

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odjel za povijest

Lorena Đurina

DIPLOMSKI RAD

**REPREZENTACIJA TIJELA U MEĐURATNIM
ILUSTRIRANIM ČASOPISIMA**

Mentorica: doc.dr.sc. Ida Ograjšek Gorenjak

Zagreb, rujan 2018.

Sažetak rada

Tema rada je reprezentacija tijela u časopisima *Svijet* i *Ženski list* koji su izlazili između dva svjetska rata. Cilj rada je prikazati promjene u reprezentaciji tijela, promjene svijesti žena i muškaraca o tijelu te na koji način su časopisi prezentirali odnos prema tijelu.

Dvadesete godine koje se često nazivaju „ludim dvadesetima“, period su kada se primjećuje veliki raskorak u promjeni položaja žene i njezinog prikaza, a koji se nastavio i u tridesetima. Nova moda, frizura, javljanje nove percepcije ljepote, odnos prema zdravlju, briga o tijelu te „nova žena“, promjene su iščitane iz časopisa *Svijet* i *Ženski list*, a utjecale su na odnos prema tijelu i njegovu reprezentaciju. Glavne strategije prijenosa novog koncepta ljepote bila je rastuća kozmetička i filmska industrija te modeli i izbor za Miss. Iz reprezentacije tijela i jezika, odnosno sadržaja u časopisima se može primijetiti da su novi trendovi predstavljeni kao izvor sreće i mladolikosti. Takvi pristupi poticali su na promjene, razmišljanje i imperativ novog izgleda tijela, što će se analizirati u odabranim temama u poglavljima rada.

Ključne riječi: tijelo, imperativ ljepote, bubikopf, konfuzija spolova, nova percepcija

Summary

The topic of this paper was the representation of body in magazines *Svijet i Zenski list* which were published between the two world wars. The aim of the paper was to show the changes in the representation of the body, the change of consciousness in women and men and the way magazines represented the relationship towards the body.

„Roaring Twenties“ were a period in which you can notice the most significant gap towards the change of the position of women and their representation, which also continued in the next decade. New fashion, hairstyles, the beginning of a new perception of beauty, the attitude towards health, care of the body and a „new woman“ are all the changes which can be seen in the magazines used for this paper. All those changes influenced the attitude towards the body and its representation. The growing cosmetic and film industry as well as models and beauty pageants were main strategies used for transferring this new concept of beauty. It can be observed from the content of the magazines, mainly the representation of the body and language, that new trends were seen as a source of happiness and youthfulness. This kind of approach encouraged change, consideration and imperative of the new perspective of the body which was analyzed in certain chapters of this paper.

Keywords: body, imperative of beauty, bubikopf, confusion of the sexes, new perception

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Tijela u povijesti	2
2.1. Tijelo u međuraću	4
3. Časopisi- <i>Svijet</i> i <i>Ženski list</i>	7
4. Moda	12
5. Kosa	24
6. Ljepota	28
7. Sport i zdravlje	39
8. Zaključak	45
9. Izvori i literatura	47

Prilozi

Slika 1. Slika Otta Antoninija na naslovnici časopisa <i>Svijet</i> (<i>Svijet</i> , 8/4; 1933.)	9
Slika 2. Naslovnica časopisa <i>Ženski list za modu, zabavu i kućanstvo</i> (<i>Ženski list</i> , 8/3; 1932.)....	11
Slika 3. Moda večernjih haljina dvadesetih godina (<i>Ženski list</i> , 4/2, 1928.: 15.).....	14
Slika 4. Moda večernjih haljina u tridesetim godinama (<i>Ženski list</i> , 9/1, 1933.: 9.).....	18
Slika 5. Glumica Sari Maritza u večernjoj haljini (<i>Svijet</i> , 8/25, 1933.: 524.)	18
Slika 6. Život na kupalištu (<i>Svijet</i> , 8/6, 1933.: 113.)	20
Slika 7. Nova moda frizure u tridesetim godinama (<i>Svijet</i> , 8/19, 1933.: 381.).....	27
Slika 8. Američke kandidatkinje na izboru za „Miss Floride“ (<i>Svijet</i> , 8/19, 1933.: 385.)	38
Slika 9. Europske kandidatkinje na izboru za „Miss Europe“ (<i>Svijet</i> , 8/23, 1933.: 479.).....	38
Slika 10. Grupa sportaša i sportašica na turniru (<i>Ženski list</i> , 5/4, 1929.: 18.).....	40
Slika 11. Prvak A. Štrban na motociklističkim utrkama u Zagrebu (<i>Svijet</i> , 3/22, 1928.: 489.).....	41
Slika 12. Pobjednik Primo Carnera, prvak svijeta u boksu (<i>Svijet</i> , 8/3, 1933.: 54.)	41

1. Uvod

Tijelo koje dolazi od grčke riječi σῶμα¹ ne znači samo tijelo čovjeka, već predstavlja njegovu ukupnu cjelinu i život koji se mijenjao tijekom povijesti. Tijelo kao društveni, politički, kulturni proizvod mijenjao je svoju smisao s promjenama vremena. Različita okruženja, to jest društvo i kultura, oblikovali su ga i upravljali njegovim određenjima, normama i funkcijama.² U skladu s time, oblikovani su društveni položaji, poretci, uloge i ostalo. Tijelo bez obzira na svoja svojstva ima svoju fizičku, materijalnu, ekonomsku, političku, kulturnu povijest te je dugo bilo zanemareno od strane historiografa. Istražujući tijelo, njegove navike, osjećaje, duhovni život, imamo priliku vjerodostojnije razumjeti određeno vrijeme.

Prikaz tijela naročito se mijenjao u 20. stoljeću, u vrijeme kada se istovremeno javlja kult tijela i emancipacija žena. Ovaj rad nastoji istražiti trendove i promjene u reprezentaciji i percepciji tijela u međuratnom razdoblju. Bazira se na analizi dva tadašnja popularna i visokotiražna časopisa: *Svijet* i *Ženski list*. Cilj rada je usporediti pristup časopisa, izdvojiti glavne teme u kojima se diskutira o tijelu te analizirati slikovni materijal i jezik kojim se konstruirao odnos prema tijelu.

¹ σῶμα, τὸ, 1) u *Hom.* Mrtvo tijelo, strvina. 2) *uopće* tijelo; čovjek, osoba; život. 3) cjelina, glavna stvar. Majnarić, Gorski, Grčko-hrvatski rječnik, 405.

² Perrot, „Žensko tijelo“, 273.

2. Tijelo u povijesti

Na povijest tijela utjecala je kultura društva koja se mijenjala iz razdoblja u razdoblje. Dok se u vrijeme drevnih civilizacija štovalo prirodno tijelo i prirodna ljepota, u srednjem vijeku tijelo je bilo oklop koji je gušio dušu.³ U doba Aristotela poželjne karakteristike žena i jedine njima dostupne karakteristike bile su poniznost, šutljivost, skromnost, a za muškarca snaga, znanje, muževnost i hrabrost. Aristotel je tvrdio da majka porođajem daje tijelo, a da otac to tijelo uređuje i daje mu oblik. Srednjovjekovno pak polazište čovjeka je odvajanje tijela od duha. Dualizam, dvije odvojene stvari, um i tijelo, i njihov jaz vidljiv je i u 17. stoljeću. Smatralo se da je um predstavljao muškarca, a tijelo ženu.⁴ Razdoblja propisanih normi u kojem su čovjek i njegovo tijelo bili pasivni receptori već utvrđenih pravila trajali su sve do 20. stoljeća u kojem je počeo period oslobađanje tijela i individualnih afirmacija kojima su ljudi, napose žene napokon dobivali priliku raditi na sebi i stvarati vlastito ja. Društvene norme postojale su i u 20. stoljeću, no sve više su jačale težnje k slobodi odlučivanja i odmicanju od društveno propisanih ponašanja, odijevanja, izgleda i sl. Ključne norme bile su one koje su činile razliku između muškaraca i žena. Višestoljetni dualizam ima za posljedicu da se muškarci oduvijek identificiraju kao stabilna, superiorna, obrazovanija, vječna bića dostojna sudjelovanja raznih važnih događanja. S druge strane žene su smatrane strastvenim subjektima krhkih, nepouzdanih i nesavršenih tijela. Vrijednost ženskog tijela prosuđivala se u okvirima „prirodne nejednakosti“.⁵ Različitost identiteta prisutna je sve do danas. Žensko tijelo povezuje se najviše s marketinškim prezentacijama, seksualnošću, tjelesnošću, modom, kozmetikom i sličnim stereotipima koji su većinom usmjereni k ženi kao tjelesnom objektu. Ista situacija bila je prisutna u 19. stoljeću, kada je bila prisutna predodžba o ženi kao profinjenoj udanoj domaćici koja svoje vrijeme posvećuje društvenom životu te požrtvovnošću brine za kuću i djecu. S druge strane stoji predodžba o razumnom muškarcu koji brine za obitelj.⁶ Tijelo žene pripada i privatnoj i javnoj sferi no u slučaju pojavljivanja žene u javnosti u sklopu političkog ili drugog istupa ili jednostavno aktivnog djelovanja neke žene, poput Marije Jurić Zagorke, reakcije su najčešće su bile- ignoriranje. Percepcija tijela, odnosno „prirodna nejednakost“ bila je rezultat društvenih mjerila koja se pružaju tijekom svakog povijesnog razdoblja.

³ Cvitan Černelić, „Tijelo i njegova povijest“, 261.

⁴ Kuvač-Levačić, Vulelija, „Koncept ontološkog tijela u prozama hrvatskih spisateljica prve polovice 20. stoljeća“, 176-177.

⁵ Bećirbašić, *Tijelo, ženskost i moć*, 15-21.

⁶ Ograjšek Gorenja, *Opasne iluzije-rodni stereotipi u međuratnoj Jugoslaviji*, 34.

Tijelo je često bilo zanemareno kao predmet istraživanja povjesničara koji su mu najčešće pristupili strogo esencijalistički, promatrajući ga isključivo kroz njegovu biološku funkciju. Poticaj istraživanju tijela kao historijske kategorije dao je Michel Foucault upozorivši na odnos tijela i moći i uvevši novi pojam tzv. „biopower.“⁷ On naglašava da različiti centri moći kroz demokratske, kulturne, zdravstvene, ekonomske i druge mjere utječu na normatizaciju i oblikovanje tijela. Primjerice krajem 19. i u prvoj polovici 20. stoljeća nacionalne države nastoje uspostaviti kontrolu nad produkcijom i reprodukcijom nacionalnog korpusa. Tijela se promatraju i mjere, nameću se ili preporučuju kodeksi oblačenja, vježbanja, ili pravilne prehrane, a sve u cilju postizanja zdrave, produktivne i brojne nacije. Nadalje, tijelo utjelovljuje društvene procese koji ga oblikuju i usmjeruju. te predstavlja vrlo bitan izvor za proučavanje identiteta. Iz njegove reprezentacije ili performanse mogle su se iščitati informacije o vodećim kulturnim procesima, društvenim preprekama, stereotipima i sl.⁸

Novi zaokret u istraživanju tijela dao je konstruktivistički pristup Nove kulturne povijesti. Njihovo istraživanje prekoračuje kategoričke načine promišljanja, a tijelo se više ne promatra kao isključivo biološki entitet. Oni naglašavaju da tijelo ne čine samo izvanjske, fizičke pojavnosti, već i unutrašnje reakcije poput osjećaja, razmišljanja i maštanja. Stoga smatraju da se tijelo oblikuje nizom simboličkih praksi i imaginacija. Time je tijelo postalo diskurs, autonoman predmet istraživanja i izvor mnogih informacija, a zadatak povjesničara je dekonstruirati proces njegovog oblikovanja. Ovakav pristup imao je svoja ograničenja, primjerice u uspostavljanju suodnosa između tijela kao diskursa i stvarnosti, odnosno realnosti u kojoj je tijelo djelovalo.⁹

Interes za povijest tijela u zadnjih desetak godina manji je u obimu, ali disperzivan u pristupima. Sada su se iskristalizirala barem tri gledišta ili smjera proučavanja tijela. Jedan dio povjesničara nikada nije niti prihvatio zaokret prema tijelu nastao pod utjecajem Michela Foucaulta. Oni su nastavili sa strogo esencijalističkim pristupom, promatrajući tijelo kroz biološku funkciju.¹⁰ Drugi dio je razvio „prezentacionalistički“ pristup s ciljem premošćivanja razlika između jezika i stvarnosti pri čemu nerijetko upadaju u zamku ahistorizma. Treća

⁷ Cooter, „The turn of the body: history and the politics of the corporeal, 395.

⁸ Isto, 395-396.

⁹ Isto.

¹⁰ Isto, 399.

grupacija se usredotočila na razvoj medicine, genetike, farmacije i IT industrije i njihova utjecaj na tijelo u sadašnjosti i u budućnosti.¹¹

Ovaj rad se teorijski bazira na pristupima Nove kulturne povijesti i djelomično na Foucaultovom pristupu. Analizom časopisa dekonstruirat će se jezik i prakse kojima se oblikovala reprezentacija tijela u međuratnom razdoblju, a te će se promjene nastojati objasniti u kontekstu društvenih, kulturnih i ekonomskih procesa toga razdoblja.

2.1. Tijelo u međuraću

Reprezentacija i percepcija tijela u međuraću doživljava vidljive promjene pod utjecajem dva glavna procesa- razvojem nacionalne i socijalne države koje pokazuju brigu za kvantitetu i kvalitetu tijela svojih građana te rastućom emancipacijom žena.

Nakon Prvog svjetskog rata, europske države težile su k oporavku, naročito oporavku brojčanog stanja i zdravlja stanovništva. Manjak radne snage i veliki broj radnih invalida potaknuo je pronatalitetnu i zdravstvenu politiku koja je od žena zahtijevala da postanu proizvođači djece. Pad nataliteta pojavio se još prije Prvog svjetskog rata, koji se uvelike nastavio za vrijeme i nakon rata. Takva situacija prouzročila je stanje napetosti i nesigurnosti u kojemu su nacionalne države postojale u međusobnom suparništvu. Nakon rata, države su pokušale ispraviti pad nataliteta osnivanjem ministarstva zdravstva i promicanjem obiteljske vrijednosti.¹² Države su smatrale da broj i zdravlje stanovnika čini zemlju vojno i nacionalno sigurnom te nadmoćnijom.¹³ Takva svijest kružila je cijelom Europom, napose u Njemačkoj u kojoj je Hitler zdravlje uspoređivao s pravom na život govoreći da „ako nekome nedostaje snage za njegovo vlastito zdravlje, u ovom svijetu borbe, on gubi pravo na život.“¹⁴ Nadalje, briga tijela postala je opće prihvaćena zadaća ljudi, a takva politika, nastala kao posljedica nacionalnih ambicija, uvedena je i krajem 19. stoljeća, potičući brigu o tijelu kroz vježbanje, savjete o oblačenju, hrani i sl.¹⁵ Cilj je bio postići veću produktivnost koja bi unaprijedila društveni poredak i sigurnost države.

¹¹ Cooter, „The turn of the body: history and the politics of the corporeal, 399.

¹² Mazower, *Mračni kontinent- Europsko dvadeseto stoljeće*, 84.

¹³ Isto, 88.

¹⁴ Isto, 83.

¹⁵ Cooter, „The turn of the body: history and the politics of the corporeal“, 395.

Uz to, međuratno razdoblje je bilo vrijeme snažne emancipacije. Uloga spolova uvelike se promijenila tijekom i nakon Prvog svjetskog rata. Sela su ostala bez muške snage, a dio njihovih vlasti i zadaća prenio se na žene. Takvi događaji promijenili su život i ravnotežu unutar obitelji, čije promjene su se osjetile i nakon rata. Muškarci su se vratili s bojišta, a u gradovima i selima naišli su na žene u hlačama koje upravljaju automobilima, tramvajima, nose uniforme, rade teške fizičke poslove tvornicama i sl. Manjkom funkcionalne radne snage nakon Prvog svjetskog rata, žene su uključene u aktivan život i rad u tvornicama.¹⁶ One se sve više javljaju u javnim štrajkovima i javnom životu, a pojavljuju se kao kratko ošišane i hrabre aktivne žene koje se bore za što veću jednakost u društvu. Kao posljedica promjena javila se „nova žena“ željna obrazovanja, neovisna, kreativna i slobodnija.¹⁷ Napokon, razdoblje nakon Prvog svjetskog obilježeno je širokom političkom demokratizacijom društva, a žene su u brojnim zemljama dobile pravo glasa ili su barem organizirale aktivne pokrete u svrhu stjecanja sufražetskih prava.

Posljedica ovih procesa je promicanje ideje pokretljivog, slobodnog i neovisnog ženskog tijela. Emancipacija je mijenjala odnos prema tijelu žene, njegovu pokretljivosti i naravno- modu.

