

Ženski list : urednički pristup Marije Jurić Zagorke

Ćaćić, Marta; Hebrang Grgić, Ivana

Source / Izvornik: **Libellarium: časopis za istraživanja u području informacijskih i srodnih znanosti, 2024, 15, 21 - 46**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

<https://doi.org/10.15291/libellarium.4392>

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:644261>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-23**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Ženski list: urednički pristup Marije Jurić Zagorke¹

Marta Ćaćić

martacacic@hotmail.com

Ivana Hebrang Grgić

Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

ihgrgic@ffzg.hr

Libellarium 15 (1) 2024: 21–46

Prethodno priopćenje / Preliminary Report

UDK: 655.413:050-055.2:070.4

Primljeno / Received: 26. siječnja 2024.

Prihvaćeno / Accepted: 31. svibnja 2024.

doi: <https://doi.org/10.15291/libellarium.4392>



Sažetak

Cilj. Cilj je rada istražiti i analizirati nakladničku politiku časopisa za žene „Ženski list“ u razdoblju od 1925. do 1938. godine, kada je glavna urednica bila Marija Jurić Zagorka. Priказat će se nakladnički koncept, a djelomično i sadržaj lista koji je imao značajan utjecaj na čitateljice u Kraljevini Jugoslaviji i na iseljenice u inozemstvu.

Pristup/metodologija. Analiza časopisa provedena je na temelju vizualno najupečatljivijih i/ili važnijih brojeva iz svake godine izlaženja, ukupno 14 brojeva. Analiza obuhvaća sadržajnu analizu te analizu opsega publikacije, količine ilustracija i oglasa, načina navođenja podataka o odgovornosti te grafičke i tematske promjene oblikovanja časopisa. Korišteni su digitalizirani primjerci s portala *Stare novine* te primjerci koji se čuvaju u *Centru za ženske studije*.

Rezultati. Rad donosi kratak povijesni pregled ženskih časopisa u svijetu, Europi te Kraljevini SHS/Jugoslaviji. Prikazana je djelatnost Marije Jurić Zagorke kao novinarkе i urednice, a predstavljeni su i rezultati analize odabranih brojeva *Ženskog lista*. Specifičnost navedene publikacije leži u tome što je ostvarila velike naklade, a svojim je tematskim i grafičkim oblikovanjem uspjela prodrijeti do čitateljica iz svih društvenih slojeva. Unatoč financijskim poteškoćama zbog neslanja pretplata i ekonomske krize, list je u 14 godina izlaženja pratio

¹ Ovaj rad nastao je na temelju diplomskog rada Marte Ćaćić *Ženski list (1925. – 1938.): izazovi i promjene nakladničke djelatnosti časopisa za žene*, obranjenog 19. rujna 2023. godine na Odsjeku za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu pod mentorstvom izv. prof. dr. sc. Ivane Hebrang Grgić.

novitete uređivanja slikovnih i tekstovnih priloga. Uočen je značajan porast broja ilustracija kao i reklama zbog čega se može zaključiti da je časopis bio usko vezan uz svoju okolinu, posebice uz zagrebačke obrte i radnje. Također se uočava i porast navođenja podataka o autorima uz tekstove i fotografije ili navođenje odakle je izvor preuzet čime je uredništvo pokazalo napredno shvaćanje koncepta intelektualnog vlasništva.

Originalnost/vrijednost. Ovaj rad donosi pregled nakladničkih praksi pri uređivanju lista. Osim tehničkih karakteristika, rad pruža djelomičan uvid i u sadržaj lista te ga stavlja u kontekst nakladništva za žene od žena u periodu 1920-ih i 1930-ih godina.

KLJUČNE RIJEČI: Marija Jurić Zagorka, nakladništvo, urednička politika, *Ženski list*

1. Uvod

Početak 20. stoljeća obilježen je svjetskim ratom, ali i tehnološkim, ekonomskim i društvenim inovacijama i promjenama koje se pojavljuju sve brže i sve češće. Žene se uključuju u sve više sfera društva, što se posebice ubrzalo za vrijeme ratnog stradanja muškaraca na frontu. Tako su i žene u Kraljevini Srba, Hrvata i Slovenaca, kasnije Kraljevini Jugoslaviji, u potrazi za svojim redefiniranim mjestom u društvu. Jedna je od prvakinja ženskog aktivizma Marija Jurić Zagorka. Ona je zaslužna za pokretanje i uređivanje časopisa namijenjenog ženama u Kraljevini pod naslovom *Ženski list*.² Izlazio je od 1925. do 1938. godine nakon čega mijenja naslov u *Novi ženski list* pa u *Hrvatski ženski list*, a uredništvo preuzima Sida Košutić (Gorenjak Ograjšek 2014).

Ženski list osmislila je i pokrenula Marija Jurić Zagorka što u to vrijeme nije bio jednostavan pothvat budući da su novinarstvo i nakladništvo bili područja kojima su se gotovo isključivo bavili muškarci. Teme obrađivane u listu bile su vezane uz modu i kućanstvo, ali je Zagorka uključivala i druge aktualne društvene teme.

Marija Jurić Zagorka (1873. – 1957.) uređivala je *Ženski list* 14 godina. Bila je prva hrvatska profesionalna novinarka, popularna književnica te politička aktivistica. U vrijeme kada se u Hrvatskoj čitalo uglavnom na stranim jezicima, svojim je romanima približila hrvatski jezik čitateljima koji su svakog dana hrlili kupiti novine s novim nastavkom dogodovština Zagorkinih likova (Zvonarek 2012). Nakon što objavljuje anonimne tekstove u *Hrvatskom braniku* i *Posavskoj Hrvatskoj*, 1896. godine objavljuje i prvi članak u *Obzoru* u kojem opisuje apsurd željezničkih postaja u Hrvatskoj gdje se službenici obraćaju običnom narodu na mađarskom te dolazi do kaosa jer ih nitko ne razumije. Postaje članica uredništva tog časopisa. U ožujku 1903. godine dio je redakcije *Obzora* pritvoren zbog tekstova i aktivnosti kojima su izražavali nezadovoljstvo mađarizacijom, a redakciju je uspješno i samostalno vodila Zagorka kao (neformalna) izvršna urednica (Jurić, Marija (Zagorka) 2024; Sklevicky 1996, 246). Privremeno je i ona bila zatvorena zbog svojih domoljubnih tekstova i organiziranja prosvjeda. Za *Obzor* je pisala političke izvještaje, a najvažniji su oni iz Budimpešte i Beča zbog kojih postaje poznata i cijenjena u inozemstvu. Osim toga pisala je putopise, feljtone i romane u nastavcima. Godine 1910. bila je suosnivačica Društva novinara Hrvatske. Zagorka prelazi u *Jutarnji list*

² Do 1934. godine podnaslov časopisa bio je: *za modu, zabavu i kućanstvo*.

nakon što joj redakcija *Obzora* odbija izjednačiti plaću s onom njezinih muških kolega. Zagorka će kasnije uređivati časopise *Ženski list* i *Hrvatica*, a pisala je priloge i za brojne druge časopise (Zvonarek 2012). Autorica je romana (kriminalističkih, povijesnih, autobiografskih, često s romanesknim elementima) koje najčešće objavljuje u nastavcima u novinama i časopisima. Tako, primjerice, *Kneginja iz Petrinjske ulice* izlazi 1910. godine u *Hrvatskim novostima*, a kasnije ponovno u *Ženskom listu*, *Grička vještica* izlazi 1912. i 1913. u *Malim novinama*, *Kći Lotrščaka* 1919. godine u *Jutarnjem listu*, *Buntonvik na prijestolju* 1927. godine u *Jutarnjem listu*, *Vitez slavonske ravni* 1937. i 1938. godine u *Hrvatskom listu* itd. Osim pseudonimom Zagorka, potpisivala se i kao -a, Z., (z), Z-a, Iglica, Vlastelinka (Jurić, Marija (Zagorka) 2024). Preminula je u Zagrebu u studenom 1957. godine.

Tijekom 14 godina, od 1925. do 1938. kada je formalna urednica bila Zagorka, objavljeno je 169 brojeva *Ženskoga lista*. Ovaj rad prikazuje rezultate preliminarnog istraživanja u koje je uključen tek po jedan broj iz svakog godišta zbog toga što je namjera bila prikazati detaljnije svaki pojedini broj, a ne zadržati se samo na kvantitativnim pokazateljima poput broja ilustracija, stranica i sl. Ipak, zbog ograničenja prostora nije bilo moguće detaljnije ulaziti u analizu sadržaja tekstova. Odabir brojeva za analizu temeljio se na pregledu svih brojeva te odabiru onih vizualno najupečatljivijih koji su imali veći broj ilustracija i/ili rubrika, u kojima je uočena promjena u načinu grafičke pripreme, onih koji su bili posvećeni nekom posebnom događaju i sl. Cilj je istraživanja prikazati uređivačku politiku časopisa na temelju opreme, navođenja bibliografskih podataka te sadržaja časopisa na temelju sljedećih kategorija: broj stranica, navođenje podataka o odgovornosti, podaci u impresumu i kolofonu, broj ilustracija, broj reklama, grafičko uređenje stranica i sadržaj na temelju rubrika. S obzirom na mali uzorak, ovo je preliminarno istraživanje koje može poslužiti za kasniju temeljitu analizu raznih aspekata uređivanja časopisa.

