

Povijesni pregled ženskog novinarstva u Hrvatskoj od Zagorke do danas

Kunštek, Antonija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:111:519823>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-08**



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Antonija Kunštek

**Povijesni pregled ženskog novinarstva u
Hrvatskoj od Zagorke do danas**

ZAVRŠNI RAD

ZAGREB, 2024.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Antonija Kunštek

**Povijesni pregled ženskog novinarstva u
Hrvatskoj od Zagorke do danas**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Vladimira Rezo

Sumentor: doc. dr. sc. Tamara Kunić

ZAGREB, 2024.

Sadržaj

SAŽETAK.....	4
1. Uvod.....	5
2. Pojava ženskih listova u Hrvatskoj.....	6
3. Marija Jurić Zagorka: „Ženski list“ i „Hrvatica“.....	9
3.1. Život i djelo Marije Jurić Zagorke.....	9
3.2. Časopis „Ženski list“.....	12
3.3. Časopis „Hrvatica“.....	13
4. Razvoj modnog novinarstva u Hrvatskoj.....	15
4.1. Časopis „Svijet“.....	15
4.2. Popularni modni časopisi u Hrvatskoj.....	16
5. Žensko novinarstvo na radiju i televiziji.....	18
6. Digitalno žensko novinarstvo i ženski portali.....	20
7. Zaključak.....	23
Literatura.....	24

SAŽETAK

U ovom završnom radu donosi se pregled ženskog novinarstva u Hrvatskoj tijekom određenih povijesnih razdoblja s posebnim naglaskom na prvu hrvatsku novinarku Mariju Jurić Zagorku i njezin doprinos razvoju ženskih listova i feminizma u Hrvatskoj. Na temelju dostupne literature određeni će se medijski sadržaji poput časopisa, radijskih i TV emisija te portala namijenjenih ženskoj publici staviti u povijesni kontekst. Analizirat će se sadržaji pojedinih medijskih sadržaja na temelju kojih će se donijeti zaključak o načinu percipiranja žena u tim medijskim sadržajima te općenito o njihovu utjecaju na položaj žena u društvu. U tom će se kontekstu razmotriti teme kojima se bave pojedini mediji i način na koji se te teme prikazuju ženama s naglaskom na percepciju žene kao majke, domaćice i ljepotice. U kasnijem će se dijelu osvrst će biti i na feministički orijentirane medije koji donose novu percepciju žena i zalažu se za njihova prava i bolji položaj u društvu.

Ključne riječi: žensko novinarstvo, ženski časopisi, feminizam, Marija Jurić Zagorka, ženski portali, rodni stereotipi

SUMMARY

This paper provides an overview of women's journalism in Croatia through certain historical periods with special emphasis on the first Croatian journalist Marija Jurić Zagorka and her contribution to the development of women's magazines and feminism in Croatia. Based on the available literature, certain media content such as magazines, radio and TV shows, and portals intended for the female audience will be placed in a historical context. The contents of certain media will be analyzed, based on which a conclusion will be made about the way women are perceived in these media contents and, in general, and how they affect their position in society. In this context, the topics that certain media publish and the way in which these topics are presented to women will be considered, with an emphasis on the perception of women as mothers, housewives and beauties. In the later part, there will be a review of feminist-oriented media that bring a new perception of women and advocate for their rights and a better position in society.

Key words: women's journalism, women's magazines, feminism, Marija Jurić Zagorka, women's portals, gender stereotypes

1. Uvod

U žensko novinarstvo ubrajaju se svi oblici medijskog sadržaja koji su orijentirani na žene kao na svoju ciljanu publiku. Kada govorimo o ženskom novinarstvu, prvenstveno mislimo na ženske časopise i magazine, bilo da je riječ o njihovim tiskanim oblicima ili u današnje doba digitalnim, točnije internetskim. U tom kontekstu časopise promatramo kao periodične publikacije koje izlaze iz raznih oblasti i različitih namjena (Anić, 2007). Glavna karakteristika časopisa je upravo ta periodičnost, odnosno izlaženje u točno određenom vremenskom razmaku. Pavlik i McIntosh (2017: 45) ističu da časopisi kombiniraju određene elemente knjiga i novina, poput tablice sadržaja i tematskih odjeljaka unutar različitih tematskih područja. Časopisi, za razliku od novina, opsežnije obrađuju svoje teme i koriste sofisticirane grafičke i dizajnerske tehnike (Pavlik i McIntosh, 2017: 45). Zbog svoje opsežnosti, u časopisima prevladavaju oglasi preko cijelih stranica, te su oni komercijalno isplativiji oglašivačima od dnevnih novina. No, da bismo mogli nešto više reći o ženskom novinarstvu i njegovim utjecajima na hrvatsko društvo, potrebno je povijesno sagledati na koji način se ono uključuje u hrvatski društveni kontekst i kulturu. Najbar-Agičić u svojoj knjizi *Kratki pregled povijesti novinarstva* povijest novinarstva svrstava u dio medijskih studija kao disciplinu koja se bavi istraživanjem i analizom medijskih tekstova te njihove pozicije i uloge u društvu. Također dodaje da je povijest novinarstva usko povezana s općom poviješću te smatra da se novinarstvo mora istraživati u kontekstu društva i aktualnih društvenih zbivanja. Jedan zanimljiv citat iz te knjige glasi: „Novine su zrcalo starih vremena u kojima se ogleđava povijest“ (Najbar-Agičić, 2015: 8). Valja naglasiti da se na novinarstvo u tom kontekstu gleda kao na prijenos i razmjenu informacija važnih za društveni i javni interes. Takav način komuniciranja pojavio se duboko u prošlosti čovječanstva, odnosno već kada su ljudi počeli koristiti jezik i govor za međusobno sporazumijevanje. Kasnije se pojavljuju novi mediji poput slike i pisma, a današnje shvaćanje novinarstva uglavnom je orijentirano na masovne medije poput tiska, radija, televizije i Interneta. Nadalje, Magdalena Najbar-Agičić (2015: 11) ističe da se pravo novinarstvo u modernom smislu pojavilo u Europi za vrijeme Francuske revolucije te da su tada tiskani mediji imali svrhu oblikovanja javnog mnijenja. Izum tiska omogućio je prijenos vijesti i informacija do velikog broja čitatelja, a najveću ulogu u tom procesu imale su novine jer su one okupljale vijesti različitih dopisnika koji su se nalazili na različitim mjestima događanja. Razvoj medija doprinio je tome da se oni počinju namjenjivati različitim društvenim skupinama ili slojevima,

zbog čega se na tržištu pojavila i potreba za tzv. ženskim tiskom i medijima koji zadovoljavaju potrebe ženske čitalačke publike. Volčić (2008: 6) smatra da je novinarstvo od samog početka koncipirano kao rodno određena profesija te da je to zanimanje osmišljeno za muškarce. Također, Volčić (2008: 8) u svom članku slikovito prikazuje rezultate istraživanja Monike Djerf-Pierre i Monice Löfgren- Nilsson (2004) prema kojem se žensko novinarstvo razlikuje od muškog jer su u ženskom novinarstvu vijesti blage i svode se više na privatnu sferu, a ne na javnu. Izvori i perspektive su uglavnom ženski, ton vijesti je intiman i empatičan, te se usmjerenje daje na publiku kojoj se daje podrška i koju se uči. Također, naglasak je na suradnji i kolektivu kao i na osobnoj etici ispred one profesionalne. Wolf (2008: 90-91) ženske medije naziva „cenzuriranim“ i „falsificiranim“ te smatra da je to jedini proizvod popularne kulture koji se mijenja u skladu sa „ženskom stvarnošću“, a također dodaje i da ženski mediji prenose najgore aspekte mita o ljepoti i time privlače oglašivače koji zarađuju na tome što se žene osjećaju loše zbog svojih lica i tijela. Mnogi autori kritiziraju tzv. „žensko novinarstvo“ jer smatraju da se „ženski svijet“ ne bi trebao odvajati ili razlikovati od cjelokupnog društva. Grdešić (2013: 63) ističe citat Janice Winship koji glasi: “Činjenica da se ženski časopisi bave „ženskim svijetom“, a ne slobodnim vremenom i hobijima poput muških otkriva kako žene nemaju kulturu i svijet izvan ružičastog geta koje ne bi kontrolirali i posredovali muškarci“. Također dodaje da su žene uvijek u drugorazrednom položaju u odnosu s muškarcima te da su njihovi interesi manje bitni. Zbog toga i danas na tržištu postoji velik broj digitalnih i tiskanih medija koji ženama plasiraju određenu kulturu i „uče“ ih kako da budu žene. Ćaćić i Hebrang Grgić (2024: 23) citiraju Čižmić-Horvat: „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.“