Tijekom prve polovice 20. stoljeća dolazi do velikih promjena u ženskoj modi koje su imale za posljedicu oslobađanje ženskog tijela. U skladu s promjenama vizualan identitet postao je vrlo bitan. U 19. stoljeću žena je svojom odjećom pokazivala status obitelji, odnosno muškarca¹⁸ koji joj je nametnuo određene tradicijske okvire. Odbacujući neudobne korzete i teške krinoline u kojima im je zdravlje bilo često narušeno, žene počinju stvarati potpuno novu sliku o sebi te time traže svoje mjesto u društvu. Promjene vizualnih odjevnih predmeta koji su se mijenjali u korist udobnosti i lakšoj pokretljivosti na kratko je zaustavio Prvi svjetski rat koji je uspio donijeti radikalnije promjene u percepcijama tijela koja su postala sve izloženija pogledima. Haljine i suknje se skraćuju do koljena kao znak poslijeratne slobode i nove uloge

¹⁶ Perrot, *Moja povijest žena*, 139.

¹⁷ Škulac, „Društvene promjene i njihov odraz na dizajn ženske odjeće od XIX. stoljeća do početka Drugog svjetskog rata“, 73.

¹⁸ Škulac, „Društvene promjene i njihov odraz na dizajn ženske odjeće od XIX. stoljeća do početka Drugog svjetskog rata 65.

žene u društvu.¹⁹ Skraćivanjem haljina, skraćuje se i duga kosa koja je dugo predstavljala ženstvenost. Do tada pokriveno tijelo oslobođeno je dotadašnjeg skrivanja te je postalo izloženo pogledima. Noge, ruke, vrat bili su vidljivi ne samo muževima u kućanstvima, već i običnim prolaznicima na ulici, radnicima u tvornicama, konobarima u kavanama, na plesovima i sl. Uz novu modu, do izražaja je dolazila industrija kozmetike. Novo postavljene ideali ljepote prezentirani su kao obaveza nametnuta od strane novih proizvoda. Pritisak stvoren od strane brojnih kozmetičkih reklama, učinio je društvo potrošačkim i samim time utjecao na odnos prema tijelu. U skladu s novim promjenama koncepti ljepote utjecali su na prihvaćenost samoga sebe.

Novo promjene nisu olako prihvaćene. Oslobođanje svoga tijela žena je svojom frizurom i odjećom koja nije isticala bokove i struk podsjećala na muškarce. Nadalje, vidjeti ženu u hlačama, naslonjenu na automobil s cigaretom u ruci izazivalo je ponegdje čuđenje i neodobranje najčešće od strane katoličkih i protestantskih društava te samih muškaraca koji su odbijali prihvatiti sliku „nove žene“. Nerijetko su optuživane da svojom kratkom kosom, hlačama, pušenjem i bavljenjem sportom sve više slične na svoje muževe te time ugrožavaju njihov autoritet i stvaraju konfuziju spolova.²⁰

Dvadesetih godina prošlog stoljeća, žena se okreće prema promjenama svoga tijela. Ona šiša svoju kosu do razine uha, depilira dlačice na nogama i ispod pazuha, čupa obrve, sunča se kako bi imala preplanuli ten i sl. Mršavost tijela postaje sve privlačnija kao i duge noge, izduženost tijela i velike usne, a grubi korzeti se odbacuju.²¹ Takva žena osjeća se modernom i samostalnom te postaje svjesna svoga tijela i ljepote, a individualnom afirmacijom postupno su se počele brisati nametnute norme. Postižući sve veću samostalnost prvotno je bilo potrebno postići dobar osjećaj u vlastitoj koži, znati se nositi sa samim sobom i okolinom te potvrditi svoj identitet.²² Novim modernim stilom odjeće, šminke, frizure i ostalim vanjskim načinima uređenja, žene su postizale vlastitu slobodu i nadilazile kolektivne norme i njihov utjecaj. Dvadesete godine bile su početak promjene s kojom institucije, društvo i kultura više nisu mogli nametati određeni izgled, ponašanje i kretanje kojima su žene u prijašnjim godinama osjećale

¹⁹Škulac, „Društvene promjene i njihov odraz na dizajn ženske odjeće od XIX. stoljeća do početka Drugog svjetskog rata“, 77.

²⁰ „Bubikopf ili duga kosa“, *Ženski list*, 8/12 (1932): 37.

²¹ Perrot, „Žensko tijelo“, 274.

²² Vigarello, „Demokratizirana ljepota?“, 263.

pripadnost u društvu.²³ Bitno je bilo osjetiti pripadnost svoga tijela s duhom, a onda osjećati pripadnost kolektiva. Samostalni pojedinac bio je tada preteča demokratskog budućeg svijeta do kojeg je dolazio postepeno kreirajući vlastito „ja“ u društvu, odmičući se od stereotipno nametnutih mjerila pod kojima je dugo bio rob. Tijelo kao predmet istraživanja do dugo nije shvaćano kao slika koja može reprezentirati značenje, svrhu i oblik povijest.²⁴ Upravo tijelo kao jedinica sama za sebe istraživanjem može biti izvor mnogih povijesnih informacija i novih slika.

3. Časopisi- *Svijet* i *Ženski list*

Tjednik *Svijet* koji je ilustrirao i grafički oblikovao Otto Antonini, počeo je izlaziti 6. veljače 1926. godine, a izlazio je sve do 1936. godine. Bio je to prvi moderni i društveni časopis suvremeno koncipiran, namijenjen, kako sam naslov kaže, svijetu odnosno širokoj publici. Pokretač časopisa, spomenuti, Otto Antonini bio je ujedno prvi urednik, a zadržao se na toj poziciji do 1933. godine, kada ga mijenja Pavao Gavranović koji je također svojim grafičkim dizajnom držao časopis *Svijet* u rangu europskih časopisa toga vremena.²⁵ Vremensko razdoblje u kojem je časopis počeo izlaziti zanimljivo je iz više razloga. Javlja se novi plesovi za kojima je društvo bilo zalučeno. Jazz glazba svira iz svakog kafića, žene skraćuju kosu, a isto tako opasno skraćuju suknje i haljine. Utjecaj umjetničkog pravca *art déco* 20-ih i 30-ih godina, također je imao svoj utjecaj na časopis. Mnogim karikaturama, portretima i ilustracijama časopis *Svijet* promovirao je moderne likove, napose ženu koja je bila ikona umjetničkog stila *art déco* s kojim se u časopisu promovirao simbol modernog vremena. Sve popularniji su bili izbori za Miss, revije, automobilističke utrke, a avion i cepelin unijeli su velike promjene u prometu. Upravo za časopis *Svijet* možemo reći da je predstavnik tog stilskeg razdoblja i druge polovice ludihi dvadesetih, kako su ih nazivali, a njegov pokretač Otto Antonini zaslužan je za promoviranje tog umjetničkog stila na hrvatsko kulturnom prostoru i društvu.

Časopis je izlazio svih deset godina jednom tjedno svake subote. Izdavač kako tjednika *Svijet*, tako i *Ženskog lista za modu, zabavu i kućanstvo* bio je grafičko- nakladni zavod Tipografija d.d. u Zagrebu. Tada jedna od najvećih izdavačkih lanaca u državi, osnovana 1920.

²³ Vigarello, „Demokratizirana ljepota?“, 263.

²⁴ Cooter, „The turn of the body: history and the politics of the corporeal“, 399.

²⁵ Kružić, „Doza konkretne umjetnosti“.

godine, a uz *Svijet* i *Ženski list* izdavala je još tada popularni *Večernji list* i *Jutarnji list* te *Obzor*. Unatoč navedenim popularnim časopisima te drugim listovima na prostoru države, poput dnevnika *Novosti* i popularnog polumjesečnika *Kulis*, tjednik *Svijet* bio je najpopularniji i isticao se od drugih upravo zbog svojih ilustracija kojima su Antonini i njegovi nasljednici dali časopisu novu dimenziju i bili u koraku sa svjetskim listovima toga vremena.²⁶

Svijet je bio suvremeno koncipiran po uzoru na europske i svjetske časopise, a bio je namijenjen širokoj publici, donoseći aktualne svjetske i domaće informacije koje su bile popraćene vjernim fotografijama ili ilustracijama. Čitali su ga djevojke, mladići, oženjeni muškarci i udane žene. Osim toga, namijenjen je bio mlađim i starijim uzrastima. Društveno osmišljen sadržaj usmjeren na modu, zabavu, tradicijske običaje, glazbu, umjetnost, politiku, arhitekturu, svjetske događaje, s romanima u nastavcima, u to vrijeme bio je primjer pravog modernog časopisa 20-ih i 30-ih godina prošlog stoljeća. Svojim sadržajem zasigurno je mijenjao društvo, odnosno kulturu i navike onih ljudi na ovom prostoru koji su provodili vrijeme čitajući ga. Stranice časopisa jednog polugodišta numerički su tekle od početnog do zadnjeg broja. Cilj takvog načina numeriranja bio je uvezivati polugodišta i čuvati ih u domaćinstvima s ciljem povećavanja kućne biblioteke. Time je časopis mogao ući u obiteljsku atmosferu doma i postati štampa koju čitateljska publika nije listala samo onda kada je broj izašao, već i dugo nakon toga te time postati dio obiteljskog okruženja, a ne biti običan časopis.

Veliku pozornost daje se ljepoti, bila ona dječja, ženska ili muška. Reprezentirane fotografije lijepih žena i lijepe djece pronađene listanjem časopisa uočljive su u mnogim brojevima, naglašavajući u naslovima riječi „lijepa.“ Nadalje, u mnogim brojevima časopisa naglašava se ljepota i moda zapažena na filmu i na tada vrlo posjećenim plesovima. Časopis je također organizirao biranje ljepotica iz dijelova države te izbor najljepše djece, o čemu je uredništvo redovito prezentiralo u mnogim brojevima lista. Moda i ljepota sve više su uzimali maha u građanskim slojevima. Pod takvim utjecajem gospođe i gospođice pratile su nove modne trendove najprije u europskim časopisima, a od 1925. i 1926. mogle su to činiti i u domaćim časopisima. Osim mode, uredništvo *Svijeta* nije zaboravilo na narodnu tradiciju, odnosno narodnu nošnju i običaje koje su također znali uvrstiti u pokoji broj časopisa u vizualnom i tekstualnom obliku. Časopis je donosio i dijelove romana, a u drugom dijelu članke

²⁶ Kolveshi, „Magazin *Svijet*- *Vanity Fair* Kraljevine Jugoslavije“.

o sportu koji su se većinskim dijelom odnosili na uspješne sportaše. Otto Antonini, grafički stručnjak prije svake naslovnice *Svijeta* imao je ilustrirani predložak koji je bio njegov vlastiti rad. Ilustrirani predlošci izgledali su poput plakata koji su bili naslov lista i njegov integrirani dio. Na gotovo svakom plakatu moguće je pronaći inicijale Otta Antoninija, a nerijetko su glavne uloge na plakatima zauzimale upravo žene. Kod *Svijeta* je zanimljivo što su poneki brojevi časopisa tematikom isključivo orijentirani na jednu temu koja je najavljena na naslovnoj strani odnosno plakatu, primjerice uskršnji broj ili maškare. Tako je Otto Antonini za svaki broj časopisa naslikao plakat koji se ponekada odnosio na barem jednu temu u tom broju.



Slika 1. Slika Otta Antoninija na naslovnici časopisa *Svijet* (*Svijet*, 8/4; 1933.)

Godinu dana prije prvog broja časopisa *Svijet*, počeo je izlaziti *Ženski list za modu, zabavu i kućanstvo*, prvi hrvatski časopis za žene. Počinje izlaziti godine 1925. u svibnju, a izlazi sve do travnja 1938. godine. Glavna urednica *Ženskog lista*, Marija Jurić Zagorka zajedno sa svojim suradnicima čitateljstvu je davala modne i kućanske savjete te savjete za zabavu i opuštanje. Književna i kazališna autorica, Marija Jurić Zagorka, imala je jasnu viziju o

ravnopravnosti žena u odnosu na muškarce,²⁷ a motivirajućim člancima i anketama u listu nastojala je potaknuti žene da rade na sebi, obrazovati ih i pokrenuti njihovu želju za većim pravima. *Ženski list za modu, zabavu i kućanstvo* izlazio je sve do 1938. godine, kada je Marija Jurić Zagorka pod pritiskom konzervativaca dala ostavku i pokrenula novi časopis pod imenom *Hrvatica*. Ženski list nastavio je izlaziti s novim uredništvom, ali je ubrzo promijenio ime u *Hrvatski ženski list*.²⁸

Časopis je izlazio trinaest godina jednom mjesečno, a bio je namijenjen muškoj i ženskoj populaciji. Sadržavao je opsežne članke o savjetima za majke i zdravlje djece. Nadalje, veliki dio časopisa zauzimale su ilustracije nove mode, odnosno novih muških i ženskih odjevnih premeta. Ilustracije su često bile popraćene opisom kroja, a takvo prezentiranje novih komada odjeće moglo se samo odraziti na tijelo i potaknuti njegovo ukrašavanje novom modom. Dio sadržaja časopisa bili su članci posvećeni kućanskim savjetima, članci o glazbi, ali i dijelovi posvećeni sportu i vježbi. U početnim godištimu časopisa tematika sporta i tjelovježbe nije bila toliko zastupljena. Krajem dvadesetih zamjećuje se sve veći broj članaka posvećen uspješnim sportašima i sportašicama, kao i dijelovi posvećeni brizi o tijelu. Sve veća prisutnost reprezentacije sporta i tjelovježbe nastala je kao novonastali imperativ ljepote i mršavosti koji se širio Amerikom i Europom. *Ženski list* je isto kao i *Svijet* donosio informacije iz cijelog svijeta, no vijesti su se po pitanju *Ženskog lista* u većini slučajeva odnosile na prezentiranje ženske težnje za jednakim pravima ili na uključivanje žena na razna polja djelatnosti. Takvim načinom publikacije, *Ženski list* je samo mogao poticati domaću populaciju težnjama k jednakošću koje su posebno došle do izražaja nakon Prvog svjetskog rata.

Na samom kraju lista nalazio se dio posvećen anketama i dopisivanju, što je vidljivo iz časopisa, uglavnom društvenog i obiteljskog karaktera. Nerijetko su se u anketama davali odgovori koji su mogli poticati žene na nešto njima nedostižno, primjerice opis idealnog muškarca ili neostvarena životna želja. Takvim pitanjima se u čitateljima mogla pobuditi želja za neostvarenim snovima, koji su u novim poslijeratnim vremenima mijenjanjem društva u nekim prilikama mogli ostvariti. *Dopisivanje* se odnosilo na odgovore koje je uredništvo pisalo čitateljicama. Žene su nakon svakog broja u slučaju nejasnoća oko određenog savjeta

²⁷ Jakobović Fribec, „Zagorka- subjekt otpora: svjedokinja, akterica, autorica- ili feminizam, ovlašćivanje slobode i ravnopravnosti žene, politička strast 20. stoljeća“, 17.

²⁸ Ograjšek Gorenjak, *Opasne iluzije- rodni stereotipi u međuratnoj Jugoslaviji*, 137-138.

objavljenog u časopisu poslale pismo s upitom vezanim za određeni članak u prijašnjem broju. Pitanja i dopisivanja bazirana su na komunikaciji između uredništva i čitatelja, a takvim principom može se zaključiti da je uredništvo prihvaćanjem čitateljskih komentara, upita i savjeta, pokazalo da im je stalo do povratne informacije i interakcije između dvije strane. Uvođenjem novih tema i većim brojem stranica, vidljivo je da je cilj lista bio usavršavanje, proširenje i uređivanje sadržaja te izgled lista.



Slika 2. Naslovnica časopisa *Ženski list za modu, zabavu i kućanstvo* (*Ženski list*, 8/3; 1932.)

Prvi listovi na području Kraljevine Jugoslavije izlazili su samo na stranom jeziku, a najčešće bi to bio njemački. Takve časopise mogli su čitati samo oni rijetki obrazovani ljudi koji su znali njemački jezik. Otpor prema njemačkom ogledao se u sve većem broju domaćih časopisa dostupnom široj čitalačkoj publici. U međuratnom razdoblju broj časopisa na domaćem jeziku naglo se povećao, a broj je dosegao do preko trideset.²⁹ Osnivanjem časopisa

²⁹ Ograjšek Gorenjak, *Opasne iluzije- rodni stereotipi u međuratnoj Jugoslaviji*, 127.

Ženski list i *Svijet* čitalačka publika se proširila, kao i pismenost. Takvi časopisi mogli su biti veći poticaj pismenosti u narodu, pretežno kod manje obrazovanog stanovništva koji su većim dijelom činile žene. Isto kao i prije, najveći postotak čitatelja odlazio je na gradsko stanovništvo, ali ne samo grada Zagreba, već i drugih hrvatskih gradova. Pismenost na selu je i dalje bila rijetka pa su stoga vjerne čitateljice na selu jedino bile učiteljice i gdje koja obrazovanija žena.