2. Pojava prvih časopisa za žene

Časopis za žene je serijska publikacija koja prati područje ženskog života unutar obitelji, služi kao zabavno i edukativno štivo, zastupa ženske interese ili je sredstvo borbe za prava žena (Čizmić-Horvat 2005). Zbog financija često surađuju s oglašivačima iz raznih industrija te se na njihovim stranicama mogu pronaći reklame za odjeću, kozmetiku i sl. (Zubac 2016, 73).

Časopisi za žene mogu se podijeliti u dvije veće skupine. Prva su klasični časopisi koji usmjeravaju žene i savjetuju ih kako biti dobre majke i supruge. Najčešće su rubrike one o modi, domaćinstvu i bontonu, a takvi časopisi namijenjeni su ženama pripadnicama viših društvenih slojeva. Druga skupina jesu feministička glasila u kojima se raspravlja o pravima žena na obrazovanje, zapošljavanje i političko pravo glasa, a počinju se intenzivnije objavljivati sredinom 19. stoljeća (Todorović-Uzelac 1987, 19). U 20. stoljeću izuzetno važno postaje grafičko oblikovanje kojim se formira vizualni identitet prepoznatljiv široj publici (Hebrang Grgić 2018, 154).

2.1. Prvi časopisi za žene u svijetu

Izumom tiska u 15. stoljeću i njegovim prihvaćanjem i razvojem u cijeloj Europi povećana je brzina proizvodnje knjiga, one su postale dostupnije pa su utjecale i na opći porast pisme-

nosti. U 17. i 18. stoljeću širenju pismenosti pogodovale su reforme školstva te revolucije – industrijska, ali i one društvene (koje su, između ostaloga, zastupale ideju slobode izražavanja). Vrijeme je to kada osim broja naslova raste i naklada, povećava se broj čitatelja, a počinju se osnivati čitaonice, čitateljska društva i posudbene knjižnice (Hebrang Grgić 2018, 114). Iako se fenomen džepnih knjiga pojavljuje već u 16. stoljeću, u 19. stoljeću on doživljava procvat. Pojavljuju se knjige, često namijenjene za putovanja, koje postaju dostupne na sve više prodajnih mjesta po pristupačnim cijenama (Manguel 2001, 153). Pismenost se širi, prestaje biti povlastica viših društvenih slojeva, pa i žene sve češće postaju čitateljice. Primjerice, britanski parlament 1870. godine donosi Zakon o obveznom osnovnom obrazovanju prema kojemu sva djeca, bez obzira na spol, moraju proći osnovno obrazovanje (Todorović-Uzelac 1987, 26). Zahvaljujući svim tim promjenama, stvara se čitava generacija novih čitateljica koje će izazvati pozitivne promjene, uključujući i one povezane uz objavljivanje ženskih časopisa.

Povijest ženskih časopisa započinje u 17. stoljeću u Velikoj Britaniji. *Athenian Mercury* bile su novine koje je uređivao John Dunton. Ideju o novom sadržaju potaknula su pisma čitateljica s pitanjima u vezi odnosa između muškarca i žene (Stearns 1930, 47). Na početku je prvi broj u mjesecu bio namijenjen ženama, ali je urednik u veljači 1693. godine počeo objavljivati časopis *The Ladies Mercury*, prvi časopis namijenjen ženama (Stearns 1930, 45). Do kraja 19. stoljeća u Velikoj Britaniji izlazi više od 50 časopisa za žene (Todorović-Uzelac 1987, 26). U Francuskoj takvi časopisi počinju izlaziti prije Francuske revolucije (*Le Courier de la Nouveaute*). Za vrijeme revolucije izlaze razni pamfleti namijenjeni revolucionarkama i uključivanju žena u revoluciju. *Ženski list* (*Le Journal des femmes*) je izlazio od 1830. do 1834. godine, a *Mali modni odjeljak* (*Le Petite Eccho de la Mode*) pokrenut je 1878. godine. Postat će to prvi visokotiražni ženski časopis – naklada mu je u kratkom roku narasla od 5000 na 100 000 primjeraka (Todorović-Uzelac 1987, 22).

U SAD-u su se časopisi za žene zasnivali na ideji o američkom snu, a žena je prepoznata kao najbolji potrošač. Godine 1828. Sarah Josepha Hale preuzima uredništvo časopisa *The Boston's Ladies' Magazine* čime postaje prva žena urednica u povijesti SAD-a. Hale je punila stranice časopisa raznim sadržajima; modnim savjetima, ilustracijama, notnim zapisima, ali i literarnim djelima čiji su autori bile žene. Časopis je postigao nakladu od više od 150 000 primjeraka (McHugh 2022). Časopis *Ladies' Home Journal* pokrenuo je Cyrus Curtis 1883. godine, a uređivala ga je njegova supruga Louisa Knapp Curtis. Njegov komercijalni uspjeh bazirao se na niskoj prodajnoj cijeni, privlačnom sadržaju i brojnim reklamama. Ciljana publika bile su domaćice srednje klase (Todorović-Uzelac 1987, 32).

2.2. Časopisi za žene u Hrvatskoj do početka Drugoga svjetskog rata

Prva naznaka potrebe pokretanja ženskih listova u Hrvatskoj bio je prilog listu *Croatia* naslova *Der Courier für Damen* (*Glasnik za gospođe*) koji je u šest brojeva objavio S. Župan 1840. godine (Stipčević 2008, 365).³ Vrijeme je to kada su čitateljice uglavnom pripadnice srednjeg i višeg građanskog sloja, a čitaju ponajviše na stranim jezicima (Stipčević 2008, 354).

³ Podnaslov je bio *Nachrichten aus dem Bereich der Literatur, Kunst, Musik, Mode, des Theaters und geselligen Lebens aus allen vier Weltgegend* (*Vijesti iz književnosti, umjetnosti, glazbe, mode, kazališta i društvenog života sa svih strana svijeta*).

Prvi časopis na hrvatskom jeziku koji je bio namijenjen i ženama kao ciljanoj publici bio je časopis *Naše gore list* koji je od 1861. do 1866. godine objavljivao Mijo Krešić, a Stipčević (2008, 367) ga smatra obiteljskim listom.

Prvi isključivo ženski časopis počeo je izlaziti u Hrvatskoj nešto kasnije nego u ostatku Europe, u vrijeme dok je Hrvatska bila u sastavu Austro-Ugarske Monarhije. *Pariška moda: list za žensku i dječju odjeću i za ženski ručni rad* izlazi od 1895. do 1938., dva puta mjesečno u nakladi knjižare Lavoslava Hartmana, odnosno Kugli i Deutch, a uređivala ga je Draginja Savić. Jedan je od najvažnijih pothvata tog časopisa zamjena njemačkih i mađarskih riječi hrvatskima (Vujnović 2009, 57). Taj je časopis sadržajem pratio ostale europske časopise namijenjene ženama, a smatra se i svojevrsnim idejnim prethodnikom Zagorkina lista. Iako je knjižara i naklada Lavoslava Hartmana poslovala iznimno uspješno, objavljivanje takvih časopisa za njih je bilo skupo zbog slikovnih priloga i grafičkog uređenja (Petek 2018, 87). Časopis *Na domaćem ognjištu*⁴ pokrenule su Marija Jambrišak i Jagoda Truhelka (Stipčević 2008, 367) na samom početku 20. stoljeća, a fokus je uloga žene kao majke i domoljupke (Čizmić-Horvat 2005, 102). Razni autori imaju različite stavove oko toga koji je bio prvi časopis za žene na hrvatskom jeziku – *Pariška moda* (Todorović-Uzelac 1987), *Domaće ognjište* (Čizmić-Horvat 2005) ili pak *Ženski list* (Vujnović, 2009). Ovisno o kriterijima analize svaki od tih časopisa mogao bi se smatrati prvim u nečemu. Uoči Prvog svjetskog rata, 1911. godine, izlazi *Modni svijet: ilustrirani list za toaletu, dječju modu i ručni rad*, a *Frauen-Zeitung* izlazi povremeno iste godine kao dodatak listu *Agramer-Tagblatt* (Stipčević 2008, 370).