2. Pojava ženskih listova u Hrvatskoj

Pojava novina i ostalih tiskanih oblika novinarstva u Hrvatskoj kasnila je u odnosu na Njemačku i ostale razvijene europske zemlje, te se sami početci vežu uz Pavla Rittera Vitezovića i njegove publicističke letke, spise i kalendare iz kraja 17. stoljeća (Najbar-Agičić, 2015: 55). Novine su tijekom povijesti imale veliku ulogu u promicanju raznih političkih ideja, kao što je, na primjer, ideja o hrvatskom narodnom preporodu u novinama i listovima Ljudevita Gaja (Horvat, 2003: 32). Horvat (2003: 36) ističe da u vrijeme revolucije 1848. dolazi do oblikovanja prvih

političkih stranaka, a samim time pojavilo se i dvadesetak novih političkih listova, što je doprinijelo razvoju i širenju novinarstva u Hrvatskoj. Na razvoj novinarstva utjecala je i industrijska revolucija koja je ubrzala proizvodnju i distribuciju novina, a samim time one su postale dostupnije i jeftinije. Tada se u novinama osim društvenih i političkih tema počinju pojavljivati i one komercijalne i potrošačke. Najbar-Agičić (2015: 146) ističe da je novinarstvo u Hrvatskoj doživjelo procvat u 1920-im te da je tada počelo pratiti trendove modernog načina informiranja. Tome u prilog ide i činjenica da je tada u Hrvatskoj postojalo čak 487 listova, među kojima je bilo 15 dnevnika. Također, listovi su tada već imali i specijalizirane tematike, kao što je katolički tisak sa svojih 76 listova, radnički tisak, kulturni tisak za umjetnike i intelektualce te neizostavni politički tisak sa svojim različitim političkim opredjeljenjima. Desetak godina prije toga (1910.) već je osnovano i Hrvatsko novinarsko društvo u čijem je odboru uz pet istaknutih hrvatskih novinara bila i Marija Jurić Zagorka (Horvat, 2003: 85). Važnost Hrvatskog novinarskog društva leži u tome da njegovi članovi moraju poštovati opća načela kodeksa časti na kojima se temelji novinarstvo kao profesija. Opće načelo glasi da svaki čovjek ima pravo na informaciju, slobodu izražavanja i kritiku bez obzira na rasu, spol, nacionalnu pripadnost, vjeroispovijest i političko opredjeljenje te to načelo i danas postavlja temelje za novinarsku profesiju (Malović, Ricchiardi, Vilović, 1998: 169). U drugoj polovici 20. st. počinje se sve više razvijati i novinarstvo kao profesija te se počinje razmatrati ideja o pokretanju institucionalne naobrazbe novinara. Unatoč značajnom razvoju novinarske profesije od 17. do 20. st. u Hrvatskoj, žene općenito i dalje nisu bile društveno i politički angažirane te su urednici i pokretači svih novina i časopisa do tada bili muškarci. U ostatku svijeta, već su se ranije pojavljivale publikacije namijenjene ženskoj čitalačkoj publici. Velika Britanija već je 1693. dobila časopis „Lady’s Mercury“, a 1770. i popularni „Lady’s Magazine“, koji su služili ženama kao priručnici i donosili razne savjete o domaćinstvu i majčinstvu (Beetham, 2006: 17-22). Na hrvatskim prostorima, časopisi za žene pojavljuju se tek krajem 19. st. te o njima nema puno zabilježenih podataka, ali poznato je da se najčešće radilo o uvoznim izdanjima na njemačkom jeziku. Prema Čižmić-Horvat, prvi takav časopis bio je „Der Courier für Damen“, u prijevodu Glasnik za dame, a u njemu su se objavljivale vijesti iz svijeta mode, umjetnosti i glazbe namijenjene suprugama i majkama iz više građanske klase (Zubac, 2016: 77). Nedugo nakon toga, pojavljuje se i „Parižka moda“ s podnaslovom „List za žensku odjeću i za ženski ručni rad“, koji je za razliku od prethodnog časopisa bio tiskan u Zagrebu na hrvatskom jeziku. On je izlazio od 1895. do 1907. godine, a sadržavao je raskošne modne ilustracije zajedno sa tekstovima koji su sadržavali savjete o modi i opise nacrtanih modnih kreacija. Prodor takvih časopisa na hrvatske prostore, utjecao je na žensku čitalačku publiku i donio ženama drugačiju

perspektivu i način života. Kako su časopisi i novine oblikovali javno mnijenje i kulturu, tako su modni časopisi poučavali žene da nisu predodređene samo za majčinstvo i brigu o kućanstvu već da se mogu dotjerivati i osjećati kao samostalne, lijepe i samopouzdanе žene.

Prvo domaće izdanje ženskih časopisa u Hrvatskoj bio je list „Ženski svijet“ pokrenut u Zagrebu 1917., a već 1918. se zbog političkih okolnosti morao preimenovati u „Jugoslavensku ženu“. Glavna urednica časopisa bila je jedna od prvih slovenskih književnica i feministica, Zofka Kvender Demetrović (Ograjšek Gorenjak, 2014: 128). Prema Najbar-Agičić (2015: 148) list je objavljivao esejski tip članaka, koji su se bavili poticanjem rasprava o ženskim političkim pitanjima. List je bio pisan na ćirilici i latinici te na tri jezika; srpskom, slovenskom i hrvatskom, što nam govori da je bio politički orijentiran prema ujedinjavanju slavenskih država. Zanimljiv je i novi koncept žene prikazivan u listu, a koji se razlikovao od one tradicionalne žene koja je predodređena isključivo za domaćinstvo i majčinstvo.

Upravo se „nova žena“ – obrazovana, osviještena, jugoslavenski orijentirana koja promišlja o svom položaju u društvu – prikazivala kao ideal žene (Najbar-Agičić, 2015: 148).

Prema Sklevicky, u uvodniku prvog broja, „Ženski svijet“ se obraća ženama različitih društvenih slojeva i svih zanimanja, što se razabire iz izjave: „Na selu i gradu, ona je počela govoriti“ (2016: 177). Također, Sklevicky ističe da je taj časopis ženama u Hrvatskoj otvorio vrata političkog i kulturnog svijeta i donosio im do tada nepoznate i nove informacije. Prvog studenog 1918. mijenja naziv u Jugoslavenska žena, a prema Najbar-Agičić (2015: 148) list se nastavlja baviti ženskom problematikom, ali kroz jugoslavensku orijentaciju. List „Jugoslavenska žena“ nije se financirao od oglašavanja, zbog čega je i financijski propao polovicom 1920. godine. Ograjšek Gorenjak (2014: 130-131) ističe i dva lista katoličke orijentacije; prvi je bio „Za vjeru i dom“ (1908.–1919.) koji je imao konzervativan pristup u pitanju položaja žena u društvu, a zatim se pojavljuje „Ženska misao – list a prosvjetu, socijalni rad i organizaciju“ (1919. – 1921.). U časopisu „Ženska misao“ može se uočiti zalaganje za pravo glasa žena i prihvaćanje novih političkih okolnosti. Također, početkom 1928. počinje izlaziti i ženski politički časopis „Eva“, koji je bio vrlo kratkog vijeka s obzirom na to da je izlazio samo na četiri lista, a koštao čak 2,5 dinara. Zatim, od 1935. do 1938. u Zagrebu izlazi i „Naša žena“, edukativan, praktični i prosvjetiteljski časopis na 8 strana koji se dotiče svih općih relevantnih tema te potiče žene na zauzimanje aktivne uloge u društvu (Ograjšek Gorenjak, 2014: 135).

3. Marija Jurić Zagorka: „Ženski list“ i „Hrvatica“

3.1. Život i djelo Marije Jurić Zagorke

Da bismo mogli govoriti o počecima ženskog novinarstva i emancipaciji žena u tom području, ne smijemo nikako izostaviti jednu od najznačajnijih predstavnica i začetnica hrvatskog ženskog novinarstva; Mariju Jurić Zagorku. Ona je bila pionirka novinarstva među „ekipom“ muškaraca koji su vladali tom profesijom, a prema Vukovac (2009: 245) ona je i prva novinarka u cijeloj Srednjoj Europi. Njena biografija i stvaralaštvo poslužili su brojnim autorima, književnicima i novinarima u njihovim radovima. Između ostalog, nju je Milana Vuković Runjić uvrstila u svojih dvadeset životopisa u knjizi *Proklete Hrvatice*, a poglavlje o Zagorki naslovila je sa: „Prva je pokazala što žena umije“. U njenu čast izgrađen je i Memorijalni stan na adresi Dolac 8, gdje je Zagorka i živjela tijekom posljednja dva desetljeća svoga života (Bogadnić i dr., 2012: 110). Taj stan služi kao muzej koji ujedinjuje razne projekcije, memorijalnu sobu, dokumente, fotografije, književna djela i novinarske članke. Njena cijela biografija dostupna je i na portalu Memorijalnog stana (zagorka.net), koji je pokrenuo Centar za ženske studije¹. Na tom portalu nalazi se čitava njezina bibliografija, kao i arhiva svih dokumenata iz njezina života, kako privatnih, tako i onih vezanih za njezin književni i novinarski rad. Upravo ti dokumenti zajedno s njezinim brojnim književnim djelima u kojima se često ističu autobiografski motivi, omogućili su izvod smislene biografije koja nije samo predmet nagađanja već je i potkrijepljena fizičkim dokazima.

