dalje zahtjevala da Zagorka ispuni njene želje, što od strane supruga koji je radio pritisak da češće piše o kvalitetama mađarizacije hrvatskih krajeva, odlučila se na rastavu braka, odnosno pobjegla je od supruga.

### 3.1 Novinarska karijera

Nakon povratka u Hrvatsku, Zagorka je odlučila proširiti svoje kontakte u novinarskim krugovima, budući da ju je novinarstvo već privuklo tijekom njenog boravka u Mađarskoj. Boraveći kod ujaka i ujne u Srijemskoj Mitrovici, gdje je ujak bio upravitelj kaznionice, Zagorka je započela slati svoje članke koji su bili objavljeni anonimno ili pod pseudonimima. Slala ih je uredniku mitrovačkog lista Hrvatski branik, Nikoli Doganu, kao i svom poznaniku Marku Eichhornu u Slavonskom Brodu, za Posavsku Hrvatsku. Međutim, kada je ujak saznao za njen novinarski angažman, otjerao ju je iz kaznionice, pa je Zagorka krenula prema Zagrebu (Lasić, 1986: 52). Krajem 1896. postaje članicom poznatog časopisa Obzor, a datum od posebne važnosti jest 31. listopada koji označava objavljivanje njezina prvog članka pod naslovom "*Egy perc*", istovremeno služeći i kao prvi članak koji je potpisala svojim prepoznatljivim pseudonimom "Zagorka". Sadržaj spomenutog članka dotaknuo se problematike isključive uporabe mađarskog jezika na željezničkim postajama u Hrvatskoj. Zbog nerazumijevanja mađarskog jezika hrvatsko stanovništvo je često ulazilo na krive vlakove što je dodatno pojačavalo nezadovoljstvo mađarizacijom koja se provodila na hrvatskom području. S podrškom J. J. Strossmayera, Zagorka je uspjela napredovati u svojoj novinarskoj karijeri unatoč protivljenju Šime Mazzure, glavnog direktora Dioničke tiskare koja je izdavala Obzor. Počela je kao korektorica i referentica, no ubrzo je postala politička novinarka. Posebni naglasak njenog rada u Obzoru bio je na praćenju hrvatsko-mađarske politike i izvještavanju s hrvatsko-mađarskih sabora, što je rezultiralo njenom napredovanju kao vanjskopolitičke izvjestiteljice.

Ulaskom u redakciju Obzora postala je prva žena u novinarskoj profesiji, što je bila rijetkost ne samo na području Hrvatske, već i Europe. Tome je pridonosila i činjenica da su se 20-ih godina 20. stoljeća, iako su dobile pravo glasa, žene i dalje borile za pravo odlučivanja na višim pozicijama, tj. još uvijek se mislilo kako žene nisu dovoljno sposobne da bi obnašale posao visoke odgovornosti. Načelo ravnopravnosti osobito je bilo na kušnji kada se radilo o pozicijama s

određenom društvenom moći. Ima li žena pravo biti upraviteljica škole u kojoj postoje i učitelji? Može li žena biti školska nadzornica, načelnica u ministarstvu ili čak sutkinja? To su bila pitanja prakse na kojima se lomilo novo načelo. Ideja da žene sudjeluju u procesima odlučivanja od državne važnosti tadašnjim provoditeljima zakona često se činila nelogičnom i neprihvatljivom, a raznovrsnost njihovih odgovora i odluka ilustrira zbuđenost i neodlučnost javnih službenika kada bi se našli pred ukrštenim načelom ravnopravnosti i uvjerenja da žene ne bi trebale participirati u procesu odlučivanja (Ograjšek Gorenjak, 2014: 253). Tijekom svojih 22 godina rada u Obzoru, sve do 1918., suočavala se s mnogim teškoćama, posebno s rodnom diskriminacijom. U vremenima kada je sudjelovanje žena u novinarstvu bilo kontroverzno, pa čak i sramotno, Zagorka je na kratak period odlučno preuzela vodeću ulogu u redakciji Obzora i prvi put se potpisala sa svojim punim imenom i prezimenom. U redakciji su je isprva doista zaključavali u sobicu kako je nitko od posjetitelja ne bi vidio. Međutim, 1903. godine, za vrijeme općenarodnog ustanka protiv Khuenove diktature, kad se cijela redakcija bila povukla da ne bi završila u zatvoru, ona je sama punih pet mjeseci vodila i uređivala najveće zagrebačke dnevne novine (Lasić, 1986: 114). Do tad se koristila pseudonimima poput: Iglica, Petrica Kerempuh, Hrvatica Z, Neric i Jedna spisateljica. „Pod teškom društvenom zabludom, da su novinarsko zvanje i politički rad isključivo samo muško poprište rada, prolazila sam u svojem novinarskom zvanju kao nevino okrivljeni kroz pranger španjolske inkvizicije. Taj mi je rad bio potrebom života kao hrana, zrak i sunce tijelu i moje političko djelovanje smatrala sam nečim sasvim prirodnim. Pošto nisam uvažavala društvenu zabludu, koja je stvorila nepisan zakon protiv javnog rada žene, naišla sam na putu toga rada na neprijateljstva, čije posljedice trpim i danas“ (Jurić Zagorka, 1953: 23).

