

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Petra Lotrič

Mentorica: doc. dr. Smilja Amon

LIK ŽENSKE V SLOVENSKEM ŽENSKEM REVIJALNEM TISKU

(Med dvema vojnama, po 2. svetovni vojni in na prelomu tisočletja)

diplomsko delo

Ljubljana, 2004

KAZALO

1. UVOD.....	3
1.1. PREDMET DELA	3
1.2. METODA	3
1.3. HIPOTEZA	4
2. KAJ JE ŽANR?.....	4
2.1. ŽENSKI ŽANRI	5
3. O ŽENSKIH REVIJAH	6
3.1. UPORABA IN BRANJE ŽENSKIH REVIJ	7
3.2. NASLOVNICA – OGLAS ZA REVIJO	9
3.3. TRI VLOGE ŽENSKIH REVIJ.....	10
4. POLOŽAJ ŽENSK IN NJEGOV RAZVOJ NA SLOVENSKEM.....	12
5. NASTANEK ŽENSKIH REVIJ IN NJIHOV RAZVOJ NA SLOVENSKEM.....	15
6. ŽENSKI SVET	20
6.1. ZUNANJI IZGLED REVIJE	20
6.2. LIK ŽENSK V VSEBINI ŽENSKEGA SVETA	22
7. NAŠA ŽENA.....	35
7.1. ZUNANJI IZGLED REVIJE	36
7.2. LIK ŽENSK V VSEBINI NAŠE ŽENE	38
8. COSMOPOLITAN	48
8.1. ZUNANJI IZGLED REVIJE	49
8.2. LIK ŽENSK V VSEBINI COSMOPOLITANA.....	51
9. SKLEP	57
10. LITERATURA	58
10.1. REVIJE	58
10.2. SAMOSTOJNE PUBLIKACIJE	58
10.3. ČLANKI.....	59
10.4. INTERNETNI VIRI.....	59
11. PRILOGA: KRONOLOŠKI PREGLED ŽENSKEGA ČASOPISJA	60

KLJUČNE BESEDE:

lik ženske, žanri, ženska društva, žensko gibanje, ženske revije, ženske revije na Slovenskem, ženski žanri

1. UVOD

1.1. PREDMET DELA

V diplomskem delu bo prikazan lik ženske v slovenskih ženskih revijah, ki ga te skozi svojo vsebino ponujajo svojim bralkam in jih s tem bolj ali manj sooblikujejo. Za raziskovanje lika ženske so bila izbrana tri zgodovinska časovna obdobja: čas med svetovnima vojnama, obdobje po drugi svetovni vojni in začetek novega tisočletja. Obdobje med vojnama je zanimivo zaradi začetkov uveljavljanja žensk v javnem življenju in s tem njihove emancipacije izpod patriarhalnega duha zasebnega, družinskega življenja. Lik ženske v ženskih revijah po drugi svetovni vojni je vreden raziskovanja zaradi zaznamovanosti tega časa s socialistično politično ureditvijo in specifičnosti miselnosti v njej. Prelom tisočletja pa je zanimiv zaradi svoje aktualnosti, ker se odvija tukaj in zdaj, ker s podajanjem lika žensk sooblikuje nove generacije za prihodnost.

Zaradi teoretične podlage diplomskega dela bo najprej podana definicija žanra in definicija polja vsebin, ki jih v svoje vrste zajemajo ženski žanri. Sledilo bo poglavje teoretične obdelave ženskih revij, ki bo osvetlilo način, kako jih bralke uporabljajo in berejo, kako revije pritegnejo svojo ciljno skupino, kako so ženske revije nastale in v kaj so se razvile – virtualne skupnosti, vir znanja in potrošniški tisk. Nato bo predstavljen položaj žensk in njegov razvoj pri nas ter razvoj ženskega tiska na Slovenskem, ki sta pomembna za nadaljnje obravnavanje žensk in ženskih tematik v vsebini slovenskih ženskih revij v treh omenjenih obdobjih.