Prema Vuković Runjić (2015: 47-48) kronologija Zagorkina života počinje na plemićkom imanju Negovec pokraj Vrbovca na kojem su živjeli njeni roditelji Ivan i Josipa Jurić, a koje je bilo u vlasništvu grofa Erdödyja. Točan datum njezina rođenja utvrđen je istraživanjem knjiga rođenih i crkvenih matica, te je ustanovljeno da je Marija rođena 2. ožujka 1873., makar na njezinu nadgrobnom spomeniku stoji pogrešan datum „1. ožujak 1879“. Djetinjstvo je Marija provela na imanju Golubovec kraj Vrbovca, a školovanje je započela u Rauchovu dvorcu gdje se istaknula svojom bistrinom (Bogdanić i dr., 2012: 114). Barun Rauch je prepoznao njezinu inteligenciju te ju je poticao na daljnje školovanje u Švicarskoj, međutim ona je nastavila naobrazbu u Varaždinu i u samostanu Sestara milosrdnica u Zagrebu gdje je završila Višu

¹ Centar je osnovan 1995. a osnovne su mu aktivnosti obrazovanje, istraživanje, izdavačko knjižnična djelatnost, kulturna događanja, javno zagovaranje politike rodne jednakosti i ženskih studija (prema Bogdanić i dr., 2012: str).

djevojačku školu (Vukovac, 2009: 251). Već tada, Zagorka je pokazala novinarski interes te je započela pisati i uređivati „Samostanske novine“, kako navode Bogdanić i dr. (2012: 114). Kako stoji na portalu Memorijalnog stana, u tim novinama objavljivala je vlastite priče i eseje te ih je posuđivala ostalim učenicama na čitanje. No, predsjednica samostana smatrala je te novine prijetnjom sigurnosti i miru unutar samostana te ih je zaplijenila, a Mariju kaznila klečanjem i pljuskom. Godinu dana kasnije, Marija počinje objavljivati u časopisu za mlade „Bršljan“, gdje objavljuje i svoju prvu crticu *Pod Sljemenom* (Bogdanić i dr., 2012: 115). Nakon nekoliko godina bavljenja književnim radom, na nagovor majke mora napustiti školu i vratiti se u Krapinu. Tamo ponovo pokreće vlastiti list „Zagorsko proljeće“ i započinje pisati pod pseudonimom M. Jurica Zagorski, no i taj list ubrzo je zabranjen. Godine 1890. Marija je prisiljena na brak s Mađarom Andrijom Matrayem, koji je htio unovčiti Marijin talent na način da postane mađarskom književnicom. Naravno, zbog velikog domoljublja, ali i njene buntovnosti i smjelosti, Marija na to nije pristala već je iz inata napisala tekst u kojem je podržala prosvjed zagrebačkih studenata protiv mađarskih vlasti. Nakon što je pobjegla od muža natrag u Hrvatsku, on je proglašava ludom i raspisuje za njom tjeralicu. No, ni to nije bilo dovoljno da Marija odustane od svog novinarskog sna, pa 1896. počinje pisati za tada najuspješniji hrvatski list „Obzor“. Prema Bogdanić i dr. (2012: 114), pet mjeseci je zastupala glavnog urednika „Obzora“ i kao članica Glavnog štaba sudjelovala u narodnom pokretu protiv Khuen-Hedervaryja zbog čega je i uhićena i odvedena u zatvor u Petrinjskoj ulici, gdje je provela desetak dana. Članak koji ju je proslavio u Obzoru bio je „Egy Percz“, u prijevodu „Jedan časak“ ili „Jedna minuta“, te je to prvi članak koji je potpisala svojim pseudonimom „Zagorka“, a u njemu je iznijela problem mađarskog jezika na željezničkim postajama zbog kojeg mnogi Hrvati nisu razumjeli što je pisalo na voznim redovima (Vukovac, 2009: 255). Iako postoje različite teorije njezina dolaska u „Obzor“, smatra se da je za to zaslužan biskup Josip Juraj Strossmayer, koji je inzistirao da se Mariju zaposli u novine nakon što je saznao da je ona autorica tog članka (Vuković Runjić, 2015: 52). Prema Vukovac, Zagorka je 1896. poslala pismo biskupu u kojem je molila da se založi za njezin posao u novinarstvu te za materijalnu pomoć sljedećim riječima: „Srce moje teži za slobodnim radom za domovinu. Učila bih tako rado, za usavršenjem težim /.../ da u trpljenju nađem svoj izgubljeni život“ (2009: 255). Radeći za časopis „Obzor“, kako navodi autorica Vuković Runjić (2015: 53), Marija je svakodnevno doživljavala diskriminaciju u odnosu na svoje muške kolege, na način da je primala trostruko manju plaću od njih te je imala posebnu prostoriju u kojoj je radila kako je nitko od posjetitelja redakcije ne bi mogao uočiti. Marija Jurić Zagorka bila je prva novinarka na području Hrvatske, ali i jedna od prvih u Srednjoj Europi. Iako je bila odlična u svom poslu,

pogotovo u političkoj rubrici, Marija je dugo vremena pisala po pseudonimima, pa je tako napisala čak nekoliko tisuća tekstova pod čak 26 različitih pseudonima. Vjerojatno su diskriminacija i dugi niz godina provedenih u redakciji bez ikakvog priznanja i zahvalnosti doveli do toga da se Marija počinje boriti za ženska prava. Godine 1897. osnovala je prvu žensku sindikalnu organizaciju u Hrvatskoj; Kolo radnih žena, gdje je okupila radnice iz Dioničke tiskare, koje su se također suočavale s lošim uvjetima na radnom mjestu (Bogdanić i dr., 2012: 115). Također, svoj feminizam dokazala je i osnivanjem dvaju najvažnijih ženskih časopisa u cijeloj povijesti Hrvatske; „Ženskog lista“ i „Hrvatice“. Osim političkih izvješća, Marija je zaslužna i za brojna književna djela koja su se objavljivala u „Obzoru“, ali je paralelno pisala i za mađarske opozicijske novine. Prema Bogdanić i dr. (2012: 115) nakon 1910. počinje se više baviti dramskim dijelima i povijesnim romanima te se njene drame izvode čak i u zagrebačkom HNK-u². Na portalu Memorijalnog stana stoji da je njezina feministički orijentirana drama *Što žena umije* izazvala velike simpatije publike jer je njezin cilj bio pokazati da žene također imaju moć i mogu postizati velike stvari. Također, u „Obzoru“ je počela objavljivati seriju ženskih portreta, a pod pseudonimom „Iglica“ napisala je velik broj tekstova u kojima je objašnjavala ženske pokrete i feminizam u svijetu. Na temelju toga, možemo zaključiti da je Marija Jurić Zagorka zaslužna za promicanje feminizma i jačanje ženskih prava u Hrvatskoj jer je jedna od prvih žena koja se javno bavila tim temama. Zagorka je često izvještavala o političkim događajima iz Budimpešte i Beča, ali je uvijek zadržala svoj domoljubni duh i ljubav prema Hrvatskoj. Između dvaju svjetskih ratova, Zagorka se uglavnom bavila književnim radom i pisala romane i drame, zahvaljujući kojima danas i uživa toliku popularnost među čitateljstvom. Nedugo nakon što je napustila „Obzor“, Zagorka pokreće dva vlastita časopisa u liberalnom i feminističkom duhu, „Ženski list“ i „Hrvaticu“ (Bogdanić i dr., 2012: 115) Prema istim autorima (2012: 115), u „Hrvatici“ objavljuje *Neznanu junakinju*, studiju o povijesti žena u kojoj su opisane i ženske demonstracije i akcije iz 1903. Jedan od posljednjih njenih radova bila je autobiografija *Što je moja krivnja*, gdje ponovo otvara pitanje neravnopravnosti žena u hrvatskom društvu. Marija Jurić Zagorka preminula je u vrlo teškim uvjetima, sama u svom stanu na Dolcu, 30. studenog 1957. godine. Njezin život, karijera i vrlo širok i bogat opus stvaralaštva sačuvani su u knjizi *Kako je bilo*, koja je dio njenih autobiografskih memoara, a objavljena je u Beogradu 1953. (zagorka.net).