U međuratnom razdoblju u Kraljevini SHS, odnosno Kraljevini Jugoslaviji čiji je Hrvatska bila sastavni dio, sporadično je izlazilo tridesetak ženskih časopisa, a nagli porast dogodio se zbog promjena koje su zatekle tradicionalnu obitelj. U Zagrebu je 1917. godine počeo izlaziti *Ženski svijet*, ali je već 1918. promijenio naslov u *Jugoslavenska žena* kako bi podržao novonastalu državu. Uređivala ga je Zorka Kveder Demetrović, a 1920. godine prestaje izlaziti zbog financijskih poteškoća. *Ženska misao: list za prosvjetu, socijalni rad i organizaciju katolički* je list za žene koji je u Zagrebu izlazio od 1919. do 1921. godine. Uređivala ga je Zora Vasić (Gorenjak Ograjšek 2014, 127–130). Časopis *Eva: ženski politički časopis* 1928. godine u Zagrebu su pokrenula braća Adolf i Franjo Rautenstrauch. Ideja je bila stvoriti politički časopis za žene, ali su redakciju činili muškarci. Glavna ideja časopisa bila je da ženu muškarac formira i kontrolira. Uredništvo je često poručivalo da su žene „dužne“ pretplatiti se na njihov list, a one bogatije platiti pretplatu jednoj od siromašnijih žena. Na kraju su se u svojoj polemici okrenuli ženama ubojicama, atentatoricama i zatvorenicama, likovima koji muškarce navode na zlodjela i grijeh. Takva ideologija dovela je do kraha časopisa nakon što su žene zagrebačkih građanskih krugova zatražile smjenu uredništva (Gorenjak Ograjšek 2014, 133–134). *Naša žena: tjednik za ženski svijet* izlazi u Zagrebu od 1935. do 1938. godine, a urednica je Zdenka Smrekar. Ovaj časopis nastojao je svoje sadržaje učiniti edukativnim, prosvjetiteljskim i praktičnim, a u njemu su osim autorice objavljivale i druge poznate ženske aktivistice, poput Jagode Truhelke. Često su objavljivani komentari čitateljica koje su mahom bile učiteljice iz svih dijelova Hrvatske. Iako ovaj mjesečnik nije bio glasilo Hrvatske seljačke stranke, urednička politika opetovano je naglašavala svoju potporu Mačeku i Košutiću, a svojim tekstovima pokušavao je privući domaćice, građanke i seljanke (Gorenjak Ograjšek 2014, 136). U Zagrebu su 1934. godine izlazili *Glas udovica i samostalnih žena* i *Moda od danas* (Stipčević 2008, 370). Komunistička Partija Jugoslavije (KPJ) također je putem ženskih glasila pokušavao

vala privući žene pa je 1939. godine u Zagrebu izlazio *Ženski svijet*, ali budući da su glasila KPJ bila zabranjena, i njezini su časopisi bili kratkog vijeka (Kecman 1978, 361).

Značaj ženskih časopisa na prostorima tadašnje Kraljevine Jugoslavije jest da su uključivali ženu u društvo kada ona još uvijek nije imala pravnu jednakost u zakonskom smislu (Solić 2020). Ipak, svi su oni, osim Zagorkina *Ženskog lista* (i časopisa *Žena i svet* koji je izlazio u Beogradu), bili kraćeg vijeka jer se nisu prilagodili tržišnim potrebama svog vremena. *Ženski list* na inovativan je način progovarao o temama poput braka, djece i zdravlja, ali je također ukomponirao suvremene i aktualne teme na privlačan način (Gorenjak Ograjšek 2014, 137).

3. Ženski list za modu, zabavu i kućanstvo

3.1. Uređivačka politika Ženskog lista

Ženski list izlazio je od travnja 1925. do travnja 1938. godine kada mijenja naslov u *Novi ženski list*. Zagorka je urednica od travnja 1925. godine, s iznimkom 1934. godine u travnju i svibnju kada ju mijenja Olga Baldić. Zagorka će do studenoga 1938. godine uređivati i list pod novim naslovom. *Ženski list* izlazi jednom mjesečno, na početku na 20 stranica, ali kasnije se povećava. Ukupno je objavljeno 169 brojeva. Pretplate su bile tromjesečne, šestomjesečne ili godišnje, a bio je dostupan i u knjižarama. Cijena je bila 15 dinara, a od 1928. godine 18 dinara.

Glavna motivacija Zagorkina uredničkog rada bila je „izbiti njemačko štivo iz ruku hrvatskog naroda“ (Coha 2011, 141). Zagorka je dobila ponudu njemačkog izdavača Ullsteina da u Hrvatskoj pokrene časopis za žene, ali je u tome vidjela samo još jedan pokušaj germanizacije hrvatskog naroda pa je ponudu odbila. Nakladnik *Ženskog lista* bio je bračni par Ignjat i Jozefina Josipa Schwarz, imućni Židovi koji su posjedovali i dionice Međunarodnog prometnog, novinskog i oglasnog zavoda (Dujčić, Martan, i Popratnjak 2015, 49). Oni su uređivanje i vođenje časopisa u potpunosti prepustili Zagorki. Olga Morović i Olga Baldić-Bivec novinarke su koje su pisale priloge i članke i usko surađivale sa Zagorkom (Vujnović 2009, 127). Nakon dvije godine rada, krajem 1927. godine, uredništvo je otvorilo posebne urede u Splitu i Zemunu kako bi mogli bolje komunicirati s čitateljicama iz drugih dijelova Kraljevine (Vujnović 2009, 144).

Svoje bavljenje ženskim temama Zagorka je opravdavala promicanjem hrvatskog nacionalnog identiteta i hrvatske kulture (Coha 2008, 280). Takve je časopise smatrala trivijalnim, posebice nakon izvještavanja iz Parlamenta u Budimpešti i pisanja o ozbiljnim društvenim problemima, ali je unatoč tome znala da će na ovaj način doći do puno čitateljica i tako ih upoznati s društvenim vrijednostima koje je smatrala važnima. Svojim uredničkim radom stvorila je sliku moderne žene po uzoru na zapadne časopise. Pa ipak, časopis se razlikuje od inozemnih ženskih časopisa zbog okoline u kojoj nastaje: multikulturalna zemlja raznih narodnosti i nacionalnosti, a čitateljice nisu bile isključivo iz bogatih građanskih slojeva, nego je časopis imao čitateljice i u ruralnim sredinama u kojima su žene bile bar djelomično pismene (Coha 2011, 142).

Zastupljene su bile teme o ženama kao majkama, domaćicama, ali i umjetnicama, književnicama i slično, čime se isticalo pravo žene na ravnopravno sudjelovanje u društvu. Naslovi

rubrika ocrtavaju upravo takve teme, npr. rubrike *Ženski pokret*, *Ženski portreti*, *Moda*, *Razna kronika*, *Ženski budoar* i dr. (Markuš 2022, 8, 10). Urednica i autori članaka u *Ženskom listu* poticali su čitateljice na interakciju provođenjem raznih anketa i poticanjem na slanje komentara i fotografija.

Ono što čini ovaj časopis iznimnim jest to što nije imao stvarne konkurencije u sadržajnom ili stilskom smislu. *Ženski list* dosegao je ogromnu popularnost, a naklada mu je znala iznositi do 70 000 primjeraka. Časopis je, osim u Hrvatskoj, i u ostatku Kraljevine imao veliki broj čitatelja, a primjerci su bili slani i u inozemstvo, ponajprije iseljenicima u Sjevernoj Americi (Coha 2011, 141). Zagorka je uvijek jasno isticala svoje hrvatstvo i nije voljela utjecaje tuđih jezika i tradicija: jako se često ističu domaći umjetnici i znanstvenici, običaji, narodne nošnje i narodni vez (Coha 2008, 280). U trećem broju iz 1925. godine Zagorka objašnjava svojim čitateljicama kako će „*Ženski list* popularizovat sve što je naše, a iz svijeta donositi samo, ono, što bi moglo da naše znanje, iskustvo i spretnost upotpuni“. Tako su se na stranicama lista vrlo često mogli naći književni radovi Hrvatica, primjerice književnice Mare Matočec (Šute 2019, 145). Godine 1928. upravo je ovaj časopis predstavljao ženske publikacije Kraljevine Jugoslavije na *Internacionalnoj Tiskarskoj Izložbi* u Kölnu (Vujnović 2009, 146). Popularnost lista dovela je i do pokretanja časopisa *Vezilja* te do otvaranja Ateljea *Ženskog lista* 1930. godine u kojem su krojačice šile odjevne predmete koji su objavljivani na stranicama lista (Vujnović 2009, 123).

Društvo hrvatskih književnica osnovano je 1936. godine, gdje Zagorka upoznaje Sidu Košutić, sestru visokog dužnosnika HSS-a Augusta Košutića, koja se potom uključuje u rad časopisa. Njezina ideologija odvodi list „u desno“ te se usmjerava samo na Hrvatice unutar Kraljevine, a ne na sve stanovnice tadašnje države. Smrt Ignjata Schwarza 1938. godine ključna je za nakladničku politiku *Ženskog lista* jer njegova supruga gubi utjecaj u listu. List u svibnju mijenja naslov u *Novi ženski list*. Zagorka formalno ostaje urednica do studenog 1938. godine, kada mjesto urednice preuzima Sida Košutić. List 1939. godine mijenja naslov u *Hrvatski ženski list*, a Zagorka pokreće časopis *Hrvatica* koji će izlaziti sve dok joj ustaška vlast 1941. godine ne zabrani objavljivanje časopisa (Vujnović 2009, 164; Dujčić, Martan i Popratnjak 2015, 49).

3.2. Analiza odabranih brojeva

Br. 1, god. 1, travanj 1925.

Na naslovnoj je stranici prvoga broja ilustracija žene s djetetom i psom, a iznad ilustracije su naslov, podnaslov te broj i mjesec objavljivanja (Slika 1). Ispod slike je podatak o cijeni (15 dinara) te o izdavaču (Konzorcij za izdavanje tiskopisa), a u desnom donjem kutu podatak o urednici (Odgovorni urednik: Zagorka). Slično će biti uređene sve naslovnice do kraja izlaženja, s time da će podaci povremeno mijenjati raspored. Prvi broj ima 20 stranica.

Na poledini naslovne stranice nalazi se oglas za trgovinu odjećom *Royal* koji zauzima cijelu stranicu. Slijedi stranica s naslovom i podnaslovom časopisa te kratkim opisom učestalosti izlaženja. Od druge stranice postoji i tekući naslov u gornjoj margini s podatkom o naslovu, broju i tekućoj stranici. Tekući je naslov vodoravnom linijom odijeljen od teksta.