Predstavljajući cjelinu čovjeka, tijelo je glavni izvor informacija svakodnevnog života ljudi. Svaki dio tijela mijenja se na određeni način, kao i sam odnos prema tijelu. Zanimljiva moda koja se mijenjala iz dana u dan u međuratnom razdoblju utjecala je na svijest žene o sebi samoj. Na način na koji se mijenjala moda, mijenjale su se frizure kao i kriterij ljepote. Kozmetička sredstva postajala su sve popularnija, a izgled tijela sve bitniji. U skladu s tim mijenjala se uloga tijela koja je za svakoga počela predstavljati identitet i značenje života. Moda, kosa, ljepota, sport i zdravlje odabrane su teme iz časopisa *Svijet* i *Ženski list* koje će se analizirati u ovom radu. Od svih navedenih tema moda i ljepota su najviše zastupljene u oba časopisa, a prezentirane su ili kroz fotografiju ili kroz tekst u gotovo svakom broju oba časopisa.

4. Moda

„Dušom i tijelom biti odana modu, to je tajna lijepe, pametne i pobjednice žene. Neki kažu, da se moda mijenja na svakome koraku, pa joj time daju najbolju svjedodžbu, jer se je užurbanosti novog vremena vanredno prilagodila. Sadašnjost ne nalazi više užitka u romantičnom putovanju sa starodrevnom poštom, nego u jurećoj promjeni, kakovu iziskuje današnji napredak strojeva: mi jurimo u autu kroz ljepote svijeta a- i lijepa žena mora nam pružiti dnevno nove užitke, mora se vječito mijenjati, ako hoće da udovolji zahtjevu današnjeg ukusa. Lijepa i pametna žena znade da je glava- glavna stvar! Tu može da postane stvoriteljicom svoje ljepote, te da ispravi čak i narav.“³⁰

Između dva svjetska rata na modu su utjecali brojni vanjski čimbenici. Međuratne godine razdoblje su socijalnih i ekonomskih promjena koje su svakako utjecale na modu dvadesetih i tridesetih godina. Bilo da se radilo o tehnološkim izumima, umjetničkim pravcima ili pronalasku novih materijala, u skladu s promjenama mijenjala se moda, a s modom mijenjala reprezentacija tijela u časopisima. Tradicionalna moda zamijenjena je novom uglađenom

³⁰ „Za ženski svijet“, *Svijet*, 3/1 (1928): 17.

modom masivne proizvodnje koja je kao posljedicu imala razvitak potrošačkog društva. Nova moda može se protumačiti kao znak demokracije unutar svijeta mode. Dio žena, koje su do tada marljivo šivale svoju odjeću, ponuđena je razvitak nove mogućnost kupovine već gotove odjeće.³¹ Promjene su dovele do razvoja ženske uloge, koja je s novom modom sve više sličila muškim ulogama u svakom smislu. Na polju mode, žene su počele težiti k muževnom izgledu, noseći hlače, kratke suknje bez naglašenog struka te kratko ošišanu frizuru koja je posve podsjećala na mušku glavu.³² Promjene u položaju žena odnosile su se i na muškarce. Porast broja razvoda i neudanih žena koje su živjeti same, udavati se iz ljubavi, a ne iz sigurnosti, počele putovati u inozemstvo, stvarati karijeru i dr.³³ Takve promjene znak su izmjena unutar društva koje su se odnosile na oba spola, a svoje početke vidjeli su u velikim američkim i europskim gradovima poput New Yorka i Pariza.

Promjene koje su se događale na polju mode tijekom dvadesetih i tridesetih godina redovito su prikazane u časopisima *Ženski list* i *Svijet*. Oba časopisa na svoj način su donosila promjene vezane uz modu. *Ženski list* redovito je u svakom broju ostavljao dio posvećen modi prikazujući nove modne kreacije ilustracijama, ispod kojih se nalazio opis zajedno s cjenikom kroja. S druge strane časopis *Svijet* modu najčešće prati fotografijama novih modnih kreacija ističući i važne modne upute.

Nadalje, časopisi su se također dotiču mode u tekstualnom obliku prezentirajući promjene koje su se odnosile na žene i djevojke. Primjerice časopis *Ženski list* sredinom tridesetih prezentira promjenu mode s kraja 19. stoljeća. Govori da su krajem stoljeća dominantne bile tamne boje haljine s uskim istaknutim strukom te da su žene rijetko nosile haljine svijetlih boja. Paralela se daje s dvadesetim godinama 20. stoljeća kada se promjene u modi očitavaju s jakim ženskim pokretom i željom, odnosno potrebom za slobodnim kretanjem. Navodi se da su odbačene teške suknje, uske haljine i strukovi koji su potiskivali ljepotu i umjetnost mode, a da takvu dotadašnju modu mijenjaju udobne i svjetlije košulje i haljine. Promjenom mode *Ženski list* predstavlja nestajanje androgene i neutralne mode odijevanja te javljanje mode koja je naglašavala razliku između muškaraca i žena, ali naglašujući da u tome nije bilo podčinjenosti, već ženstvenosti i volje za utjecajem žena.³⁴ Oba časopisa redovito su pratila promjenu s dugih

³¹ Fischer, *Designing Women*, 67.

³² Isto, 69.

³³ Isto, 34.

³⁴ „Promjena mode i duh vremena“, *Ženski list*, 10/3 (1934): 15.

haljina na kratke koje su kako naglašuju ženama bile mnogo ugodnije, a fotografijama i ilustracijama prikazuju skraćene frizure i žene u do tada glavnom odjevnom predmetu muškaraca- hlačama. Moda nije bila samo u odjevnim predmetima, ona je dosegla potpuno novu dimenziju naglašavajući ženstvenost i eleganciju. Postala je znak oslobađanja tijela i ženske emancipacije. Otkriveni goli vratovi i noge u kratkim haljinama izloženi pogledima javnosti, ženama su značila slobodu i promjenu. Časopisi su uglavnom isticali novu modu poput mode uskih volana od perja ili bolero haljina³⁵, no iz fotografija i ilustracija vidljivo je da krajem dvadesetih bokovi i struk nisu bili naglašeni. Takvu modu predstavljala su oba časopisa, ne naglašavajući pretjerane otpore novonastalim promjenama. Iz prikaza „nove žene“ u novom obliku, odnosno novoj odjeći, može se zaključiti da su umjesto dotadašnje zatvorenosti počele pokazivati snagu, karakter, želju za jednakost s muškarcima te aktivnost u društvu, posebno vidljivu u reprezentacijama tijela časopisa u dvadesetima.



Slika 3. Moda večernjih haljina dvadesetih godina (*Ženski list*, 4/2, 1928.: 15.)

³⁵ „Modni dio“, *Ženski list*, 2/10 (1926): 6.; „Moda volana“, *Ženski list*, 2/10 (1926): 7.

Važno mjesto prikazivanja mode bili su popularni plesovi, a *Svijet* i *Ženski list* često su objavljivali članke i fotografije plesnih događaja. Osim što je *Svijet* redovito prikazivao sudionike plesova na brojnim fotografijama, uredništvo *Svijeta* je i samo organiziralo plesni događaj, to jest „Elitni ples zagrebačkih novinara.“³⁶ Dame prikazane na fotografijama plesova u časopisu *Svijet* bile su obučene u elegantne modne kreacije. Bez obzira koliko je koja dama bila imućna i u koliko je raskošnoj i detaljno ukrašeno haljini bila prikazana, svaka je svojom haljinom bila u koraku s novim modnim promjenama. Gledajući fotografije u časopisima može se zaključiti da su krajem dvadesetih na plesovima žene uglavnom otkrивale noge do ispod koljena, a kod mlađih žena rukavi su bili odrezani, dok su starije žene imale haljinu dužih rukava. Isto tako, istaknut je V izrez kod haljina čime je prezentirana ženstvenost. Za razliku od dvadesetih godina, u tridesetima su tijela ponovno djelomično skrivena, odnosno nova moda oba časopisa prikazivala je večernje haljine koje su sezale do poda. Tijela u večernjim haljinama dvadesetih godina nisu toliko dolazila do izražaja zbog odsječenosti struka, za razliku od reprezentacije tijela u tridesetima kada se ponovno naglašavao uzak struk. Uz plesove, pisalo se također o mnogim „gospojinskim“ društvima koja su organizirala razna događanja poput čajanki na kojima su se održavale modne revije i pokazivale nove haljine.³⁷

Modne uzore časopisi su vidjeli u pariškim, berlinskim i njujorškim modnim trendovima. U skladu s tim, uredništvo *Svijeta* objavljivalo je fotografije večernjih haljina iz svjetskih modnih središta. Od mnogih detalja vidljivih na gotovo svim fotografijama večernjih haljina, jedan detalj američke mode najviše se isticao, a to je bila ruža. Večernja toaleta napravljena za američku glumicu, izrađena je od preko „tisuću živih ruža“, a koje „ostaju svježije samo jedan dan.“³⁸ *Svijet* je takvu večernju haljinu prikazao kao novi modni izazovi koji je teško nadmašiti, pri tome aludirajući na europske modne centre. Samo uredništvo *Svijeta* neprimjetno u pojedinim člancima daje prednost američkoj modi te kaže „dok Pariz stoji na čelu mode i hoće da protegne svoju vlast nad čitavom zemaljskom kuglom, ipak Amerika- koja je u svemu Amerika- ne da si na polju mode strogo diktirati pariške linije i modele.“³⁹

Modna osviještenost koje je najviše je dolazila do izražaja u velikim gradovima, dolazila je do izražaja i u Zagrebu. Časopis *Svijet* fotografijama je predstavljao domaće dame kao

³⁶ „Elitni ples zagrebačkih novinara“, *Svijet*, 3/8 (1928): 164.-167.

³⁷ „Zabave u našoj pokrajini“, *Svijet*, 3/4 (1928): 78.

³⁸ „Večernje haljine“, *Svijet*, 3/5 (1928): 109.

³⁹ „Amerika, Pariz“, *Svijet*, 3/14 (1928): 301.

pratiteljice najnovije mode govoreći da su i stranci koji su posjećivali Zagreb naglašavali da je Zagrepčanka „lijepa, elegantna, otmjena i ljubazna.“⁴⁰ Uz to da su tvrdili da je ona modno pripremljena i ljeti i zimi, a da modom ne zaostaje niti na plesovima, gdje su zagrebačke dame, unatoč gospodarskoj krizi, dolaze elegantno i graciozno obučene. Zagrepčanke su očito u *Svijetu* željeli smjestiti uz bok dama iz europskih i američkih centara mode, želeći istaknuti Zagreb kao jednu od svjetskih metropola barem na modnom polju.

Iako je tijelo često reprezentirano na plesovima i u večernjim šetnjama, kazalištima i koncertima gdje je bilo dotjerano te odjeveno u lijepe večernje haljine, ženska moda krajem dvadesetih godina prošlog stoljeća ne zadovoljava se samo opće prihvaćenim pravilima da tijelo bude dotjerano za navedena događanja, dnevne šetnje i kavane. Nova moda prezentirala je zahtijevanje od žena da budu skladno i pedantno uređene kod kuće i to ne samo kada primaju goste ili organiziraju druženja, već nakon samog jutarnjeg ustajanja. Za ženu se tiskaju modni savjeti što odjenuti da bi što ljepše izgledala kod kuće i na koji način biti u koraku s modnim vijestima iz Pariza.⁴¹ Uredništvo *Svijeta* i *Ženskog lista* donosi pregled kućnih haljina te daje čitateljicama na sud hoće li im se više svidjeti kućne haljine, kimona ili pidžame. Naglasak je bio na tome da su svi modeli vrlo praktični komadi odjeće te da su to najnoviji modeli iz Pariza.⁴² *Ženski list* je redovito prezentirao čitateljima modne stilove već spomenutih večernjih haljina, kućnih ogrtača, ali i prije podnevnih i poslije podnevnih haljina koje su u glavnim crtama, na primjer u visina struka, pratile večernje haljine. Naglo popularni postaju spomenuti ogrtači ispod kojih se nose haljine.⁴³ Takvim prikazima, može se zaključiti da je udobnost bila vrlo poželjna, a da je novi imperativ ljepote bio u držanju koraka s modom u svakom dijelu dana.

Zanimljiva je transformacija mode obliku promjena koje su vidljive na ženama. Smjer koji je moda zauzela, išao je u smjeru žene k dami. Žene su držanjem do modnih stilova postajale „dame“. Krajem dvadesetih osjetile su da su njihove uloge mladenačke naivke u kratkim haljinicama odigrane. Oblici ženskog tijela i ljepota utjecale su na promjene u modi, a velika promjena dogodila se povratkom dugih haljina. Povratkom na duge haljine automatski se pomišlja na vraćanje starim tradicionalnim slikama žena i prikazima njihovog tijela, no duge

⁴⁰ „Otmjena Zagrepčanka na plesu“, *Svijet*, 3/7 (1928): 146.

⁴¹ „Modni dio- novi stil popodnevnih haljina“, *Ženski list*, 2/8 (1926): 9.

⁴² Isto.

⁴³ Isto.

haljine koje su tridesetih godina ponovno ulazile u modu i prekrivale veliki dio ženskog tijela nisu žene vraćale prošlost. One su s dugim haljinama isticale nježnost, mladolikost, ženstvenost i romantičnost. Ponovno skrivanje tijela iznova je postalo popularno. Nova moda prikazivala je sasvim duge haljine isključivo namijenjene za večer. Bitno je naglasiti da nisu sve haljine u tridesetima bile sasvim duge. Dnevne haljine iz tridesetih prikazivane su u oba časopisa na fotografijama u kraćim oblicima, a njihovi rubovi sezali su ispod koljena. Sasvim duge haljine bile su one večernje namijenjene za razna zabavna događanja. *Ženski list* u jednom broju tvrdi „baš da je moda mladja i vitkija od ikoje druge do sada, te više nego ikada vodi računa s raznovrsnim tipovima žene i s pravim razumijevanjem uzima u obzir kojekakve malene griješke na ženskom stasu.“⁴⁴ Takvim pristupom lista, može se zaključiti da su u tridesetima modne pogreške bile prihvatljive te da se tijelo ogledalo u očigledno poželjnoj raznolikosti. Nadalje, *Ženski list* prezentirao je novu modu kao pozitivnu vijest za žene s ne tako lijepim nogama govoreći „Noge, koje često puta nisu bile baš idealno građene bez svakog prigovora, a ipak su se morale pokazivati uslijed kratke mode, sada isčezavaju ispod nešto duljih popodnevni haljina i sasvim dugih večernjih.“ Nadalje, također izlažu prednost u postizanju vitkosti krupnijim ženama i obrnuto tvrdeći da „Nova moda pruža neizmjereno mnogo mogućnosti krupnijim damama, da izgledaju vitke, a odveć mršavima podaju puniji izgled.“⁴⁵ Nakon izloženosti tijela javnosti i nagloj aktivnosti žena koja se dogodila u dvadesetima nakon Prvog svjetskog rata, može se zaključiti da je pokrivenost ljudskog tijela koja je poticala znatiželju ponovno došla u modu.

U skladu s navedenim promjenama došlo je do promjena u držanju i hodu. Može se zaključiti da kretanje u haljinama do ispod koljena i u haljinama do poda zasigurno nije moglo biti jednako. U dugim haljinama korak je morao biti laganiji i graciozniji. Isto tako, promjena s kratkih haljina dvadesetih na duže haljine u tridesetima može se očitovati u promjeni prikaza žene. Dok se u dvadesetima na fotografijama u oba časopisa može vidjeti da je žena aktivna, radosna, oslobođena od nametnutih stavova, u tridesetima se takva slika mijenja na nježniji i graciozniji prikaz ženskog tijela. Također, važno je naglasiti da se promjena između dvadesetih i tridesetih mogu pronaći u dolasku autoritarnih vlasti tijekom tridesetih godina prošlog stoljeća te Velikom gospodarskom krizom koja je nastupila na kraju drugog desetljeća. Dok se dvadesete godine mogu okarakterizirati kao demokratske godina u kojima se sve više izražava

⁴⁴ „Opravdanje nove mode“, *Ženski list*, 4/1 (1928): 10.

⁴⁵ Isto.

vlastiti izbor i odmak od staroga, u tridesetima se primjećuje ponovni prelazak na tradicionalno. U skladu s time, ponovno se skriva tijelo i ističe struk.



Slika 4. Moda večernih haljina u tridesetim godinama
(*Ženski list*, 9/1, 1933.: 9.)



Slika 5. Glumica Sari Maritza u večernjoj haljini
(*Svijet*, 8/25, 1933.: 524.)

S jedne strane, dnevne i večernje haljine predstavljane u dužim oblicima ponovno su skrivale žensko tijelo, a s druge strane sportski kostimi prezentirani su kao ugodniji i slobodniji za svako kretanje tijekom igre. Sve češće predstavljanje sporta i bavljenje sportom kod muškaraca i žena u časopisima, potaknulo je korištenje udobnijih kostima u kojima bi se mogli slobodnije kretati. Primjerice, sportski kostim za tenis objavljen u časopisu *Svijet* početkom tridesetih postao je kraći, za razliku od dotadašnjih teniskih haljina i suknji vidljivih na fotografijama u sportskim dijelovima časopisa tijekom dvadesetih godina koje su sezale minimalno do koljena. Skraćene haljine i hlače na fotografijama u oba časopisa sezale su mnogo iznad koljena što je moglo tenisačicama omogućiti praktičnije kretanje u igri za razliku od starih teniskih kostima. Početkom tridesetih časopis *Svijet* prikazao je fotografijom najnoviji teniski kostim na kojemu se primjećuje da je kraći od prijašnje objavljenih teniskih kostima. Novost koja se naglašava bila u tome što je najnovija oprema za tenis iz Hollywooda služila ujedno za tenis i za plivanje.⁴⁶ Dok su se haljine produživale, sportska odjeća se skraćivala. Može se

⁴⁶ „Iz ženskog svijeta“, *Svijet*, 8/2 (1933): 32.

zaključiti da su noge dolazile u prvi plan, a praktičnost i udobnost postali su primarni za sport makar pod cijenu otkrivenosti tijela koja se u drugim odjevnim kombinacijama ponovno skrivala.