² HNK – Hrvatsko Narodno Kazalište

3.2. Časopis „Ženski list“

Nikolina Solić (2020.) se u svom članku bavi analizom sadržaja časopisa „Ženski list“ koji je izlazio od 1925. do 1938. godine kao mjesečnik pod glavnim uredništvom Marije Jurić Zagorke. Časopis se sastojao od 28 stranica na kojima su se prikazivale teme vezane za kućanstvo, modu i zabavu, a većinu članaka pisala je Zagorka. Ograjšek Gorenjak (2014: 124) ističe da su časopisi zabavnog karaktera poput „Ženskog lista“ imali najveći utjecaj u širenju tada rastuće potrošačke kulture te da su oni uvjetovali način na koji su žene percipirale svoje mjesto u društvu. Prema Zubac (2016: 80-81) na sadržaj samog časopisa utjecale su tadašnje društvene okolnosti i novi trendovi, točnije tada se žene u gradovima počinju šminkati, zbog čega je i sadržaj, posebice reklamni, često posvećen kozmetičkim proizvodima. „Nove su djevojke trebale vodiče koji bi im pomogli u snalaženju kroz zamršen moderan svijet i učinili od njih suvremene žene“ (Ograjšek Gorenjak, 2014: 127). Zagorka je uređivala list 14 godina, a osim tema vezanih za modu i kućanstvo, u sadržaj časopisa je uključivala i aktualne društvene teme (Ćaćić, Hebrang Grgić, 2024: 26). Prema Solić (2020.), najznačajnija rubrika „Ženskog lista“ bila je „Kraljica mode“ zahvaljujući kojoj su čitateljice dobivale informacije o tome što će se nositi koje sezone, što je moderno, kako kombinirati određeni odjevni predmet i slično. Osim toga, u časopisu su se objavljivala i Zagorkina književna djela ljubavne, kriminalističke i humoristične tematike koja su poticala žensku publiku na čitanje, ali i na daljnje kupovanje časopisa s obzirom da su djela izlazila u nastavcima. Postojala je i rubrika „Ženski portreti“ u kojoj su se objavljivale biografije važnih žena, pa su u tom dijelu bile objavljene biografije mnogih značajnih Hrvatica, poput Ivane Brlić-Mažuranić i Vere Hrzić, ali i svjetski poznatih žena, poput Marie Curie, Isidore Duncan i ostalih važnih umjetnica, znanstvenica i žena iz javnog svijeta. Ova rubrika najveći je dokaz da je cilj „Ženskog lista“ bio dokazati da su žene važan dio društva i da ih ne treba gledati samo kao kućanice, majke ili ljepotice, već da su njihova djela itekako važna. Posebno važna rubrika kada su u pitanju ženska prava, bila je „Iz naših društava“ u kojoj se pisalo o radu i ciljevima različitih društvenih pokreta, među kojima se istaknula i borba žena za građanska prava, pravo glasa i njihovo opismenjavanje i obrazovanje. Još neke od rubrika bile su „Historija čovječanstva“, „Zanimljivosti iz svijeta“, „Kazalište“, „Zdravstvo“, ali i one neizostavne za tadašnji položaj žena u obiteljima: „Kućanstvo“, „Odgoj djece“, „Kozmetika“ i „Šale“. Naravno, reklame koje su se pojavljivale u časopisima orijentiranim na žensku čitalačku publiku, uključivale su preparate i pomagala za čišćenje ili uljepšavanje. Važno je napomenuti da je „Ženski list“ uveo i ankete u kojima su redovito mogle sudjelovati čitateljice, a u jednoj od anketa postavljeno im je važno političko

pitanje: „Želite li pravo glasa za Skupštinu?“. Ograjšek Gorenjak (2014: 166–169) ističe da urednica „Ženskog lista“ neprestano potencira ravnopravnu diskusiju sa svojim čitateljima bez obzira na njihov rod ili ugled u društvu te da otvara prostor problematiziranju ženskog položaja u društvu.

U svibnju 1938. časopis počinje izlaziti pod imenom „Novi ženski list“, te do ožujka 1939. izlazi pod istim uredništvom i nastavlja objavljivati teme pretežno vezane za modu, ljepotu i kućanstvo, ali u svoj sadržaj dodaje i glazbu, umjetnost i kazalište. Kako navodi Solić (2020.), nakon prestanka izlaženja „Novog ženskog lista“, na tržištu ga zamjenjuje „Hrvatski ženski list“, koji je izlazio na 45 stranica od travnja 1939. do prosinca 1944. Prva urednica lista bila je Sida Košutić, a nakon nje tu je ulogu preuzela Mara Schwel. Teme su također bile one „klasične“ ženske, poput mode, poznatih osoba, glazbe, domaćinstva, ljepote i slično, ali je časopis objavljivao i podosta sadržaja vezanog uz kulturni život, kao što su gostovanja kazališnih predstava, održavanje koncerata kao i književna djela.

3.3. Časopis „Hrvatica“

Časopis „Hrvatica“ još je jedan od važnih društvenih pothvata za unaprjeđenje položaja žena u hrvatskom društvu književnice i novinarke Marije Jurić Zagorke, a pokrenut je 1939. U njemu je, kako navodi Norac-Kevo (2023: 234), Zagorka promovirala feminizam, socijalizam i domoljubna načela. Zubac (2016: 83) navodi da je časopis „Hrvatica“ izlazio pod podnaslovom „Časopis za ženu i dom“ u Zagrebu kao mjesečnik. Časopis je izlazio na nešto većem formatu (34/36 cm) te su postojale dvije vrste časopisa; „Crvena Hrvatica“ i „Plava Hrvatica“. Prema Zubac (2016: 84), obje vrste sadržavale su modu, krojne arke i ručni rad, a jedina razlika je bila u tome što „Crvena Hrvatica“ nije sadržavale nikakve priloge. Osim što je bila glavna urednica časopisa, Marija Jurić Zagorka sama je pisala većinu tekstova, stoga su ti tekstovi odraz njezinih stavova i njezine osobnosti. U njima se lako može prepoznati njezina feministička orijentacija, politička osviještenost, ali i doza agresivnosti kada su u pitanju ozbiljnije političke teme. U prvom broju časopisa u naslovu se postavlja pitanje „Zašto mislim da je potreban list Hrvatica?“ te na to Zagorka u tekstu daje sljedeći 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 1, 1939: 5).

Neke od stalnih rubrika časopisa bile su: „Dom i obitelj“, „Dobra kuhinja“, „Pripovijedaj, majčice“, „Galerija javnih radnica“, „Iz galerije naših umjetnica“ i „Tko ste vi?“. Također, prema Zubac (2016: 84) u Hrvatici su se često objavljivala pisma čitateljica, ankete i odgovori na pitanja, što je bilo svojstveno i časopisu „Ženski list“. Shodno tome, možemo zaključiti da je Zagorki u njezinu novinarskom radu bilo važno mišljenje publike te da je najveći fokus bio na čitateljicama. Osim toga, Zagorka je poticala i čitateljstvo kod žena jer je često objavljivala svoje romane u nastavcima, poput *Male revolucionarke*, ali je poticala čitateljice da se i same okušaju u pisanju te je nudila nagradu od 400 dinara za najbolju novelu i humoresku (Zubac, 2016: 84-85). Kroz analizu sadržaja pojedinih brojeva časopisa, Zubac (2016: 85) ističe poseban odnos Zagorke prema starijim ženama jer se u člancima osvrće na prolaznost ženske ljepote i na odnos društva prema ženama starije životne dobi. Također, navodi kako Zagorka često ističe da su kozmetika i moda takvim ženama otvorile vrata u društveni svijet.

Kasnije je časopis nastavio izlaziti podnaslovljen kao „Časopis za suvremenu hrvatsku obitelj“ te je tiskan u Chicagu, SAD. Norac-Kevo ističe da je taj časopis bio važan za otvaranje vrata komunikacije među Hrvatima u iseljeništvu:

Časopis otvara mali prostor u velikom, stranom svijetu gdje djevojke, žene i majke mogu u svojim rubrikama, a ponajviše u seminarima, približiti se jedna drugoj i povezati jedna s drugom. Na taj način časopis pruža platformu za razgovor o otvorenim pitanjima i razmjenu mišljenja, razumijevanje i odgovore koja se ne nalazi u drugom hrvatskom izvandomovinskom tisku (Norac-Kevo, 2023: 237.)