Rubrika *Moda i rublje za dame* obuhvaća prvih sedam stranica i uključuje nekoliko podnaslova (*Zanimljivosti ovogodišnje mode*, *Haljine za prije podne...*). Ispod svake ilustracije nalazi se šifra



Slika 1. Naslovna stranica Ženskog lista (travanj 1925, (1) 1)

kroja koji se mogao naručiti. Na stranicama o modi dinamika se teksta i ilustracija izmjenjuje, a podnaslovi su istaknuti većim fontom. Opisi haljina na ilustracijama tiskani su sitnim fontom ispod modela. Slijedi, na dvije stranice, prvi nastavak Zagorkina romana *Gornjogradska Kneginja*. Tekst je raspoređen u dva stupca. Putem obavijesti koja je istaknuta tako što je otisnuta u jednom stupcu (za razliku od ostatka teksta) Zagorka poziva čitatelje i ženska udruženja na slanje vlastitih dojmova i pitanja. Slijedi još nekoliko kraćih nepotpisanih članaka. Na kraju se nalaze *Opisi modela u ćirilici* te *Opisi modela u slovenskom jeziku* što ukazuje da je ideja časopisa bila prodrijeti u sve dijelove Kraljevine, iako je ponajprije bio namijenjen hrvatskom čitateljstvu. Na posljednjoj su stranici ilustracije modela haljina te uvjeti pretplate i Narudžbenica. U prvom broju nema reklama, osim one na poleđini naslovne stranice. Prvi broj časopisa u potpunosti je rasprodan (Vujnović 2009, 176).

Br. 7, god. 2, studeni 1926.

Naslovna stranica ovog broja prikazuje dvije žene u zimskim kaputima te sadrži osnovne podatke o broju. Dodan je podatak o godištu časopisa s obzirom na to da je nastavio izlaziti drugu godinu. Ispod ilustracije su podaci o cijeni, izdavaču te glavnom i odgovornom uredniku koji su isti kao i u prvom analiziranom broju. Na poleđini naslovne stranice objavljene su ilustracije leđa modnih kreacija te tri oglasa (za šampon, poplune i sapun). Slijedi popis rubrika. Broj stranice otisnut je u gornjoj margini u kojoj je u tekućem naslovu još i podatak o naslovu i broju časopisa. Neki od tekstova u broju jesu *Zdrava djeca su sreća majke!*, nastavak romana *Gornjogradska Kneginja*, nastavak romana Victora Hugoa *Devedeset i treća*, a slijede crtice i anegdote tiskane u tri stupca kao i ostatak teksta u broju. Neke su od rubrika *Modni*

dio (na 15 stranica), Razgovori o kućanstvu u moderno doba, Budoar, Ženski svijet, Film, Kazalište, Kozmetika, Kućni liječnik i Kućna ljekarna te Kuharica. Neki tekstovi potpisani su imenom Zagorke, neki nadimkom ili osobnim imenom drugih autora, a neki su anonimni. Na fotografiji (Slika 2) se nalaze dvije zastopne stranice časopisa na kojima se vidi trostup-čani raspored teksta, tekući naslov na gornjoj margini te nekoliko prikaza reklama.



Slika 2. Organizacija teksta i prikaz reklama na 23. i 24. stranici (studen 1926, (2) 7)

Broj ima 36 stranica na kojima je objavljeno 30 reklama. Uz mnoštvo crteža, objavljeno je i šest fotografija. Na posljednjoj stranici u kolofonu je podatak o izdavaču, uredniku, a dodan je i podatak o tiskari (Tisak: Jugoslovenska Štampa d.d. Zagreb).⁵

Br. 1, god. 3, svibanj 1927.

Naslovna stranica prikazuje ženu odjevenu u putnu odjeću pokraj automobila. Podaci na naslovnoj stranici isti su kao i u prethodno analiziranom broju i grafički su jednako raspoređeni. Na prvoj se stranici osim popisa rubrika ispod naslova nalaze i informacije o pretplati. Tekući naslov donosi informacije o naslovu, broju i stranici. Uredništvo na jednoj cijeloj stranici zahvaljuje na pismima te konstatira kako je broj čitateljca narastao od prvog broja, iako se ne daju točni brojčani podaci. Najavljuje se proširivanje časopisa novim rubrikama i objavljivanje kvalitetnih literarnih tekstova. Usto se moli za novčanu potporu i pravovremeno slanje pretplata. Neki su od tekstova dio romana *Indijska grobnica* Thee von Harbon, tekst o Jelici Belović-Bernadzikovski, hrvatskoj etnografkinji i književnici te nastavak romana *Gornjogradska Kne-*

⁵ Razlog tome je *Zakon o štampi od 6. augusta 1926.* koji nalaže kako se mora istaknuti i nakladnika i odgovorne za tisak časopisa (*Zakon o štampi 1926*).

ginja. Rubrike su *Narodno vezivo u modi*, *Sličice iz naše historije*, *Sijelo Ženskog lista* i druge. Na 31. su stranici rubrike razdvojene vodoravnom linijom širinom dva desna stupca (od ukupno tri stupca na stranici). Ta je linija izmijenila uobičajeni raspored teksta koji se na drugim stranicama čita neprekinuto od vrha prema dnu stranice, dok ovdje tekst teče između vodoravnih linija (Slika 3).



Slika 3. Prikaz grafičkog uređenja 31. stranice (svibanj 1927 (3) 1)

Novost je u ovom broju Zagorkin tekst *Iz moje novinarske bilježnice* u kojem objavljuje priču iz vlastita života. Broj ima 40 stranica, a objavljena su 42 oglasa. Oglas koji tematski malo odstupa od drugih jest onaj laboratorija Artes za istrebljivanje stjenica. Lokacija je laboratorija u Osijeku, dok su ostali oglasi povezani s modnom industrijom, kozmetikom i kućanskim potrepštinama te su oglašivači iz Zagreba i okolice.

Br. 9, god. 4, rujan 1928.

Broj iz rujna 1928. godine⁶ objavljen je na 44 stranice. Na naslovnoj je stranici raspored elemenata nešto drugačiji nego u prethodnim analiziranim brojevima. Na vrhu je samo naslov *Ženski list*, a podnaslov *Za modu, zabavu i kućanstvo* nalazi se unutar ilustracije, s dodatnim podnaslovom *Jesen-*

⁶ Od siječnja 1928. godine, broj mjeseca poklapa se s brojem časopisa godišta koji izlazi (do tada je godište obuhvaćalo 12 mjeseci koji se nisu poklapali s kalendarskom godinom jer je prvi broj objavljen u travnju 1925. godine).

ska moda. Ispod ilustracije s lijeve strane nalaze se podaci o broju, godištu, datumu objavljivanja i izdavaču, a na desnoj je cijena časopisa i podatak o uredniku. Cijena je narasla s 15 na 18 dinara. Poledina naslovne stranice ispunjena je reklamama uz podsjetnik o mogućnosti narudžbi uzoraka. U broju je objavljeno 45 reklama. Na prvju je stranici popis rubrika te adresa uprave. Na prvih 20 stranica objavljen je dio namijenjen modi i ručnom radu. Četiri su stranice s ilustracijama u boji. U rujnu 1928. godine u časopisu izlazi poseban prilog o Stjepanu Radiću, netom preminulom od posljedica atentata u Narodnoj skupštini u Beogradu. Članak je opremljen s četiri fotografije od kojih je prva posljednji snimak Stjepana Radića potpisana s *Foto Mosinger*, a ostale su fotografije one pogrebne povorke bez navođenja autora (Slika 4). Tekst je na prvju stranici tiskan u 3 stupca, a fotografije se protežu na 2 – 3 stupca.



Slika 4. Prilog o Stjepanu Radiću (rujan 1928, (4) 9, str. 21–22)

Neki su od priloga u ovom broju prijevod teksta iz američkog časopisa *True Story* pod naslovom *Žrtva ljubavi: istinska pripovijest iz američkog života* te članak *Učiteljica i moda* koji postavlja pitanje: *Mogu li se učiteljice, obzirom na njihov pedagoški poziv, povoditi za savremenom ženskom modom u potpunosti?* U broju je ukupno 15 fotografija. Naslovi rubrika ispisani su bijelim slovima na crnoj pozadini.

Br. 2, god. 5, veljača 1929.

Broj stranica *Ženskog lista* narastao je na 48.⁷ Tekući naslov nije se mijenjao te i dalje sadrži iste elemente – naslov, podatak o broju i o stranici. Broj započinje člankom o pokladama, a slijedi nastavak Zagorkina novog romana *Krijeposni griješnici*. Naslov je istaknut većim slovima koja su obrubljena sivim okvirom te je popraćen malenom ilustracijom (Slika 5).

⁷ Dana 6. siječnja 1929. godine kralj Aleksandar uvodi diktaturu što je značilo stroža pravila povezana uz kontrolu tiska. Brojni su časopisi prestali izlaziti, a ostali su bili pod strogom kontrolom.



Slika 5. Naslov romana (veljača 1929, (5) 2, str. 2)

Slijede književni tekstovi autora Wilhemine Baltinester, Marcela Prousta i Alleister Middleton. Uz to su objavljeni članci o znanosti i odgoju djece, ali oni stoje nepotpisani ili su potpisani pseudonimom. Tekst je raspoređen u tri stupca. Modni dio zauzima 11 stranica. Segment o dječjoj modi u ovom broju nije priređen nego su predstavljena *Šarolika veziva za djecu*. Slijedi prilog o *Upoznavanju gospodina sa damom* koji je popraćen s dvije velike fotografije. Unatoč državnoj kontroli objavljivanja nacionalnih simbola, u ovom broju objavljuju se prikazi narodne nošnje i narodnog veza. Uredništvo poziva pretplatnice da pošalju svoje ručne radove kako bi ih mogli izložiti (Vujnović 2009, 148).⁸ U broju je ukupno 20 fotografija.

