

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Ovaj rad dostupan je za upotrebu pod licencom [Creative Commons Imenovanje 4.0 međunarodna](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Jelena LAKUŠ**

Filozofski fakultet
Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Lorenza Jägera 9
HR – 31 000 Osijek
jlakus@ffos.hr

DOI: <https://doi.org/10.29162/ANAFORA.v12i1.9>**Pregledni rad**
Review Article

Primljeno 9. ožujka 2025.
Received: 9 March 2025

Dunja LAKUŠ

RTL
Krapinska 45
HR – 10 000 Zagreb
dunja.lakus@rtl.hr

Prihvaćeno 8. travnja 2025.
Accepted: 8 April 2025

„ČITAJTE *HRVATICU!*“: NAČINI KOMUNIKACIJE MARIJE JURIĆ ZAGORKE U IZGRADNJI ČITATELJSKE I SURADNIČKE MREŽE

Sažetak

Rad analizira različite načine komunikacije – pozive na pretplatu i suradnju, zahvale čitateljicama, pozive na evaluaciju časopisa, ankete, nagradne natječaje, odgovore na pisma, reklame i oglase te osobne susrete s čitateljicama – koje je Marija Jurić Zagorka, kao prva profesionalna hrvatska novinarka, koristila kao urednica časopisa *Hrvatica*. Na taj je način željela uspostaviti što bolju interakciju s čitateljicama i suradnicama kako bi ih potaknula ne samo na aktivno sudjelovanje u stvaranju lista već i na osjećaj zajedništva, kao i na snažniji angažman u društvu. Ta je interakcija bila obilježena toplim, otvorenim, ali profesionalnim tonom koji je omogućio dijalog i pridonio stvaranju lojalne čitateljske publike. Zagorka je *Hrvaticu* oblikovala u dinamičan i participativan časopis namijenjen ženama svih društvenih slojeva. Rad ukazuje na Zagorkine iznimne uredničke vještine koje su se očitovale u sposobnosti prilagodbe sadržaja interesima čitateljica i u pragmatičnim kompromisima nužnima za osiguravanje kontinuiteta časopisa. Također ističe da je Zagorkin urednički rad bio preteča modernih uredničkih i komunikacijskih praksi, naglašavajući potrebu za daljnjim istraživanjem njezina značajnog doprinosa povijesti hrvatskog novinstva i novinarstva. Istodobno, analizirajući načine na koje su čitateljice doživ-

ljavale, interpretirale i sudjelovanjem oblikovale sadržaj *Hrvatice*, rad je prilog razumijevanju povijesti čitanja i otvara prostor za daljnja istraživanja interakcije između uredništava časopisa i njihovih čitatelja.

Ključne riječi: Marija Jurić Zagorka, komunikacijski kanali, novinarstvo, urednička politika, *Hrvatica*, povijest čitanja

Uvod

Široj javnosti Marija Jurić Zagorka uglavnom je poznata kao književnica, mnogo manje kao novinarka. Jednako je tako i većina znanstvenih prinosa posvećena valorizaciji njezina književnog rada.¹ Iako se u dostupnim enciklopedijskim natuknicama ne osporava da je ostavila traga i u svijetu novinarstva,² a njezinu novinarsku ulogu ne dovode u pitanje ni Stanko Lasić u okviru revalorizacije njezina ranog stvaralaštva,³ kao ni Ivo Hergešić, koji Zagorku ocjenjuje kao „društveno-književno-novinarski fenomen“ (V–XI), dublja ocjena njezina novinarskog i uredničkog djelovanja tek nam predstoji.⁴ U pregledima povijesti hrvatskog novinstva i novinarstva Zagorka se spominje samo kratko i sporadično, najčešće kao autorica romana u nastavcima koji su se objavljivali u nizu listova toga vremena (Horvat 311, 439; Novak 72, 177–78, 285, 582), kao suradnica i kratko vrijeme urednica *Obzora*, članica redakcije *Večeri*, prva politička reporterka (Horvat 307–308, 437; Novak 62, 252; Najbar-Agičić 131), jedna od osnivačica i članica Upravnog odbora Hrvatskog novinarskog društva (Horvat 317; Novak 87) te kao dopisnica iz Budimpešte i Beča (Horvat 367–70). Tek se u novije vrijeme, u posljednjih desetak godina, u pregledima povijesti novinarstva Zagorka spominje kao urednica *Ženskog lista* te kao pokretačica časopisa *Hrvatica* (Najbar-Agičić 141, 143, 149–50). S obzirom na to da je Zagorka „do kraja

¹ O tome svjedoči prilično opsežna bibliografija radova o Mariji Jurić Zagorki. Usp. *Bibliografija. Djela Marije Jurić Zagorke*.

² Usp. *Hrvatski biografski leksikon. Mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 1983. – 2024. Hrvatska enciklopedija. Mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Proleksis enciklopedija online, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2024.*

³ Budući da Lasić obuhvaća isključivo Zagorkin rad do 1910. godine, ponajprije se osvrće na njezino novinarsko djelovanje u *Obzoru*.

⁴ Samo se nekoliko radova dotiče Zagorkina doprinosa hrvatskom novinarstvu, obično kroz prizmu rodne, nacionalne i društvene problematike (primjerice, Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation*; Vujnović, „The Emergence of *Ženski List*“ 237–56; Coha 257–97; Mann 61–85; Dujčić, et al. 45–58; Dujčić i Trgovac Martan 247–72). U posljednjih desetak godina nekoliko se završnih i diplomskih radova također dijelom dotiče Zagorkina novinarskog stvaralaštva (Bjelanović; Čačić; Lončarić; Majhen; Markiš; Markuš; Trgovac Martan; Vitković).

života odlučno tvrdila kako – nikada nije bila književnica već samo i isključivo novinarka“ (Dujčić i Trgovac Martan 250), o čemu svjedoči svih sedam Zagorkinih autobiografskih zapisa (Dujčić i Trgovac Martan 247–72), interes znanstvene i stručne javnosti za nju kao novinarku još je nedostatan.

Zagorka je bila prva hrvatska profesionalna novinarka koja je, unatoč tomu što je samu sebe cijeli život smatrala neshvaćenom, ipak, čini se, imala potporu i velikog dijela tadašnje intelektualne elite koju je kao politička novinarka dobro poznavala (Dujčić i Trgovac Martan 247–72).⁵ Novinarskim se radom počela ozbiljnije baviti već potkraj 19. stoljeća, pokrenuvši u školi listove *Samostanske novine* i *Zagorsko proljeće*. Pisala je niz godina za list *Obzor*, u kojem se jedno vrijeme okušala i kao urednica, te bila njihova dopisnica iz Budimpešte i Beča, ali je pisala i za mnoge druge listove, kao što su *Hrvatski list*, *Jutarnji list*, *Novosti*, *Vijenac*, kao i za sarajevsku *Nadu* ili pak mađarske oporbene novine *Alkotmany*, *Népszava* i *Magyarország*. Nakon što je 1918. godine dala otkaz u *Obzoru*, pokrenula je svoj tjednik *Zabavnik*. No, „potpunu novinarsku slobodu“ (Dujčić, et al. 48) doživjela je tek 1925. godine kada, uz potporu zagrebačkog židovskog para Schwartz, pokreće list pod naslovom *Ženski list*, s namjerom da bude list žena iz svih društvenih slojeva. *Ženski list* prodavao se diljem tadašnje Kraljevine SHS/Jugoslavije, a Zagorku je 1931. godine, povodom tridesete obljetnice njezina novinarskog djelovanja, jugoslavenska kraljica Marija Karađorđević odlikovala medaljom časti, što je sa zanimanjem bilo popraćeno i u domaćim i u inozemnim medijima (Dujčić, et al. 48–49). Zbog neslaganja s konzervativnom koncepcijom koja se listu sve više nametala, Zagorka s mjesta urednice *Ženskog lista* odlazi u studenom 1938. godine,⁶ te u istom mjesecu pri državnom tužilaš-

⁵ Uživala je, primjerice, potporu biskupa Josipa Jurja Strossmayera, Stjepana Radića, Svetozara Pribičevića, Frana Supila, Tomasa Masaryka, Milana Ogrizovića, Zvonimira Vukelića i drugih, ali i stranaca, kao što je, primjerice, bio, mađarski književnik Kálmán Mikszáth. Veliki su joj protivnici bili Šime Mazzura, direktor Dioničke tiskare, pod čijim je okriljem izlazio *Obzor* u kojem je Zagorka radila dugi niz godina, zatim Otto Kraus, njemački novinar *Agrar Zeitunga*, Antun Gustav Matoš, Julije Benešić i mnogi iz aristokratskih krugova, i to ponajprije zbog toga što je svojim novinarskim radom zalazila u javni prostor koji su muškarci u to vrijeme držali svojim (Dujčić i Trgovac Martan 250–58).