Ono što je činilo taj časopis posebnim jest činjenica da je bio prvi koji je uključio žene i majke iz iseljeništa na sudjelovanje u političkom i društvenom životu Hrvatske kao njihove domovine. Časopis „Hrvatica“ počivao je na trima porukama koje je nastojao prenijeti svojim čitateljicama; prva je ženama u dijaspori poručivala kako nisu same i kako sve raseljene žene imaju isti osjećaj nostalgije i tuge za domovinom te da sve prolaze kroz iste probleme i poteškoće koje nosi život u „tuđoj“ zemlji. Druga poruka odnosila se na podršku koju među sobom dijele sve Hrvatice koje čitaju časopis, a isto tako čitateljice mogu zatražiti podršku i savjet od samog uredništva časopisa. Trećom porukom poticala se suradnja među ženama iz različitih društvenih slojeva. Uredništvo časopisa trudilo se ne činiti razlike između mlađih i starijih, obrazovanih i neobrazovanih, siromašnijih i bogatijih čitateljica (Norac-Kevo, 2016: 239-240). Autor članka ističe da je časopis „Hrvatica“ imao važnu ulogu u promicanju domoljublja i očuvanju hrvatskog identiteta u iseljeništvu te da je omogućio iseljenim ženama da se bore za samostalnost Hrvatske.

4. Razvoj modnog novinarstva u Hrvatskoj

Balog navodi da su prve hrvatske novine namijenjene isključivo modi bile su „Parižka moda“, koje su izlazile od 1895. do 1907. na osam stranica. U svoj sadržaj uključivale su opise i upute za modele, modne izvještaje iz velikih svjetskih metropola, ali i političke tekstove orijentirane na promicanje i samostalnost hrvatskog jezika.

4.1. Časopis „Svijet“

Iako su već Zagorkini listovi pridavali dosta važnosti modi i modnim trendovima i kombinacijama, modno novinarstvo počelo se jače razvijati u kasnom 20. i početkom 21. stoljeća. U tom kontekstu najvažnijom se smatra revija „Svijet“ koja je izlazila kao dio Vjesnikove kuće³ od 1953. godine. U naslovu prvog broja stajalo je: „Moda-kozmetika-kazalište-film-roman“, a list je izlazio na formatu 24x24 na 24 stranice s omotom u četiri boje. U početku je izlazio kao mjesečnik, a nakon 1963. kao polumjesečnik, odnosno dvotjednik, a podnaslov je promijenio u „Jugoslavenska ženska revija“ (Najbar-Agičić, 2015: 173). Novak (2005: 524) navodi rubrike kao što su „Modni pregled“, „Modni leksikon“, rubrike o kulturi stanovanja, modeli koji se odlikuju suvremenosti, kako bolje organizirati i voditi kućanstvo, vijesti iz kulture i „Reklamiramo vam“, a kasnije revija dodaje i rubriku za kontakt s čitateljicama i teme iz zdravstva. Najbar-Agičić (2015: 173) ističe da je revija „Svijet“ svoje zlatno doba doživjela od kraja šezdesetih do početka osamdesetih kada je dosegla tiražu od više od 200 tisuća primjeraka, a u to doba, ujedno je bila i jedina ženska revija na hrvatskom tržištu. U to vrijeme glavna urednica bila je Mira Gumhalter koja u reviju uvodi i neke novosti poput nagradnih natječaja, povjerljivih razgovora s čitateljicama, jelovnike ostalih zemalja i kontinenta, objavljuje razgovor s Indrom Gandhi (1965.), ali i dodjeljuje statuu „Svjetlana“ kao poticaj razvoju domaće konfekcije (Novak, 2005: 795). Također, valja naglasiti kako je „Svijet“ u suradnji s modnom dizajnericom Žuži Jelinek 1959. godine organizirao prvu modnu reviju s 150 modela. Od srpnja 1980. novom urednicom postaje Vesna Bluml koja u svom pismu čitateljicama obećava rubrike poput „Svijet o našem svijetu“, „Savjetovanište za brak“, „Mladi

³ Redakcija *Vjesnika*, središnjeg lista oko kojeg se formira nova medijska korporacija i novi medijski sustav, „Narodna štampa“. U sklopu tog novinskog izdavačkog poduzeća izlazili su brojni listovi poput *Vjesnika*, *Narodnog lista*, *Kerempuha*, *Pionira*, *Studentskog lista*, *Srpske riječi* i ostalih (Novak, 2005: 522-523).

svijet“, „S modom na TI“ i „Gost urednik“. Ona je ostala na poziciji glavne urednice do 1985. kada je nakratko zamjenjuje Zoja Padovan, a nakon nje Đurđa Milanović koja mijenja koncept revije. U sadržaj uvodi 30-ak novih rubrika kojima pokušava „Svijet“ što više približiti publici, uvodi razgovore sa znanstvenicima, političarima i javnim osobama o krizi u društvu te time daje veću ulogu same revije u društvenom i političkom životu Hrvatske (Novak, 2005: 795). Prema Najbar-Agičić (2015: 173), unatoč pokušajima modernizacije, „Svijet“ sve više gubi na značaju zbog čega prestaje izlaziti 1992. godine, a još i 2000-ih nastavljaju izlaziti revije pod istim naslovom, npr. kao i povremeni dodatak „Jutarnjem listu“.

4.2. Popularni modni časopisi u Hrvatskoj

Prema Grdešić (2013: 93), najprodavaniji hrvatski ženski magazin je „Gloria“, koja se tiska tjedno u 130 tisuća primjeraka, a prodaje u više 80 tisuća. „Gloria“ je ženski magazin koji pripada podvrsti *celebrity* ili *lifestyle* magazina, a izlazi već 26 godina, kako stoji na službenim stranicama Hanza Media grupe⁴. „Gloria“ izlazi jednom tjedno u više različitih izdanja; vodeća „Gloria“, magazin koji postavlja trendove „Gloria Glam“, luksuzni magazin za ljepotu i estetsku medicinu „Gloria Glow“, „Gloria Delicije“ posvećen gastronomiji, „Gloria Dom“ za uređenje doma i kulturu življenja, moderna revija „Gloria In“ i „Gloria In Specijal“ za *shopping* i ljepotu življenja (Hanzamedia.hr).

Kada sagledamo globalno, najprodavaniji ženski časopis je „Cosmopolitan“, što je posljedica velikog broja međunarodnih izdanja, a ne činjenice da je najprodavaniji u svakoj od tih zemalja (Grdešić, 2013: 94). „Cosmopolitan“ je ujedno i prvi *glossy* ženski mjesečnik u Hrvatskoj te je imao velik utjecaj na razvoj ženske potrošačke kulture kakvu možemo uočiti i danas. On je pokrenut 1998. pod izdavaštvom Europress Holdinga, a prema riječima jedne od bivših urednica, Silvane Mendušić, prodaje se u 40 do 50 tisuća primjeraka. „Cosmopolitan“ je uveo profesionalan pristup u dotadašnje modno novinarstvo koje je nastajalo na principu kopiranja tekstova i fotografija iz talijanskih magazina. Njegova proizvodnja bila je skuplja, tiskan je na sjajnom papiru i sadržavao fotografije visoke kvalitete (Grdešić, 2013: 94). Grdešić (2013: 94-95) citira McCrackena koji tvrdi da se „Cosmopolitan“ od početka svojim čitateljicama obraćao kao mladim ženama, udanim ili slobodnim, koje se zanimaju za osobni razvoj, poslovnu

⁴ Vodeća medijska kuća u Hrvatskoj koja kroz svoja tiskana i digitalna izdanja donosi vijesti i informacije iz domaće i svjetske politike, sporta, mode, kulture, autoindustrije, zdravlja, uređenja interijera, *lifestylea* i ostalog. (Hanzamedia.hr)

karijeru, modu, ljepotu, putovanja, zabavu i umjetnost s posebnim naglaskom na svijetu izvan doma, te ih je kao takve reklamirao svojim potencijalnim oglašivačima.

Još jedan od popularnih ženskih časopisa čije izdanje je zaživjelo i u Hrvatskoj je američki „Vogue“, koji je izvorno bio tiskan u obliku dnevnih novina, no ubrzo se preobratio u modni časopis. Neki kritičari ga čak smatraju najcjenjenijim i najutjecajnijim modnim časopisom na svijetu. Kako piše „Journal“, „Vogue Adria“ predstavljen je u ožujku ove godine te postoji u tiskanom i u digitalnom obliku. Kako stoji na njihovoj službenoj web stranici, „Vogue“ objavljuje najnovije modne vijesti, razrađuje teme o ljepoti, kritizira kulturna događanja i stil poznatih osoba te svakodnevno izvještava s Tjedana mode i dizajna (Vogueadria.hr).