Br. 1, god. 6, siječanj 1930.

Kako je kriza sve više potresala ekonomiju, tako je i uredništvo lista posvetilo veći broj stranica uputama i savjetima kako uštedjeti i snaći se u teškim situacijama. Osim ekonomske krize, u 1930. godini i narednim godinama više članaka i tekstova bit će posvećeno i kraljevskoj obitelji i njihovim životima (Vujnović 2009, 148). Reklame na poleđini naslovne stranice raspoređene su u tri stupca, navedene jedna za drugom, razdvojene vodoravnim linijama. Zahvaljujući takvom rasporedu, samo na poleđini naslovne stranice nalaze se 43 oglasa za grebačkih obrta i trgovina. Ista će organizacija biti i na posljednjoj stranici broja, a ukupan je broj reklama u ovom broju 137.

Prvi je tekst nakon reklama novogodišnja čestitka, a modni prilog obuhvaća 17 stranica od čega četiri s ilustracijama u boji. Stranice u modnom prilogu nisu numerirane. Zbog velike popularnosti i zainteresiranosti žena za vezivo i ručni rad, uprava je odlučila pokrenuti novi časopis, odnosno *novi stručni list* naslova *Vezilja*. Obavijest o tome tiskana je preko cijele stranice, a pretplatnicama *Ženskog lista* prvi se primjerak *Vezilje* šalje kao ogledni primjerak. U rubrici *Grafologija* analizirali su se rukopisi čitateljica, najčešće na temelju nekoliko riječi, na što se, prema obavijesti uredništva, dio čitateljica žalio. Zbog toga se uvodi opcija opsežne analize rukopisa koja se neće objavljivati na stranicama lista, nego će se slati čitateljicama na kućnu adresu. To je primjer spretnosti nakladnika i urednika koji su najprije educirali čitatelje o temi, zadobili njihovo povjerenje i interes, a potom su časopisu omogućili dodatne prihode jer je za opsežnu analizu grafologa trebalo poslati 12 dinara.

Jedna stranica prepuna je fotografija djece koje su slale čitateljice iz cijele Kraljevine. U broju

⁸ U svibnju će Zagorka uz financijsku potporu Jozefine Schwarz i dizajnerice Drage Kovačević-Dugački organizirati izložbu tih rukotvorina. Događaj je bio veliki uspjeh o kojem su izvijestili i strani mediji, a čak 90 % radova bili su rezultati rada žena iz sela i provincija (Vujnović 2009, 147).

su objavljene ukupno 32 fotografije. Broj ima 54 stranice, a posljednjih nekoliko stranica u potpunosti je posvećeno reklamama. Na posljednjoj stranici stoje podaci o izdavaču, uredniku, tiskari te, za razliku od prijašnjih brojeva, podatak o cinkografiji⁹ *Universal* koja je izrađivala jednotonske ilustracije. Tekući je naslov s naslovom, brojem i stranicama izbačen, a broj je stranica u sredini donje margine stranice.

Br. 3, god. 7, ožujak 1931.

Reklame na poledini naslovne stranice organizirane su u stupce, ali su grafički puno detaljnije i raznolikije obrađene nego u broju iz siječnja 1930. godine – sadrže različite fontove i veličine slova, kao i ilustracije. Na gornjoj margini objavljuje se tekući naslov, ali bez vodoravne linije koja bi ga vizualno razdvajala od teksta, kao što je to bilo u nekim prethodno analiziranim brojevima.

Rubrika o modi obuhvaća 16 stranica i sadrži crteže u boji uz koje su manji prikazi leđa haljina (Slika 6). Slijedi prilog *Kraljica Maša* koji potpisuje Zagorka i u kojem prepričava audijenciju kod kraljice Marije koja joj je uručila nagradu povodom 30. godišnjice novinarskog rada.

Književni ulomci dominiraju unutar ovog broja: nastavak romana *Trijumf ljubavi* Đure Vilovića, te nepotpisani tekstovi *Plesna haljina*, *Slavni rođjak*, *Susret u predsoblju* te *Pravo na prvu ljubav?*. Naslovi su istaknuti većim i debljim fontom ili kurzivom.



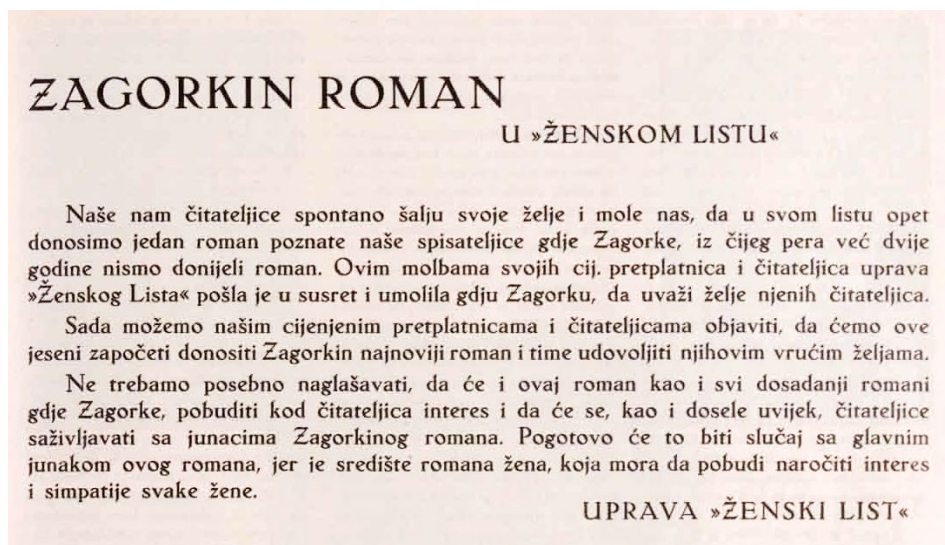
Slika 6. Ilustracije modela (ožujak 1931 (7) 3, str. 8)

⁹ Cinkografija je postupak izrade cinčanih klišeja za tisak ilustracija te naziv za radionicu u kojoj se ti klišeji izrađuju (Cinkografija 2024).

Većina teksta u ovom broju raspoređena je u tri stupca, a nekoliko članaka organizirano je u dva stupca. Objavljene su fotografije planina kraljevstva i djece čitateljica iz raznih dijelova kraljevine. U broju je tiskano ukupno 70 reklama, a objavljeno je 36 fotografija.

Br. 8, god. 8, kolovoz 1932.

Broj iz kolovoza 1932. godine objavljen je na 44 stranice, sadrži 52 reklame od čega su tri s fotografijama. Naslovna stranica i poleđina uređene su slično kao i u prethodno analiziranim brojevima. Svi elementi naslovnog te posljednjeg lista tiskani su plavom bojom. Prvi dio posvećen je modi bez ilustracija u boji i ilustracija leđa, a stranice su nenumerirane. Nakon modnih stranica slijede književni prilozi, nastavci romana i kraće novele ili anegdote.



Slika 7. Obavijest o Zagorkinom romanu (kolovoz 1932 (8) 8, str. 25)

Obavijest o novom Zagorkinom romanu na stranici 25 (Slika 7) pokazuje brigu uprave o željama i interesima čitateljica. Slijede članci *Problem nezakonite djece i majke*, *Postotak radnih žena u svijetu*, *Francuske žene i njihova prava* i drugi.

Većina je tekstova u ovom broju nepotpisana, a uz fotografije se rijetko navodi ime autora. Informacije o uredništvu, izdavaču, tiskari i cinkografiji, kao i informacije o mogućim pretplatama nalaze se u kolofonu. Na posljednjoj su stranici i informacije o pretplati za časopis *Vezilja*. Tekst je u čitavom broju organiziran u tri stupca, izuzev modnih stranica. Broj fotografija iznosi 22, a tekući naslov u ovom broju ne postoji.

Br. 12, god. 9, prosinac 1933.

Prosinački broj iz 1933. godine objavljen je na 56 stranica. Na naslovnoj se stranici informacije o godištu, broju i datumu ponavljaju i ispod naslovne ilustracije vrlo sitnim fontom, uz podatak o glavnoj i odgovornoj urednici. Slova su otisnuta plavom bojom na naslovnom i na posljednjem listu. Tekući naslov izostaje iz strukture stranice, a numeracija se pojavljuje na većini stranica u donjoj margini. Na prvoj stranici nalazi se velika reklama za *Sargov kaladont*

tiskana s upečatljivom crvenom pozadinom. Na drugoj i trećoj stranici donosi se prilog *Majka Božja Kamenita* s fotografijama lokaliteta Ljudevita Vidmajera.

Slijedi članak *Zvanje žena kroz vijekove* te prilog *Iz ateliera Ženskog lista: što veli o modi šefica ateliera „Ženskog lista“* kojim se reklamira Atelje otvoren za šivanje odjevnih modela objavljenih u *Ženskom listu* uz fotografije žena u haljinama skrojenim upravo u tom ateljeu. Na tri stranice tiska se 12. nastavak Zagorkina romana *Na cesti*.¹⁰ Modni dio obuhvaća 16 stranica, a uključuje i fotografije muških modela te upute za izradu odjeće za muškarce.