⁶ Nove suradnice, Sida Košutić i Draga Ivančević, list su sve više orijentirale prema hrvatskim ženama te isticale hrvatske kulturne i konzervativne vrijednosti, što se koncepcijski razlikovalo od liberalno zamišljenog lista koji je bio namijenjen svim ženama Kraljevine Jugoslavije. Uz to, smrću Ignjata Schwartza, obitelj Schwartz izgubila je kontrolu nad nakladništvom *Ženskog lista*, koji u travnju posljednji put izlazi pod tim naslovom i pojavljuje se prvo pod naslovom *Novi ženski list*, a potom *Hrvatski ženski list*, te izlazi sve do 1944. godine. Zagorka je list uređivala zaključno sa studenim 1938. godine, ali samo formalno (Dujčić, et al. 49).

tvu registrira novi list namijenjen ženama – *Hrvaticu*. Navodi se da će se tiskati kao mjesečnik u tiskari Tipografija u Zagrebu, na Dolcu broj 8, a urednica, vlasnica i nakladnica bit će Marija Jurić Zagorka, s prebivalištem na istoj adresi (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 149). Iza Zagorke je tada bilo već višedecetljetno iskustvo novinarskog rada. Kada su ustaške vlasti u prosincu 1940. *Hrvaticu* zabranile,⁷ značilo je to i kraj Zagorkine novinarske karijere jer je nakon toga samo povremeno pisala za novine. Iako je upravo u tom časopisu Zagorka iskazala puninu svojih novinarskih i uredničkih kompetencija, on je, u skladu s dosadašnjim nedostatnim zanimanjem za Zagorkin novinarski (i urednički) rad općenito, ostao na margini znanstvenog interesa.⁸

Cilj je ovoga rada, koristeći se metodom sadržajne analize, izdvojiti, analizirati i interpretirati načine komunikacije koje je Marija Jurić Zagorka koristila u časopisu *Hrvatica* kako bi uspostavila i održavala interaktivnu komunikaciju sa svojim čitateljicama i suradnicama, u svrhu dobivanja njihove financijske potpore, ali i poticanja na suradnju. U radu se nastoji pokazati kako je Zagorka već prije gotovo jednog stoljeća koristila jednu od ključnih uredničkih vještina koja je i danas važna za uspješno vođenje časopisa – sposobnost interakcije i komunikacije s publikom (Tkalec i Krušelj 8; Malović 384–85).⁹

⁷ *Ženski list* nije, zanimljivo, bio zabranjen, već mu je čak preusmjeren novac Zagorkinih pretplatnica na *Hrvaticu* (Dujčić, et al. 50).

⁸ Postojeći pregledi povijesti hrvatskog novinstva i novinarstva, uz iznimku najnovijeg – *Povijest novinarstva: kratki pregled* Magdalene Najbar-Agičić (150) – ovaj list uopće ne spominju, unatoč tomu što ga je još 1976. Ivo Hergešić (XXI) smatrao vrijednim spomena. Slijedom toga, *Hrvatica* je dosad bila predmetom interesa tek nekolicine autora. Lidija Dujčić, Slavica Trgovac Martan i Slobodan Popratnjak (45–58) analiziraju je iz rodne perspektive, Dubravka Brunčić i Suzana Coha (515–32) bave se konceptima ženskoga identiteta zastupljenima u listu, dok se Pavao Norac-Kevo (233–42) usredotočuje na utjecaj suradnica *Hrvaticice* na očuvanje i izgradnju identiteta *Hrvatica* u iseljeništvu. U ostalim radovima *Hrvatica* se spominje tek usputno. Tako, primjerice, Marina Vujnović u svojoj doktorskoj disertaciji, u kojoj provodi političko-ekonomsku analizu Zagorkina *Ženskog lista*, navodi i *Hrvaticu*, nastojeći pokazati kako cilj tog časopisa nije bio samo političko osvješćivanje žena, već i njihovo osnaživanje u ekonomskom smislu, poticanjem samostalnog privređivanja i sudjelovanja u gospodarskom razvitku zemlje (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 149–58). Završni i diplomski radovi nastali posljednjih godina također se dijelom osvrću na ovaj list. Tako Nikolina Majhen, na primjeru časopisa *Hrvatica*, tematizira Zagorkinu borbu protiv rodnih i nacionalnih stereotipa, dok Slavica Trgovac Martan analizira odnos Zagorkinih suvremenika prema njezinu novinarskom radu, kao i odnos same Zagorke prema vlastitim profesionalnim usponima i padovima. U sklopu te analize, temeljene na sedam Zagorkinih autobiografskih zapisa, autorica se kratko dotiče i *Hrvaticice*.

⁹ Uloga Zagorke kao urednice samo je dijelom obrađena na primjeru nekoliko odabranih brojeva *Ženskog lista* u radu Marte Čačić i Ivane Hebrang Grgić (21–46). Autorice nastoje rekonstruirati Zagorkinu uređivačku politiku oslanjajući se na unaprijed definirane parametre, poput broja stranica, ilustracija, reklama i rubrika, analizu navođenja autorstva, kao i grafičkog oblikovanja stranica, no ne ulaze u sadržajnu razinu lista, niti se analiza odnosi na cijeli list.

1. Ukratko o časopisu *Hrvatica*

List *Hrvatica: časopis za ženu i dom* počinje izlaziti u siječnju 1939. godine, no mjesec i godina navode se tek od drugog broja iz veljače. Konceptijski i sadržajno *Hrvatica* je bila vrlo slična *Ženskom listu*, iz vremena kada ga je uređivala Zagorka (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 150). Zagorka je većinu članaka i napisala.¹⁰ List je izlazio tijekom međuratnog razdoblja, obilježenog naglim razvojem ženskog tiska u Hrvatskoj i na širem prostoru tadašnje Kraljevine Jugoslavije.¹¹ No, za razliku od većine dotadašnjih ženskih listova čija su ciljana publika bile intelektualke (Najbar-Agičić 148),¹² *Hrvatica* je, poput *Ženskog lista*, okrenuta svim ženama, bez obzira na društveno podrijetlo, zanimanje i obrazovanje, a Zagorkin cilj bio je na taj ih način sve povezati. Njezin je motiv izdavanja, kako naglašava, isključivo moralni i patriotski, a nikako materijalistički, jer je, kao prva hrvatska novinarka, željela stvoriti list koji će biti hrvatski „ne samo po jeziku, nego i po duhu i srcu“. Zbog toga je morala, naglašava, cijenu lista svesti na troškove njegova izdavanja, kako bi bio dostupan svima, ne samo imućnim ženama, računajući pritom na čitateljsku publiku koju je već bila stekla romanima i *Ženskim listom* (Zagorka. „Zašto mislim da je potreban list ‘Hrvatica.’“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 5; Zagorka. „Pitajte – Odgovorit će vam se.“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 40).¹³ Svoj urednički i novinarski posao u *Hrvatici* radila je tako, zapravo, bez naknade.

List je izlazio u dvjema paralelnim verzijama – crvenoj i plavoj. Izdanje *Hrvaticice* s plavom naslovnicom bilo je prošireno priložima o modi, ručnim rado-

¹⁰ Pojavljuje se, poznato je, pod raznim pseudonimima – Iglica, Petrica Kerempuh, Jurica Zagorski, Ružica Zagorska itd.

¹¹ U tom je razdoblju u cijeloj zemlji izlazilo više od 30 ženskih časopisa, što je bio rezultat demokratizacije i liberalizacije društva, koja je podrazumijevala i promjenu tradicionalnog sustava vrijednosti općenito, ali i identiteta žena koje sve više sudjeluju u javnom životu (Najbar-Agičić 147–48).

¹² Primjerice, list *Ženski svijet* (kasnije *Jugoslavenska žena*), pokrenut 1917. godine, bio je namijenjen intelektualkama, a doticao se suvremenih ženskih tema, posebice ženskog političkog pitanja (Najbar-Agičić 148–49).

¹³ Za list je trebalo izdvojiti 5 dinara (8 dinara za plavu *Hrvaticu*), koliko je otprilike stajao jedan manji ručnik od frotira, čekić ili ženske svilene čarape, o čemu podatak pronalazimo u reklamnom dijelu lista. Četvrtgodišnja pretplata stajala je 15 dinara, polugodišnja 30 dinara, a godišnja 60 dinara. Ženske su cipele tada koštale oko 100 dinara i više, a muške oko 130 dinara, tako da se čini da su si list mogli priuštiti gotovo svi. Pretplata se poslije neznatno promijenila, ali isključivo zbog poskupljenja papira i tiskarskih troškova, pa je za plavu *Hrvaticu* trebalo izdvojiti 10 dinara umjesto 8, a za crvenu *Hrvaticu* 7 umjesto 5 dinara. Sukladno tome promijenile su se i četvrtgodišnja, polugodišnja i godišnja pretplata.

vima i krojnim arcima. Objavljena su dva godišta, s ukupno dvadeset i četiri broja. Crvena verzija sadržavala je četrdesetak stranica, dok je plava, proširena verzija, dosegala i šezdesetak. Prvo godišće imalo je jedinstvenu, kontinuiranu paginaciju, dok su u drugom godišću brojevi numerirani zasebno. Tekstualni sadržaj najčešće je bio raspoređen u tri stupca, rjeđe u dva, a cjelokupna struktura često je bila fragmentirana velikim brojem reklama. Naslovi priloga, kao i reklamni sadržaji, isticali su se masnim slovima i korištenjem raznolikih tipografskih rješenja.

Sadržajno je list obuhvaćao vrlo raznolike teme – od odgoja djece, vođenja domaćinstva, uzgoja cvijeća, kulinarskih savjeta, savjeta o zdravlju, modi, kozmetici i slično do tema kojima je Zagorka nastojala uzdrmati tradicionalnu ulogu i položaj žene u društvu, kao što su pravo glasa, pismenost i obrazovanje žena, portreti znamenitih i uspješnih žena iz hrvatske i svjetske povijesti, izvješća o radu ženskih dobrotvornih i drugih udruga i slično, kao i teme kojima je promovirala domoljubni koncept lista, kao što je, primjerice, veličanje hrvatskih pobjeda u prošlosti, znamenite Hrvatice u književnosti i umjetnosti i slično. Iako je, kao što je već rečeno, *Hrvatica* nalikovala na mnoge ženske časopise toga vremena,¹⁴ upravo je ta edukativna uloga, posebno ona koja se ticala edukacije vezane uz u to vrijeme zanemarenih i osporavanih ženskih prava, ono što je ovaj list razlikovalo od drugih (Dujčić, et al. 50–51).¹⁵ U nastavcima je u listu objavljivala i svoja dva romana – *Pustolovine novorodjenog Petrice Kerempuha* i *Mala revolucionarka*, a iz broja u broj objavljivana je i njezina autobiografija *Tko ste vi?*

Čitateljice su *Hrvaticu* izvrsno prihvatile – većinom su to bile bivše pretplatnice *Ženskog lista*, koje su nakon odlaska Zagorka s mjesta urednice otkazale pretplatu na *Ženski list*. Njih čak 8000 odlučilo se pretplatiti upravo na *Hrvaticu* (Jurić Zagorka 493). Spomenimo i to da je interes za *Hrvaticu* postojao i izvan granica tadašnje Banovine Hrvatske (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 154).¹⁶ Časopis je ukinut stvaranjem NDH zbog nedovoljnog hrvatstva

¹⁴ Primjerice, teme kao što su žensko pravo glasa, savjete o vođenju domaćinstva, braku, odgoju i lijepom ponašanju obrađivale su se i na stranicama *Naša žena – tjednik za ženski svijet* (1935. – 1938.). Časopis *Ženska misao – list za prosvjetu, socijalni rad i organizaciju* (1919. – 1921.) aktivno se pak zalagao za žensko pravo glasa (Najbar-Agičić 148–49).