Na hrvatskom tržištu može pronaći i talijanski modni časopis „Grazia“ koji postoji više od 80 godina. On postoji u 25 internacionalnih izdanja, među kojima je i hrvatsko izdanje od 2006. godine (Grazia.hr). Osim mode i ljepote, „Grazia“ se u svom sadržaju bavi i *showbizom*, kulturom i *lifestyleom*.

Uz njega parira i francuski „Elle“, koji od 1945. postavlja trendove u svijetu mode i kroz svoju uređivačku politiku nastoji promovirati individualni stil. „Elle“ se svojim čitateljicama obraća kao urbanim i uspješnim ženama u dvadesetim i tridesetim godinama života koje su aktivne u društvenom životu i socijalno se uzdižu (Mojmag.com).

Od internacionalnih izdanja ženskih časopisa, od 2002. u Hrvatskoj izlazi i njemačka „Lisa“. U to vrijeme, „Lisa“ je dosegla tiražu od 2 milijuna primjeraka tjedno zbog vrlo niske cijene i raznovrsnog sadržaja namijenjenog mladim ženama (Arhiva.nacional.hr). Časopis je osmišljen kao priručnik ženama od dvadesetih do četrdesetih godina života s jezgrovitim i svježim informacijama iz područja mode, kozmetike, prehrane i važnih društvenih tema. Kako piše „Nacional“ (2002.), „Lisa“ je u Njemačkoj izlazila i u nekoliko specijaliziranih izdanja posvećenih isključivo frizurama, dijetama, zdravlju ili ostalim temama. U Hrvatskoj je „Lisa“ bila projekt njemačkog Hubert Burda Media u suradnji s „Nacionalom“, a na čelu je od početka bila Katarina Kraus, a kasnije je na poziciju glavne urednice došla Silvia Praprotnik (Nacional, 2002.). Prema riječima glavne urednice, ono što razlikuje „Lisu“ od ostalih ženskih časopisa je naglasak na emocijama.

Nakratko se na tržištu pojavio mjesečnik „Super Mila“, koji je svake prve srijede izlazio kao dodatak dnevnim novinama „24Sata“. Prvi broj izašao je 7. studenoga 2012. na 52 stranice te je osim raznolikih tema u svom sadržaju imao brojne intervjuje i životne priče žena s fokusom na njihov ljubavni i obiteljski život, karijeru i općenito životne savjete (24sata.hr, 2012).

5. Žensko novinarstvo na radiju i televiziji

Pojavom novih tehnologija, promijenio se i koncept do tada klasičnog, tiskanog oblika medija i novinarstva. Izumom radija i televizije, razvio se i sektor novinarstva te su vijesti i ostali medijski sadržaji postali brže i lakše dostupni široj javnosti. Kako novinarstvo postaje sve dostupnije, tako se njegov sadržaj sve više specijalizira za određene interesne skupine, stoga i na radiju i televiziji postoje brojne emisije namijenjene ženama. U svom članku Planinić i Ljubičić (2020: 94-95) ističu radijsku postaju Korčula sa svojom emisijom „K’o žena“ koja se emitira od 2014. Emitiranje ove emisije potaknula je voditeljica i urednica radija, Gordana Šuperag s ciljem osvještavanja javnosti o ravnopravnosti spolova. Prema riječima urednice, ova emisija bila je jedna od najslušanijih, a emitirala se dva puta mjesečno, petkom od 12h i 15 min te je trajala sat vremena. Također, valja naglasiti da je emisija počivala na uređivačkoj slobodi – novinarke su same osmišljavale i pripremale emisiju, birale gošće i izlazile na teren. „K’o ženu“ podržala je lokalna zajednica, posebice ženska populacija, a obradila je puno kontroverznih tema poput pobačaja, ženskih radničkih prava, femicida, ubojstava i zlostavljanja žena i slično.

Kada je u pitanju televizijsko žensko novinarstvo, Planinić i Ljubičić (2020: 96–97) ističu najpopularniju emisiju HRT-a⁵ „Dobro jutro, Hrvatska“ kao prekretnicu. Ova emisija je proslavila brojne novinarke i voditeljice koje su na taj način obilježile svoju karijeru, a neke od njih su Helga Vlahović, Željka Fattorini, Karmela Vukov Colić, Daniela Trbović, Barbara Kolar i ostale. Također, u emisiji 5. prosinca 2018., koja je bila posvećena ženskim pravima gostovale su Rada Borić (aktivistica za prava žena), Senka Sekulić Rebić (psihologinja u Ženskoj sobi) i Gordana Obradović iz Ureda za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske. HRT je emitirao i emisiju „Žene, povjerljivo“ koju je vodila Daniela Trbović, a u konceptu emisije stajalo je sljedeće: Ovo je emisija o ženama koju stvaraju žene za žene te sve ostale koji ne smatraju da ženska polovica ljudskog roda Zemljom hoda samo zato da bi spremale sarmu (Planinić i Ljubičić, 2020: 96-97). Kao što i sam koncept nalaže, na emisiji su radile isključivo žene, a neke od istaknutih rubrika bile su „Da mogu“, „Žena zmaj“ i „Iz muškog kuta“. Zatim, tu je emisija Nove TV „In magazin“ koja uglavnom prati živote poznatih zvijezda, ali se često

⁵HRT je skraćeni naziv za Hrvatsku radioteleviziju. Djelatnost HRT-a je proizvodnja radijskog, audiovizualnog i multimedijskog programa, glazbena proizvodnja, pružanje audio i audiovizualnih medijskih usluga, multimedijskih usluga i usluga elektroničkih publikacija kao javnih usluga. (Narodne novine, 2020.)

bavi i ženskom problematikom. U sklopu Nove TV valja spomenuti i emisiju cijenjene hrvatske novinarku Ivane Parađiković „Provjereno“ koja je kroz svoje istraživačko novinarstvo 2020. godine osvojila Večernjakovu ružu⁶. Ona je obilježila žensko novinarstvo u Hrvatskoj jer se unatoč stalnim prijetnjama usudila baviti kontroverznim temama kroz životne priče pojedinaca i ukazivala na probleme u sustavu.

Planinić i Ljubičić (2020: 98) navode i sljedeće *reality* emisije RTL televizije kao emisije prvenstveno namijenjene ženskoj publici; „Ljubav je na selu“, „Brak na prvu“, „Gospodin savršeni“. One smatraju da te emisije diskriminiraju žensku osobnost i inteligenciju zbog samog njihovog koncepta prema kojem se žena mora boriti za naklonost muškarca kroz različite izazove, ali i zbog neprimjerenih seksističkih izjava koje se često u takvim emisijama plasiraju. Takve emisije stvaraju krivu predodžbu o muško-ženskim odnosima, ali i životu općenito jer je scenarij tih emisija unaprijed određen kako bi potaknuo na što više svađa i spletki da bi se privukla što veća gledanost.

U svom radu, Planinić i Ljubičić (2020: 99) osvrću se i na informativnu televiziju N1 koja je od 2014. emitirala vijesti i događaje iz Bosne, Srbije i Hrvatske. U svoj program, televizija je uključila emisiju „Izvan okvira“ koju je osmišljavao i vodio Nikola Vučić. Ova emisija je važna za žensko novinarstvo jer se u njoj često raspravljalo o temama poput feminizma, ženskih prava i nasilja nad ženama. Također, urednik i voditelj Vučić i sam je nekoliko puta sudjelovao na konferencijama posvećenim feminizmu, ljudskim pravima i religiji. On je jedna godine bio i dobitnik novinarske nagrade u Bosni i Hercegovini „UN Woman BiH“ u kategoriji televizijskog izvještavanja o rodno zasnovanom nasilju.

Zaključno, televizija kao medij, zbog vizualnosti kao primarnog sredstva informiranja, pred sobom ima velik broj izazova koje mora zadovoljiti. Pošto je izgled najbitniji element u televizijskom novinarstvu, važno je izbjegavati kič, trivijalnost, banaliziranje i generaliziranje ljepote i načina na koji se prikazuju žene, posebice u ženskom televizijskom novinarstvu (Planinić, Ljubičić, 2020: 100).