Većina teksta organizirana je u tri stupca, a otprilike trećina stranica ovog broja tekst i slike ima raspoređene u dva stupca. Objavljeno je 48 reklama, od čega njih šest kombinira fotografiju i tekst. U broju su objavljene 42 fotografije.

Br. 11, god. 10, studeni 1934.

Naslovna stranica broja iz studenoga 1934. godine¹¹ prvi puta nema nikakve veze s prikazom žene ili nekom od ženskih tema, nego je posvećena kralju Aleksandru na kojeg je u listopadu izvršen atentat u Marseilleu. Naslovnicom dominira crna boja, a ispod slike naznačen je datum njegova rođenja i smrti (Slika 8). Na dnu stranice nalaze se podaci o broju, datumu,



Slika 8. Naslovna stranica (studen 1934 (10) 11)

¹⁰ Roman *Na cesti* kasnije je objavljan pod naslovom *Kamen na cesti*.

¹¹ Te je godine donesena odredba o zabrani distribucije stranog tiska svim tvrtkama koje nisu u državnom vlasništvu. Tvrtka Ignjata Schwarzja je ugašena, a privremeno rješenje bilo je izdavanje lista kao znanstvenog časopisa. Na kraju je Jozefina Schwarz preuzela posao te preko druge tvrtke nastavila izdavati list (Dujčić, Martan i Popratnjak 2015, 49). Financijska situacija u časopisu nakon toga nije se popravila do kraja izlaza.

godištu i naslovu. Podnaslov *Za modu, zabavu i kućanstvo* nije istaknut na naslovnoj stranici broja iz studenog, kao ni na ostalim stranicama. Prvih sedam stranica časopisa posvećeno je kralju Aleksandru, s 12 objavljenih fotografija.

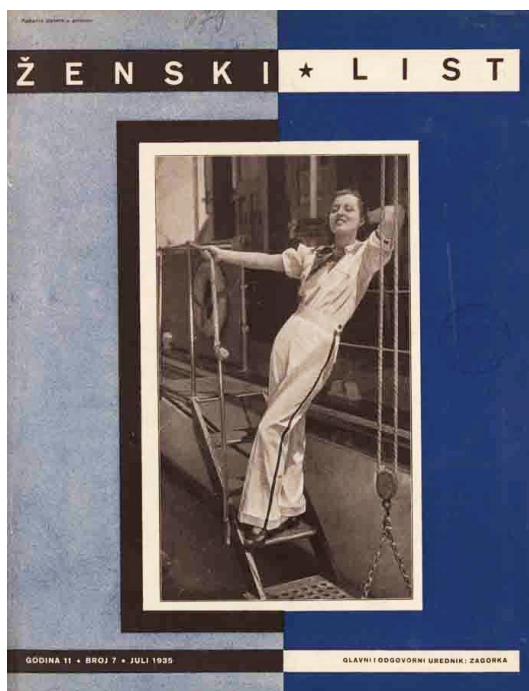
Slijedi prilog o građanskom kazalištu u Zagrebu povodom stote godišnjice te tekst o Mariji Omeljčenko, ukrajinskoj književnici i urednici praškog lista *La femme slave*. Objavljen je i nastavak Zagorkina romana *Na cesti*. Rubrika o modi obuhvaća 13 stranica s crtežima, bez fotografija i bez paginacije.

Ovaj broj ima 40 stranica na kojima je objavljeno 56 oglasa. Njih nema na stranicama s tekstem o kralju Aleksandru ni na stranicama književnih tekstova. Modernizacijom grafičko-likovnog uređenja objavljuje se više fotografija (ukupno 26 u ovome broju). One se ne objavljuju samo kao prilozu uz članke nego postaju i sastavnim dijelom nekih oglasa, poput reklame za *Nivea kremu*.

Mnogi su članci nepotpisani, a neki su potpisani samo sa Z. Objavljeno je nekoliko članaka koje potpisuju autorice poput liječnice Erne Kramarić, književnica Emilije Četković i Zlate Kolarić-Kišur.

Br. 7, god. 11, srpanj 1935.

Na naslovnoj stranici srpanjskog broja iz 1935. godine tiskana je fotografija žene. Pozadina je naslovne strane kombinacija nijansi plave boje dok u ranijim primjerima nije bilo boje u podlozi. Ispod slike na lijevoj strani nalazi se podatak o godištu, broju i datumu te podatak o uredniku. Podatak o cijeni tiskan je sitnim fontom na dnu stranice (Slika 9). Podnaslova nema.



Slika 9. Naslovna stranica (srpanj 1935 (11) 7)

Časopis izlazi na 40 stranica. Većina od 38 fotografija je, uz opis, potpisana imenom fotografa. Nešto je više potpisanih tekstova nego inače, tri su teksta potpisana punim imenom i prezimenom: Suzanne Buchot, Franjo Hesz i Zlata Kolarić-Kišur. Modne stranice počinju od devete stranice, nisu numerirane i ne sadrže crteže u boji, ali postoji nekoliko fotografija žena u ljetnim haljinama. Neke od ilustracija sadrže manje ilustracije prikaza leđa haljina i odijela. Unutar rubrike o *Ženskom pokretu* donosi se novost o pokretu žena u SAD-u koji se zalaže za ženskog kandidata na predsjedničkim izborima u 1936. godini. U toj rubrici nalazi se i tekst o bračnom zakonu u Njemačkoj koji sprječava brak Njemice sa strancem. U ovom kratkom tekstu, dotiče se list i aktualnih događaja u Njemačkoj gdje je nacistička stranka na vlasti i sve više prodire u privatne živote građana.

Uprava podsjeća svoje čitateljice da ne posuđuju svoj primjerak nikome jer time narušavaju profit časopisa, ali i vlastiti profit jer nove pretplatnice otvaraju nove mogućnosti za sami časopis. U obavijesti o *Nagradnom natječaju Ženskog lista* mole se čitateljice da šalju opise narodnih običaja, a najneobičniji običaj dobit će glavnu nagradu od 200 dinara.

Tekst je većinom organiziran u tri stupca dok su na pet stranica tekst i fotografije raspoređene u dva stupca. Broj oglasa iznosi 50.

Br. 2, god. 12, veljača 1936.

Broj iz veljače 1936. godine ima 40 stranica, dok broj reklama iznosi 48. Na samom početku objavljena je novela *Madonina* Viktora Cara Emina s dvije fotografije i crtežom, a tekst je tiskan u dva stupca. Modni prilog uključuje 15 fotografija koje se nalaze na četiri stranice. Uz neke od velikih ilustracija modnih kombinacija nalaze se male ilustracije koje prikazuju leđa odjevnih komada. Na ovim stranicama nema nikakvih oglasa, a osim opisa odjeće i kodova preko kojih se mogu naručiti iz uredništva, postoje kratki nepotpisani članci. U ovom broju izlazi humoreska *Adam kuha gulaš* koju s češkog prevodi Marina Radomerska. U 1930-im godinama, što je vidljivo prema analizi, sve više tekstova su prijevodi sa stranih jezika, a neke od njih prevode i same čitateljice koje svoje usluge nude preko rubrike dopisivanja. Također, u ovom se broju na stranici 28 nalazi i kratki tekst čitateljice iz Amerike što ukazuje na čitavnost časopisa u iseljeništvu. Jedan tekst o zdravlju i važnosti vode potpisuje doktorica Klara Dajčeva-Župić, dok ostali testovi poput *Bolest djeteta*, *Nepristupačnost grčke žene* ili *Dobri savjeti* nisu potpisani. U kolofonu se navode uobičajeni podaci.

Br. 6, god. 13, lipanj 1937.

Broj iz lipnja 1937. godine objavljen je na 40 stranica, sadrži 20 fotografija i 52 oglasa od kojih sedam s fotografijama. Naslovna stranica sadrži uobičajene elemente; ispod naslova je crno-bijeli crtež četiri žene, a ispod ilustracija nalaze se podaci o glavnoj urednici u sredini, godište i broj su na lijevoj strani te datum na desnoj strani.

U broj je uložena posebno otisnut listić s obavijesti o isteku pretplata i potrebi pravovremenih uplata. Prvi je prilog broja o Ivani Brlić-Mažuranić koja je bila izabrana za člana dopisnika Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti kao „prva žena-akademik na slavenskom jugu“. Reklame zauzimaju sve veće omjere na stranicama, a pojavljuju se i reklame za inozemne proizvode. Jedan je od članaka *Da li udate žene imadu pravo na rad?* unutar kojeg se predstavlja rasprava iz francuskog parlamenta i zaključuje se da rad žena u braku više nije ni hir ni želja, nego nužnost.

Tekst je i u ovom broju većinom organiziran u tri stupca. Nakon opsežnih rubrika o kozmetici i kuhanju, na dnu posljednje stranice objavljeni su podaci o nakladniku, visini pretplate, učestalosti izlaženja, uredniku, cinkografiji i tiskari. Osim što je navedena u kolofonu, cinkografija *Universal* također u listu objavljuje i oglas za svoj obrt na nekoliko mjesta.

Br. 4, god. 14, travanj 1938.