¹⁵ Prema dosadašnjim procjenama, Zagorka problematici ženskih prava i položaju žena u društvu posvećuje gotovo četvrtinu prvog dijela svakog broja *Hrvatice* (Dujčić, et al. 50–51).

¹⁶ Kao argument, Vujnović (*Forging the Bubikopf Nation* 154) navodi pismo koje je uredništvo slovenskog ilustriranog magazina *Eva* uputilo Zagorki. Pismo je datirano s 8. studenim 1939. godine, a u

lista i njezine glavne urednice, ali i znane Zagorkine germanofobije (Dujčić, et al. 49–50). Njegov posljednji broj objavljen je u prosincu 1940. godine, unatoč Zagorkinim pokušajima da tu odluku ustaških vlasti ospori (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 157).

2. Načini komunikacije u časopisu *Hrvatica* kao alati interakcije s čitateljicama i suradnicama

2.1. Pozivi na pretplatu i suradnju

Već u prvom broju, u spomenutom programatskom tekstu pod naslovom „Zašto mislim da je potreban list ‘Hrvatica’“, Zagorka navodi razloge koji su je naveli da počne izdavati i tiskati list. Namjera joj je stvoriti časopis koji će biti „ogledalo hrvatske žene“, koji će ukazati na podjednaku važnost svih uloga koje žene obnašaju u društvu kao majke, domaćice i zaposlene žene te ih međusobno povezati jer vjeruje da su žene, posebno tako ujedinjene, „veliki kapital snage za narodni život i snažni borac za sve narodne ideale“:

Zato sam željela pokrenuti list, koji bi bio vjernim ogledalom hrvatske žene u čitavom njenom izživljavanju, u njenoj nutarnosti i u socijalnom životu i kao čovjeka i kao majke i domaćice. Željela sam stvoriti list, koji bi razotkrivao sve nezapažene, ali velike duhovne vrednote naše žene. Kroz čitav niz godina došla sam do uvjerenja, da je ta žena veliki kapital snage za narodni život i snažni borac za sve narodne ideale. [...] Zato sam željela, da list „Hrvatica“ – uređivan pravim novinarskim stilom – bude posrednikom između svih hrvatskih žena u obitelji, u zvanju, u radu, na javnom i na domaćem ognjištu, da ih sve približi, kako bi one međusobno izmijenile misli, upoznale svoje velike sposobnosti, okupile sve svoje snage i znanje u korist sebi i narodu našem. (Zagorka. „Zašto mislim da je potreban list ‘Hrvatica.’“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 5)

Time je, nastavljajući dalje, odlučila ostvariti svoju dugogodišnju želju da pokrene časopis koji je namijenjen svim „sestrama Hrvaticama“, „požrtvovnim odličnim kćerima hrvatskog naroda“ i poziva sve svoje „vjerne čitateljice i čitatelje“ koji su do sada čitali njezine romane, da je podupru s „istim simpatijama“ i u izdavanju ovog lista (Zagorka. „Zašto mislim da je potreban list ‘Hrvatica.’“

njemu se Zagorki predlaže da, ako je za to zainteresirana, počevši sa siječnjem 1940. godine, uredništva razmjenjuju svoje časopise, što je bila u to doba uobičajena praksa poslovanja.

Hrvatica, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 5). Zanimljivo je istaknuti da je Zagorka, iako je časopis bio namijenjen ženama, računala i na potporu čitatelja svojih romana, ne samo čitateljica. Štoviše, čini se da su list čitali i muškarci, jer, primjerice, u rubrici „Pitajte – Odgovorit će vam se“ pronalazimo upit jednog zaljubljenog muškarca koji Uredništvo pita za savjet smije li zaručnici koja živi u drugom mjestu pisati ljubavno pismo na pisaćem stroju (M. P. „Pitajte – Odgovorit će vam se.“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4, str. 155).¹⁷

Pozivi su na pretplatu česti i pronalazimo ih u gotovo svakom broju jer se Zagorka neprestano suočavala s financijskim poteškoćama. U više navrata napominje da se *Hrvatica* prodaje po vrlo niskoj cijeni te se može održati samo kada sve pretplatnice podmire svoju pretplatu jer se izdavanje i tiskanje lista financira jedino na taj način (primjerice, Uprava *Hrvatice*. „Molimo pročitati! Cijenjenim predplatnicama!“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4, str. 139; Uprava *Hrvatice*. „Jeste li namirili pretplatu?“ *Hrvatica*, srpanj 1940, god. 2, br. 7; Uprava *Hrvatice*. „Poruke našim pretplatnicama.“ *Hrvatica*, prosinac 1940, god. 2, br. 12, str. 21). Česta su i upozorenja da se pretplata obnovi ili uplate zaostaci (primjerice, Uprava *Hrvatice*. „Obnova pretplate za 1940. godinu.“ *Hrvatica*, prosinac 1939, god. 1, br. 12, str. 418; „Obnovite predplatu ‘Hrvatice’ za godinu 1940.“ *Hrvatica*, veljača 1940, god. 2, br. 1; „Mnogo poštovanim pretplatnicama!“ *Hrvatica*, svibanj 1940, god. 2, br. 5, str. 30. itd.). Međutim, unatoč financijskim poteškoćama, od izlaza časopisa Zagorka nije odustajala. Rješenje pronalazi i u tome da svaka postojeća pretplatnica pronade još barem jednu jer tim „činom svaka će pretplatnica svom hrvatskom listu doprinijeti svoj obol“ (Uprava *Hrvatice*. „Molimo pročitati! Cijenjenim predplatnicama!“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4, str. 139). Jednako ih tako kratkim sloganima potiče da časopis preporuče i drugima: „Hrvatice! Čitajte i širite Hrvaticu!“ (*Hrvatica*, rujanj 1939, god. 1, br. 9), „Hrvatice! Širite svoj časopis Hrvaticu!“ (*Hrvatica*, srpanj 1939, god. 1, br.

¹⁷ U časopisu pronalazimo još mjesta koja dokazuju da su *Hrvaticu* čitali i muškarci. Primjerice, prema navodu jedne čitateljice iz Splita, muškarci su bili jako zadovoljni rezultatima prve ankete koju je Zagorka bila pokrenula jer je pokazala da su žene i nadalje sklone domu i obitelji, a to znači da su muškarci za anketu znali te list vjerojatno i čitali. Uz to, navodi da mnogi muškarci pomno prate rubriku „Neznana junakinja hrvatskog naroda“, ponosni na junaštvo hrvatskih žena („Mala reportaža. Neka znade narod ali i neprijatelji.“ *Hrvatica*, svibanj 1939, god. 1, br. 5, str. 171). Također, muškarce sporadično pronalazimo i kao pisce priloga ili stihova (primjerice, Viktora Horvata („Žena i društvenost. Kakove dužnosti imade domaćica prema gostu.“ *Hrvatica*, srpanj 1939, god. 1, br. 7, str. 251), Aleksa Kokića („Božićna noć se spušta.“ *Hrvatica*, prosinac 1940, god. 2, br. 12, str. 17), Augusta Harambašića („Madona s Isusom.“ *Hrvatica*, prosinac 1940, god. 2, br. 12, str. 18), Gjuru Arnolda („Moj duh.“ *Hrvatica*, prosinac 1940, god. 2, br. 12, str. 26) i druge.

7) ili, pak, „Hrvatice! Tražite svagdje Vaš časopis Hrvaticu!“ (*Hrvatica*, studeni 1939, god. 1, br. 11).

Što se tiče poziva na suradnju, Zagorka ih odašilje već u prvom broju. U svojevrsnom uredničkom proglasu pod naslovom „Sestre Hrvatice – budite sve suradnice!“ najprije svima zahvaljuje na pismima potpore, a potom sve „drage sestre i prijateljice“ poziva „na suradnju i predplatom i perom“ (Uredništvo. „Sestre Hrvatice – budite sve suradnice!“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 5).