1.2. METODA

Za vsako obdobje je bilo pregledanih in obdelanih več letnikov treh revij. Za obdobje med vojnama je prišla v poštev revija *Ženski svet*, ki je izhajala od leta 1923 vse do pričetka druge svetovne vojne. Za obdobje prvih let po drugi svetovni vojni je bila najprimernejša revija *Naša žena*, ki je začela izhajati tik pred vojno, se med vojno razdelila na več lokalnih in pokrajinskih revij, te so se po vojni spet združile v eno samo *Našo ženo*. V približevanju novemu tisočletju in na njegovem začetku pa smo Slovenke bombardirane z vseh strani z ogromno in še vedno rastočo ponudbo ženskih revij, ki se delijo po starostnih skupinah in/ali po vsebinskih tematikah. Izmed množice je bil izbran *Cosmopolitan*, katerega ciljni skupini pripada tudi avtorica pričujočega diplomskega dela. Pri vsaki reviji se je raziskovanje osredotočilo na tematike, ki govorijo o ženski kot o materi, ženi, gospodinji, na to, kako obravnava žensko v odnosu do moškega, kako kot potrošnico, kako kot zaposleno žensko, kako jo prikazuje kot politični subjekt. Čeprav so vse tri revije mesečniki, je bilo pregledovanje prvih dveh omejeno le na posamezne letnike – *Ženski svet*

na letnike 1923, 1931, 1935, 1940 in 1941, Naša žena pa na letnike 1941, 1945, 1951, 1961, 1971, 1981, 1991 in 2001 – pri zadnji pa so bili pregledani vsi letniki razen tekočega, 2004.

Ugotovitve bodo zapisane za vsako revijo v svojem poglavju, ki bo razdeljeno na tri dele. Najprej kratek opis zgodovinskega obdobja za njegovo lažje razumevanje in lažje razumevanje lika ženske v reviji, nato bibliografski zapis o reviji in njenih začetkih ter opis njenih karakteristik, ki so vidne ob prvem listanju, se pravi zunanji izgled revije, nato pa še daljši prikaz lika ženske, ki bo podkrepjen s citati iz člankov, temu pa bo sledil kratek povzetek bistvenih potez lika ženske v reviji.

1.3. HIPOTEZA

Diplomsko delo izhaja iz hipotetične misli, da se je v slovenskem ženskem revijalnem tisku od obdobja med vojnama preko povojnega časa do novega tisočletja sklenil krog lika ženske predvsem kot potrošnice izdelkov, ki ji tako ali drugače dvigujejo kvaliteto življenja.

2. KAJ JE ŽANR?

V strokovnih besedilih so ženske revije pogosto uvrščane med ženske žanre, zato je potrebno ta pojem na kratko obrazložiti. Termin žanr je v Slovarju slovenskega knjižnega jezika razložen kot »oblika umetniškega dela, zlasti filmskega, glede na ustaljen, značilen način obravnavanja določene vsebine.« (SSKJ, 1994: 1696) Jože Toporišič pa v Enciklopediji slovenskega jezika enači žanr z vrsto besedila, ki je zanj »stalna oblika jezikovnega sporočila, npr. sonet v pesništvu, humoreska v pripovedništvu, tragedija v dramatik.« (Toporišič, 1992: 356) Kot vidimo se pojem žanr ne uporablja le v besedni zvezi literarni žanri, ampak poznamo še filmske, glasbene in ne nazadnje tudi novinarske žanre. O slednjih govori Manca Košir v Nastavkih za teorijo novinarskih vrst in jih definira kot »tip novinarskega diskurza, za katerega je značilna določena tipična forma, v kateri je upovedana določena snov (predmet), ki je tipsko strukturirana in izražena z zanjo tipičnimi jezikovnimi sredstvi.« (Košir, 1988: 31) Opazi pa tudi, da se pojem žanr »uporablja enkrat za vrsto, enkrat za zvrst, ali pa hkrati za eno in drugo. Ali pomeni širši pojem, ki obsega podrejenega, ali pa je ožji, podrejen pojem.« (Košir, 1988: 24) Sama v tem diplomskem delu razumem pojem žanra širše, torej tako, da obsega podrejene zvrsti, te pa svoje vrste. Ko govorim o ženskih žanrih, govorim o širšem pojmu, ki v sebi združuje zvrsti, npr. filmsko, literarno, televizijsko, glasbeno, gledališko, ki se naprej delijo na vrste. Filmska zvrst na melodrame, romantične komedije, filme po

resničnih dogodkih. Televizijska zvrst na telenovele, sage, soapopere, pogovorne oddaje. Literarna zvrst na ljubezenske romane, kriminalne romane in nenazadnje ženske revije, ki pa se spet delijo naprej na podvrste, npr. trač revije, modne revije itd.