Broj iz travnja 1938. godine posljednji je broj objavljen pod naslovom *Ženski list*. U svibnju nastavlja izlaziti pod naslovom *Novi ženski list* pod uredništvom Zagorke, ali pod sve većim utjecajem Side Košutić. Ova naslovnica na neki način i nagovještava skoru promjenu jer se grafičko-likovno uređenje razlikuje od prethodnih brojeva (Slika 10). Raspored elemenata na naslovnoj stranici nešto je drugačiji nego u ostalim analiziranim brojevima. Naslov *Ženski list* ovaj put nalazi se ispod ilustracije. S lijeve strane ilustracije nalaze se podaci o godini izlaženja, broju i datumu, a s desne je strane podatak o glavnom i odgovornom uredniku. Uz to je na naslovnoj stranici reklama za *Artin Dražeje*. Od svih analiziranih brojeva, ovaj broj jedini sadrži reklamu na naslovnoj stranici. Takav model naslovnice u kombinaciji s bojom na pozadini preuzet će *Novi ženski list*, a potom i *Hrvatski ženski list*.



Slika 10. Naslovna stranica posljednjeg broja Ženskog lista (travanj 1938 (14) 4)

Na početku je broja prilog o Zinki Kunc-Miladinov koja je potpisala i *Ženskom listu* posvetila fotografiju tiskanu uz tekst. Slijedi prilog o hrvatskom glumcu i redatelju Vatroslavu Hladiću. Modni je dio, kao i naslovnica, grafički pomalo izmijenjen, ilustracije su detaljnije, a naslovi su članaka uz fotografije istaknutiji.

nog priloga i tri stranice gdje su tekst i oglasi podijeljeni u dva stupca. Neke se od reklama ponavljaju, poput one za obrt za cipele *Frković i drug* koji se ponavlja četiri puta na dvije stranice unutar modnog priloga. Od 25 fotografija, 10 ih je objavljeno kao dio reklama.

4. Rasprava i zaključak

Ženski list značajan je ženski časopis međuratnog vremena na prostorima tadašnje Kraljevine. Od samog početka objavljivanja Zagorka se u potpunosti usmjerila na čitatelja. Stvarala je sadržaj za svoje vjerne pratiteljice te sadržaj kojim je željela ne samo zabaviti, nego i educirati žene o suvremenim temama.

Unatoč političkim tenzijama, nakladnička ideja ovog lista uspjela je povezati žene iz raznih dijelova Kraljevine. Iako se ponajprije zalagala za hrvatski narod i njegova prava, politički je list zapravo podupirao ideju jugoslavenstva, a sama Zagorka konstatirala je da ta ideja dolazi upravo iz Zagreba te bi je zbog toga oni prvi trebali prihvatiti (Vujnović 2009, 180).

Na temelju analize po jednog broja iz svake godine u kojoj je časopis objavljan jasno je da je Zagorka kao urednica prioritet davala „ženskim“ temama povezanim uz modu, kozmetiku, ali i književnost, kulturu, zabavu, zdravlje te prava žena u tadašnjem društvu. Časopis se financirao pretplatama i reklamama, a uredništvo je nastojalo list učiniti i vizualno atraktivnim. Zbog toga su objavljivane brojne ilustracije, a tekst je raspoređivan dinamično kako bi privukao i zadržao pažnju čitatelja. U Tablici 1 prikazani su podaci o opsegu analiziranih brojeva, o broju objavljenih fotografija, ukupnom broju stranica te o tekućem naslovu i cijeni. Broj stranica raste, a raste i broj fotografija iz čega se može zaključiti da je uredništvo pratilo interese čitatelja te je radi što bolje percepcije povećavalo opseg brojeva i unaprjeđivalo grafičko i likovno uređenje. Broj reklama ukazuje na jedan od načina financiranja lista, same reklame oslikavaju potrebe čitatelja i oglašivača, ali su i mogući izvor za nova istraživanja u brojnim područjima (npr. sociologije, ekonomije, grafike, dizajna i dr.). Unatoč ustaljenom grafičkom uređenju, opremljenost bibliografskim podacima mijenja se u analiziranom razdoblju, iako ne značajno. Tekući naslov (koji se navodi na svakoj stranici, a donosi osnovne podatke o tekućem broju) ponekad se navodi, a ponekad ne. Podnaslov časopisa prestaje se navoditi 1934. godine. Cijena lista narasla je samo jednom i to na početku 1928. godine. Iz povećavanja broja stranica, ilustracija i reklama te iz činjenice da se nastojala održati konstantna cijena časopisa, moguće je zaključiti o brizi uredništva za čitatelje i o nastojanju da časopis bude dostupan te vizualno atraktivan i privlačan. Takvo usmjerenje prema ciljanoj čitateljskoj publici očituje se i u sadržaju, ali za preciznije zaključke u vezi toga potrebno je provesti detaljniju sadržajnu analizu.

Tablica 1. Usporedba osnovnih podataka analiziranih brojeva časopisa

Br.	Stranice	Crteži	Fotografije	Ukupno ilustracija (od toga u boji)	Reklame	Tekući naslov	Podnaslov časopisa	Cijena u dinarima
Travanj 1925.	20	42	-	42 (1)	1	Ne	Da	15
Studenj 1926.	36	65	6	71 (1)	30	Da	Da	15
Svibanj 1927.	40	78	6	84 (1)	42	Da	Da	15
Rujan 1928.	44	59	15	74 (5)	45	Da	Da	18
Veljača 1929.	48	51	20	71 (15)	33	Da	Da	18
Siječanj 1930.	54	85	32	117 (9)	137	Ne	Da	18
Ožujak 1931.	48	63	36	99 (4)	70	Da	Da	18
Kolovoz 1932.	44	60	28	88 (1)	52	Ne	Da	18
Prosinac 1933.	56	71	48	109 (1)	48	Ne	Da	18
Studenj 1934.	40	62	29	91 (0)	56	Ne	Ne	18
Srpanj 1935.	40	62	46	108 (1)	50	Ne	Ne	18
Veljača 1936.	40	66	29	95 (0)	48	Ne	Ne	18
Lipanj 1937.	40	63	30	93 (0)	52	Ne	Ne	18
Travanj 1938.	42	62	25	87 (2)	64	Ne	Ne	18

Broj potpisanih članaka s vremenom se povećao, a kako je rastao broj fotografija tako se sve češće navode njihovi autori. Na početku analiziranih brojeva dominiraju stranice namijenjene modi ili, rjeđe, književni prilozi. Modne stranice uvijek sadrže brojne crteže i fotografije, a manje teksta. Valja napomenuti kako je broj fotografija navedenih u Tablici 1 dobiven detaljnim proučavanjem brojeva, ali je zbog kvalitete tiska bilo zahtjevno procijeniti neke od slikovnih priloga. Broj je crteža približan jer je ponekad teško razlučiti radi li se o jednom ili više zasebnih crteža.

Ženski list je tijekom svih 14 godina izlaženja zadržao konzistentnu politiku izdavanja. Tijekom cijelog perioda izlaženja dominantan je Zagorkin svjetonazor te ona piše i uređuje većinu tekstova i priloga (što je moguće zaključiti na temelju inicijala i pseudonima, a za preciznije zaključke potrebno bi bilo analizirati i druge elemente poput stila pisanja). Kako je napredovala tehnologija vezana uz grafičko likovno uređivanje, tako su ilustracije bile vizualno privlačnije, a broj je tiskanih fotografija rastao. Istodobno raste broj reklama na stranicama časopisa. Dok je u prvom broju prisutna samo jedna reklama, u posljednjim brojevima može se naći i po nekoliko stranica na kojima su objavljene isključivo reklame. Uredništvo je izbjegavalo tiskati reklame na stranicama rubrike *Moda*. Kada bi u časopisu izlazili dijelovi Zagorkinih romana, tekst bi također bio tiskan bez umetanja reklama. Reklame su se paralelno s unaprijeđenjem ilustracija i fotografija također vizualno nadogradile. Dok su početne reklame bile sastavljene od nekoliko riječi, kasnije su sadržavale kombinaciju teksta i ilustracija.

U Tablici 2 prikazan je broj članaka koji su potpisani punim imenom i prezimenom, pseudonimom te onih koji su nepotpisani. U obzir su uzeti samo članci, ali ne i opisi ilustracija, odgovori čitateljica u rubrikama s anketama, dopisivanjem i grafološkim analizama te tekstovi reklama.

Tablica 2. Navođenje autorstva članaka

Br.	Ime i prezime	Pseudonim	Nepotpisani	Ukupno broj članaka
Travanj 1925.	-	1	8	9
Studeni 1926.	5	13	35	54
Svibanj 1927.	3	8	26	37
Rujan 1928.	1	3	68	72
Veljača 1929.	6	7	58	71
Siječanj 1930.	7	4	40	51
Ožujak 1931.	3	5	45	53
Kolovoz 1932.	3	1	101	105
Prosinac 1933.	1	3	76	80
Studeni 1934.	4	8	57	69
Srpanj 1935.	5	3	40	48
Veljača 1936.	3	-	41	44
Lipanj 1937.	-	2	55	57
Travanj 1938.	8	1	44	53

Ženski list izuzetno je značajna publikacija koja je u razdoblju između dva svjetska rata imala značajan društveni utjecaj zahvaljujući promišljenoj i dosljednoj uređivačkoj i nakladničkoj politici. Zagorka je privukla žene iz svih društvenih slojeva koje je svojim pisanjem upoznala s idejama o ženskom pravu glasa, radu i službi te potakla na propitkivanje muško-ženskih odnosa (Coha 2011: 273; Vujnović 2009: 147). Tako se npr. zbog interesa čitateljica pokrenuo novi list *Vezilja*, otvorio atelje *Ženskog lista*, a 1931. održala se i uspješna izložba ručnih radova čitateljica. Takav način uređivanja listu je osigurao opstanak unatoč cenzuri, financijskim poteškoćama i zahtjevima raznolikog tržišta. Dugogodišnjim kontinuiranim izlaženjem *Ženski list* postao je značajni društveni i kulturni fenomen međuratnog razdoblja i ostavio neizbrisiv trag u hrvatskom novinarskom nakladništvu, ali i kulturi općenito. Pri tome je izuzetno važna uloga njegove začetnice i dugogodišnje urednice Marije Jurić Zagorke.