Odaziv na pozive na pretplatu i suradnju bio je velik i na adresu redakcije stižao je velik broj komentara, dopisa i priloga čitateljica, kao i njihovih pozitivno intoniranih pisama. Tako, primjerice, pronalazimo objavljeno pismo čitateljice iz Splita koja hvali sve dotadašnje brojeve, smatrajući da je list pokrenut baš u pravo vrijeme kako bi se pokazalo da se žene itekako mogu boriti za „narodne ciljeve“ te istodobno biti dobre majke, supruge i domaćice („Mala reportaža. Neka znade narod ali i neprijatelji...“ *Hrvatica*, svibanj 1939, god. 1, br. 5, str. 171). Čitateljice koje su se odazvale na Zagorkin poziv na suradnju pišu o brojnim svakodnevnim, ali i drugim temama od interesa, pa tako na jednom mjestu čitamo pismo prodavačice R. G. koje počinje sljedećim riječima: „Cijenjena gospodjo urednice! U Vašem ste listu pozvali sve sestre Hrvatice da Vam budu suradnice i pišu o svojem životu. Evo i nas prodavačica da podsjetimo na sebe.“ (Prodavačica R. G. „One koje zaradjuju u zvanju. Život prodavačice kao namještenice i majke.“ *Hrvatica*, ožujak 1939, god. 1, br. 3, str. 96). Čitateljice često pojedine teme potiču i same, što je vidljivo iz formulacija kao što su „čitateljice su iz pokrajine zatražile“ („Zagrebačka kritika povodom izvedbe Zagorkine ‘Gordane.’“ *Hrvatica*, srpanj 1940, god. 2, br. 7, str. 11), „na upite nekih naših čitateljica“ („Prokušani recept za debljanje.“ *Hrvatica*, rujanj 1940, god. 2, br. 9, str. 24) itd.

2.2. Zahvale čitateljicama i pozivi na evaluaciju časopisa

Zahvale na potpori te pozivi na evaluaciju časopisa bili su također jednako važan segment Zagorkine uredničke prakse usmjerene na izgradnju dijaloga sa suradnicima i čitateljicama. Već u spomenutom uredničkom proglasu objavljenom u prvom broju, zahvalila je na pismima potpore te zamolila čitateljice da se jave Uredništvu s dojmovima o časopisu, željama, prijedlozima i opaskama (Uredništvo. „Sestre Hrvatice – budite sve suradnice!“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 5). Da taj poziv na prijedloge, sugestije, pa i kritiku, nije bio

samo formalne naravi, svjedoči činjenica da u istom proglasu Zagorka moli čitateljice da obvezno dostave i svoju adresu kako bi Uredništvo moglo s njima stupiti u kontakt te o svim prijedlozima, po potrebi, prodiskutirati. List je, dakle, trebao biti zajednički projekt Zagorke kao njegove urednice i čitateljica/suradnica (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 152). I u već spomenutom članku „Zašto mislim da je potreban list ‘Hrvatica’“ Zagorka od čitateljica traži mišljenje: „Evo, predlažem Vam prvi broj lista, kako sam ga zamislila – a Vi čitajte, sudite i recite svoju riječ“ (Zagorka. „Zašto mislim da je potreban list ‘Hrvatica.’“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 5).

Zagorka je bila svjesna da bez financijske i moralne potpore čitateljica, časopis ne može opstati. Činjenica da ima veliku potporu davala joj je dodatnu motivaciju da nastavi s njegovim izdavanjem i uredi ga po mjeri svih žena, kao što možemo iščitati iz ovog obraćanja čitateljicama koji donosimo u cijelosti:

Drage i poštovane čitateljice!

Primila sam od Vas prelijepih i dirljivih pisama kojima pozdravljate osnutak „Hrvatice“ i obećavate mi svoju potporu. Na to sam jedino i računala, jer moj rad, u čitavom životu oslanjao se jedino i samo na simpatije hrvatskih čitatelja pa mi i u ovom pothvatu može biti jedini oslon Vaša potpora.

Slutila sam ovu ću potporu naći ako se ispostavi, da Vam je potreban list, kako sam ga zamislila. Golemi odziv pruža mi uvjerenje, da me slutnje nisu prevarile i sada znam zašto radim: Za svoje sestre širom domovine, za one, koje sačinjavaju dragocjeni dio hrvatskog naroda. Okupit ću svoje posljednje sile, dane mi od Boga, da služim Vama, a po Vama domu svojem. Svakog dana brojna Vaša pisma i Vaša suradnja u svim stupcima lista javljaju mi, da pružate svoje ruke „Hrvatici“, jer ju želite i trebate – a jedino to može biti razlogom njenom obstanku i uvjetom razvitku.

Vruće bih željela da Vam „Hrvatica“ donosi sve što Vi tražite i trebate, pa Vas molim da mi uvijek budete sestrinski iskrene i da mi svaki nedostatak i svaku želju priopćite, jer će mi samo tako biti moguće oživotvoriti onakav list, kakav sam si zamislila, i kakav Vi, same želite.

Godi mi priznanje, ali me veseli svaki savjet, jer nam je na zajedničku korist. Od sve duše svoje šaljem Vam sestrinske pozdrave!

Zagorka

(„Drage i poštovane čitateljice!“ *Hrvatica*, veljača 1939, god. 1, br. 2, str. 71)

Zahvala je, kao što je vidljivo, isprepletana s pozivima da je čitateljice upozore na ono čime su nezadovoljne u časopisu te joj daju, u svrhu njegova poboljšanja, svoje prijedloge i savjete. Nije to bio jedini poziv takve naravi. U studenom iste godine Zagorka poziva čitateljice da joj do kraja mjeseca pošalju odgovore na sljedeća pitanja, jer će joj oni biti od važne pomoći pri oblikovanju novog godišta časopisa:

1. Koji vam se dio lista najbolje sviđa (I. dio pouka – II. dio razno literarno štivo – III. dio dom i obitelj)?
2. Od čega imadete najviše koristi (od kojih članaka, od kojih priloga: i t d.)?
3. Što biste željeli da se još uvede u „HRVATICU“?

(Zagorka, „Drage sestre!“ *Hrvatica*, studeni 1939, god. 1, br. 11, str. 378)

Jednako tako, u studenom iduće, 1940. godine, Zagorka čitateljice ponovno pita za njihovo mišljenje o časopisu, postavljajući im slična pitanja jer želi „udovoljiti potrebama većine čitateljica“:

1. Koji vam dio „Hrvatice“ donosi najviše koristi: (da li pouka, domaćinstvo, ručni rad ili moda?)
2. Da li biste željeli, da „Hrvatica“ donosi još nešto osim dosadanjeg štiva? (Na pr. dječju stranicu, kazališne referate i drugo)
3. Je li vam draže čitati romane u nastavcima ili kratke novele?
4. Je li vam je po volji ručni rad s narodnim motivima?
5. Koliko vam služe uzorci za pletenje?
6. Koje vas štivo najviše zanima? (Historijski članci, ženski problemi, društvenost, novele, pjesme, humorističke stvarce, itd.)

(Uredništvo, „Što misle čitateljice?“
Hrvatica, studeni 1940, god. 2, br. 11)

U nastavku obećava da će čitateljice s najkonstruktivnijim savjetima i prijedlozima za poboljšanje časopisa dobiti nagradu.

Prijedlozi čitateljica doista su i pristizali i Zagorka ih je u pravilu uvažavala. Tako je, navodi se već u drugom broju prvoga godišta, čak 98 % čitateljica tražilo od Zagorke da u časopis, primjerice, uvrsti priloge o modi i ručnom radu, što ona **211**

i čini, iako naglašava da će zbog toga morati reorganizirati list (Uprava *Hrvatice*. Poruka uprave „Hrvatice“!.“ *Hrvatica*, veljača 1939, god. 1, br. 2, str. 80). Konceptijski se to prilično udaljavalo od prvotne Zagorkine zamisli – da izdaje časopis koji će biti platforma za osnaživanje i povezivanje svih Hrvatica, bez obzira na njihovu društvenu pripadnost. Čak i kada je bila riječ o nekoj kritici, Zagorki je stalo da razumije što se nekoj čitateljici nije sviđelo i da to eventualno popravi. Tako, primjerice, kada je jedna pretplatnica vratila posljednji broj *Hrvatice* uz opasku da ubuduće ne želi primati nove brojeve, Zagorka joj u studenom 1939. godine upućuje pismo u kojem je ljubazno moli da joj navede razloge njezine odluke, odnosno zašto joj se časopis ne sviđa, jer joj je to, kao ženi koja je u novinarstvu pune 44 godine, važno znati (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 153–54).¹⁸ Zagorki je, dakle, stalo do mišljenja njezinih pretplatnica.

Kao što se moglo vidjeti dosad, ton je kojim se Zagorka obraća svojim čitateljicama/pretplatnicama i suradnicama topao, prislan i uvažavajući, što svjedoči koliko su joj čitateljice i suradnice bile važne. Ona ih kontinuirano naziva „sestrama Hrvaticama“, „dragim sestrama i prijateljicama“, „poštovanim i dragim mojim čitateljicama“, „dragim i poštovanim suradnicama“, „poštovanim i vrijednim pretplatnicama“, „mnogo cijenjenim pretplatnicama“. Taj je osjećaj očito bio obostran jer je mnoge od njih nastoje utješiti kada su vlasti NDH naredile ukidanje *Hrvatice*. Naime, nakon neuspješnih pokušaja da s vlastima pregovara (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 157), Zagorka je poslala cirkularno pismo svim svojim čitateljicama, njih čak 5000. Pisma potpore dobila je nazad u velikom broju (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 157–58).

2.3. Ankete

Uz pozive na pretplatu i suradnju, kao i zahvale čitateljicama i pozive na evaluaciju časopisa, ankete čine još jedan važan Zagorkin način komunikacije sa suradnicama i čitateljicama. Njihov je cilj bio doznati promišljanja čitateljica o različitim temama koje je držala važnima za položaj žena u društvu, primjerice, što čitateljice misle o ženskom pravu glasa ili koga bi izabrale, da mogu, za ženskog narodnog zastupnika. Međutim, jednako se tako u anketama dotiče i pitanja obiteljskog, privatnog života.¹⁹ Ipak, čini se da nisu sve čitateljice ra-

¹⁸ Razlog se na kraju ipak nije doznao jer odgovor na Zagorkino pismo nije pronađen ili možda nije ni poslan.