Nakon napuštanja Obzora pokrenula je tjedne novine Zabavnik. Također je pisala "društvene i kriminalističke reportaže" za Jutarnji list (do 1921. i ponovno 1927-29, 1931, 1935). Važan dio njenog novinarskog rada bili su ženski časopisi koje je sama uređivala. To su bili Ženski list (1925-38) i Hrvatica (1939-41). U tim časopisima napisala je većinu članaka koji su bili obilježeni feminizmom i domoljubljem. Godine 1938. napustila je Ženski list i započela s izdavanjem Hrvaticice. Već u prvom broju u prosincu 1938. napisala je tekst "Zašto mislim da nam je potreban list Hrvatica", u kojem je iznijela svoju viziju časopisa koji će promicati ženu Hrvaticu kao ljudsko biće, majku i domaćicu te će se baviti emocionalnim i društvenim životom žena

## 4. ŽENSKI LIST

Sjedište i redakcija Ženskog lista nalazili su se u Kapucinskoj ulici u Zagrebu, a Marija Jurić Zagorka obnašala je funkciju glavne urednice od 1925. do 1938. godine. Časopis je izlazio mjesečno u izdanju Konzorcija za tiskopisa u Zagrebu, na formatu od 34/26 cm i imao je 28 stranica. Sa stranica iščitavamo da se mogao kupiti u svim knjižarama i putem pretplate (tromjesečne, šestomjesečne i godišnje) i da je pojedini broj stajao 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 dobivao se po narudžbi točno izrađen krojni uzorak kao i uzorci za ručni rad (Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1925). Također je pružao informacije o ljepoti, poput upotrebe određenih proizvoda i njege tijela, te o međuljudskim odnosima, uključujući primjerice pozdravljanje gostiju i pravila bontona. Važna imena povezana sa Ženskim listom bila su Ignjat Schwartz, član njemačke židovske manjine, i njegova supruga Jozefina Josipa Schwartz. Oni su bili vlasnici Ženskog lista i dali su potpunu slobodu Mariji Jurić Zagorki kao urednici. U 1930-ima, Ženski list imao je vlastiti atelje s dizajnerima i krojačima koji su stvarali odjeću temeljenu isključivo na originalnim modelima objavljenim u časopisu. Tri su žene imale ključnu ulogu u Ženskom listu: Zagorka kao urednica te novinarka Olga Baldić-Bivec i Olga Morović. Jedan zanimljiv aspekt časopisa bili su oglasi, ali najveći uspjeh lista postignut je putem anketa. Ankete su predstavljale komunikacijski kanal između autorica i čitateljica, pružajući uvid u razmišljanja tadašnjih žena o "osjetljivim" temama. Na primjer, 1927. godine objavljena je anketa pod naslovom "Da li želite pravo glasa za žene?" (Ženski list, 1927). Iako bismo neke teme mogli smatrati izrazito feminističkim, Marija Jurić Zagorka to je u potpunosti odbacivala. Uredništvo je isticalo da su, iako nisu feministički časopis, obvezni izvještavati o zanimljivim ženskim pokretima diljem svijeta u kratkim prikazima. Također, bavili su se i pravnim položajem žena u državi, što je izazvalo podnošenje peticija. Uvođenjem mnogih novina koje su mijenjale sam časopis, kao što su promjena broja stranica, naziva rubrika, povećanje broja tekstova u odnosu na fotografije i raznovrsnost obrađenih tema, počele su se pojavljivati i nove rubrike poput "Romana i humoreska". Svaki je broj donosio i nastavak nekog romana, pri čemu su veći broj njih bila djela same Zagorkke, s ciljem poticanja žena na čitanje kroz svoj književni rad. U svibnju 1938., Ženski list je promijenio naziv u "Novi ženski list", a dolaskom Side Košutić u redakciju započeo je pad Zagorkinog uredništva. Naime, smrću