⁶ Prva, najutjecajnija i najprestižnija medijska nagrada u Hrvatskoj koju dodjeljuje Večernji list od 1995. u različitim medijskim kategorijama. (vecernji.hr)

6. Digitalno žensko novinarstvo i ženski portali

Prema Najbar-Agičić (2015: 216) pristup Internetu omogućio je povezivanje svijeta u jedno „globalno selo“ u kojem nam se sve događa ravno pred očima. Zgrabljčić Rotar (2020: 22-23) prema McLuhanu navodi nova očekivanja koja internetski mediji imaju od svojih korisnika, a to su brzina izvještavanja, bogatstvo informacija i multimedijalnost u obliku video i audio isječaka, poveznica i interaktivnosti. Promjene su u svim medijskim sektorima izmijenile sadržaj, publiku, ali i koncepcije, a Kovačić (2021: 11) ukazuje na to da su internetski mediji i društvene mreže otvorile novi medijski prostor za različite vrste sadržaja i tako ugrozile tradicionalne *mainstream* medije. Prema njegovu istraživanju *news* portala na društvenim mrežama, većina komercijalnih portala je pod velikim utjecajem oglašivačke industrije zbog čega u velikoj mjeri podilaze publici. Međutim, dodaje da javnost prije svega na portalima želi biti informirana, a tek onda zabavljena i relaksirana. Prema Kunić i Zgrabljčić Rotar (2020: 168), portali nisu samo mediji koji objavljuju medijski sadržaj isključivo na internetu već su to mediji koji uz neko tradicionalno izdanje (tiskano, televizijsko i radijsko) imaju i internetsko. Tako je prvi hrvatski portal bio upravo portal Hrvatske radiotelevizije iz 1994. koji je objavljivao vijesti i informacije s njihova radijskog i televizijskog sadržaja (Najbar-Agičić, 2015: 217).

Upravo to može se primijeniti na žensko novinarstvo, s obzirom na to da velik broj časopisa namijenjenih ženama danas ima i svoje digitalno izdanje. To su primjerice već ranije navedeni modni časopisi „Elle“, „Vogue“, „Cosmopolitan“, „Grazia“ i „Gloria“. Kunić i Zgrabljčić Rotar (2020: 177) ističu kako portali služe kao mamac za kupce tiskanog izdanja zbog čega ne objavljuju potpuni sadržaj već samo jednu ili dvije rečenice iz tiskanih izdanja. Tako, na primjer „Gloria“ objavljuje tekstove iz tiskanog izdanja, ali s vremenskim odmakom te ima rubrike „fokus“, „moda“, „ljepota“, „magazin“ i „video“. Uz internetsko izdanje, gotovo svi ti časopisi imaju prisutnost i na društvenim mrežama gdje dolaze do još većeg broja korisnika što je posljedica činjenice da se sve veći broj ljudi informira prvenstveno na društvenim mrežama.

Planinić i Ljubičić (2020: 101) ističu da je pojava i vidljivost žena na dnevnim *news* portalima manja u odnosu na muškarce. Također, teme i rubrike u kojima se pojavljuju žene su one vezane za estradu, seks, modu, ljepotu, kulinarstvo, zdravlje, *showbizz* i slično dok temama poput ekonomije, politike, društvenih pitanja i ostalih i dalje dominiraju muškarci. Na društvenim mrežama, uz ženske teme dominiraju i provokativne fotografije s ciljem privlačenja većeg broja „klikova“ i reakcija. Ono što je važno za napredak ženskog novinarstva je činjenica da danas

postoji sve veći broj portala namijenjenih isključivo ženama i borbi za ženska prava, odnosno neki od njih su i feministički orijentirani. Primjer takvog portala je „Vox Feminae“ koji objavljuje tekstove i priče o zaštiti reproduktivnih i seksualnih prava, o umjetnosti i kulturi koje promoviraju feminizam, zaštiti roditelja i tekstove iz rubrike „strašne žene“ o nekim važnim i istaknutim ženama i feministkinjama. Planinić i Ljubičić (2020: 104-105) ističu tekst o genitalnom sakaćenju djevojaka u Sudanu jer smatraju da su takvi tekstovi vrlo bitni za kolektivno osvješćivanje o nedostatku ženskih prava u zemljama trećeg svijeta. Zatim ističu tekst portala „Lola magazin“ u kojem žena odlučno tvrdi da ne želi imati djecu i zalaže se za svoje pravo na izbor. Na portalu „Lola magazin“ prevladavaju teme poput majčinstva, zlostavljanja žena, ljubavi i emocija, seksa, braka i razvoda i slično. Zatim tu je i portal „Libela“ koji se bavi praćenjem aktualnih zbivanja iz rodne perspektive, točnije to je portal o rodu, spolu i demokraciji (Planinić, Ljubičić, 2020: 105). Na tom se portalu mogu pronaći tekstovi o feminističkim stajalištima na aktualne teme, poput COVIDA-19, prava na pobačaj, silovanja, trgovini ženama i djevojčicama, seksualnim odnosima žena s invaliditetom i ostalih tema kojima je cilj promicanje ženskih prava. Portal ženeimediji.hr posvećen je osnaživanju i informiranju žena, ali i poučavanju i osvješćivanju cijelog društva, posebice medija, o pitanjima položaja žena u društvu. Taj portal pokrenula je agencija za elektroničke medije kako bi se povećala vidljivost žena u medijskom prostoru i kako bi se pritom izbjegli stereotipi.

Portal je u 2020. godini zabilježio 120 tisuća ukupnih jedinstvenih posjeta. Broj jedinstvenih korisnika u prosjeku se na mjesečnoj razini kretao između 5 i 6 tisuća, s tim da je posljednjih mjeseci primjetno povećanje broja korisnika i posjeta stranici. Broj pratitelja na društvenoj mreži Facebook iznosi preko 6 tisuća. Publiku čine 95 posto žene, a većina posjeta dolazi iz velikih gradova i njihova okruženja – Zagreb, Split, Rijeka, Osijek, Pula i Zadar“ (HND, 2021.).

Amazonke.hr je portal urednice Marije Klasiček koji se bavi nametnutim ženskim standardima, prevarama, lažnim životom i *reality* emisijama, nametnutom modom i slično. Na tom portalu objavljen je tekst s osvrtom na izjavu psihijatra Jovana Marića koji je u jednoj emisiji podržao da muškarac ima ljubavnicu. Tekst se osvrnuo na tu izjavu kako bi razbio stereotip da su žene u braku isključivo domaćice i majke koje često zapuštaju sebe i svoj fizički izgled te da takve žene muškarcima više ne mogu biti privlačne. U svom članku, Planinić i Ljubičić (2020: 106-107) osvrću se i na dva portala nastala iz tiskanih magazina. Prvi je „Gloria Glam“ koji se bavi savjetima za ljepotu, kreativnom umjetnošću, modnim trendovima, majčinstvom, nekonvencionalnim umjetnicama, filmskim kritikama i recenzijama, poznatim osobama i slično. Drugi je Cosmopolitan.hr koji balansirano objavljuje zabavan, ali i koristan sadržaj za

žene. On je jedan od najpopularnijih časopisa, ali i portala, a često se mogu pročitati teme vezane za muško ženske odnose, žensko zdravlje, ljepotu i modu i mušku psihologiju.

Ženski portali, se za razliku od dnevnih portala, trude izbjegavati stereotipove u izvještavanju o ženama. Zbog toga će se na tim portalima rjeđe pronaći seksualno sugestivne fotografije ili naslovi koji upućuju na žene kao bića podređena muškarcima. Tako, na primjer, na portalu Indeks.hr tekst počinje s „ženskim mukama“, „zašto dečki ne odgovaraju na poruke, što sam pogriješila“, čime se u startu žene podređuje borbi za mušku pažnju i naklonost. Naravno, osim nekih lošijih primjera ženskog novinarstva na dnevnim portalima, postoje i oni dobri poput teksta Tportala.hr o doprinosu hrvatskih znanstvenica koje su osvojile nagradu Nacionalnog programa „Za žene u znanosti“.