¹⁹ U prvoj anketi trebalo je odgovoriti na tri pitanja: „Koji je najveći događaj Vašeg života?“, „Da li Vas veseli Vaše zvanje i zarada ili biste radije živjeli samo kao majka i kućanica?“ i „Što biste predložili

zumjele njihov smisao jer se pokazalo nužnim da Uprava *Hrvatice* to dodatno pojašni: „Na brojne upite javlja ‘Hrvatica’, ovo: Svi listovi svijeta priredjuju anketu, to je sasvim novinarska stvar, podpuno neobvezatna, jednostavni novinarski izbor, svatko se može osvrnuti na anketu, tko hoće i anonimno i s potpisom, to je svejedno“ (Uprava *Hrvatice*. „Glasovanje za ženskog narodnog zastupnika.“ *Hrvatica*, travanj 1940, god. 2, br. 4.). Ankete nisu bile novina, jer Zagorka ih je provodila i u *Ženskom listu*, no tek nam predstoji istražiti jesu li ih i u kojoj mjeri prakticirali i ostali časopisi toga vremena.

U dva godišta *Hrvatice* pokrenute su tri ankete – odmah u siječnju 1939. godine, kada je časopis počeo izlaziti, zatim već u idućem broju, u veljači 1939. te u veljači 1940. godine. Odaziv čitateljica na ankete bio je prilično velik, posebno na prvu i treću anketu za koje znamo koliko je odgovora pristiglo. Na prvu anketu odgovorilo je 674 žena različitih staleža i zanimanja (Z. „Sigurnost narodnog života. Osvrt na našu anketu.“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4, str. 119), dok je odaziv na treću anketu bio još veći – u travnju 1940. pristiglo je više od 1500 dopisa (Uprava *Hrvatice*. „Glasovanje za ženskog narodnog zastupnika.“ *Hrvatica*, travanj 1940, god. 2, br. 4), a u kolovozu 1940. Zagorka objelodanjuje da ih je na kraju pristiglo čak 3000 (Urednica. „Izbor ženskog narodnog zastupnika.“ *Hrvatica*, kolovoz 1940, god. 2, br. 8, str. 8). Ne ulazeći u sadržajnu razinu ankete, ovdje valja naglasiti da, osim odaziva, ankete, čini se, nisu bile osobito uspješne jer vjerojatno nisu donijele odgovore koje je Zagorka očekivala (Dujčić, et al. 52–53).²⁰ Posebno je to bilo izraženo u trećoj anketi u kojoj su čitateljice kao idealnu narodnu zastupnicu kandidirale upravo Zagorku, ne uzimajući u obzir da se ona, kao urednica koja je raspisala taj izbor, ne

zakonodavnom tijelu, da imate aktivno i pasivno pravo glasa?“ (Uredništvo. „Odgovorite na ova tri pitanja.“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 17). Druga anketa bila je anketa za učiteljice i majke koje su trebale odgovoriti također na tri pitanja: „Koji školski predmet Vaša djeca najradije uče?“ „Čime se Vaša djeca najradije zabavljaju?“ i „Kakvu osobitu sličnost pokazuje pojedino dijete prema kakvoj umjetnosti, stručnom znanju ili tomu sličnom?“ („Anketa za učiteljice i za majke.“ *Hrvatica*, veljača 1939, god. 1, br. 2, str. 71; „Anketa za učiteljice i za majke.“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4, str. 151). Treća anketa postavila je četiri pitanja: „Koje biste Hrvatice izabrale za narodne zastupnike?“ „Zašto dajete glas i povjerenje gore imenovanoj Hrvatici?“ „Što biste tražili, da ženski narodni zastupnik predloži zakonodavstvu?“ „Ne želite li birati ženskog narodnog zastupnika, objasnite, zašto?“ (Uredništvo. „Izbor ženskih narodnih zastupnika. Velika anketa „Hrvatice.“ *Hrvatica*, veljača 1940, god. 2, br. 2). O anketama također vidjeti u: Dujčić, et al. 51–53; Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 152–53.

²⁰ U prvoj anketi, primjerice, najveći je broj čitateljica odgovorio da bi radije bile majke i kućanice, pa čak i one zaposlene. Druga anketa očito nije polučila veći interes jer Zagorka uopće ne objavljuje odgovore čitateljica, a moglo bi se reći da ni treća anketa nije uspjela jer su čitateljice kao idealnu narodnu zastupnicu izabrale pokretačicu ankete, Zagorku.

može smatrati kandidatkinjom (Urednica. „Izbor ženskog narodnog zastupnika.“ *Hrvatica*, kolovoz 1940, god. 2, br. 8, str. 8). Ipak, izbor Zagorke za idealnu narodnu zastupnicu ukazuje na uzajamno uvažavanje i poštovanje između nje i njezinih čitateljica i suradnica.

2.4. Nagradni natječaji

Zagorka je sa svojim čitateljicama nastojala komunicirati i putem nagradnih natječaja. Pokrenula ih je sedam, od toga čak četiri u prva dva broja, a u njima su mogle sudjelovati samo pretplatnice. Bili su raznoliki – natječaj za najbolju novelu i humoresku, za narodna jela, za narodni jelovnik, za recepte i kućanske savjete, za najbolji i najjeftiniji jelovnik te natječaji nazvani „Moj rodni kraj“ i „Neznana junakinja“. Služili su, smatraju Dujčić et al., ponajprije širenju čitateljske baze i animiranju različitih društvenih slojeva (53), ali jednako tako i jačanju patriotskog duha. To se posebno odnosi na natječaj „Moj rodni kraj“ u kojem se poziva sve pretplatnice koje „ljube svoj dom“ da opišu svoj rodni kraj te na natječaj „Neznana junakinja“ u kojem Zagorka poziva sve čitateljice da joj jave ako su čule ili same bile svjedokinjama progona, patnje ili teških sudbina što su ih podnijele „žene, majke i sestre Hrvatice, zbog vjernosti svojem narodu, ili zato, što su njihovi muževi, sinovi i rođaci bili nepokolebivi u svojoj ljubavi prema hrvatskom narodu“ (Uredništvo. „Nagradni natječaj za ‘Neznanu junakinju.’“ *Hrvatica*, siječanj 1940, god. 2, br. 1, str. 20). Uz to, nagradni su natječaji poticali čitateljice na kreativno izražavanje jer „tko zna, u kojoj od Vas leži sakriveni dar Božji!“ (Urednica. „Veliki nagradni natječaj ‘Hrvatice.’“ *Hrvatica*, ožujak 1939, god. 1, br. 3, str. 91).

Odaziv je na natječaje bio velik. Već je na prvi – za najbolju novelu i humoresku – stigao veliki broj rukopisa („Nagrade ‘Hrvatice’ za novelu i humoresku.“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4, str. 152). Mnogi su nagradni natječaji i produživani na zamolbu čitateljica, iako je, primjerice, na neke od njih, kao što je bio onaj za najbolji „jestvenik“, odnosno za najbolje recepte, do tada već bio prikupljen „lijepi“ broj recepata („Važna poruka Uprave.“ *Hrvatica*, ožujak 1939, god. 1, br. 1). Peti natječaj, „Moj rodni kraj“, imao je, kako se na više mjesta navodi, „rekordni“ odaziv jer su pristigle stotine pisama iz svih krajeva („Natječaj ‘Moj rodni kraj.’“ *Hrvatica*, srpanj 1939, god. 1, br. 7; „Natječaj ‘Moj rodni kraj.’“ *Hrvatica*, kolovoz 1939, god. 1, br. 8, str. 282). Zaprimitelj je čak 531 dopis (Uredništvo. „Moj rodni kraj. Veliki nagradni natječaj ‘Hrvatice.’“ *Hrvatica*, rujanj 1939, god. 1, br. 9, str. 285), pri čemu Uredništvo jako žalilo što su neki ne-

potpisani pa moraju biti diskvalificirani. Neki natječaji nisu imali uspjeha, kao što je bio slučaj s natječajem za recepte i kućanske savjete koji je bio obustavljen, uz naznaku da će biti ponovno objavljen, jer je Zagorka ocijenila da u pozivu na natječaj nije bila dovoljno jasna te su čitateljice umjesto osobnih iskustava u domaćinstvu slale već dobro znane savjete („Nagrade pretplatnicama za jestvenike i recepte.“ *Hrvatica*, lipanj 1939, god. 1, br. 6). Posljednji je natječaj objavljen u zadnjem broju u prosincu 1940. godine pa zapravo nikada nije proveden.