Literatura

- Coha, Suzana. 2008. "Konstrukcija i reprezentacija identiteta u Zagorkinom Ženskom listu." U *Neznana junakinja: nova čitanja Zagorki: radovi sa znanstvenog skupa Marija Jurić Zagorka: život, djelo, nasljeđe*, uredile Maša Grdešić, Slavica Jakobović Fribec, 257–297. Zagreb: Centar za ženske studije.
- Coha, Suzana. 2011. "Nadnacionalni učinci i internacionalni odjeci: Zagorkin Ženski list," *Književna smorta: časopis za svjetsku književnost* 43, br. 160: 141–143.
- Čizmić-Horvat, Marina. 2005. "Ženski listovi u hrvatskom novinstvu," *Riječ: časopis za slavensku filologiju* 11, br. 2: 101–107.
- Dujić, Lidija, Slavica Trgovac Martan i Slobodan Popratnjak. 2015. "Hrvatica - za ženu i dom." U *Kako će to biti divno! Uzduž i poprijeko. Brak, zakon i intimno građanstvo u povijesnoj i suvremenoj perspektivi*, uredile Lidija Dujić, Lada Čale Feldman, Renata Jambrešić Kirin, Rada Borić, Sandra Prlenda, Anita Dremel, Maša Grdešić, Ana Pavlič, 45–58. Zagreb: Centar za ženske studije.
- Gorenjak Ograjšek, Ida. 2014. *Opasne iluzije: Rodni stereotipi u međuratnoj Jugoslaviji*. Zagreb: Srednja Europa.
- Hebrang Grgić, Ivana. 2018. *Kratka povijest knjižnica i nakladnika s kodovima i aplikacijom*. Zagreb: Ljevak.
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. n.d. s. v. "Cinkografija." Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013–2024. Pristupljeno: 17. 4. 2024. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/cinkografija>.
- Kecman, Jovanka. 1978. *Žene Jugoslavije u radničkom pokretu i ženskim organizacijama 1918–1941*. Beograd: Narodna knjiga; Institut za savremenu istoriju.
- Kragić, Bruno. 2005. "Jurić, Marija (Zagorka)." U *Hrvatski biografski leksikon (1983. – 2024.)*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2024. Pristupljeno: 29. 4. 2024. <https://hbl.lzmk.hr/clanak/155>.
- Manguel, Alberto. 2001. *Povijest čitanja*. Zagreb: Prometej.
- Markuš, Ana. 2022. *Uredništvo Marije Jurić Zagorki u Ženskom listu: završni rad*. Koprivnica: Sveučilište Sjever.
- McHugh, Jess. 2022. "The Power of Community: On the Radical History of Women's Magazines." *Literary Hub*. Pristupljeno: 11. 12. 2023. <https://lithub.com/the-power-of-community-on-the-radical-history-of-womens-magazines/>.

- Petek, Dubravka. 2018. *Kuglijeve knjige: Nostalglični hommage knjizi*. Zagreb: Knjižnice rada Zagreba.
- Sklevicky, Lydia. 1996. *Konji, žene, ratovi*. Zagreb: Druga. Pristupljeno: 11. 12. 2023. https://www.academia.edu/5890765/KONJI_%C5%BDENE_RATOVI_Lydia_Sklevicky.
- Solić, Nikolina. 2020. "Makar nismo feministički list... Zagorkin ŽENSKI LIST o modi, kućanstvu i ponešto kulture i edukacije iz 1930ih." *POVCAST. Svratište za humaniste*. Pristupljeno: 11. 12. 2023. <https://povcast.ffzg.unizg.hr/zenski-list-casopis-zamodu-zabavu-i-kucanstvo/>.
- Stearns, Bertha-Monica. 1930. "The First English Periodical for Women." *Modern Philology* 28, br. 1: 45–59.
- Stipčević, Aleksandar. 2008. *Socijalna povijest knjige u Hrvata: knjiga III: od početka hrvatskoga narodnog preporoda (1835.) do danas*. Zagreb: Školska knjiga.
- Šute, Ivica. 2019. *Hrvatska povijest u 20. stoljeću; Hrvatska povijest 1918.-1941*. Zagreb: Leykam international.
- Todorović-Uzelac, Neda. 1987. *Ženska štampa i kultura ženstvenosti*. Beograd: Naučna knjiga.
- Vujnovic, Marina. 2009. *Forging the Bobikopf Nation: Journalism, Gender, and Modernity in Interwar Yugoslavia*. New York: Peter Lang Publications.
- Zakon o štampi. 1926. *Zakon o štampi od 6. augusta 1925*. Zagreb: Tipografija d. d.
- Zubac, Andreja. 2016. "Kultura javne riječi ženskih časopisa od 1840. do 1970. godine." *Knjižničarstvo* 20, br. 2: 71–98.
- Zvonarek, Dobriła. 2012. "Marija Jurić Zagorka i njezina ,krivnja." *Blog: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu*, 29. studeni 2012. Pristupljeno: 11. 12. 2023. <http://nsk.hr/blog/marija-juric-zagorka-i-njezina-krivnja/>.

Izvori

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1925. 1, br. 1, travanj 1925.

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1926. 2, br. 7, studeni 1926.

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1927. 3, br. 2, svibanj 1927.

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1928. 4, br. 9, rujanj 1928.

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1929. 5, br. 2, veljača 1929.

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1930. 6, br. 1, siječanj 1930.

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1931. 7, br. 3, ožujak 1931.

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1932. 8, br. 8, kolovoz 1932.

<http://dnc.nsk.hr/Newspapers/LibraryTitle.aspx?id=COC31C8E-0793-48CB-97E0-2EB0E-36F718E>

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1933. 9, br. 12, prosinac 1933.

<http://dnc.nsk.hr/Newspapers/LibraryTitle.aspx?id=COC31C8E-0793-48CB-97E0-2EB0E-36F718E>

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1934. 10, br. 11, studeni 1934.

<http://dnc.nsk.hr/Newspapers/LibraryTitle.aspx?id=COC31C8E-0793-48CB-97E0-2EB0E-36F718E>

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1935. 11, br. 7, srpanj 1935.

<http://dnc.nsk.hr/Newspapers/LibraryTitle.aspx?id=COC31C8E-0793-48CB-97E0-2EB0E-36F718E>

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1936. 12, br. 2, veljača 1936.

<http://dnc.nsk.hr/Newspapers/LibraryTitle.aspx?id=COC31C8E-0793-48CB-97E0-2EB0E-36F718E>

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1937. 13, br. 6, lipanj 1937.

<http://dnc.nsk.hr/Newspapers/LibraryTitle.aspx?id=COC31C8E-0793-48CB-97E0-2EB0E-36F718E>

Ženski list za modu zabavu i kućanstvo, 1938. 14, br. 4, travanj 1938.

<http://dnc.nsk.hr/Newspapers/LibraryTitle.aspx?id=COC31C8E-0793-48CB-97E0-2EB0E-36F718E>

Abstract

Ženski list: Marija Jurić Zagorka's editorial approach

Objective. The aim of this paper is to explore the development and changes in the publishing policy of the women's magazine *Ženski list*, whose chief editor was Marija Jurić Zagorka. The magazine was published during the interwar period and significantly influenced the residents of the Kingdom of Yugoslavia and emigrants abroad with its content.

Approach/Methodology. The analysis of the magazine was conducted based on the most visually striking and/or important issues from each year of publication, totaling 14 issues. The analysis included the number of pages, quantity of illustrations and advertisements, citation of responsibility data, and graphic and thematic changes in the magazine design. Sources from the *Stare novine* portal and the Center for Women's Studies were used.

Results. The paper provides a brief historical overview of women's magazines worldwide, in Europe, and in the Kingdom of SHS/Yugoslavia. Furthermore, Marija Jurić Zagorka is highlighted as the journalist, and editor, followed by an analysis of the magazine issues. The uniqueness of this magazine lies in achieving high circulation and reaching readers from all social circles. Despite financial difficulties due to the non-receipt of subscriptions and economic crises, the magazine, in its 14 years of publication, kept up with innovations in the layout of visual and textual contributions. A significant increase in illustrations and advertisements is noted, indicating the magazine's close connection to its social environment, especially businesses and shops in Zagreb. There is also an observed increase in attributing authors to texts and photos or indicating the source from which the content was taken, demonstrating the editorial understanding of the concept of intellectual property.

Originality/Value. This paper provides an overview of publishing and editorial practices. In addition to technical characteristics, the paper offers a partial insight into the magazine's content, placing it in the context of publishing for women, by women, in the 1920s and 1930s.

KEYWORDS: editorial policy, Marija Jurić Zagorka, publishing, *Ženski list*