Ignjata Schwartz, Zagorka je izgubila utjecaj, u studenom iste godine je smijenjena, a Sida Košutić postala je urednica. Zagorka je Sidu Košutić upoznala 1936. godine prilikom osnivanja Društva hrvatskih književnica. Sida Košutić preusmjerila je sadržaj Ženskog lista isključivo prema interesima hrvatskih žena i njihovoj ljubavi prema domovini. Zagorka je formalno ostala urednica još šest mjeseci, a posljednji broj koji je uređivala izašao je 1938. godine. Nakon toga je Ženski list potpuno promijenio svoju uredničku politiku, a pod novim imenima "Novi ženski list" i "Hrvatski ženski list", nastavio je izlaziti sve do 1944. godine. Njegova evolucija pokazuje put od prvobitno liberalnog tona do konzervativnog desnog skretanja prema nacionalizmu ili raspravama o snazi i zdravlju rase. Zanimljivo je napomenuti da je jedna od kritika koju su čitateljice uputile Novom ženskom listu, pod uredništvom Side Košutić, bila vezana uz sve veći broj muških novinara u časopisu (Ženski list, 1927).

U svakom ženskom časopisu, rubrike poput "Zdravstvo", "Kozmetika" i "Kraljica mode" zauzimale su važno mjesto. One su pružale informacije o zdravlju, kozmetičkim savjetima i najnovijim modnim trendovima. Rubrike "Historija čovječanstva" i "Zanimljivosti iz svijeta" služile su za informiranje i obrazovanje žena o raznim svjetskim i domaćim temama. Također, redovito su se pojavljivale rubrike poput "Kućanstvo", "Kuharica" i "Odgoj djece". Sadržaj tih rubrika bio je vrlo sličan onome što možemo vidjeti i danas u ženskim časopisima. Osim rubrika, treba spomenuti i reklame koje su se pojavljivale u časopisu. Reklame su ključni dio proizvoda i neodvojive su od medija. One imaju za cilj uvjeriti kupce ili čitatelje koliko im je nešto potrebno. Kroz duhovite i maštovite tekstove praćene fotografijama ili ilustracijama, potiču nas na razmišljanje o tome kako smo dosad mogli živjeti bez tih proizvoda.

Jedna od važnih rubrika u Ženskom listu bila je "Ženski pokret". Ta rubrika pokazivala je revolucionarni početak Marije Jurić Zagorke koja je unijela dozu feminizma među žene prošlog stoljeća, koje su tada bile ograničene na uloge supruga i majki. Iako Zagorka nije smatrala Ženski list feminističkim, teme poput ženskog pokreta prema jednakosti sugeriraju suprotno. Ta rubrika imala je snažan utjecaj u anketama koje su čitateljicama pružale prostor za postavljanje važnih pitanja. Primjer takve ankete bio je pitanje o ženskom pravu glasa: "Želite li pravo glasa za žene?" Jedan zanimljiv odgovor glasio je: "Ja podržavam žensko pravo glasa, čak i ako ne postignemo ništa drugo, barem bismo spriječili strahote rata." (Ženski list, 1929.). Odgovori na pitanje uglavnom su bili suzdržani, što ukazuje na to da čitateljice tada nisu bile sigurne u slobodno

izražavanje mišljenja. Tijekom vremena, čitateljice su mijenjale stavove o mnogim temama koje su se ticale njihovog statusa u društvu. Rubrika “Ženski pokret” pružala je uvid u svjetske žene koje su se borile za svoja prava i mjesto u društvu. Kroz ovu rubriku, čitateljicama se pružao motiv za vlastitu borbu i napredak putem obrazovanja, kulture, znanosti, politike i drugih društvenih područja.