Zagorka je uspostavila vrlo uspješnu komunikaciju sa svojim čitateljicama i suradnicima. Nagrađene radove i recepte objavljuje, ali nastoji nagraditi svaki trud, pa tako autore novela i humoreski koje je ocijenila dobrima, unatoč tomu što u natječaju nisu pobijedili, obavještava posebnim pismom da će im radovi, uz odgovarajući honorar, biti objavljeni u nekom od idućih brojeva („Nagrade ‘Hrvaticе’ za novelu i humoresku.“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4, str. 152). Slično čini i s nenagrađenim rukopisima pristiglim na natječaj „Moj rodni kraj“ koji su na zanimljiv način predstavili neki rodni kraj i/ili njegov narodni običaj („Natječaj ‘Moj rodni kraj’.“ *Hrvatica*, srpanj 1939, god. 1, br. 1). Na čitateljice očito djeluje inspirativno jer su se laćale pisanja, pa čak i one skromna obrazovanja, o čemu, primjerice, svjedoči Kata Petrović:

Poštovana urednice i draga sestro Hrvaticе! Ohrabrena Vašim pozivom uzela sam svoje već davno zardjalo pero da opišem svoj rodni kraj. Evo ja pišem po noći, jer po danu nemam vremena, zaposlena sam svojim seljačkim poslovima, ali ljubav prema mom rodnom kraju, a osobito prema cijeloj mojoj Slavoniji, nuka me, da opišem svoje rodno mjesto. Htjela bih u par crtica iz mog sela prikazati pravu sliku Slavonije i naroda u njoj, kako živi i što mu je teško, to jest, gdje je prava rak-rana. Ne znam, hoće li mi poći za rukom, jer sam svršila samo pučku školu. Ali ne mogu prešutjeti, da mene kao rođenu Slavonku boli, kad se Slavonce nekrive osuđuje, a to obično pišu one osobe, koje ne žive u narodu i s narodom, već su nešto vidili, a nešto čuli, pa onda napisali samo da se napiše o onom, što ne znaju. Mi seljaci na sve to šutimo a nitko ne zna što mislimo. Vi ste me draga sestro naša, ponukali, da pišem i hvala Vam! Gospodja Zlata Markotić iz Vinkovaca je dosta iskreno opisala u Anketi naše „Hrvaticе“ Slavoniju i njen život. Baš mi je milo! ... S poštovanjem Vas pozdravlja Kata Petrović – seljakinja. („Slavonka brani Slavonke.“ *Hrvatica*, studeni 1939, god. 1, br. 11, str. 364–65)

Zagorka čitateljice dodatno motivira za sudjelovanje na natječajima oglašavanjem nagrada. Često su to bile njezine knjige, a katkad i umjetničke slike, zlatna nalivpera, kristalne vaze, vezeni jastučići, gobleni ili rjeđe novčane nagrade.²¹ Moguće da je bila riječ o sponzorima koji su se i inače oglašavali u časopisu. Neke su čitateljice Zagorki i zahvalile na nagradi koju su dobile, kao što to čini spomenuta Kata Petrović iz Vinkovaca koja je Zagorki poslala pismo zahvale za nagradu koju je osvojila u natječaju „Moj rodni kraj“ (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 156), što je još jedna potvrda da se Zagorkina komunikacija s čitateljicama i suradnicama temeljila na obostranom poštovanju.

2.5. Odgovori na upite čitateljica

Zagorka je komunikaciju s čitateljicama nastojala održati i kroz rubriku „Pitajte – Odgovorit će vam se“ koja se pojavljuje samo u prvih šest brojeva. U idućim brojevima odgovori na upite čitateljica bili su razasuti u ostalim rubrikama. Upiti su bili raznovrsni i pristizali su u velikom broju pa Zagorka čitateljice u više navrata moli za strpljenje jer im nije stigla odgovoriti (Zagorka. „Pitajte – Odgovorit će vam se.“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 40; „Pitajte – Odgovorit će vam se.“ *Hrvatica*, travanj 1940, god. 2, br. 4). Već u prvom broju Zagorka tu rubriku koristi kako bi odgovorila na dva pitanja koja joj je uputio veliki broj čitateljica. Prvo je bilo vezano uz vlasništvo nad *Ženskim listom* pa Zagorka pojašnjava da nije nikada bila njegova vlasnica već samo urednica. Drugo se pitanje ticalo niske cijene časopisa, kojoj neke čitateljice prigovaraju „jer se obično cijeni samo ono što je skupo!“, pa Zagorka pojašnjava da razlo-

²¹ Primjerice, nagrada na natječaju za najbolju novelu i humoresku iznosila je 800 dinara – 400 za najbolju novelu, a 400 za najbolju humoresku („Upozoravamo pretplatnice na nagradni natječaj za najbolju novelu i humoresku.“ *Hrvatica*, veljača 1939, god. 1, br. 2). Nagrade za najbolji narodni jelovnik bila su Zagorkina djela: onaj tko pošalje najviše recepata dobit će šest knjiga *Gričke vještice*, dobitnik druge nagrade dobit će Zagorkine romane *Republikanci* i *Na cesti*, a četiri posljednje nagrade čini po jedna knjiga romana *Na cesti* ili *Republikanci*, po izboru dobitnice („Nagradni natječaj za najbolji jelovnik.“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 39). Nagrade za dva najbolja jelovnika na natječaju za recepte i kućanske savjete su kristalne vaze, a za pet najboljih, najoriginalnijih savjeta za kućanstvo vezeni jastuk („Nagradni natječaj.“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4, str. 154). Na natječaju „Moj rodni kraj“ prva nagrada bila je zlatno nalivpero, druga nagrada olovka sa zlatnom drškom, a treća nagrada veliko ulje na platnu. Sljedećih šest dobitnika bit će nagrađeno umjetničkom slikom u okviru, a sljedećih šest Zagorkinim romanom *Kamen na cesti* (Urednica. „Veliki nagradni natječaj ‘Hrvaticе’.“ *Hrvatica*, ožujak 1939, god. 1, br. 3, str. 91). Nagrada za natječaj za „najbolje i najjeftinije jestvenike“ bile su: postolnjak kao prva nagrada, predložak za bojenje (slika Majke Božje Bistričke) za goblen ili vez kao druga nagrada, a pet sudionica će dobiti „krasnu kutiju, izradjenu u narodnom stilu u bojama“ (Uprava *Hrvaticе*. „Nagradni natječaj ‘Hrvaticе’ za najbolje i najjeftinije jestvenike.“ *Hrvatica*, prosinac 1940, god. 2, br. 12, str. 26).

zi pokretanja časopisa nisu materijalistički, već moralni i patriotski (Zagorka. „Pitajte – Odgovorit će vam se. Moj odgovor na dva pitanja.“ *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, str. 40).

Zagorka je za tu rubriku od čitateljica dobivala velik broj pisama, no nije svima uspijevala odgovoriti pa ih stoga traži adrese kako bi im odgovore poslala privatnim kanalima. Činila je to i onda kada je pitanja smatrala preosobnima te je odgovore slala na kućnu adresu ili čak adresu prijateljica, ako je diskrecija trebala biti potpuna. Tim se putem komunikacija odvijala i onda kada je bilo potrebno izbjeći besplatno reklamiranje nekog proizvođača, liječnika ili ustanove („Pitajte – Odgovorit će vam se.“ *Hrvatica*, veljača 1939, god. 1, br. 2).

Pisma čitateljica nisu bila svojstvena samo listovima koje je uređivala Zagorka, već su ga prakticirala i druga uredništva (Najbar-Agičić 148),²² no Zagorka je svakako njihovu prednost vrlo brzo prepoznala te ih je ne samo čitala, nego i čuvala (Najbar-Agičić 153).²³ Kao vid komunikacije koristila ih je i kada je uređivala *Ženski list*. Da je po tome postala prepoznatljiva, svjedoči i činjenica da su pisma čitateljica izostajala u vrijeme kada je izbivala iz redakcije *Ženskog lista* pa je časopis uređivala njezina kolegica Olga Baldić-Bivec (Dujčić i Trgovac Martan 266).

2.6. Pozivi čitateljicama na osobni razgovor s urednicom

Zagorka je čitateljicama i suradnicama nudila mogućnost da je posjete u njezino uredovno vrijeme na adresi Uredništva, na Dolcu broj 8, obično svakog ponedjeljka ili četvrtka od 10 do 12 sati („Pitajte – Odgovorit će vam se.“ *Hrvatica*, travanj 1939, god. 1, br. 4; „Pitajte – Odgovorit će vam se.“ *Hrvatica*, svibanj 1939, god. 1, br. 5), što je jednako tako važan vid komunikacije. Otvara čak mogućnost da čitateljice koje nisu iz Zagreba može primiti i izvan uredovnog vremena. U kojoj su mjeri čitateljice i suradnice tu ponudu koristile, nije poznato.

²² Primjerice, *Jugoslavenska žena* često na svojim stranicama objavljuje i pisma čitateljica koja, navodi Najbar-Agičić (148), govore čak puno više od članaka o stvarnom životu žena u to vrijeme.

²³ Na marginama pisama nalaze se raznovrsne bilješke, na temelju čega se zaključuje da je Zagorka vjerojatno namjeravala na pisma i odgovoriti (Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation* 256–78), a možda je to i činila. Privatna kolekcija Zagorkine korespondencije u vlasništvu je Željka i Marinke Car (Dujčić, et al. 151).

2.7. Reklame i oglasi

U *Hrvatici* se objavljivao i velik broj reklama i oglasa, s kojima se Zagorka već susrela u *Ženskom listu* (Čačić i Hebrang Grgić 21–46). U to su vrijeme, iz financijskih razloga, oglasi u ženskim časopisima već bili prilično uobičajeni (Zubac 73). Čini se da je *Hrvatica* uživala nepoljuljano povjerenje oglašivača, što je ponajprije vidljivo iz njihova često neprekinutog oglašavanja. Tako se, primjerice, Apoteka Praunsperger, Ljekarna Gayer, Ruža šesiri, Parfumerija Hojka, Pomodna kuća Lebinac, Parna bojadisaona i kemička čistiona odijela Jelinek i mnogi drugi u časopisu oglašavaju kontinuirano, iz mjeseca u mjesec. Veliko povjerenje oglašivača vidljivo je i iz broja oglasa i reklama. Od šesnaest reklama u prvom broju, preko četrnaest u drugom broju časopisa, njihov se broj kretao između tridesetak i sedamdesetak, koliko ih je bilo u prosinačkom broju obaju godišta. S obzirom na to da je riječ o božićnom vremenu, povećanje broja reklama razumljivo je, pa i očekivano.