Osim što se moda prezentirala na plesovima, raznim društvenim događajima te ponegdje i u kućanskom okruženju, u svakim ljetnim brojevima časopisi su prikazivali kupališne kostime. Što nositi i kako se uskladiti bilo je bitno također na kupalištima. Kupališni kostimi, toaleta i ogrtači bili su viđeni na fotografijama u časopisu *Svijet* tijekom ljetnim brojeva, a na ponekim kupalištima poput onih iz Zagreba prikazano je održavanje natjecanja najljepših kupaćih kostima, toaleta i ogrtača. Po svemu sudeći kupališni kostimi i pidžame bili su vrlo popularan predmet koji je svaka dama u ljetnim mjesecima morala imati. Pruge, točkice, duge kupališne haljine svijetlih boja, kupači kostimi svijetlih i tamnih boja s istim uzorcima, zajedno s povećim slamnatim šeširima redovito su bili dijelovi fotografija s kojima su se prikazivala kupališta. Može se primijetiti da časopisi iz godine u godinu nisu donosili drastično promijenjenu modu kao što je to bio slučaj kod drugih odjevnih predmeta. Jedino što se mijenjalo zajedno sa svjetskom modom je dužina prikazanih haljina, stoga tako i dužina kupališnih pidžama i kostima. Pidžame koje su činile sastavni dio ljetnih fotografija u časopisima sastojale su se od laganih širih hlača i bluzi na kopčanje od istog materijala koje su bile napravljene i u obliku kombinezona, povezanog gornjeg i donjeg dijela. Na fotografijama se vidi da su pidžame bile načinjene od što tanjeg i udobnijeg materijala namjerenog za vruće ljetne mjesece, a najčešće je različitost bila u uzorku.⁴⁷ Od ženke note tijela naglašen je struk, a ostatak tijela je u većem dijelu bio prekriven. Ponovno se može primijetiti udobnost u kupališnoj odjeći koja je tijelu davala prostora za nesmetano kretanje. Unatoč laganoj i prozračnoj odjeći, žene su i u takvim ljetnim kombinacijama na plažama prikazivane ženstvene i nježne. Pozitivne strane kupališne odjeće bila je udobnost i otkrivenost tijela no zasigurno je izloženo tijelo poticalo na samokritičnost, tjelovježbu i brigu o tijelu koja je krajem dvadesetih započela u svakom broju zauzimati svoj dio prostora. Tijelo na kupalištima prikazano je u bezbrižnom svijetlu. Dok su žene većinom prikazane kao nježne i ženstvene, muškarci su prikazani kao snažni i mišićavi. Iako su na ponekim fotografijama s kupališta žene prikazane isključivo u ženskom društvu, a muškarci u muškom, na sve više fotografija u časopisu *Svijet* tijekom tridesetih godina

⁴⁷ „Nove kreacije pariške mode“, *Svijet*, 3/22 (1928): 496.

prikazana su miješana društva muškaraca i žena na kupalištima. Na fotografijama su prikazivana vesela društva koja se bez obzira na spol međusobno zabavljaju i druže.⁴⁸



Slika 6. Život na kupalištu (*Svijet*, 8/6, 1933.: 113.)

Odnos prema modi ovisio je prema godišnjem dobu. Nakon što su se žene i muškarci u ljetnim brojevima prikazivali u opuštenom i razigranom okruženju obučeni u lagane odjevne predmete šarenih i svijetlih boja, u jesenskim brojevima može se primijetiti ozbiljnost. Gotovo u svakom broju oba časopisa jesen je reprezentirana kao ozbiljna i jednostavnija. Mogla se primijetiti prikazana tamna nota odjevnih kombinacija koje su prekrivale tijela i prikazivale ponovno vraćanje u ozbiljan svijet te napuštanje bezbrižnosti i odmora.

Uz to što su oba časopisa redovito pratili promjene mode, prezentirali su i mnogo detalje koji su popunjavali izgled svake žene. Upravo zbog brojnih modnih novosti i raznovrsnosti časopisi su svakome donosili toliko izbora govoreći da svatko može odabrati ono što mu se sviđa. Primjerice, ulomci posvećeni modi u časopisu *Ženski list* nerijetko su govorili da je „Na području mode vrlo teško ustanoviti jedne ili stalne modne odredbe (...) propisati nešto, čega bi se morale držati sve žene, nemoguće je, jer u večernjim haljinama i sitnicama, koje ju upotpunjuju vlada tako velika sloboda, da žene mogu izabrati ono što im se sviđa i što im

⁴⁸ „Život na kupalištima“, *Svijet*, 8/6 (1933): 113.

pristaje.⁴⁹ Žena dakle ima izbor na koji način odjećom urediti svoje tijelo, no jednako tako postavlja se imperativ praćenja mode upravo zbog raznolikosti koja joj se pruža. Takvim pristupom kod žena mogla se prouzročiti kritičnost prema tijelu. Jesu li sve žene mogle uistinu držati korak sa svakim novim odjevnim predmetima koji su izlazili u svakom broju *Ženskog lista* i *Svijeta*? Odgovor na pitanje ne može se sa sigurnošću dati, no može se reći da je takva moda bila opis poželjnog ženskog tijela.

Oba časopisa uzore prezentiranje nove mode uzimali su iz europskih središta mode Pariza, Londona i Berlina no kako je Amerika probijanjem u svijetu filmske industrije preuzimala kormilo na tom polju, može se primijetiti da je svojim modnim inovacijama postajala glavna prijetnja, ali i uzor europskim središtima mode. Konkurentnosti između Amerike i Europe popratio je i časopis *Svijet* izvještavajući o krijumčarenju pariških modela u Sjedinjene Države, fotografiranju modnih revija, kopiranju modela odjeće i angažiranju detektivske službe od strane pariške modne kuće.⁵⁰ Takvo prezentiranje informacija pokazivalo je čitateljima da, ako su Amerika i Europa međusobno postali veliki konkurenti na području mode, onda moda uistinu zauzima vrlo bitno mjesto u svijetu. Haljine koje su nosile filmske dive bili su prvi krici mode odnosno nove mode koja će tek doći na scenu. Članci o svjetskim glumicama u najnovijim raskošnim, dugim večernjim haljinama koje su ponovno nastupile na scenu tridesetih godina, popraćene su tekstom koji uvijek naglašava sreću, slavu, lagodan i glamurozan život. Čitateljicama se prezentira da haljine čine ženu sretnom te da od ranog jutra utječu na njezino raspoloženje, a da to najbolje znaju filmske zvijezde.⁵¹ Moda je čitateljima predstavljana kao izvor sreće i mladenaštva u vrijeme kada oslobađanja tijela i formiranja vlastitog identiteta postaju vrlo bitni.

Moda muškaraca bila je vrlo malo zastupljena u oba časopisa u kojima su primat preuzele modne kombinacije žena. *Ženski list* naglašavao je da moda muškaraca nije imala velike promjene koje su utjecale na muškarce i njihov status, kao što je to bio slučaj kod žena i ženske mode.⁵² Muška moda prikazana je kao jednostavna i konzervativna. *Ženski list* prezentirao je da dok ženska moda dolazi iz Pariza, moda muškaraca dolazi iz Engleske, Nadalje, list je naglasio da je moda jednako propisana za sve muškarce, a da „Muškarac imade

⁴⁹ „Dnevna garderoba žene“, *Ženski list*, 9/2 (1933): 17.

⁵⁰ „Moda u Hollywoodu, ne! Hollywoodska moda!“, *Svijet*, 7/22 (1932): 530.

⁵¹ „Filmski starovi i moda“, *Svijet*, 9/16 (1934): 325.

⁵² „Muška moda“, *Ženski list*, 4/8 (1928): 31.

prednost, da se ne mora odijevati onako kako to zahtjeva moda.“⁵³ Takvim pristupom prikazivali su modu i tijelo kao vrlo sličnu u svim krajevima i u svim razdobljima. Muškarci su najčešće prikazani u sličnim odjelima, a tijela kao neovisna i poslovna. Zanimljivo je da u *Ženskom listu* i *Svijetu* tijela muškaraca često padaju u drugi plan, što se može vidjeti na priloženoj naslovnici časopisa *Svijet* na kojoj tijelo žene leži i uživa na otvorenoj pučini mora, dok se muškarca jedva može primijetiti. S takve ilustracije može se zaključiti da naglasak na uživanju i prikazu žene koju do tada nije bilo prirodno prikazivati i vidjeti.

Nadalje, dok su se za žene prezentirale razne kreacije poput haljina za popodnevnje šetnje, kućanski izgled, večernje događaje, kupališta i slično, za muškarce su modni savjeti sadržavali nekoliko odjevnih predmeta od kojih su bili odijelo, prsluk koji je išao ispod te športsko odijelo i ogrtač. Iako je *Ženski list* nekoliko puta naglasio da muška moda nije podložna velikim promjenama te da muškarci ne moraju posebno brinuti o modi, u jednom članku ipak se ističe da unatoč svemu muškarci trebaju paziti kako se odijevaju govoreći da „odijelo čini čovjeka.“⁵⁴ Rijetko su u *Ženskom listu* pronađeni opisi promjena muške mode koji su se bazirali na više od promjene broja dugmeta s dva na tri na odijelima, suženje sakoa da bude više prilagođen tijelu i sl.⁵⁵ Jedna od rijetko objavljenih većih promjena koju su časopisi istaknuli bilo je ponovno popularno puštanje tanjih brkova, govoreći „kao što se ženska moda vraća svojoj ženskosti, tako se i muškarci vraćaju svojem davnjem muškom izgledu i puštaju brkove.“⁵⁶ Časopis *Svijet* gotovo uvijek se držao isključivo ženske mode. Unatoč tomu moguće je bilo unutar teksta pronaći spomen muške mode prilikom usporedbe mode u smislu podnošenja vrućih ljetnih dana u odjevnim kombinacijama, gdje se naglasilo da muškarci tvrde da je ženama lakše u laganim i kratkim haljinama.⁵⁷ U prikazima muškaraca nisu korištene riječi vitkost, mršavljenje, kratkoća, tijelo i sl. Opis muškog tijela nije dolazio do izražaja pa se samim time može zaključiti da se javljanje novog imperativa lijepoga, nove percepcije ljepote i samokritičnosti kod muškaraca nisu mijenjali.

Imperativ mode imao je velik utjecaj na život žena te ih poticao na maštanje o slavi i blještavilu koje su živjele glumice na velikim platnima. Raskošne haljine slavnih glumica, lijepe

⁵³ „Muška moda“, *Ženski list*, 4/8 (1928): 31.

⁵⁴ Isto.

⁵⁵ „Moda za muške članove obitelji.“, *Ženski list*, 4/12 (1928): 41.

⁵⁶ „Preokret muške mode“, *Ženski list*, 5/4 (1929): 38.

⁵⁷ „Celsiusa!“, *Svijet*, 2/7 (1927): 148.

frizure, novi šeširi, ogrtači, cipele, zabave na kupalištima, nove kozmetički proizvodi za pomlađivanje prikazani u oba časopisa zasigurno su kod jedne strane čitateljica izazvali divljenje i želju za istim, a kod druge strane osjećaj pretjeranosti odnosno prevelik odmak od tradicionalnog. U svakom slučaju čitateljima se nametalo da „današnja moda donosi za sve i svakoga, za dan, predvečerje i večer toliko toga, da se nijedna žena, bila ona vitka, punašna ili debela, ne može potužiti da u tom obilju ne će naći nešto, što bi joj pristajalo.“⁵⁸ Može se reći da je moda predstavljala više od odjeće. Ona je u časopisima prikazana kao dio svakodnevnog života od večernje zabave na plesovima, kućanskog izgleda, do rada u tvornicama. Poticala je žene na kritičnost svoga tijela, na razmišljanje i propitivanje svog izgleda i ljepote te uređivanje. Unatoč takvim reprezentacijama tijela i mode nisu svi prihvatili drugačiji način odijevanja. Primjerice jedan članak u *Ženskom listu* prenosio je papine riječi koje su glasile „Žalosno je, da su haljine, koje treba da pokriju tijelo, postale danas- u doba kada žene zaboravljaju svoje dostojanstvo i vrijedjaju stid- način da ljudi, naročito mladi, izazivaju na senzualnost. Zbog toga ne propuštajmo ni jednu priliku, da skrenemo pažnju na sadašnju žensku modu, kao na izvor nesreće, i da osudimo na osnovu naše apoštolske vlasti, to sramno ponašanje žena, koje se povode za nepristojnom modom.“⁵⁹ Kao što se može zaključiti, prvi protivnik nove mode bila je crkva zajedno s papom koji je tvrdeći da su žene zaboravile na svoje dostojanstvo i čast činile sramotu. Članci sličnog karaktera vrlo rijetko su se pronalazili u oba časopisa, no bez obzira na to davali su i drugu sliku prihvaćenosti mode. Modni trendovi više manje bili su prihvaćeno od strane časopisa. Izvještavanje protivnika novih trendova, odnosno tradicionalne strane može se zaključiti da su novi trendovi bili uistinu prošireni i moderni.

Većinom je nova moda i promjene koje je donijela prikazana kao prihvaćena i normalna pojava koju primjenjuju europske i američke metropole. Takvim pristupom i prezentiranjem mode Amerike, Pariza i drugih gradova, nameće se uzor navedenih metropola i njihov način prikazivanje odnosno skrivanja ili otkrivanja tijela. Pozitivna strana takvih reprezentacija bila je u poticanju na vlastiti odabir, razmišljanje i briga o svom tijelu te njegovo oslobođenje no postojala je i druga strana koja nije prihvaćala prelazak s tradicionalnog na moderno. Budući da su članci takvog karaktera bili u velikoj manjini, općeprihvaćenost nove mode u reprezentaciji u časopisima je prevladavala te time nametala takav način razmišljanja no prihvaćenost i primjenjivanje nove mode kod čitatelja ne može se sa sigurnošću potvrditi. U

⁵⁸ „Važne upute u modi“, *Ženski list*, 10/12 (1934): 34.

⁵⁹ „Papa protiv ženske mode“, *Ženski list*, 2/11 (1926): 35.

svakom slučaju može se zaključiti da je nova moda značila prodor emancipacije, lakšu pokretljivost i tjelesnu slobodu. Haljine i suknje, kratke ili duge, opisane su kao nešto što je za svakoga poželjno i lijepo. Takvim prikazima može se iščitati svijest razmišljanja o tijelu, njegovo uređivanje odjećom i kozmetičkim proizvodima te svijest brige tijela.

5. Kosa

„Cijele su rijeke crnila protekle iz bezbroj pera i to sve radi odrezane ženske kose. Sve te lijepe riječi, koje su manje ili više muški rez zbog svoje okrutnosti prema nježnim crtama lica, postao sasvim nedomodan i nemoguć te preporuča samo femini rez, jer valovita kosa, koja se ljupko priljubi ženskom licu, podaje joj neki poseban čar i uzdiže ženske crte lica.“⁶⁰

Kosa je oduvijek bila simbol ženstvenosti, senzualnosti i zavodljivosti, a njezina važnost i uloga protežu se tijekom povijesti. Žene se često prikazuju s dugom i gustom kosom, primjerice u književnim i umjetničkim djelima, a jedan od najranijih prikaza upravo je Marija Magdalena koja je svojom kosom brisala Isusu noge.⁶¹ Osim brojnih prikaza, mnogo puta je upravo kosa bila znak ljubavi. Primjerice, tijekom 19. stoljeća često su poklonjeni pramenovi kose predstavljali ljubav. Nadalje, šišanje kose na kratko znak je zatvorenika, ali i žena tijekom srednjeg vijeka koje su bile osumnjičene da su vještice.⁶² Može se zaključiti da je kosa koja je dio tijela bila znak ženstvenosti. Velika promjena događa se krajem 19. i početkom 20. stoljeća kada se javlja „nova žena“ koja se oslobađa od dotadašnjeg nametnutog načina života. Osim što žene početkom 20. stoljeća počinju odbacivati steznike i otkrivaju gležnjeve, napose tijekom Prvog svjetskog rata i u međuraću, one također skraćuju kosu i tim promjenama oslobađaju svoje tijelo. Unatoč brojnim protivnicima takve mode, od kojih je najglasnija bila Katolička crkva nova skraćena kosa nakon rata je postala svakodnevnica. Žene novom frizurom same biraju svoju modu i stil te odbacuju dotadašnje nametnute običaje.