Ksenija H. Vidmar razume žanr »kot produkt delovanja utečenega in racionaliziranega sistema konvencij – institucionalnih, komercialnih in diskurzivnih – ki posredujejo med industrijo, tekstom in subjektom v zgodovinsko specifičnih kontekstih.« (Vidmar, 2001: 19) Kar pomeni, da lahko identiteto žanrov enako dobro prepoznavajo tako ustvarjalci kot potrošniki. Žanri sledijo pričakovani pripovedni zgradbi, se nanašajo na predvideno zalogo podob in imajo celo paleto variacij na osnovno temo. Žanr je torej variacija v vzorcu, ki pri občinstvu ustvarja referenčni okvir pričakovanj. Gre za vrsto prepoznavnih paradigmatičnih lastnosti, glede na katere je klasificiran izdelek. Standardizirani, repetitivni tekst je oblikovan na osnovi stiliziranih konvencij in kodov, ki so del kulturnega znanja producentov in občinstva. Žanri temeljijo na vzorcih ponavljanja, niso pa le mehanična ponovitev, temveč obstaja fleksibilnost znotraj posameznega žanra – kot nekakšna razlika v istosti. Žanri variirajo glede na naracije, ikonografijo in ideologije. Po teh tudi prepoznamo vrsto žanra. Naracija, ikonografija in ideologija pa se skozi zgodovinski čas spreminjajo, na kar imajo vpliv tudi družbene spremembe. Tako se s spremembami družbene prakse in narave občinstva hkrati spreminja fiksijska produkcija. Žanri torej ne morejo obstajati le kot recikliranje preteklih modelov, temveč morajo računati na spremembe in se prenavljati.

Pri žanrih gre za posebno organizacijo produkcije in marketinškega sistema. Z referenčnim okvirom se rutinizira proizvodnja, kar pripomore k zmanjšanju stroškov, pa tudi zagotavlja prisotnost občinstva, ki je za vsak žanr svoje, in ni tveganja, da npr. soapopera ne bi imela občinstva, ko pride na trg. Kljub temu da referenčni okviri žanrov zagotavljajo prisotnost občinstva, pa to ne pomeni, da je občinstvo že izdelan subjekt žanra, temveč se mora občinstvo v žanrskem nagovoru šele prepoznati in se konstituirati kot subjekt tega nagovora. (Vidmar, 2001: 19)

2.1. ŽENSKI ŽANRI

Žanri se glede na svoje občinstvo in z njim povezano tematiko oblikujejo v skupine in ena takih skupin je tudi skupina ženskih žanrov. »Pojem ženskih žanrov zarisuje široko in največkrat empirično dojeta polje vsebin, ki se navezujejo na žensko občinstvo tako po svoji tematiki kot strukturi forme.« Sem uvrščamo televizijske in filmske melodrame, soap opere, literarne romance in ženske revije, telenovele in celo paleto intimnih rubrik, ki je prisotna v veliki meri zvrsti. Za ženske naj bi bila značilna »tematska zasvojenost z romantično-ljubezenskimi razmerji ter razmerji doma

in družine«, ki se pojavlja v naštetih ženskih žanrih. Vse to pa »poganja svojevrsten (sub)kulturni stroj, ki si je v popularni zahodni zavesti prisvojil emblem posebne, od dominantne kulture odcepljene sfere repetitivnega, trivijalnega in iracionalnega polja neke kulturne forme.«

Ženski žanri in žensko občinstvo kot posebna zgodovinska praksa »obstajajo, od kar se je zahodna kultura soočila z družbeno transformacijo doma kot sfere produkcije v sfero konzumpcije in prostega časa. Iz transformacije se takrat izleže nov lik bralca, ki s svojim presežnim prostim časom in odvečno produkcijsko silo idealno zapolnjuje konsumpcijsko strukturo romana: bralka.« (Vidmar, 2001: 15-16) To novonastalo zgodovinsko situacijo najbolje odseva pojav sentimentalnega romana ob koncu 18. stoletja, ki se je v 19. stoletju razširil z razmahom ženskih revij in nato z njihovimi sorodnimi filmskimi in televizijskimi kulturnimi formami v 20. stoletju.

3. O ŽENSKIH REVIJAH

Medtem ko zaposlena ženska s polnim nakupovalnim vozičkom odhaja od blagajne v hipermarketu, jo na poti do parkirišča pozdravijo živahno obarvane slike in podobe s polic v trafiki in jo vabijo, naj se ustavi pred največjo skupino revij – ženskimi revijami.