Druga značajna rubrika bila je “Ženski portreti”. U ovoj rubrici prikazivane su biografije žena koje su dale svoj doprinos povijesti. Mnoge od tih žena i danas su ključna imena nacionalne historiografije, poput književnice Ivane Brlić-Mažuranić. Rubrika je imala feministički karakter jer je njezin sadržaj poticao žene na hrabrost i osnaživanje – *Budimo aktivne, potrebni su nam novi ljudi, novo vrijeme i nove snage* (Ženski list, 1927.). Kroz ove priče o uspjehu, žene su dobivale inspiraciju i primjer kako preuzeti inicijativu i ostvariti svoje snove.

Rubrika "Razgovori" bila je prostor za dijalog između čitateljica. Čitateljice su postavljale pitanja na različite teme, uključujući odnose, brak, obitelj i bonton. Ovo je bio siguran prostor gdje su žene mogle iznositi svoje probleme, brige i mišljenja. Odgovori su često dolazili od drugih čitateljica koje su dijelile svoja iskustva i savjete. Ova rubrika pružala je podršku i osjećaj zajedništva među ženama. Rubrika "Moda", koja se kasnije nazivala "Kraljica mode", bavila se najnovijim modnim trendovima, savjetima o odjeći i stilu. Rubrika je prikazivala primjere i savjete iz različitih modnih metropola poput Pariza, Milana i New Yorka. Cilj je bio pomoći ženama da se transformiraju u modne ikone za različite prigode. Ova rubrika pružala je inspiraciju, savjete o kombiniranju odjeće, šminkanju i stiliziranju kako bi žene kroz modu izražavale svoju individualnost. Rubrike u časopisu Ženski list imale su cilj informirati, educirati i zabaviti žene tog vremena. Pratile su interese čitateljica, pružale prostor za dijalog i razmjenu informacija. Uz teme kao što su zdravlje, kozmetika, moda i ženska prava, časopis je bio više od običnog izvora zabave - bio je sredstvo za autonomiju i osnaživanje žena.

## 5. HRVATICA

Hrvatica, časopis za ženu i dom, izlazio je u Zagrebu mjesečno od 1939. do 1941. godine. Nakon što je napustila Ženski list, Marija Jurić Zagorka pokrenula je Hrvaticu. Razlozi za njezin odlazak iz Ženskog lista bili su sve veći utjecaj konzervativnih i klerikalno orijentiranih članica redakcije. Zagorka je kritizirala povratak lista patrijarhalnim obrascima koji su prikazivali žene isključivo kao supruge, domaćice i majke. U prvome broju Hrvatice, koji je objavljen uoči Božića 1939. godine, Zagorka postavlja pitanje: *Zašto mislim da je potreban list Hrvatica?*, te u tekstu iznosi svoj 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* ” (Hrvatica, 1939). Sjedište Hrvatice bilo je u Zagorkinom stanu na adresi Dolac 8. Uložila je svu svoju imovinu u časopis, a zbog prelaska bivših pretplatnica Ženskoga lista u Hrvaticu, rizik joj se isplatio. Sveukupan broj pretplatnica iznosio je 2138 članica, a financiranje časopisa odvijalo se putem prihoda od pretplate, dok je Zagorka obavljala svoj novinarski i urednički posao bez naknade. Časopis je bio vizualno velikoga formata 36/34 cm. Postojale su dvije vrste Hrvatice (Crvena i Plava), tj. časopis je izlazio u dva izdanja. Plava Hrvatica imala je modu, ručni rad i krojne arake, a Crvena Hrvatica imala je isto štivo kao i Plava, samo bez priloga. Pri dnu naslovnice bio je naveden 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 (Zubac, 2016: 83). Časopis je isticao važnost obrazovanja žena jer su jedino na takav način one mogle nešto promijeniti u društvu. Iz pisma čitateljice u rubrici Zlate Vujić-Markotić, *Kako bi žene reformirale život*, vidljivo je da je smrtnost novorođenčadi u Slavoniji bila velika i da je u njoj vladala Bijela kuga. Stoga je ona predložila pohađanje tečaja za udate žene po pitanju njege i higijene (Hrvatica, 1939). Pozvala je žene da pišu o najljepšem događaju u svome životu; potaknula ih da napišu što bi predložile vlastima u slučaju da imaju aktivno ili pasivno pravo glasa; pitala žene raduju li se više vlastitome zvanju i zaradi ili djeci i kući? Zagorka je naglašavala da se od suvremene domaćice toga vremena jako puno očekuje te da je to postalo naporno zanimanje jer sav je teret kuće bio na ženi (Hrvatica, 1939). Za vrijeme NDH Ustaše su zaustavile izlaženje Hrvatice, zaplijenile Zagorkinu imovinu i zabranile joj javno djelovanje. Nakon toga, Zagorka je pokušala izvršiti samoubojstvo, ali je na sreću preživjela.