7. Zaključak

U vrijeme početaka novinarstva Hrvatskoj, žene nisu imale bitnu ulogu u društvu već su bile predodređene za majčinstvo i domaćinstvo. Zbog toga, kao i ostalim bitnim i javnim poslovima, novinarstvom i informiranjem bavili su se muškarci. Prekretnicu je napravila Marija Jurić Zagorka koja se u sustavu koji to nije dopuštao uspjela izboriti za prava žena da se i njihov glas čuje u medijima, točnije njezinim časopisima „Ženski list“ i „Hrvatica“. Ona je otvorila put mnogim ženama da se izbere za svoje mjesto u društvu i da se usude pričati o temama koje se tiču njih te da se uključe u društveni i politički život. Nažalost, mediji su u modernom društvu postali podložniji komercijalizaciji zbog čega i njihov sadržaj pada pod utjecaj tržišta i prodaje. Stoga se ženama u njima namijenjenim tiskovinama nastoji nametnuti idealizirani tip ljepote kroz razne kozmetičke proizvode, preparate i tretmane, kroz modu i kroz teme koje njeguju isključivo ženski izgled i ljepotu. Tome je doprinijela i pojava televizije, koja to još uspješnije čini kroz svoj vizualni sadržaj. I danas tržištem dominiraju časopisi, ali i internetski mediji koji stvaraju profit na prodaji idealizirane ljepote i stvaranju pogrešne slike o sebi nesigurnim ženama koje su spremne učiniti sve da zadovolje te nametnute kriterije ljepote. Također, mediji poput TV *reality* emisija koje najviše gleda ženska populacija prikazuju iskrivljen život općenito, kao i muško ženske odnose koji se u njima odvijaju. Ono što je pozitivno jest da se danas sve više pojavljuju časopisi, portali, grupe podrške, emisije i ostali medijski proizvodi koji se orijentiraju na ženska prava, feminizam, rodne stereotipe i ostale društvene probleme s kojima se žene svakodnevno susreću. Upravo ti mediji daju prostor za napredak i za drugačiju perspektivu od one koja nam se godinama plasira kroz teme o modi, kozmetici, ljepoti, muško ženskim odnosima, seksu i sličnim temama. Takvo žensko novinarstvo, koje se bavi društvenom problematikom i temama važnim za socijalni razvoj, doprinose u stvaranju drugačijeg pogleda na žene, koje ne moraju biti samo lijepe i brižne domaćice i majke, već mogu biti samostalne i jake i doprinositi društvu. Iako su stereotipi i dalje prisutni u medijima, velik je napredak što postoje mediji koji se tome protive i koji o tome izvještavaju.

Literatura

Znanstveni članci:

- Balog Z. (1987.) „Pariška moda, razvitak modnog žurnala od ilustrirane revije do prvoga svjetskog rata“, *Život umjetnosti. Časopis o modernoj i suvremenoj umjetnosti i arhitekturi*, 41/42, br. 1, str. 25–30, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/271373> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)
- Ćaćić, M., Hebrang Grgić I. (2024.) „Ženski list: urednički pristup Marije Jurić Zagorke“, *Libellarium. Časopis za istraživanja u području informacijskih i strodnih znanosti*, 15, br. 1, str. 21–46, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/461278> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)
- Norac-Kevo, P. (2023.) „Časopis Hrvatica. Očuvanje hrvatskoga identiteta i domoljublja među iseljenim Hrvaticama“, *Kroatologija*, 14, br. 2, str. 233–242, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/312162> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)
- Planinić, M., Ljubičić, R. (2020.) „Women in Media and Their Presence (Qualitative Analysis of the Contextualization of Women's Presence in Electronic and Online Media in Bosnia and Herzegovina and Croatia)“, *Medija Dialogues (Medijski dijalozi)*, 13, br. 2, str. 85–110, dostupno na: https://www.academia.edu/113613035/Women_in_Media_and_Their_Presence_Qualitative_Analysis_of_the_Contextualization_of_Womens_Presence_in_Electronic_and_Online_Media_in_Bosnia_and_Herzegovina_and_Croatia (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)
- Sklevicky, L. (2016.) „‘ŽENSKI SVIJET’ Konferencija za aktivnost i ulogu žene u društvenom razvoju RK SSRNH i Izdavački savjet časopisa ‘Žena’, Zagreb 1979 (reprint)“, *Časopis za suvremenu povijest*, 13, br. 2, str. 176–179, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/clanak/314279> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)
- Tonković, P. (s. a.) *Ženski listovi u hrvatskom novinarstvu*, dostupno na: https://www.academia.edu/27643038/%C5%BDENSKI_LISTOVI_U_HRVATSKOM_NOVINARSTVU (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)
- Volčić, Z. (2008.) „Media, Identity, and Gender: Tracking Feminist Media and Journalism Theories and Methodologies“, *Medijska istraživanja*, 14, br. 1, str. 5–20, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/clanak/41610> (zadnji pristup: 1. rujna 2024.)
- Vukovac, S. (2009.) MARIANNA (MARIJA) JURIC ZAGORKA I ĐAKOVAČKI BISKUP JOSIP JURAJ STROSSMAYER, *scrinia slavonica*, 10, str. 244-266, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/en/file/115622> (zadnji pristup: 4. rujna 2024.)
- „Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji“ (2010.) *Narodne novine*, Zagreb: Hrvatski Sabor, dostupno na: https://narodne-novine.mn.hr/clanci/sluzbeni/2010_12_137_3515.html (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)
- Zubac, A. (2016.) „Kultura javne riječi ženskih časopisa od 1840. do 1970. godine“, *Knjižničarstvo. Glasnik Društva knjižničara Slavonije, Baranje i Srijema*, 20, br. 2, str. 71–98, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/239643> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)

Knjige:

- Anić, V. (2007.) *Rječnik hrvatskoga jezika*, Zagreb: Novi Liber d.o.o.
- Beetham, M. (1996.) *Magazine of Her Own? Domesticity and Desire in the Woman's Magazine, 1800–1914*. New York: Routledge.
- Grdešić, M. (2013.) *Cosmopolitika. Kulturalni studiji, feminizam i ženski časopisi*, Zagreb: Disput.
- Kovačić, S. (2021.) *Online novinarstvo. Služenje javnosti ili podilaženje publici*, Zagreb – Mostar: Hrvatska Sveučilišna Naklada – Sveučilište u Mostaru.
- Malović, S., Ricchiardi, S., Vilović, G. (1998.) *Etika novinarstva*, Zagreb: Izvori.
- Najbar-Agičić, M. (2015.) *Povijest novinarstva. Kratki pregled*, Zagreb: Ibis-grafika – Sveučilište Sjever.
- Novak, B. (2005.) *Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću*, Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Ograjšek Gorenjak, I. (2014.) *Opasne iluzije: Rodni stereotipi u međuratnoj Jugoslaviji*, Zagreb: Srednja Europa.
- Pavlik, J., McIntosh, S. (2017.) *Converging Media. A New introduction to Mass Communication*, New York: Oxford University Press.
- Vuković Runjić, M. (2015.) *Proklete Hrvatice. 1 & 2. Dvadeset životopisa*, Zagreb: Vuković & Runjić.
- Wolf, N. (2008.) *Mit o ljepoti, kako se prikazi ljepote koriste protiv žena*, Zagreb: Jesenski i Turk.
- Zgrabljic Rotar, N. (2020.) *Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura*, 2. izdanje, Zagreb: Jesenski i Turk.

Novinski članci:

- Jurić, M. (1939.) „Zašto mislim da je potreban list ‘Hrvatica’”, *Hrvatica*, 1, br. 1, str. 5
- „Najuspješniji ženski časopis stigao u Hrvatsku“ (2002.) portal *Nacional*, dostupno na: <https://arhiva.nacional.hr/clanak/13253/najuspjesniji-zenski-casopis-stigao-u-hrvatsku> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)
- „Portala[!] sa zadatkom da osnaživa i informira o ženskim pravima“, (2021.) Hrvatsko Novinarsko Društvo, dostupno na: <https://www.hnd.hr/portala-sa-zadatkom-da-osnaziva-i-informira-o-zenskim-pravima> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)

Solić, N. (2020.) Makar nismo feministički list...Zagorkin ŽENSKI LIST o modi, kućanstvu i ponešto kulture i edukacije iz 1930ih. Povcast, dostupno na: <https://povcast.ffzg.unizg.hr/zenski-list-casopis-za-modu-zabavu-i-kucanstvo/> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)

„Super Mila: Novi ženski časopis svaki mjesec besplatno uz 24!“ (2012.) portal *24sata*, dostupno na: <https://www.24sata.hr/lifestyle/super-mila-novi-zenski-mjesecnik-samo-uz-24sata-288253> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)

„Velike vijesti za sve modne entuzijaste. Stigao je Vogue Adria“ (2024.) *Journal*, dostupno na: <https://www.journal.hr/moda/vijesti/stigao-je-vogue-adria-prvi-broj/> (zadnji pristup: 2. rujna 2024.)

Internetski izvori:

[Arhiva Dokumenti – Memorijalni stan Marije Jurić Zagorke \(zagorka.net\)](#)

[Časopis ELLE, broj 100 \(mojmag.com\)](#)

[časopis. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024.](#)

[Gloria – Hanza Media](#)

[Impressum – Vogue Adria](#)

[Kronologija života i rada – Memorijalni stan Marije Jurić Zagorke \(zagorka.net\)](#)

[O NAMA/IMPRESUM – Grazia](#)

[Stare hrvatske novine – naslovnica \(nsk.hr\)](#)

[Večernjakova ruža | Večernji.hr \(vecernji.hr\)](#)