Velika promjena mode i frizure vidljiva je u časopisima *Ženski list* i *Svijet* koji su u svom sadržaju posvećivali pažnju kosi i frizuri, ali u puno manjoj mjeri od mode. U skladu s promjenom statusa žene, mijenjala se i njihova kosa. Do tada duga kosa koja je predstavljala ženstvenost i zanos, zamijenjena je bob frizurom, odnosno kratkom kosom. Šišanje kose nije se dogodilo bez razloga. Ono je značilo odmak od tradicionalnog načina života te označavalo

⁶⁰ „Za ženski svijet“, *Svijet*, 3/1 (1928): 17.

⁶¹ Perrot, *Moja povijest žena*, 58.

⁶² Isto, 55-56.

emancipaciju. Kosa je dvadesetih i tridesetih godina 20. stoljeća postala prilagodljiva. Mogla se transformirati u skladu s modom, a od nje se mogao učiniti umjetnički i modni predmet.⁶³ Može se zaključiti da su takve frizure poticale na samostalan odabir i vlastitu kreativnost. Sredinom dvadesetih vrtoglavu popularnost stekla je bubikopf frizura. Oba časopisa u brojevima dvadesetih godina redovito su prikazivali bubikopf frizuru. Vrlo kratka kosa, obrijanog vrata u početku je izazvala brojne polemike. Nisu svi s oduševljenjem prihvatili novu frizuru koja je kratkoćom i obrijanim vratom podsjećala na mušku glavu. No upravo takva reprezentirana frizura značila emancipaciju, odnosno mogućnost i pravo uređivanja i mijenjanja vlastitog tijela. Bubikopf frizuru imala je gotovo svaka žena prikazana u oba časopisa tijekom dvadesetih godina. Posve duga kosa nije bila prisutna te se činilo kao da nikada nije niti postojala. Osim što su časopisi prezentirali frizure, također su prezentirali perike posebno obrubljene, koje su prvotno bile svilene, a potom izgrađene od prave kose.⁶⁴ Nadalje, važnost kose naglašavala se objavljujući poneke članke o revijama na kojima se nije predstavljala odjeća, već nove ženske frizure. Kratke kose s novim frizurama postale su opća pojava u brojevima oba časopisa u međuratnom razdoblju, a nove ideje javljale su se iz dana u dan. Tako je časopis *Svijet* donosio nove tehnike uljepšavanja kose. Primjerice, u jednom broju objavili su da se iz Amerike javila tehnika kojom se postiže trajno lijepa kovrčava kosa, zbog koje su žene znale sjediti od dva do tri sata ispod „kacige“ s ciljem da budu što ljepše.⁶⁵ Takav utjecaj izvana zasigurno je pobuđivao želju za što skorijim dolaskom novih izuma u domaće salone.

Uz kozmetičke novitete i savjete o njezi lica, tena, nogu, ruku i drugih dijelova tijela, može se pronaći pokoji savjet za uređivanje i njegu kose. Primjerice, *Ženski list* je u svojim redovitim kozmetičkim člancima znao odvojiti pokoji savjet za njegu sijede kose starijih gospođa i savjete protiv ispadanja kose.⁶⁶ Nadalje, sveprisutne reklame koje su se većinom odnosile na ljepotu i modu žene te samim time zauzimale upečatljive dijelove časopisa, znale su sadržavati reklame preparata za očuvanje i sprječavanje tamnjenja plave kose.⁶⁷ Iako su se gotovo sve reklame u *Ženskom listu* i *Svijetu* odnosile na žene, oba časopisa su objavljivala i vrlo malo reklama koje se odnose na muškarce. Primjerice, časopis *Svijet* reklamirao je francusku kozmetičku marku za „Bojadisanje kose!“ i „Ispadanje kose!“ koja se odnosila

⁶³ Perrot, *Moja povijest žena*, 64.

⁶⁴ „Za ženski svijet“, *Svijet*, 3/1 (1928): 17.

⁶⁵ „Pele-Mele“, *Svijet*, 6/14 (1931): 332.

⁶⁶ „Njega sijede kose“, *Ženski list*, 7/1 (1931): 38.; „Protiv ispadanja kose“, *Ženski list*, 10/3 (1934): 38.

⁶⁷ „Blondinke“, *Ženski list*, 8/10 (1932): 32.

upravo na muškarce i njihove frizure. *Ženski list* također je redovito prezentirao kućanske i druge savjete za domaćice, među kojima se za kosu pisalo da ju je potrebno redovito prati te da domaćica daje nemaran dojam ako joj je kosa masna i ljepljiva. Nadalje u tekstu se naglašavalo da „frizura ne treba uvijek biti počešljana po najnovijoj modi, ali ona ne smije biti ni uvijek jednaka, jer tko ne mijenja frizuru toga drže starinskim, a po tom i ostarjelim.“⁶⁸ Isto tako, obavještavalo se čitatelje koliku pažnju bi trebali pridati detaljnoj njezi i čišćenju kose pa se stoga opisivala toplina vode, vrsta šampona i ulja koji se nanosio nakon pranja i sl.⁶⁹ Naglašavalo se da lijepa i njegovana frizura podiže izgled, a da je kosa daleko najljepši ukras svake žene. Takvom reprezentacijom kose, daje se naglasak o njegovanju i uređivanju kose s ciljem postizanja ljepote koja se predstavljana kao glavni uvjet sreće.

Kratka kosa koja postaje simbol emancipacije i nove mode izazivala je mnogo polemika. *Ženski list* izvještava da „u Njemačkoj i Engleskoj poduzimaju katolička i protestantska društva propagandističke turneje protiv konfuzije spolova“ te da protivnici kratke kose izjavljuju „da nemoral stoji u obratnom razmjeru prema duljini kose i da uklanjanje razlika između muškaraca i žena pomoću nošenja, frizure i itd. preobrazuje moral i najteže kompromituje društveni život.“⁷⁰ Crkva je predstavljana kao glavni zagovaratelj tradicionalnog načina života te kao glavni protivnik nove mode, nove frizure, a očito time i nove slike žene i njezinog tijela u društvu. Takve vijesti pokazivale su čitateljima da nova moda i frizura nije prihvaćena od svih strana, no takve informacije objavljene su vrlo malo. Nadalje, časopis *Ženski list* također je prezentirao protivnike nove mode i frizure, pišući da se „u francuskoj provinciji baca prokletstvo na 'besramnu' ženu, koja u svojoj odjeći daje prednost muškoj osobi i žrtvuje svoju kosu makazama.“⁷¹ Časopisi od takvih informacija o protivnicima nove frizure i mode drže odmak. Oni ih samo izvještavaju kao informacije o drugoj strani koja, kako tvrde, nije podržavala novosti koje su se odvijale dvadesetih godina. Oni se stavljaju u poziciju naglašavanja promjena mode koje se brzo odvijaju opisujući mogućnost nove frizure, odnosno puštanje kose, kojima su se čitatelji mogli prilagoditi. Takve informacije mogle su u vjerski orijentiranim čitateljima stvoriti negativan stav prema novostima koje su prezentirane u oba časopisa. No člancima o protivnicima nove mode frizure, ocrtava se i modernost. Iz članaka

⁶⁸ „Prvi uvjeti ljepote“, *Ženski list*, 8/8 (1932): 16.

⁶⁹ „Razumna njega kose“, *Ženski list*, 13/12 (1937): 37.

⁷⁰ „Bubikopf ili duga kosa“, *Ženski list*, 8/12 (1932): 37.

⁷¹ Isto.

koji se protive novoj frizuri ipak se može iščitati da su takve frizure popularne te da se upravo zbog njih javljaju protivnički glasovi.

Nova promjena frizure, odnosno napuštanje posve kratkog bubikopfa koja se dogodila na samom kraju dvadesetih i početkom tridesetih godina vidljiva je na objavljenim fotografijama u oba časopisa. Na samom kraju dvadesetih i u tridesetima kosa je prikazana u dužem obliku. Navodi se da je čelo bilo potpuno slobodno, uši pokrivene kosom, a težište kose, odnosno frizure smješteno iza na vratu gdje je kosa bila duža. Naglašava se da se kosa više ne šiša u bubikopf frizuru već da nova moda diktira valovitost kose kojom se, kako časopis *Ženski list* tvrdi, okružuje lice.⁷² Duža valovita kosa koja je sezala do vrata pratila je gotovo svaku ilustraciju i fotografiju u časopisima *Svijet* i *Ženski list* tijekom tridesetih godina. Promjena u modi odjeće može se usporediti s promjenama frizure. Dok su tijekom dvadesetih haljine bile kraće i samim time otkrivale tijelo, a sasvim kratka bubikopf frizura otkrivala vrat, u tridesetima se kosa i odjeća ponovno djelomično skrivaju dijelove tijela. Dnevne haljine se produžuju do ispod koljena, večernje do poda, a nova frizura ima kosu dužine do ramena, skrivajući tako vrat i uši.



Slika 7. Nova moda frizure u tridesetim godinama (Svijet, 8/19, 1933.: 381.)

⁷² „Moderni šeširi, frizura i koprena“, *Ženski list*, 7/1 (1931): 1.

Časopisi su često izvještavali o natjecanjima za lijepe frizure koja su se prvo održavala u Americi i velikim europskim gradovima, a potom i u Zagrebu. Primjerice, Klub damskih frizera i vlasuljara održao je natjecanje u Zagrebu na kojemu je poseban žiri dodijelio nagrade za najbolje frizure.⁷³ Iz toga se može iščitati koliku su frizura i kosa imala važnost za izgled.

Ženska kosa bila je jedna od promjena kojom su se žene u novom stoljeću počele individualno afirmirati u društvo i oslobađati od prijeratnog načina života koji je sputavao njihove želje za boljim i slobodnijim životom. Dvadesetih i tridesetih godina prošlog stoljeća, javlja se „nova žena“ začetnica borbe za jednakost i svoja prava. Prikazivanje nove frizure očigledno je bilo važno jer je ona predstavljala „novu ženu“ koja se na svim poljima, bilo frizure, mode ili načina hoda, približavala sve većoj emancipiranosti. Takve promjene, zasigurno su posljedice vanjskog utjecaja Amerike i razvojem novih tehnologija. Može se zaključiti da su nove ženske glave i nove frizure zbunile mnoge, a skraćene kose podsjećale na frizure muškarca čime je na tradicionalnoj strani izazvan otpor. Crkva je zagovarala dotadašnju tradicionalnu podjelu spolova i uloga, a nova moda očigledno je prijetila takvom vjerovanju kod ljudi. Nadalje, protivnici nove mode i aktivnog načina života žena smatrali su da takav način života uzrokuje konfuziju spolova i čini društvo nemoralnim. Za tadašnju modu upravo je bilo važno reprezentirati nove frizure i odjeću zato što je ona predstavljala oslobođenje tijela, ali i uma. Nova moda poticala je samokritiku prema vlastitom tijelu i na taj način izbacivala ga iz dotadašnjih nametnutih okova odjeće i frizure. Frizura je predstavljena kao vrlo bitna za izgled i ljepotu. Takvim pristupom prikazivanja raznolikosti frizure promican je vlastiti izbor i pravo odlučivanja.

6. Ljepota

„Moderni Europejac smatra pretjeranu gojaznost zakonom ružnoće. Kod nižih naroda pak gojaznost je omiljena. U iskopinama Lese iz ledenog doba nadjen je kod Vilendorfa u Austriji jedan od najstarijih umjetničkih spomenika, kip tzv. Vilendorfske Venere, koja nam prikazuje bezoblično gojazni ideal ljepote.“⁷⁴

Opće prihvaćeno je bilo na osnovu članaka da cilj svake žene treba biti mladolikost, odnosno da bude vječno mlada te da se sviđa drugima. Dati svojem tijelu, kosi, licu promjenu

⁷³ „Moderne frizure“, *Ženski list*, 9/3 (1933): 43.

⁷⁴ „Debljina i ljepota“, *Ženski list*, 2/5 (1926): 38.

koja prati svjetske trendove, zadaća je žene. Osim što je svijet ogromnim koracima kročio na svim poljima, ništa drugačije nije bilo niti na polju ljepote i njege tijela. U skladu s takvim promjenama časopisi *Svijet* i *Ženski list* objavljivali su sve više članaka i reklama koji su se odnosili na kozmetičke savjete s kojima bi se zadržala mladenačka ljepota. Takva vrsta članaka u početnim godištim oba časopisa gotovo pa ni nije bila zastupljena, ali nakon razvoja kozmetičke industrije s kojom dolazi do razvoj potrošačkog društva, članci o kozmetici počinju se objavljivati gotovo u svakom broju, napose u *Ženskom listu*. Na prikazivanje savjeta o ljepoti i mršavosti također je utjecala popularnost izbora za Miss, koji je nakon proglašenja Štefice Vidačić kao najljepšom Europljankom doživio vrhunac. Isto tako, na reprezentaciju ljepote utjecala je rastuća filmska industrija zbog koje se nerijetko, napose u časopisu *Svijet*, prikazuju glumci. Strategije prijenosa novog koncepta ljepote upravo su bili sveprisutni kozmetički proizvodi, modeli, popularnost izbora za Miss te filmovi.

Jedna od promjena dogodila se i na polju linije tijela odnosno javljanje problema gojaznosti. Do tada poželjna punija ženska linije naišla je na modernost u vitkom tijelu i mršavosti. U skladu s navedenim, u svakom broju *Ženskog lista* redovito se nalazio gimnastički prilog za vježbanje koji je prvi pokazatelj početka promjene percepcije ženskog tijela. Također su se u modnom dijelu *Ženskog lista* mogle pronaći rečenice koje su glasile „par časaka dnevno svakako se može i mora posvetiti gimnastici, već za volju moderne vitke linije stasa“ ili „(...) tjeranje športa, jeste glavna njegova odlika što čini ženu okretnijom, svježijom i mladjom, te osigurava vitku liniju stasa, koja je sada toliko u modi i za kojom tolike čitateljice žude.“⁷⁵ Naglašava se da je nakon rata postao popularan „novi tip žene“. Časopis *Ženski list* prikazuje da je idealna ljepota žene prije Prvog svjetskog rata bila u jakoj ženi, a da se nova ljepota nakon rata ogleda u vitkosti. Opravdanje u tome predstavljeno je kao posljedica „slabe hrane i loših životnih prilika“ koje „nisu dopuštale ženama da njeguju oblinu svoga tijela“.⁷⁶ U časopisu se tvrdilo da je takva promjena iznenadila muškarce po povratku iz rata te da im možda nije odgovarala, ali da po tom pitanju nisu mogli učiniti mnogo jer su „žene pobijedile“.⁷⁷ Promjenom mode, odnosno skraćivanjem kose i haljina, novi mršaviji izgled žene postao je sve prihvaćeniji i potpuniji te je time potiskivao ljepotu punašnih žena. Iako dvadesetih godina mršavost još uvijek nije bila posve istaknuta i zastupljena, krajem dvadesetih sve više se kroz

⁷⁵ „Žena u namještanju“, *Ženski list*, 3/11 (1927): 7.

⁷⁶ „Promjena ženskog tipa“, *Ženski list*, 11/7 (1935): 23.

⁷⁷ Isto.

članke provlače riječi „vitkost“, „linija“, „vitak stas“ i sl. *Ženski list* naglašavao je da se pojam ljepote mijenja te da debljina prošlih vremena vjerojatno ne bi razumjela novu modu vitkosti. Vitkost se odražavala i u mjeri broja kilograma pa se s toga u jednom članku uz savjete za prehranu te idealnu kilažu zdravog čovjeka prilažu idealni brojevi kilograma. Primjerice za žene od 164 cm idealna kilaža je bila 61 kilogram, a za muškarce 64 kilograma.⁷⁸

Veliki uzor svim ženama pa čak i Amerikankama u početku su bile Parižanke sa svojom otmjenošću, šminkom i pudranjem lica. Početkom dvadesetih prošlog stoljeća bilo je oko 700 kozmetičkih trgovina u New Yorku, a sredinom tridesetih taj se broj više nego učetverostručio. Kozmetička industrija se u Americi mnogostruko razvila, a kozmetičkih trgovina koje su dame posjećivale bilo je po cijeloj državi i u najmanjim gradovima. U časopisu *Svijet* prikazivalo se da se nigdje u svijetu nije polagalo toliko važnosti na treninge, izgled, mladolikost tijela i ljepotu nego kao što je to bilo u Americi, jer je, kako su prenosili, žena samu sebe prosuđivala po izgledu.⁷⁹ To je bila promjena koju su donijele dvadesete, a koja se brojem članaka posvećenim kozmetici i mršavljenju, može se zaključiti, nastavila i u tridesetima. Težilo se k smanjenju kilograma, ispravljanju bora, uklanjanju mana nastalih godinama, uređivanju i stanjivanju obrva, odstranjivale su se dlačice i sl, sve kako bi se tijelo poljepšalo.