Zagorka je o zabrani Hrvaticice izjavila: „*Nakon što sam primila pismenu dozvolu da 'Hrvatica' može nastaviti izlaženje i nakon što je sve bilo gotovo, a i cenzura je list propustila, iznenada su mi 'Hrvaticu' zabranili. U buduće ne smijem izdavati niti kakav list, niti pisati romane, jer, rekoše mi, nisam bila dobra Hrvatica... Ne mogu se boriti protiv klevetnika koji su se bacili na moju hrvatsku čast*” (Jurić Zagorka, 1941). Odbijala je ikakvu suradnju s tadašnjim institucijama, pomišljala na odlazak u partizane (ali je bila prestara), a preživljavala je uz pomoć vjernih čitatelja. (Đorđević, 1979: 171-175). Po svršetku rata Zagorka je, kao i mnoge književnice iz Društva hrvatskih književnica (1936.-1939.) čija je bila suosnivačica, postala nepoželjna kao javna osoba, kao što je i sam pojam građanskog feminizma postao neprijateljski socijalističkoj ideologiji. Za nju je feminizam i prije bio reduciran na žensko pitanje koje je bilo subordinirano klasnom pitanju a ono je bilo 'upravo riješeno' uspostavom novog poretka (Bl. Despot, 2004: 181-189). Zagorkini časopisi, uključujući Hrvaticu, nisu dobili značajnu pozornost u hrvatskoj književnoj povijesti.

## 6. ZAKLJUČAK

Ovaj završni rad daje povijesni pregled i ulogu ženskih časopisa u Hrvatskoj te naglašava njihovu važnost za razvoj ženskih časopisa u suvremenom novinarstvu. Ženski su časopisi postali neizostavni izvor informacija i izvor inspiracije za žene diljem svijeta. Oni pružaju relevantne teme i resurse koji su usmjereni prema interesima i potrebama ženske publike. Zbog predznaka da su orijentirani isključivo na interese jednog spola, ženski časopisi prolaze kroz stereotipizaciju rodne uvjetovanosti. Taj široki kut gledanja zahvaća političko i kulturno opredjeljenje među različitim grupama ljudi. Stereotipi su vitalni kulturni fenomeni svakog društva. Oni su preduvjet uspješne komunikacije i nezaobilazan faktor kreiranja identiteta. Na pitanje tko smo i što smo Mi, u pravilu se odgovara s protupitanjem tko su i što su Drugi. Odgovori nas društveno pozicioniraju i definiraju naše ponašanje i očekivanja. Stereotipi su i društvena konstanta, oni preživljavaju ideologije, političke i kulturne promjene i potrebe ekonomske konjunktore te upravo stoga ostavljaju dojam tradicionalnosti i prirodne uvjetovanosti (Ograjšek Gorenjak, 2014: 256). Marija Jurić Zagorka, istaknuta novinarka i spisateljica te pionirka ženskog novinarstva u Hrvatskoj, svojim je primjerom dokazala da se žena može i treba osloniti na svoj intelekt u borbi protiv stereotipa. Zagorkina nevjerojatna posvećenost i ustrajnost omogućili su joj da se uzdigne iz anonimnosti referentice te postane poznata politička novinarka s europskim ugledom. Ženski časopisi nisu samo izvor informacija, već i prostor za povezivanje i dijeljenje iskustava među ženama. Analiza povijesti i razvoja ženskih časopisa, pokazala je da su oni prošli kroz značajne promjene i prilagodbe kako bi se prilagodili suvremenim potrebama i trendovima. Od tradicionalnih tema poput mode i ljepote do dubljih pitanja o karijeri, obitelji i društvenim promjenama, ženski časopisi razvili su se kako bi odražavali raznolikost i kompleksnost ženskog iskustva.