Reklame i oglasi vrlo su raznoliki. U velikom broju javljaju se reklame za proizvode vezane uz kuću i kućanstvo – od građevne stolarije i željezarije preko plina, ugljena, pokućstva, sagova, pa i pokrivača od devine dlake i ćilima od kokosovih vlakana, zastora, luster, svijećnjaka, kuhinjskih potrepština do hrane. Tu su i reklame za kemijske čistionice, sredstva za uništavanje gamadi, dječja kolica i igračke, baterije, kao i sredstva za zaštitu od požara. U jednako tako velikom broju javljaju se i reklame vezane uz modu – od odjeće za djecu, žene i muškarce do krojačkih lutaka, tkanina svih vrsta i vune, boje za tkanine, šešira, cipela, čarapa, krzna, kišobrana i suncobrana. Uz to, svi krojevi na kraju plave *Hrvaticice* mogu se i naručiti pa bi se taj dio *Hrvaticice* mogao smatrati i prostorno najvećom reklamom. Mnoge se reklame odnose na ljepotu i luksuz – reklame za nakit, krzno, parfeme, kreme za lice, tablete za mršavljenje, preparate za tamnjenje kože, bojenje kose i trajnu ondulaciju, aparat za oblikovanje grudi, masažere i slično. Većina potonjih temelji se na slici žene koja je do neke mjere u nesuglasju s već spomenutim programatskim tekstom iz prvog broja *Hrvaticice*, čiji je cilj biti „ogledalo hrvatske žene“. Tako se „požrtvovnim odličnim kćerima hrvatskog naroda“ reklamnim diskursom nameće ideal mlade, lijepe, zdrave i njegovane žene, za koju je ponajprije važno da se sviđi muškarcu, kao što se, primjerice, navodi u reklami za Elida sapune – „Muškarci naročito vole njegovanost, koju postizavate upotrebom zaista odličnog sapuna.“ (*Hrvatica*, travanj 1940, god. 2, br. 4, str. 17). Tipične su to reklame koje se služe različitim stereotipima, raznovrsnim tehnikama zavodjenja, ulagivanja i podilaženja, prodajući zapravo snove

i čežnju za ljubavlju, srećom, obitelji i ljepotom, a ne toliko konkretne proizvode (Zgrabljic Rotar 23). Posebnu kategoriju čine reklame koje se odnose na higijenu i zdravlje – od paste za zube i sapuna, tableta protiv glavobolje, reume, išijasa, gihta i opstipacije, preko reklama za optičara do hormonskih pilula za „seksualnu nervozu“. Jednako su zanimljive i reklame vezane uz zabavu i slobodno vrijeme. Tako nailazimo na reklame za likere, engleski čaj, lutriju, fotoaparate i filmove za fotoaparate, radijske prijarnike, „muzikalije“, odnosno albume pjesama i šlagera, ali i reklame za hotele. Tek rijetki oglasi odnose se na edukaciju, primjerice, onaj o djevojačkom pansionu Lada (*Hrvatica*, srpanj 1940, god. 2, br. 7, str. 50) u zagrebačkoj Savskoj ulici u kojoj su djevojke stjecale razna znanja ili pak oglas za hrvatsko-njemački udžbenik prof. dr. Nemeca u posljednja četiri broja drugog godišta. Zagorka u *Hrvatici* nekoliko puta oglašava i prodaju svojih djela, primjerice, romana *Republikanci* i autobiografije *Kamen na cesti*, povijesnog romana *Vitez slavonske ravni* i brošure *Neznana junakinja hrvatskog naroda* (primjerice, *Hrvatica*, kolovoz 1940, god. 2, br. 8, str. 38).

Većina reklama zauzima manju oglasnu površinu, pa ih se katkad na jednoj stranici nađe i četiri do pet, ali ima i onih koje se protežu na cijeloj stranici, kao što je to, primjerice, reklama za Pomodnu kuću Lebinac (primjerice, *Hrvatica*, siječanj 1939, god. 1, br. 1, 1939, str. 44). Jezik je reklama jednostavan, razumljiv najširoj publici kojoj se *Hrvatica* obraća. U velikom dijelu reklama uz tekst stoji ilustracija, a tek je uz rijetke fotografija, primjerice, fotografija djeteta u reklamama za Knorr (*Hrvatica*, ožujak 1939, god. 1, br. 3, str. 90), izloga u reklamama za modnu trgovinu Paškvan i Udbinac (primjerice, *Hrvatica*, prosinac 1940, god. 1, br. 12, str. 62), hotela u Crikvenici (primjerice, *Hrvatica*, kolovoz 1939, god. 1, br. 8, str. 288), panorame Pregrade (primjerice, *Hrvatica*, srpanj 1939, god. 1, br. 7, str. 269), žene u reklamama za sapun Paracelsus (primjerice, *Hrvatica*, prosinac 1939, god. 1, br. 12, str. 417) ili pak žene, a katkad i žene i muškarca, u reklamama za Niveu (primjerice, *Hrvatica*, svibanj 1940, god. 2, br. 5, str. 11). Moglo bi se zaključiti da je Zagorka na taj način nastojala časopis učiniti vizualno atraktivnim i privlačnim.

Korištenje tog načina komunikacije s čitateljicama nipošto ne čudi ako se u vidu ima činjenica da je Zagorka *Hrvaticu* pokrenula sama, bila joj jedina vlasnica, urednica i nakladnica, te je morala osigurati financiranje časopisa. Može se pretpostaviti da je nad tim kanalom komunikacije s čitateljicama imala najmanju kontrolu te da je možda morala činiti neke ustupke u odnosu na istaknuti cilj lista, što je dobro vidljivo u, primjerice, reklamama koje se odnose na ljepotu

i luksuz. Imajući u vidu da je Zagorka željela stvoriti list koji će imati isključivo nacionalni karakter, jednako je to vidljivo, navode Dujić, et al. (53), i u reklama-
ma koje su nudile proizvode iz tada omražene Njemačke i Austrije ili u reklama-
ma u kojima se čitateljice poticalo na učenje njemačkog jezika.

Zaključak

Iako o uredničkom radu Marije Jurić Zagorke znamo vrlo malo i tek predsto-
je opsežnija istraživanja, činjenica jest da je još iz vremena *Ženskog lista* (Čačić
i Hebrang Grgić 27) Zagorka kao urednica bila prepoznatljiva po važnosti koju
je pridavala interaktivnoj komunikaciji s čitateljicama i suradnicama. Ta se inte-
rakcija odvijala na niz načina koji su u radu detaljno predstavljeni i analizirani,
a riječ je o pozivima na suradnju i pretplatu, zahvalama čitateljicama i pozivima
na evaluaciju časopisa, pokretanju zanimljivih i sadržajno raznolikih anketa,
pozivima na nagradne natječaje različite naravi, odgovaranju na upite čitateljica,
pozivima na razgovor s urednicom, reklamama i oglasima. Zagorka je te načine
komunikacije, čiju je širinu primjene u drugim časopisima toga vremena tek
potrebno detaljnije istražiti, vješto kombinirala, nastojeći potaknuti čitateljice
na aktivno sudjelovanje u stvaranju lista i razvijanje zajedništva, čime ih je osna-
živala za snažniji društveni angažman.

Zagorka s čitateljicama i suradnicama komunicira redovito na način koji je
za njezino vrijeme bio napredan, anticipirajući tako suvremene modele medij-
skog angažmana. Komunikacija s čitateljicama i suradnicama je prisna, topla i
otvorena, ali profesionalna te lišena ulagivanja i lažne kurtoazije, što je omogu-
ćilo dijalog i pridonijelo stvaranju lojalne čitateljske publike. Zagorka je s čita-
teljicama i suradnicama strpljiva, ali i oštra kada je to potrebno. Stalo joj je do
njihova mišljenja, uvažava ih i poštuje, spremna je na ustupke, prihvaća sugesti-
je i kritiku, a sukladno je tome i odnos čitateljica prema njoj pun poštovanja. O
tome svjedoči velik broj pisama zahvale koje je dobivala tijekom izlaženja lista,
ali i pisma potpore koje je dobivala nakon što su ustaške vlasti *Hrvaticu* zabrani-
le. Različitim anketama i nagradnim natječajima nastoji ih osnažiti i osvijestiti
im vlastiti potencijal te važnost borbe za prava i drukčiji položaj žena u društvu.
S obzirom na to da je poznato da su čitateljice *Ženskog lista* taj list masovno
napustile nakon Zagorkina odlaska s mjesta urednice te su se pretplatile na *Hr-
vaticu* i slale brojne dopise, priloge i pisma Uredništvu, može se zaključiti da su
prepoznale značaj časopisa kojim se, uz ostalo, nastojalo utjecati na promjenu
tradicionalnih društvenih normi, odnosno društveno ukorijenjenih rodnih ste-

reotipa. Zagorka uspijeva privući čitateljice iz svih društvenih slojeva, nastojeći da cijena lista bude svima pristupačna. Prilozima koje objavljuje na njih djeluje inspirativno i edukativno te se, kako bi osigurala kontinuitet časopisa, nastoji prilagoditi interesima čitateljica, ali i ograšivača. U prosincu 1940. godine Zagorka je najavila poskupljenje časopisa, očekujući da će i nadalje izlaziti, a samo mjesec dana prije propituje mišljenje svojih čitateljica o njemu, nastojeći ga oblikovati na način da doista zadovolji njihove potrebe. Uredničkih planova je, dakle, imala, no uspostavom Nezavisne Države Hrvatske, planovi su joj uništeni te je to na neki način značilo i kraj njezine novinarske karijere.²⁴ Unatoč tomu, kao prva hrvatska profesionalna novinarka, ostavila je neizbrisiv trag u povijesti novinstva i novinarstva. Zbog toga je, kako je već istaknuto, nezasluženo do sada ostala na marginama znanstvenog interesa. Zagorkin urednički rad, koji se s pravom može smatrati pretečom suvremenih praksi, otvara prostor za daljnja istraživanja njezina iznimnog doprinosa povijesti hrvatskog novinstva i novinarstva. Ovaj rad, usredotočen samo na jedan od aspekata Zagorkina uspješnog uređivanja časopisa – interakciju s čitateljskom publikom i suradnicima – nastoji pridonijeti jasnijem razumijevanju njezina uredničkog djelovanja.