Uz brojne kozmetičke proizvode i novu modu vitkosti tijela, javlja se novo zanimanje-model. Takvo zanimanje bilo je svakako jedan od načina prijenosa novog koncepta ljepote koji je predstavljao modu, ali i idealni tip ženske ličnosti. Posao modela predstavljao se kao nešto za što djevojka nije morala biti rođena, već da je to struka koje se uči. Unatoč tomu naglašava se da će „prirodno graciozna djevojka mnogo prije probiti put slave od one prosječne.“⁸⁰ Tvrđilo se da je postati dijelom kazališta mode potrebno steći znanje na mnogostrukim poljima te da nije sve bilo u kretanju koje, kako se izvještava, nije bilo tako jednostavno. Model je morao znati pokazati haljinu koji nosi te osjećati ju, a svaka haljina nije bila predodređena za svakog modela. Određeni tip haljine nosio je model kojemu uistinu ta haljina pristaje. Nadalje, važno je bilo držanje modela, pokreti ruku, gibanje ruku te figura djevojaka. Navodi se da je tjelovježba bila neophodna, a da su djevojke najčešće morale ići na gimnastiku u školu u Schönebergu gdje su podučavane. Predstavljajući sve obaveze modela, časopis *Svijet* se

⁷⁸ „Uloga hrane kod mršavljenja i debljanja“, *Ženski list*, 4/9 (1928): 27.

⁷⁹ „Njega ljepote u Americi“, *Svijet*, 11/17 (1936): 422.

⁸⁰ „Škola za mannequin“, *Svijet*, 8/2 (1933): 35.

dotaknuo slike koju su modeli ostavljali na društvo. Tvrđilo se da je stereotipiziranje modela bilo prisutno, a da su najustaljeniji stereotipi bili da su djevojke sposobne samo za taj posao i ulogu ljubavnice mladića ili bogate starije gospode. Nasuprot tomu, piše se da posao djevojaka nije bio niti malo jednostavan te da su uvijek morale biti lijepe, nasmiješene te od glave do pete u potpunom skladu.⁸¹

Uz ljepotu tijela u časopisima se obraćala pozornost na ljepotu pojedinih dijelova tijela, posebice ženskih nogu. Iz želje za vitkom linijom proizašao je pojam ljepote ženske noge, koja zahtjeva vitki stas i općenito cjelokupnu vitkost žene. Izgled noge bio je zanimljiv upravo zato što noge predstavljaju ženstvenost i privlačnost, ali i zbog toga što su novom modom bile izložene brojnim pogledima. U časopisu *Svijet* piše se o ženskim nogama koje su tadašnje cipele stegnule i pretvorile u tanke noge koje su u prijašnjim povijesnim razdobljima bile deblje, jake i oble zbog slobodne i prostrane obuće pa je noga ostala u svom prirodnom obliku.⁸² Nadalje, časopis *Svijet* u svom drugom godištu u članku posvećenom nogama, noge naziva nožice, aludirajući na mršave i lijepe noge te tvrdi da je „to kategorički imperativ svake žene, sposobne za ljubav.“⁸³ Poistovjećuje se lijepa noga s lijepom ženom, govoreći „Kada se veli: nožice, onda se samo po sebi razumije, da su to lijepe noge- lijepe dame.“⁸⁴ Tanke noge i tanka žena predstavljale su se kao imperativ ljepote i uvjet ljubavi napose u brojevima časopisa dvadesetih godina. Novonastale promjene zahtijevale su da noga bude vitka i lijepa te otvorena brojnim pogledima.

Novi koncept ljepote često je znao dolaziti u poveznicu sa srećom i ljubavlju. Moda, ljepota tijela i lica predstavljani su na brojnim reklamama. Dio reklame redovito su bili slavni glumci koji su jedni od glavnih prenositelja novog koncepta ljepote. U oba časopisa u sveprisutnim reklamama često se može pronaći da su upravo ljepota lica, lijepog tena i mladolikosti uvjet sreće, ljubavi i sretnog braka. Reklame su uvijek bile popraćene fotografijom filmskih zvijezda i njihovih savršenih crta lica i puti. Primjerice reklama s fotografijom švicarske kazališne i filmske glumice Dorotheae Wieck objavljena je uz tekst da će žena uz njegu ljepote „neškodljivim i uljepšavajućim sredstvima biti sretna i zadovoljna te će na taj

⁸¹ „Škola za mannequin“, *Svijet*, 8/2 (1933): 35.

⁸² „Ženska noga kroz tisućljeća“, *Svijet*, 8/3 (1933): 56.

⁸³ „Nožice i samo nožice“, *Svijet*, 2/26 (1927): 585.

⁸⁴ Isto.

način postići trajan i siguran uspjeh.“⁸⁵ Osim što se na osnovi reklama može zaključiti da su se lijep ten lica i ljepota reprezentirali kao vrlo bitan faktor za vlastito zadovoljstvo i sreću, naglašeno je također da je ljepota potrebna za očuvanje muža. Naime, krema koja „hrani i pomlađuje kožu, čini ten divnim i bijelim, ako lice nije takvo lako je moguće da će muž pronaći drugu ženu i ostaviti sadašnju zbog nesavršenog lica“, govorila je jedna reklama u časopisu *Svijet*.⁸⁶ Nadalje, reklame s naslovima „Majko ostani mlada“, također reklamiraju kremu za pomlađivanje.⁸⁷ Jedna od zanimljivijih reklama kreme za lice koja se objavljivala u *Ženskom listu* naglašavala je da „Žena mora mlada ostati!“, objašnjavajući da joj je dužnost zdrava i lijepa koža.⁸⁸ Osim što je u reklamama bilo važno naglasiti da određeni kozmetički proizvod koristi slavna filmska diva, također je bilo bitno naglasiti da proizvod ili savjet dolaze iz Pariza ili drugih gradova za koje se znalo da su središta mode. Na taj način oglašavanja, više se pridavalo pažnji da se spomene ime te da se time proizvod bolje proda, a ne da se prostor u časopisu posveti stvarnoj kvaliteti proizvoda za tijelo.. Može se zaključiti da su objavljivajući reklame i članke takvog sadržaja časopisi čitateljima predstavljali nove uvjete sreće koji su ležali u percepciji ljepote „nove žene“, a koja je ležala u vitkosti i najnovijim kozmetičkim proizvodima. Takvim načinom oglašavanja, sreća i zadovoljstvo žene se predstavljala kroz kozmetičke proizvode i sliku nove ljepote, a umjesto da su reklame prodavale proizvode, one su prodavale mladost, sreću i uspješan brak.

Novost u ideji ljepote je bila u njenoj dostupnosti. Javlja se ideja da s pravilnom uporabom sredstava za proljepšanje i najnovijom modom može postići ljepota. Časopis *Svijet* tvrdio je kroz svoje članke o kozmetici da su žene nastojale biti ljepše te da su s tim ciljem počele koristiti razne kozmetičke proizvode i tretmane. Naglašavaju da se španjolska izjava: „Jao nesretnicama, koje se nisu rodile lijepe!“, u dvadesetom stoljeću promijenila u: „Jao nesretnicama, koje ne znaju biti lijepe!“⁸⁹ Može se zaključiti da se težnja za proljepšanje uz pomoć raznih preparata predstavljala kao standard. Njega kože, odnosno lica bazirala se na novim kozmetičkim skupocjenim proizvodima koje su mogle priuštiti samo imućnije žene. Stoga se traga za jeftinijim domaćim preparatima te se objavljuju recepti za domaće proizvode.⁹⁰ Nadalje, počela se voditi briga i o dlačicama. Uz reklame i savjete za njegu lica,

⁸⁵ „Sretna i zadovoljna žena“, *Svijet*, 9/1 (1934): 18.

⁸⁶ „Shvatila je prekasno...“, *Svijet*, 9/4 (1934): 73.

⁸⁷ „Majko ostani mlada“, *Svijet*, 9/13, (1934): 253.

⁸⁸ „Žena mora mlada ostati!“, *Ženski list*, 7/1 (1931): 28.

⁸⁹ „Kako se postizava linija“, *Svijet*, 2/5 (1927): 90.

⁹⁰ „Kozmetika i njega ljepote“, *Svijet*, 11/8 (1936): 159.

redovito su se nalazile reklame i savjeti za odstranjivanje nepoželjnih dlačica. Postizanje ljepote bilo je vrlo bitno. To se vidi iz brojnih reklama kozmetičkih proizvoda, ali i poticanje pravljenja domaćih krema.

Ljepota je također bila bitna za nacionalni doprinos. Slika lijepe i zdrave Hrvatice ili Hrvata automatski je predstavljala zdravu i lijepu sliku naroda i države. Stoga se ljepota mladih Zagrepčanki često spominjala u oba časopisa, a nerijetko su oslovljavane kao „zagrebačke slatke pucice.“⁹¹ Ono što se isticalo kao poželjna karakteristika za mlade Zagrepčanke bila je dakako ljepota i dražesnost koje se najviše spominju. Često se objavljivalo da su grad činile ljepšim svojom ljepotom, lepršavošću i lijepim haljinama, a da su sugrađane razveseljavale ugodnom pojavom te da su u pogledima uživali i stranci. Također, isticalo se da su kao sportašice koje su obarajući rekorde ulazile u povijest svoga grada te da se sportski tim mladih žena mogao vidjeti na kupalištu na Savi.⁹² U časopisima se predstavljalo, napose u *Ženskom listu* da su Zagrepčanke svojim šarmom gradu davale mladost, život, polet, draž i radost te su bile ono što se prvo zapazi i što uljepšava ulice velikog grada.⁹³

Važan prenositelj najnovije mode i novog koncepta ljepote svakako je bio film zajedno s glumcima. Filmske zvijezde bile su ljubimci publike, čije filmove su vjerni ljubitelji jedva čekali u kinima. Drugi su pak nastojali imitirati velike filmske zvijezde te su svojim krojačicama odlazili s opisima novih modnih kombinacija. Kakav su utjecaj mogle imati fotografije Mary Astor, Rochelle Hudson, Ide Lupino, Nancy Carroll, filmskih zvijezda čija su se lica u časopisima objavljivala s najnovijom šminkom, lijepom frizurom i simpatičnim osmjesima s pitanjem „Koja je najljepša, najdražesnija, 'najslađa'?"⁹⁴ U manjem broju su se objavljivale fotografije glumaca, poput John Garicka, glumca „čije se oči ne mogu zaboraviti.“⁹⁵ U navedenim primjerima glumaca zasigurno su čitatelji pronalazile uzore ljepote i modne idole. Osim toga, budući da su se vjerojatno mnoge čitateljice divile izgledu slavni filmskih diva, divile su se stoga i njihovim vitkim tijelima. Fotografije slavni glumica i glumaca redovito su se prikazivale u oba časopisa, a takva reprezentacija svijeta slave, blještavila i glamura mogla je potaknuti mnoge čitatelje na sanjarenje i maštanje o životu pod

⁹¹ „Lijepe Zagrepčanke“, *Svijet*, 11/10 (1936): 189.

⁹² Isto.

⁹³ Isto.

⁹⁴ „Filmske zvijezde. Koja je najljepša, najdražesnija, najslađa?“, *Svijet*, 10/7 (1935): 126.

⁹⁵ „Film i moda“, *Svijet*, 8/25 (1933): 524.

velikim reflektorima. Osim što su redovito objavljivani članci o postizanju lijepog tena, vitkog tijela i lijepih crta lica, u časopisu *Svijet* jedan vrlo kratak članak odnosio se na boju tijela odnosno preplanulost koja je prikazana kao bitna za ljepotu žene u Americi. Na fotografiji se nalazila grupi poredanih žena, prema kojima je bio usmjeren fotometar s kojim su mjerili koliko je sunce djelovalo na ženska tijela te koja je osunčanost najidealnija.⁹⁶ Svakom godinom, kao što se javljaju nove modne novosti i materijali, tako se javljaju novi modni kriteriji i novo shvaćanje ljepote.

Nadalje, mnogi članci o ljepoti nisu samo sadržavali informacije o mršavljenju, kozmetičkim proizvodima i sl. Časopisi su se bavili brigom o mnogim dijelovima tijela poput članaka o uređivanju nokta na nozi, liječenju proširenih krvnih žila, njega ruku i vrata te uklanjanje već spomenutih dlačica koje su, sudeći po reklamama objavljenima u časopisima, postale vrlo nepoželjne. Za svakog je ponuđeno rješenje, sve s ciljem postizanja ljepote za koju su se objavljivali savjeti namijenjeni uređenju i najmanjih detalja na tijelu. Nadalje, već spomenuta vitkost i težnja k što bezbolnijem mršavljenju također je zauzimala svoje mjesto u oba časopisa. Osim što su se u oba časopisa objavljivale fotografije i upute za tjelovježbu, objavljivali su se i članci posvećeni mršavljenju poput članka pod naslovom „Mršavljenje bez gladi i opasnosti“.⁹⁷ Budući da je vitkost bila poželjna, časopisi su predstavljali što lakše puteve i jednostavnije savjete koji bi doveli do željene vitkosti. Nova percepcija ljepote može se pronaći u objavljenim fotografijama vitkih glumica, plesačica i Missica. Vijesti o što lakšem mršavljenju dolazili su izumom novih tretmana, a koji su dolazili iz Amerike. Časopis *Svijet* objavio je novi tretman polijevanja vrućeg parafina na one dijelove tijela koje su željele smanjiti. Nadalje, *Svijet* je objavio nove savjeti za kupanje u pjenu da bi se sačuvala lijepa nježna put te prakticiranje pozlaćivanja zubi kod onih Amerikanki koje nisu bile zadovoljne svojom bjelinom zubi.⁹⁸ Isto tako *Ženski list* prati razvoj tehnologije te naglašava vrlo brzi razvitak kirurgije nakon rata, posebno estetska koja je „vraćala ženi mladost i ljepotu“.⁹⁹ Osim što su kozmetički proizvodi u oba časopisa većinom usmjereni prema ženama, predstavljanje estetske kirurgije bila je usmjerena i prema muškarcima. Objavljujući, primjerice ispravljanje nosa kirurškim zahvatom, na fotografijama se nisu nalazile samo žene, već i muškarci nakon zahvata. Tvrdilo se da se sve pokušavalo nadograditi ili popraviti zbog važnosti ljepote koja se mogla ili

⁹⁶ „Ženska stranica“, *Svijet*, 10/22 (1935): 435.

⁹⁷ „Mršavljenje bez gladi i opasnosti“, *Ženski list*, 9/12 (1933): 39.

⁹⁸ „Kako se postizava linija“, *Svijet*, 2/5 (1927): 91.

⁹⁹ „Moderna kirurgija“, *Ženski list*, 12/9 (1936): 36.

trebala postići. Također se tvrdilo se da se sve može popraviti bez obzira na to ako se osoba ne rodi prirodno lijepa. Prikazivanjem vitkih žena s najnovijom modom te objavljivanjem kozmetičkih savjeta kojima se želi postići željena linija, ljepota i sl., automatski se nametala stereotipna ljepota filmskih zvijezda i modela. Unatoč tomu, časopisi su se rijetko usredotočili na prednosti ponekih vizualnih nedostataka poput širokih bokova i brade naglašavajući „duševnu sposobnosti i bogatstvo“ te „prolaznost vanjske ljepote.“¹⁰⁰ Iako se čini da su se savjeti za poželjnu ljepotu i nova estetska kirurgija odnosili samo na žene, vidljivo je da se pitanje izgleda i ljepote odnosilo i na muškarce. Postojanost unutarnje ljepote i razum koji naglašava da ljepota ne znači sve ipak su bili rijetko prisutni. Stalne modne i kozmetičke novosti nametali ideal ljepote i izgled tijela.

Još jedan od načina na koji su časopisi *Svijet* i *Ženski list* prikazivali ljepotu i samim time čitatelje usmjeravali na stvaranje određene percepcije ljepote, bila je reprezentacija sve popularnijeg izbora za Miss. Koncept izbora potekao je Sjedinjenih Američkih Država, a svoju popularnost u Europi, posebno na jugoistočnom dijelu izbori za ljepotu postigli su kada je filmska kompanija pod nazivom Fanamet dobila kao zadatak organizirati izbor za Miss Europe i probiti se na tržište.¹⁰¹ Godine 1927. na izboru između ljepotica iz Beograda, Ljubljane i Zagreba, za najljepšu je proglašena Zagrepčanka Štefica Vidačić.¹⁰² Časopis *Ženski list* taj je događaj popratio riječima „Ono-o čemu u svojoj duši sanjare toliko mladih lijepih posjetnica kina- ostvarilo se već na pola iznenada preko noći mladjahnoj zagrebčanki gdjici Štefici Vidačić(...) Hiljade i hiljade ljepotica natjecale su se svojim fotografijama.“¹⁰³ Šteficu je *Ženski list* predstavljao kao osobu koja je s osvojenom titulom Miss Europe osvojila i put k zagaraniranom filmskom uspjehu i „angažman sa 25. 000 dinara mjesečno“.¹⁰⁴ Opisivali da su u njoj bile udružene „ljepota lica, krasno tijelo i žarka umjetnička priroda što iskri iz svake njezine kretnje.“¹⁰⁵ Iste godine kada je proglašena najljepšom, časopis *Ženski list* predviđao joj je „put slave posut cvijećem“. Nakon što je Štefica Vidačić proglašena najljepšom u Europi, *Ženski list* i *Svijet* naglašavaju popularnost izbora ljepote koja se na prvi pogled može se vidjeti

¹⁰⁰ „Nije potrebno da budete lijepi“, *Ženski list*, 13/1 (1937): 40.