## Popis literature

1. Britannica. <https://www.britannica.com/topic/publishing/Womens-magazines7> (Datum pristupa 27.7.2023.)
2. Despot, B. (1987) *Žensko pitanje i socijalističko samoupravljanje*, Zagreb: Cekade.
3. Đorđević, B. (1979), *Zagorka – kroničar starog Zagreba*, Sisak: Grafička radna organizacija «Joža Rožanković»; Zagreb: Stvarnost.
4. Gough Yates, A. (2003). *Understanding Women's Magazines: Publishing, Markets and Readerships in Late-Twentieth Century Britain*
5. Hrvatica, 1938., br. 1, str. 5.
6. Hrvatica, 1939., 1(1), str. 34.
7. Jakobović Fribec, S. (2006) «*Zagorka, Marija Jurić*»; «*Adela Milčinić*», U: *Biographical Dictionary of Women's Movements and Feminisms in Central, Eastern, and Southeastern Europe, 19th and 20th Centuries (Croatia)*, ed. Francisca de Haan, Krassimira Daskalova and Anna Loutfi, Budapest, New York : CEU Press, 195-200; 340-344
8. Jurić Zagorka (1939) Zašto mislim da je potreban list „Hrvatica“. U: Hrvatica. Časopis za ženu i dom. Ur. Marija Jurić Zagorka, br. 1., str. 5.

9. Jutarnji list <https://www.jutarnji.hr/kultura/knjizevnost/marija-juric-zagorka-u-buduce-ne-smijem-izdavati-niti-kakav-list-ni-pisati-romane-rekose-mi-nisam-bila-dobra-hrvatica-1734387> (Datum pristupa 27.7.2023.)
10. Lasić, S. (1986). *Književni počeci Marije Jurić Zagorke (1873. – 1910.). Uvod u monografiju*. Zagreb: Znanje
11. Malović, S. (2005). *Osnove novinarstva*, Zagreb: Tehnička knjiga.
12. McCracken, E. (1993). *Decoding Women's Magazines*
13. Ograjšek Gorenjak I. (2015.) *Opasne iluzije : rodni stereotipi u međuratnoj Jugoslaviji, Zagreb: Srednja Europa*
14. Sternadori, M. (2020). *The Handbook of Magazine Studies*, John Wiley & Sons, Inc.
15. Vujić-Markotić, Z. (1939). "Kako bi žene reformirale život?" *Hrvatica*, 2(1), str. 48.
16. Vujnović, M. (2008). *Forging the Bubikopf Nation: Journalism, Gender and Modernity in Interwar Yugoslavia*. New York: Peter Lang Publishing Inc.
17. Zubac, A. (2016). 'Kultura javne riječi ženskih časopisa od 1840. do 1970. godine', *Knjižničarstvo*, 20(2), str. 71-98. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/239643> (Datum pristupa: 28.08.2023.)
18. *Ženski list*, 1925. br.1 str. 3
19. *Ženski list*, 1925., br. 1, str. 24
20. *Ženski list*, 1927., br. 1, str. 36.
21. *Ženski list*, 1927., br. 12, str. 24.

22. Ženski list, 1927., br. 12, str. 26.

23. Ženski list, 1927., br. 12, str. 26.-34.

24. Ženski list, 1927., br. 8, str. 34.

25. Ženski list, 1930., br. 2, str. 10.

26. Ženski list, 1930., br. 2, str. 43.

27. Ženski list, 1935., br. 1, str. 30.