Citirana literatura

- Bibliografija. Djela Marije Jurić Zagorke. Pregled bibliografije.* Centar za ženske studije, 2024. <http://zagorka.net/bibliografija/> Pristupljeno 22. listopada 2024.
- Bjelanović, Maris. *Ženski list Marije Jurić Zagorke – prva publikacija za žene u povijesti hrvatskog novinarstva: diplomski rad.* Sveučilište u Dubrovniku, 2022.
- Brunčić, Dubravka i Suzana Coha. „U funkciji (na)roda: koncepti ženskoga identiteta u časopisu *Hrvatica* Marije Jurić Zagorke.“ *Ženski pokret (1920 – 1938): zbornik radova*, uredile Jelena Milinković i Žarka Svirčev, Institut za književnost i umetnost, 2021, str. 515–32.
- Coha, Suzana. 2008. „Konstrukcija i reprezentacija identiteta u Zagorkinom *Ženskom listu*.“ *Neznana junakinja: nova čitanja Zagorke: radovi sa znanstvenog skupa Marija Jurić Zagorka: život, djelo, nasljeđe*, uredile Maša Grdešić i Slavica Jakobović Fribec, Centar za ženske studije, 2008, str. 257–97.
- Ćaćić, Marta. *Ženski list (1925. – 1938.): izazovi i promjene nakladničke djelatnosti časopisa za žene: diplomski rad.* Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2023.
- Ćaćić, Marta i Ivana Hebrang Grgić. „Ženski list: urednički pristup Marije Jurić Zagorke.“ *Libellarium*, sv. 15, br. 1, 2024, str. 21–46.

²⁴ Dolaskom ustaša na vlast cjelokupni je hrvatski građanski tisak i građansko novinarstvo doživjelo krah. Većina će dotadašnjih listova prestati izlaziti, a pojavit će se neki novi koji će obilježiti razdoblje ustaške vladavine (Novak 243–45; 267–69).

- Dujić, Lidija, et. al. „Hrvatica – list za ženu i dom.“ *Kako će to biti divno! Uzduž i poprijeko. Brak, zakon i intimno građanstvo u povijesnoj i suvremenoj perspektivi*, uredila Anita Dremel, et. al., Centar za ženske studije, 2015, str. 45–58.
- Dujić, Lidija, i Slavica Trgovac Martan. „Prikaz novinarskog stvaralaštva Marije Jurić Zagorke u autobiografskim zapisima.“ *Medijski dijalozi: časopis za istraživanje medija i društva*. sv. 9, br. 25, 2016, str. 247–72.
- Hergešić, Ivo. „Predgovor.“ Marija Jurić Zagorka, *Tajna krvavog mosta*, uredio Marijan Sinković, Stvarnost, 1979, str. V –XXXVI.
- Horvat, Josip. *Povijest novinstva Hrvatske 1771. – 1939*. Golden marketing – Tehnička knjiga, 2003.
- Hrvatica: časopis za ženu i dom*, siječanj 1939 – prosinac 1940. <http://dnc.nsk.hr/journals/librarytitle.aspx?id=23ec3af4-8916-49fe-839c-8eca24fa4432#> Pristupljeno travanj – rujan 2024.
- Hrvatska enciklopedija. Mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža*, 2013. – 2024. <https://enciklopedija.hr/clanak/juric-marija-zagorka> Pristupljeno 19. ožujka 2024.
- Hrvatski biografski leksikon. Mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža*, 1983–2024. <https://hbl.lzmk.hr/clanak/juric-marija-zagorka> Pristupljeno 19. ožujka 2024.
- Jurić Zagorka, Marija. „Što je moja krivnja?.“ *Autobiografije hrvatskih pisaca*, priredio Vinko Brešić, AGM, 1997, str. 451–99.
- Lasić, Stanko. *Književni počeci Marije Jurić Zagorke (1873 –1910). Uvod u monografiju. Znanje Zagreb*, 1986.
- Lončarić, Monika. *Usporedba kodova ženstvenosti u opusu Marije Jurić Zagorke: diplomski rad*. Sveučilište u Zagrebu, 2013.
- Majhen, Nikolina. *Borba protiv rodnih i nacionalnih stereotipa u časopisu Hrvatica Marije Jurić Zagorke: diplomski rad*. Sveučilište Sjever, 2020.
- Malović, Stjepan. *Osnove novinarstva*. Golden marketing – Tehnička knjiga, 2015.
- Mann, Jolán. „Mađarske teme u novinarsko-izvjestiteljskim tekstovima Marije Jurić Zagorke.“ *Neznana junakinja – nova čitanja Zagorke: radovi sa znanstvenog skupa „Marija Jurić Zagorka – život, djelo, naslijeđe“ održanog 30. 11. i 1. 12. u Zagrebu u okviru Dana Marije Jurić Zagorke*, uredile Maša Grdešić i Slavica Jakobović Fribec, Centar za ženske studije, 2008, str. 61–85.
- Markiš, Natalija. *Povijest hrvatskog novinarstva u vrijeme Marije Jurić Zagorke: završni rad*. Sveučilište Sjever, 2018.
- Markuš, Ana. *Uredništvo Marije Jurić Zagorke u „Ženskom listu“: završni rad*. Sveučilište Sjever, 2022.
- Najbar-Agičić, Magdalena. *Povijest novinarstva: kratki pregled*. Sveučilište Sjever, 2015.
- Norac-Kevo, Pavo. „Časopis Hrvatica: očuvanje hrvatskoga identiteta i domoljublja među iseljenim Hrvaticama.“ *Kroatologija: časopis za hrvatsku kulturu Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu*, sv. 14, br. 2, 2023, str. 233–42.
- Novak, Božidar. *Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću*. Golden marketing – Tehnička knjiga, 2005.

- Proleksis enciklopedija online. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2024. <https://proleksis.lzmk.hr/29459/>. Pristupljeno 19. ožujka 2024.*
- Tkalec, Gordana i Željko Krušelj. *Uredništvo – koncepti uređivanja u preddigitalno i digitalno doba*, Sveučilište Sjever, 2019.
- Trgovac Martan, Slavica. *Prikaz novinarskog stvaralaštva Marije Jurić Zagorke u autobiografskim zapisima: završni rad*. Sveučilište Sjever, 2015.
- Vitković, Đurđica. *Marija Jurić Zagorka – između vlastita života i borbe za prava žena u Hrvatskoj: diplomski rad*. Fakultet Hrvatskih studija, 2020.
- Vujnović, Marina. *Forging the Bubikopf Nation: A Feminist Political–Economic Analysis of Ženski list, Interwar Croatia’s Women’s Magazine, for the Construction of an Alternative Vision of Modernity: Doctoral Thesis*. University of Iowa, 2008, https://iro.uiowa.edu/esploro/outputs/doctoral/Forging-the-Bubikopf-nation-a-feminist/9983776815202771?institution=01IOWA_INST. Pristupljeno 30. travnja 2024.
- . „The Emergence of Ženski List in the Context of Interwar Croatia and the Bubikopf Debate.“ *Neznana junakinja – nova čitanja Zagorke. Radovi sa znanstvenog skupa „Marija Jurić Zagorka – život, djelo, naslijeđe“ održanog 30. 11. i 1. 12. u Zagrebu u okviru Dana Marije Jurić Zagorke*, uredile Maša Grdešić i Slavica Jakobović Fribec, Centar za ženske studije, 2008, str. 237–56.
- Zgrabljic Rotar, Nada. „Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji.“ *Medijska pismenost i civilno društvo: zbornik*, uredila Nada Zgrabljic Rotar, Media-centar, 2005, str. 9–43.
- Zubac, Andreja. „Kultura javne riječi ženskih časopisa od 1840. do 1970. godine.“ *Knjižničarstvo*, sv. 20, br. 2, 2016, str. 71–98.

“READ *HRVATICA!*” COMMUNICATION METHODS OF MARIJA JURIĆ ZAGORKA IN BUILDING A NETWORK OF READERS AND CONTRIBUTORS

Abstract

Jelena LAKUŠ

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Humanities and Social Sciences
Lorenza Jägera 9
jlakus@ffos.hr

Dunja LAKUŠ

RTL
Krapinska 45
HR – 10 000 Zagreb
dunja.lakus@rtl.hr

This article analyzes various methods of communication—such as appeals for subscription and collaboration, expressions of gratitude to readers, invitations for feedback, surveys, prize competitions, responses to letters, advertisements and commercial notices, as well as personal encounters with readers—which Marija Jurić Zagorka, the first professional female journalist in Croatia, employed as the editor of the magazine *Hrvatica*. Her aim was to foster active interaction with both readers and contributors. In doing so, she not only encouraged women to participate in the creation of the magazine but also nurtured a sense of community and empowered them toward greater social engagement. Zagorka’s interaction with her reading audience was marked by a warm and open, yet professional tone that facilitated dialogue and contributed to the development of a loyal readership. She shaped *Hrvatica* into a dynamic and participatory magazine intended for women across different social strata. The article highlights Zagorka’s exceptional editorial skills, evident in her ability to adapt content to the interests of her readers and in her pragmatic compromises essential to ensuring the continuity of the publication. It also emphasizes that Zagorka’s editorial work was a precursor to modern editorial and communication practices, underscoring the need for further research into her significant contributions to the history of Croatian print media and journalism. At the same time, by analyzing how readers perceived, interpreted, and actively shaped the content of *Hrvatica*, this article not only contributes to the understanding of the history of reading but also provides a framework for further research into the interaction between magazine editorial boards and their readership.

Keywords: Marija Jurić Zagorka, communication channels, journalism, editorial policy, *Hrvatica*, history of reading