¹⁰¹ Ograjšek Gorenjak, „Hollywood comes to Central Europe: the Fanamet beauty contest in Central and Southeastern Europe“, 213.

¹⁰² Filipović, „Štefica Vidačić- hrvatska Miss Europe“.

¹⁰³ „Zagrebačka-buduća filmska diva. Najljepša djevojka Europe“, *Ženski list*, 2/11 (1927): 22.; „Mis Europa-Zagrebačka“, *Ženski list*, 2/12 (1927): 32.; „Gdjica Štefica Vidačić- Miss Europe“, *Jutarnji list*, 6. ožujka 1927.: 7.

¹⁰⁴ „Mis Europa - Zagrepčanka“, *Ženski list*, 2/12 (1927): 32.

¹⁰⁵ „Zagrebačka-buduća filmska diva. Najljepša djevojka Europe“, *Ženski list*, 2/11 (1927): 22.

iz brojnih fotografija objavljenih u oba časopisa na kojima su se nalazile izabrane ljepotice iz raznih krajeva. Može se zaključiti da su natjecanja ljepote postala sve prisutna u svakom dijelu države, a iz fotografija u časopisima vidljivo je da su gradovi i pokrajine vrlo često organizirali natjecanja ljepote, koja su se održavala na događajima raznih sportskih klubova, ženskih društava i dakako na plesovima. Primjerice, časopis *Svijet* često je objavljivao fotografije s imenima i prezimenima pobjednica izbora ljepote koji su se na primjer organizirali na diletantsko-dramskoj sekciji hrvatskog pjevačkog društva *Sklad* (1930.), na zabavi Hrvatske čitaonice u Novom Sarajevu, na zabavi Hrvatskog konjaničkog Sokola u Slavonskoj Požegi, prigodom zabave športskog kluba Hajduk u Pakracu i drugim sličnim događajima.¹⁰⁶ Opisa izabranih ljepotice u većini slučajeva nema. Uz fotografije najčešće stoje samo imena i prezimena te ime događaja na kojemu se održao izbor. Na fotografijama izabranih ljepotica vidi se da je kosa dvadesetih godina bila kratka, a da je popularna bubikopf frizura u potpunosti izbacila dugu kosu na svim prikazanim dama u časopisima. Nadalje, na fotografijama natjecateljica se mogu primijetiti jaki ruževi na usnama i sjenila na očima što je posljedica razvoja kozmetičke proizvodnje te razvoja potrošačkog društva nakon Prvog svjetskog rata. Najveća pažnja kod reprezentacije Missica bila je usmjerena na ljepotu njihovog lica i frizuru. Vitkost najviše dolazi do izražaja krajem dvadesetih i u tridesetima.

Osim što su oba časopisa izvještavala o raznim izborima ljepote, časopis *Svijet* je organizirao vlastito natjecanje ljepote. Godine 1927. objavili su da časopis organizira prvo natjecanje za ljepoticu kupališta za koje su kandidatkinje u najkraćem mogućem roku uredništvu trebale poslati fotografiju cijele sebe u kupaćem kostimu.¹⁰⁷ Časopis *Svijet* redovito je izvještavao fotografijama s kupališta, a časopis *Ženski list* popularnim odjevnim predmetima za kupališta. Godine 1930. na tada poznatom zagrebačkom kupalištu na Savi prepunom ljudi, prikazan je izbor za Miss, a u ovom slučaju Miss Save. Uz fotografije kandidatkinja i ljudi koji su se okupili na događaju, prikazana je slika kandidatkinje na vagi na osnovu čega se sa sigurnošću može zaključiti da je broj kilograma bio jedan od glavnih čimbenika natjecanja, a samim time se odražavalo i na čimbenike nove percepcije ljepote. Na fotografijama s kupališta krajem dvadesetih i u tridesetima u oba časopisa može se primijetiti vitkost. Broj kilograma djevojaka postajao je sve bitniji, a mršavost sve privlačnija, za razliku od dotadašnje punašnosti djevojaka. Objavljivanje novih američkih tehnoloških dostignuća i tretmana za brže i lakše

¹⁰⁶ „Iz naše pokrajine“, *Svijet*, 5/3 (1930): 67., „Čajanke i zabave 'Hrvatske žene', *Svijet*, 3/6 (1928): 128.

¹⁰⁷ „Natječaj Svijeta za ljepotice u kupalištima“, *Svijet*, 2/26 (1927): 557.

mršavljenje zasigurno su utjecali na percepciju lijepoga. To je samo još jedan od noviteta koji uz dužu kosu krajem dvadesetih dolazi iz zapadnog svijeta, odnosno Amerike, a došli su kao posljednica naglog populizma izbora ljepote sredinom dvadesetih.

Zanimljivost se može pronaći kroz fotografije na kojima se može primijetiti prihvaćanje i praćenjem svakog novog trenda mode od strane časopisa. Očigledna razlika u frizurama vidi se u fotografijama izbora ljepotica u samo godini dana izlaženja časopisa. Izabrane Miss u brojevima časopisa 1927. godine vjerno nose bubikopf frizure, a u fotografijama samog kraja dvadesetih i tridesetih godina, vidljiva je razlika. Iako još uvijek veći dio žena na fotografijama nosio bubikopf, sve više je prisutna duža valovita kosa do malo iznad ramena ili sasvim do ramena. Nadalje, obrazi kao i debeljuškasto tijelo bilo je sasvim normalno pronaći na fotografijama oba časopisa vezanim za izbore ljepote, ali sve većom amerikanizacijom broj kilograma je bio sve bitniji, a tijela na fotografijama na kupalištima tanja. Utjecaj Amerike vidljiv je u izgledu tijela kandidatkinja na izborima za Miss. Tada jedan od popularnijih listova objavljivao je da su se američki kriteriji ljepote uvelike razlikovali od europskih te da su uveli mjerenja duljine nogu, nosa ruku i dr.¹⁰⁸ Časopisi su tvrdili da je Europa još uvijek tražila ljepotu u profinjenosti, dražesnosti i šarmu, a ne u savršenoj fizičkoj formi tijela. Američke kandidatkinje za Miss često su prikazane u oskudnim kostimima, dok je u Europi gdje su još uvijek, kako su tvrdili časopisi *Svijet* i *Ženski list* bila prisutna ljepota duha, kandidatkinje dolazile obučene u haljinama dužine ispod koljena. Iako se može zaključiti da je u Europi različitost, odnosno posebnost prolazila na izborima ljepote, takva situacija se mijenjala sve većim utjecajem Amerike i utjecajem najnovijih kozmetičkih sredstava i tretmana za uljepšavanje. Američka filmska industrija također je utjecala na kriterije ljepote. S uljepšavanjem i kopiranjem filmskih diva, žene žele postati sve sličnije njima, a kopiranjem se posebnost počela gubiti. Amerika je novim stilom života te haljinama, autima, frizurama polako preuzimala glavnu ulogu u svijetu.

¹⁰⁸ „Najljepše tijelo i najljepše noge“, *Jutarnji list*, 6. ožujka 1927.: 9.



Slika 8. Američke kandidatkinje na izboru za „Miss Floride“ (*Svijet*, 8/19, 1933.: 385.)



Slika 9. Europske kandidatkinje na izboru za „Miss Europe“ (*Svijet*, 8/23, 1933.: 479.)

Upravo su sadržaji koji su se odnosili na izbore za Miss, mršavljenje, estetsku kirurgiju, savjete o lijepoj puti, nogama i sl., nametali novu percepciju ljepote koja je očigledno postajala imperativ. U časopisu *Ženski list* često su naslovi i reklame sadržavali riječi poput mlada, lijepa, mršavljenje, njega tijela dr. Takvim riječima u naslovima, časopisi su stvarali novu sliku lijepoga. Ljepota je postala ono što žena mora imati kako bi bila sretna i uspješna, a u časopisima je sadržaj bio takav da se sve usmjeravalo k tome da se žena drži promjena koje će ju učiti sretnom i uspješnom. Bitno je naglasiti da su ljepota i mladolikost nerijetko prezentirani kao izvor sreće i vlastitog zadovoljstva, a takvim pristupom nova slika ljepote mogla je prijeći granicu uživanja u novim promjenama te postati obaveza koja se mora ispuniti.

7. Sport i zdravlje

„Danas već nema ni jedne grane športa, u kojoj ne samo da ne sudjeluju žene, već stiču prvenstva, šampionate i postizavaju rekorde kao i muškarci.“¹⁰⁹

Sport je također u međuratnom razdoblju na svoj način doživio mnoge promjene. Tijekom 19. stoljeća tijela su se skrivala od sunčevih zraka, bolesni ljudi zatvarali u sobe, a sportom bavili u zatvorenim prostorijama. Tijekom dvadesetog stoljeća, napose u međuratnom razdoblju, pristup prema tijelu i sportu se promijenio. Poticao se zdrav i aktivan život, što veća izloženost svježem zraku kroz šetnje ili bavljenje sportom te briga o vlastitom tijelu kroz tjelovježbu. Dok se prije tijelo skrivalo od sunca, u dvadesetima je bilo poželjno izlagati tijelo na suncu i pokretu pa su tako brojne reklame u časopisima glasile „Vi tražite sunce, taj izvor života, zdravlja i ljepote.“¹¹⁰ Sport je bio ogledalo zdravlja, a kult zdravlja prikaz zdrave nacije. Časopisi *Svijet* i *Ženski list* često su dio prostora u časopisima posvećivali upravo sportu. Iako se većinom izvještavalo o sportskim dostignućima koje su postigli muškarci, vijesti o uspješnim sportašicama nije nedostajalo, posebno u časopisu *Ženski list*. Svrha sportskih članka bila je potaknuti i žene i muškarce na bavljenje sportom koji je predstavljan kao aktivnost potrebna za zdravlje i izgled tijela. Potaknuti time, časopis *Ženski list* je nakon I. godišta izdavao članke pod nazivom „Gimnastika“ u kojima je u svakom broju davao upute za vježbanje određenog dijela tijela uz fotografije.

Ženski list isticao je da je sport u prošlim vremenima bio luksuz kojim su se bavili samo muškarci, a da se sada svi imaju pravo baviti njime, a naročito žene, trenirajući golf, plivanje, hazena itd.¹¹¹ Sport je predstavljan kao uvjet nove percepcije ljepote. Časopis *Ženski list* isticao je da su energija i kretanje vrlo bitni za ženu zato što „danas neumorno radimo- i to gotovo američkim tempom“.¹¹² Osim toga, glavni razlozi kojima se čitatelje pokušava uvjeriti u uključivanje u sportske aktivnosti bili su vitka tijela, duga mladost, fizička prednost, otpornost i ostalo. Također, *Ženski list* je navodio da je sport ženama donio „emancipovanje, samostalnost, snalaženje u životu“, naglašavajući uz navedeno još zdravlje, mladost te povećane intelektualne i moralne kvalitete kao posljedica sporta. Časopis *Svijet* često je u

¹⁰⁹ „Žene i sport“, *Svijet*, 3/23 (1928): 508.

¹¹⁰ „Sunce je izvor zdravlja“, *Svijet*, 3/26 (1928): 584.

¹¹¹ „Šport u školi“, *Ženski list*, 4/10 (1928): 33.

¹¹² „Žena i šport“, *Ženski list*, 4/9 (1928): 37.

člancima posvećenim sportu koristio riječi ljepota, zdravo, lijepo, potreba, lijep/lijepa. Prilikom prezentiranja zimskih sportova, gdje su na fotografijama uz muškarce prikazane i žene, ističe se da zimski sportovi znače „potrebu, ljepotu i korist.“¹¹³ Sudjelovanje žena u mnogim sportovima i na velikim natjecanjima pokazatelj je da i na tom području ima mjesta za njih što je vidljivo u kasnijim godinama izlaženja časopisa objavljivanjem sve brojnijih ženskih uspjeha.



Slika 10. Grupa sportaša i sportašica na turniru (*Ženski list*, 5/4, 1929.: 18.)

Jedan od najpopularnijih sportova o kojemu su izvještavali, a koji su igrale žene bio je hazena. Sport nastao u Pragu koji je preteča današnjeg rukometa, sa sedam igračica na terenu. Razlika je bila u tome što se igrao na otvorenom na travi, a dimenzije igrališta su bile manje od današnjeg rukometa. Najpoznatiji ženski tim koji je 1931. godine bio prvak Jugoslavije zvala se družina „Concordiae“, a kao najbolji klub u državi predstavljali su Jugoslaviju na međunarodnim natjecanjima.¹¹⁴ Drugi najpopularniji sport, to jest sport u kojem su sudjelovale žene, a koji su popratili *Svijet* i *Ženski list* bio je tenis. Vijesti o tenisačicama na najvećem turniru u Wimbledonu u Engleskoj redovito su bile sastavni dio časopisa *Svijet*, a o njima je pisano prije samog početka turnira i na kraju turnira zajedno s fotografijama natjecateljica koje su dolazile iz Amerike, Njemačke, Španjolske, Francuske i drugih država Europe i svijeta. S druge strane časopis *Ženski list* obavještavao je svoje čitatelje također o sportskim događajima i rekordima koje su postizale žene, ali i o sportskoj modi. U jednom od članaka u časopisu *Svijet* o ženama i sportu kaže se da se u Jugoslaviji „ženski svijet bavi samo lakim sportovima“ poput

¹¹³ „Zimski športovi u našoj državi“, *Svijet*, 2/4 (1927): 72.

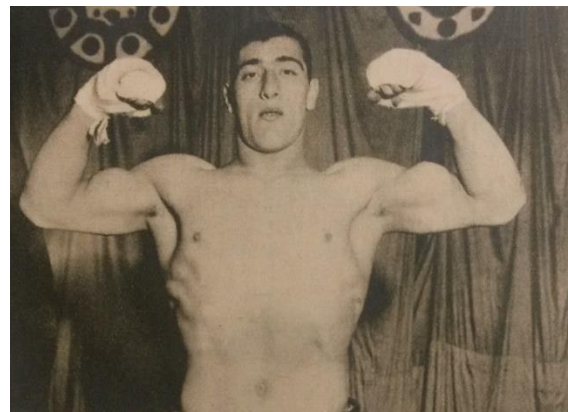
¹¹⁴ „Hazena - Družina Concordiae državni prvak Jugoslavije“, *Svijet*, 6/1 (1931): 7.

tenisa, jahanja, plivanja, a da se u drugim državama Europe žene također bave svim vrstama lake atletike te da će pobjednice velikih natjecanja u raznim kategorijama sudjelovati na Olimpijskim igrama u Los Angelesu 1932. godine.¹¹⁵ Ovakvim člancima žene su poticane da se sve veći broj uključi u sportske aktivnosti, ne samo radi natjecanja, nego zbog zdravijeg života.

Često su se sportovi dijelili na muške i ženske, jake i lake. Muški sportovi koji su se najčešće prezentirali bili su nogomet, teški atletski sportovi, motociklizam i dr.¹¹⁶ u kojima se isticala snaga, a na fotografijama mišićavost. Muškarci su najčešće u sportskom sadržaju prikazivani kao ozbiljni sportaši ili su prikazivani u pokretu, primjerice tijekom borbe za loptu u nogometnoj utakmici i sl.¹¹⁷ S druge strane žene na sportskim fotografijama često poziraju te su prikazane nježnije.



Slika 11. Prvak A. Štrban na motociklističkim utrkama u Zagrebu (Svijet, 3/22, 1928.: 489.)



Slika 12. Pobjednik Primo Carnera, prvak svijeta u boksu (Svijet, 8/3, 1933.: 54.)

Na početku izlaženja časopisa *Svijet* objavljivali su se članci u kojima su žene igrale samo hazena i tenis te su vrlo rijetko pisane vijesti o njihovim sportskim uspjesima. S vremenom se sport sve više promovirao, a vijesti o sportašicama pisane su u sklopu klizanja, mačevanja, golfa, jahanja i drugih sportova. Istina da su se te vijesti najviše odnosile na sport u Americi, no kao što su filmovi, moda, tehnička dostignuća i mnogo ostalih novosti prelazili iz Amerike u Europu, tako se može zaključiti da se takvim principom mijenjala svijest o aktivnosti

¹¹⁵ „Žene, pobjednice u sportu“, *Svijet*, 6/7 (1931): 155.

¹¹⁶ „Motoklub 'Sremac'-Vinkovci“, *Svijet*, 3/21 (1928): 467.

¹¹⁷ „S olimpijade u Amsterdamu“, *Svijet*, 3/25 (1928): 553.

žena na mnogim položajima na kojima do sada nisu bile aktivne. Svakom godinom žene su se sve više uključivale u sportske aktivnosti, no ne samo u one sportove koji su ženama u početku bili predodređeni poput tenisa, klizanja, hazana i dr., već se uključuju i u „teže i jače“ sportove u kojima je bila potrebna snaga mišića, a to su bili nogomet, hokej, motociklizam, laka atletika i dr.¹¹⁸

Reprezentacijom sportaša i sportašica te sportske odjeće može se iščitati sve veća popularnost sporta, a time i briga za vlastito tijelo. Bavljenje sportom predstavljeno je u svrhu ljepšeg izgleda tijela, ali i u svrhu zdravlja od kojeg, kako je *Ženski list* prezentirao, dolazi ljepota i mladenaštvo. Takvim prikazom odnosa prema tijelu može se zaključiti da je tijelo postalo obaveza o kojoj se morala voditi briga te važan dio potrošačke kulture. Iako se ponekada učinilo da je briga o tijelu predstavljena kao nešto nametnuto, ona je zapravo predstavljena kao dobrovoljna zadaća svakog čovjeka.

„Ništa nije za damu neprijatnije od nečiste kože, od lica punog prišteva, mozula, bobuljica, nečiste boje i madeža. Svaka se bolest smjesta odrazuje na Vašoj vanjštini.“¹¹⁹

Iako se do dugo kroz povijest ženski rod prirodno smatrao slabijim u fizičkom, emotivno te intelektualnom smislu, a diskriminacija često opravdavala nepromjenjivom razlikom između spolova¹²⁰ dvadesete i tridesete godine prošlog stoljeća predstavljaju sužavanje razlike između dva spola. Nakon Prvog svjetskog rata kada se broj populacije smanjio, a žene zauzele položaje muškaraca, u pitanje dolazi zdravstveno stanje i težnja k povećanju broja stanovnika. Međuratno razdoblje vrijeme je kada su zdravlje ljudi i povećanje nataliteta postali vrlo bitni zato što su u ponekim državama broj stanovnika i njihovo zdravlje značili nacionalnu sigurnost. Najbitnije za ostvarenje toga cilja bile su žene. U skladu s takvom situacijom u Jugoslaviji se također pokušavala popraviti zdravstvena njega pa su se stoga organizirala brojna humanitarna društva poput „Društvo prijateljica mladih djevojaka“¹²¹, „Hrvatsko dobrotvorno gospojinsko društvo u Brodu na Savi“¹²² i dr., koja su pomagala bolesnima i siromašnima. Veliku ulogu

¹¹⁸ „Žene u sportu“, *Svijet*, 11/18 (1936): 434.

¹¹⁹ „Svaka dama može biti lijepa ako se brine za svoje zdravlje“, *Ženski list*, 10/3 (1934): 40.

¹²⁰ Wallach Scott, *Rod i politika povijesti*, 20.

¹²¹ Prlenda, „Žene i prvi organizirani oblici praktičnog socijalnog rada“, 324.

¹²² Medved, „Hrvatsko dobrotvorno gospojinsko društvo u Brodu na Savi 1895.-1941.“, 291-294.

svakako je imao Andrija Štampar utemeljenjem zdravstvene službe u Jugoslaviji nakon Prvog svjetskog rata.

Časopis *Ženski list* često je sadržavao članke posvećene zdravlju. S druge strane *Svijet* je zdravlju pridavao mnogo manje pažnje te je brigu o zdravlju prezentirao jedino u sklopu reklama za lijekove, sprava za vježbanje i sl. U spomenutim reklamama navodio je da su vježbe tijela potrebne te da se aktivnim načinom života zadržava zdravlje, svježina i vitkost. Isto tako opisuje se u *Svijetu* da je za zadovoljan i učinkovit život ključno zdravo i snažno tijelo.¹²³ Ovakav i sličan sadržaj upućen je bio i muškarcima i ženama. *Svijet* nije odvajao zdravlje žena od zdravlja muškaraca. Na osnovi toga može zaključiti da su po pitanju časopisa *Svijet*, zdravlje i tjelovježba bili reprezentirani kao važni za sve. *Ženski list* je temi zdravlje posvećivao mnogo više pažnje. Gotovo u svakom drugom broju su se na posljednjim stranicama nalazili kraći članci čiji su naslovi bili „Zdravstvo“, a sadržavali su brojne savjete o ishrani, izlječenju prehlade, krvnom tlaku, kožnim bolestima i dr. U spomenutim člancima govorilo se da je zdravlje „najveće blago“ te „izvor svega dobroga u životu.“¹²⁴ Nadalje, za poneke bolesti uzrok se pronalazi u novom užurbano načinu života, odnosno na mnogim zahtjevima koja su nova vremena stavila na čovjeka.¹²⁵

Uz to što se zdravlje predstavljalo kao izvor vitkosti, svježine i dobroga načina života, zdravlje se povezivalo i s ljepotom. Časopis *Ženski list* opisuje da se unatoč brojnim tretmanima i novim kozmetičkim proizvodima, prirodna ljepota može jedino zadržati zdravljem, odnosno zdravim načinom života. Tvrdi se da se kozmetikom i raznim tretmanima nedostaci ljepote samo na kraće vrijeme skrivaju te da se s njima postiže umjetna ljepota.¹²⁶ Naglašava se da je zdravlje izvor ljepote te da se „priroda neda umjetnim načinom trajno nadjačati“ već da se „Ljepota čovječjeg tijela samo na prirodan način iznuditi.“¹²⁷ Zanimljivost pronađena u članku u časopisu *Ženski list* koji se nalazio pod temom „Zdravstvo“, odnosila se na vitkost, odnosno debljanje. Vijest se, objavljena sredinom tridesetih, odnosila na novu modu debljanja, to jest na javljanje „želje za donekle punijom linijom.“¹²⁸ Poželjna vitkost koja se redovito spominjala u sportskom i modnom sadržaju te sadržaju vezanog u zdravlje, predstavlja se sredinom tridesetih

¹²³ „2 sata tjelovježbe ili 10 min. Punkt-Rollera“, *Svijet*, 1/23 (1926): 490.

¹²⁴ „Što mora da čini - zdrav čovjek“, *Ženski list*, 4/1 (1928): 46.

¹²⁵ „Živčana bolest“, *Ženski list*, 10/2 (1934): 41.

¹²⁶ „Umjetna ili prirodna ljepota“, *Ženski list*, 10/5 (1934): 38.

¹²⁷ Isto.

¹²⁸ „O debljanju“, *Ženski list*, 10/3 (1934): 40.

u nekoliko brojeva kao prolazna moda. Časopis *Ženski list* iznosi promjenu da će žene ubrzo tražiti savjete o bržem debljanju, umjesto o dotadašnjem mršavljenju.¹²⁹ Nadalje, objavljuje se u *Ženskom listu* članak u kojemu se iznosi stav jednog liječnika o vitkoj liniji i mršavljenju koji tvrdi da je „vitka gipka žena svakako lijepa, ali očuvaj nas Bog one mršavosti“.¹³⁰

Iz prvog citata s početka tematike koja se odnosi na zdravlje može se zaključiti da je očuvanje zdravlja velikim dijelom prezentirana u svrhu novo postavljene percepcije ljepote. Iako se poželjna linija tijela mijenjala, lijepa i čista koža bez bora i dalje je bila poželjna, jer kako je *Ženski list* obavještavao „, Svaka dama može biti lijepa ako se brine za svoje zdravlje.“¹³¹ Može se zaključiti da su zdrava prehrana i tjelovježba pokraj svih reklamiranih kozmetičkih proizvoda predstavljeni kao glavni učinak novo postavljenog ideala ljepote. Nadalje, časopis *Ženski list* često uzima za poveznicu zdravlje, sport i ljepotu te novi tempo života. Tvrdi se da je uz ubrzanom načinom života u gradovima tijelo izloženo bolestima napose stresu i debljanju. Kao rješenje predstavljala se što veća fizička aktivnost odnosno treniranje, šetnje i sl. Sportski život prezentirao se kao glavni čimbenik zdravlja, a zdravlje kao izvor ljepote.¹³²

¹²⁹ „O debljanju“, *Ženski list*, 10/3 (1934): 40.

¹³⁰ „Što veli učenjak o vitkoj liniji“, *Ženski list*, 11/12 (1935): 49.

¹³¹ „Svaka dama može biti lijepa ako se brine za svoje zdravlje“, *Ženski list*, 10/3 (1934): 40.

¹³² „Žena, zdravlje i ljepota“, *Ženski list*, 12/3 (1936): 39.

8. Zaključak

Tijelo kao predmet proučavanja u časopisima *Ženski list* i *Svijet* odaje mnoge informacije o društvenim položajima, zanimanjima, obavezama te odnosu prema njemu samome. U časopisima *Svijet* i *Ženski list* tijelo je predmet reprezentacije zdravstvene brige, preobraženja, izloženosti, kontroliranja kilograma, reklame i revolta prema tradicionalnom.

Sve razvijenije potrošačko društvo razvilo je prisutnost reklama u listovima, a glavni aduti prodaje bila su upravo tijela, prikazana na mnogim reklamama. Dok su ženska tijela često bila izložena reklamiranju i modnim novostima, muška tijela nisu se prikazivala često u takvom obliku. Oni su uglavnom prikazani u sklopu važnih poslovnih funkcija, sportskih događanja, a rijetko u temama mode i kozmetike. S druge strane ženska su tijela u oba časopisa često dio nove mode, frizure, izbora za Miss, nove kozmetike i tretmana. Treba naglasiti da su mnogo puta upravo ženska tijela prikazana kao dekorativan objekt čije tijelo, odnosno figura prodaje određeni proizvod. Časopis *Ženski list* u svakom broju iznosio je ilustrirane najnovije modne kreacije namijenjene ženama. Časopis *Svijet* novu modu predstavljao je fotografijama iz svijeta s raznih plesova, automobilističkih utrka i sl. No osim što su na fotografijama i ilustracijama prikazane nove odjevne kombinacije, prikazana je i „nova žena.“

Tijelo je također bilo predstavnik velikog raskoraka u načinu života vidljivog naročito nakon Prvog svjetskog rata. Žensko tijelo postaje sve aktivnije u sportu, a važnost njegova izgleda i zdravlja vidljivi su u oba časopisa. Pažnju posvećenu vitkom izgledu, kilogramima i ljepoti pridaju oba časopisa, sadržavajući naslove s riječima „mršavljenje“, „lijepa“, „uvjet ljepote“, „moderna djevojka“ i sl. Vidljive su promjene u percepciji tijela, a najviše se mogla primijetiti pažnja usmjerena k novom konceptu ljepote. „Nove žene“ prikazivane su u odjeći najnovije mode, vitkih linija i našminkanih lica. Nadalje, časopis *Ženski list* pridaje veću pozornost zdravlju za razliku od *Svijeta* koji je više fokusiran na društveni život, njegove promjene i događanja. Zdravlje kao i aktivno bavljenje sportom prezentirani su kao glavni učinak novog ideala ljepote koji je nastao kao posljedica društvenih promjena nakon Prvog svjetskog rata. U skladu s time, svijest žena i muškaraca se mijenjala. Žene su postale svjesne važnosti njihove uloge, a s time se javlja već spomenuta „nova žena“ s novim pogledima prema svome tijelu. U dvadesetim godinama prošlog stoljeća ona je prikazivana kao mlada, aktivna, nasmiješana žena s kratkom frizuricom i kratkom suknjom koja staloženo korača u budućnost i

postaje dio društva. U tridesetim godinama, žene se najčešće prikazuju kao dame, javlja se ljepota u ponovnoj skrivenosti tijela koja je došla s novom modom dužih haljina. No treba naglasiti da su one u oba časopisa prikazane kao vidljivi i aktivni dio društva, koji je svojom djelatnošću, što u sportu ili u znanosti. Promjene na tijelima koje su većinom vidljive na prikazu žena, a vrlo malo na prikazu muškaraca, ogledaju se u pažnji posvećenoj tjelovježbi, estetskim savjetima, kozmetičkim proizvodima te naravno modi odjeće i frizure.

Časopisi *Svijet* i *Ženski list* prezentirali su promjene koje su se događale u međuraću u većini slučajeva u pozitivnom svjetlu. Nova moda, briga o tijelu i odnos prema njemu predstavljeni su kao normalna i prihvaćena novost. Sadržaj koji se protivio novonastalim promjenama zastupljen je vrlo malo u oba časopisa, a uvijek je sadržavao jedino prezentiranje s odmakom od konzervativne strane koja nije podržavala novonastale promjene. Koliko su reprezentirane promjene u odnosu prema tijelima i svjetski događaji utjecali na svijest ljudi u dvadesetima i tridesetima prošlog stoljeća u Jugoslaviji može se samo nagađati. No može se zaključiti da su odjeća, zdravstvena briga o tijelu i nova percepcija ljepote usko povezani s reprezentacijom tijela i njezinim promjenama u međuraću.

9. Izvori i literatura

Ženski list : za modu, zabavu i kućanstvo (1925.-1938.)

Svijet- ilustrirani tjednik (1926.-1936.)

Jutarnji list (1927.)

Bećirbašić, Belma. *Tijelo, ženskost i moć- upisivanje patrijarhalnog diskursa u tijelo*. Zagreb-Sarajevo: Synopsis, 2011.

Cooter, Roger. „The turn of the body: history and the politics of the corporeal“. U: *Arbor: Ciencia, Pensamiento y Cultura*, ur. María José Albalá, 393-405. London: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2010.

Cvitan Černelić, Mirna. „Tijelo i njegova povijest“, *Tvrđa, časopis za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti*, 6/1-2 (2006): 261-262.

Filipović, Ivana. „Štefica Vidačić- hrvatska Miss Europe“. *Hrvatski povijesni portal*, <http://povijest.net/2018/?p=699> (preuzeto 4. srpnja 2018.)

Fischer, Lucy. *Designing Women*. New York: Columbia University Press, 2003.

Gorski, Oton, Majnarić, Niko. *Grčko-hrvatski rječnik*. Zagreb: Školska knjiga, 2005.

Jakobović Fribec, Slavica. „Zagorka- subjekt otpora: svjedokinja, akterica, autorica- ili feminizam, ovlašćivanje slobode i ravnopravnosti žene, politička strast 20. stoljeća“, U: *Neznana junakinja- nova čitanja Zagorke*, ur. Maša Grdešić, Slavica Jakobović Fribec, 13-42. Zagreb: Centar za ženske studije, 2008.

Kolveshi, Željka. „Magazin Svijet-Vanity Fair Kraljevine Jugoslavije“. *Jutarnji list*, 11.2.2006., <https://www.jutarnji.hr/arhiva/magazin-svijet-vanity-fair-kraljevine-jugoslavije/3382187/> (Preuzeto 8. rujna 2018.)

- Kružić, Marko. „Doza konkretne umjetnosti“. *Vijenac*, 13/305 (2005): 9.
<http://www.matica.hr/vijenac/305/doza-konkretne-umjetnosti-8232/> (Preuzeto 8.9.2018.)
- Kuvač-Levačić, Kornelija, Ana Vulelija. „Koncept ontološkog tijela u prozama hrvatskih spisateljica prve polovice 20. stoljeća“, *Nova prisutnost*, 15/2 (2017): 173-193.
- Mazower, Mark. *Mračni kontinent- Europsko dvadeseto stoljeće*. Prijevod: Evelin Toth Mucciacciaro. Zagreb: Prometej, 2004.
- Medved, Ivan. „Hrvatsko dobrotvorno gospojinsko društvo u Brodu na Savi 1895.-1941.“. *Scrinia Slavonica* 6, (2006): 290-304.
- Miles, Rosalind. *Tko je skuhao posljednju večeru? Ženska povijest svijeta*. Prijevod: Petra Mrduljaš Doležal. Zagreb: Europapress holding: Novi Liber, 2009.
- Ograjšek Gorenjak, Ida. „Hollywood comes to Central Europe: the Fanamet beauty contest in Central and Southeastern Europe“, 213-231. U: *The Entangled Histories of Vienna, Zagreb and Budapest (18th-20th Century)*, ur. Iskra Iveljić, 213-231. Zagreb: FF PRES, 2015.
- Ograjšek Gorenjak, Ida. *Opasne iluzije- rodni stereotipi u međuratnoj Jugoslaviji*. Zagreb: Srednja Europa, 2014.
- Perrot, Michelle. *Moja povijest žena*. Prijevod: Vesna Čaušević Kreho. Zagreb: Ibis grafika d.o.o., 2009.
- Perrot, Philippe. „Žensko tijelo“. Prijevod: Mirna Cvitan Černelić. U: *Tvrđa, časopis za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti*, 6/1-2 (2006): 273-276.

Prlenda, Sandra. „Žene i prvi organizirani oblici praktičnog socijalnog rada“. U: *Revija za socijalnu politiku*, 12/3-4 (2005): 319-332.

Škulac, Margareta. „Društvene promjene i njihov odraz na dizajn ženske odjeće od XIX. stoljeća do početka Drugog svjetskog rata“. *Povijest u nastavi*, 14/27, (2016): 63-81.

Vigarello, Georges. „Demokratizirana ljepota?“. *Tvrđa, časopis za teoriju, kulturu i vizualne umjetnosti*, 6/1-2 (2006): 263-272.

Wallach Scott, Joan. *Rod i politika povijesti*. Prijevod: Marina Leustek. Zagreb: Ženska infoteka, 2003.