Tudi pojem "ženske revije" je sam po sebi zelo širok, saj vključuje tako naslove, kot sta Naša žena in Ona – živeti kot ženska, priloga Dela in Slovenskih novic, in tudi prilogo tednika Hopla naslovljeno Telenovele. Mednje lahko prištejemo še posebne žepne idaje horoskopov in Dr. Romane pa seveda tudi modni Gloss in feministično Delto ter tračarski Lady in Novo. Vendar vseh ženskih revij ne gre metati v isti koš, med seboj se celo tako razlikujejo, da je opaziti smernice, ki jih naprej delijo na podskupine. Tako Joke Hermes v svoji etnografski raziskavi vsakdanjega branja in uporabnosti ženskih revij ugotavlja, da se žanr ženskih revij deli na tri glavne podžanre: »tradicionalno orientirane revije, feministične revije in ženske trač revije.« (Hermes, 1995: 6)

Med tradicionalno usmerjene revije bi lahko na slovenskem trgu šteli Našo ženo, Ono, Evo, Cosmopolitan, Gloss itd., pri čemer so zadnje tri revije primeri podskupine bleščečih revij ["glossies"], ki so tiskane na kvalitetnem gladkem papirju, njihova vsebina je polna sijaja in leska tako v slikah kot v besedilu, so dražje in poleg veliko slik vsebujejo tudi veliko oglasov, zato tudi število njihovih strani presega številko 100.

Primer feministične revije je slovenska Delta, ki je namenjena ženskim študijam in feministični teoriji in večinoma predstavlja, kaj se dogaja na tem področju v državah z daljšo feministično tradicijo, njen namen pa je tudi vzpodbuda slovenskega feminističnega pisanja.

V podžanr ženskih trač revij se med slovenskimi revijami uvrščata na primer Jana in Nova. Ena glavnih značilnosti tega podžanra je, da se lahko v njem poleg praktičnih nasvetov in zaupnih rubrik, ki jih zasledimo v tradicionalno usmerjenih ženskih revijah, bralke in bralci seznanijo tudi z dogajanjem v življenju znanih in slavnih z vsega sveta. Članki pa so večinoma sestavljeni iz fotografij in le malo besedila, njihovi naslovi so veliki in namigljivi.

Ženske revije ne spadajo samo med ženske žanre, ampak tudi med tako imenovane popularne žanre. Lahko rečemo, da so v preseku med ženskimi in popularnimi žanri. Omeniti je treba tudi, po čem se ženske revije ločijo od ostalih popularnih žanrov. Hermesova pravi takole, »najpomembnejša razlika med ženskimi revijami in popularnimi žanri (z možno izjemo podžanra ženskih trač revij) se zdi, da se ženske revije lažje bere z manj koncentracije in veliko več ravnodušnosti kot ostale popularne žanre.« (Hermes, 1995: 14)

3.1. UPORABA IN BRANJE ŽENSKIH REVIJ

Ženske revije so žanr, ki je primeren za branje v kratkih premorih vsakodnevne rutine. Njihovo uporabo je relativno lahko argumentirati, ker so polne praktičnih informacij. Privlačnost žanra je tudi v tem, da naslavlja vse različne jaze, na primer: praktični jaz, jaz zaskrbljenega partnerja ali starša, jaz kulturne osebe itd., ki so dani, glede na repertoar, ki ga uporablja bralka. Hermesova navaja dva repertoarja, ki sta njena analitična konstrukta: »repertoar praktičnega znanja« ter »repertoar čustvenega učenja in povezanega znanja«. Prvi repertoar »legitimira branje in kupovanje ženskih revij na podlagi njihove uporabnosti.« (Hermes, 1995: 39) Bralko zapelje v začasno fantazijo o sebi kot idealni osebi, ki je pragmatična in iznajdljiva, zna sprejemati odločitve, je emancipirana in racionalna potrošnica, nad vsem tem pa je tudi oseba, ki ima vse vajeti v svojih rokah. Središčna točka repertoarja čustvenega učenja in povezanega znanja pa so človeška čustva in kako z njimi shajati. Skozi branje in razmišljanje o človeških zgodbah in vprašanjih v zaupnih rubrikah bralke razmišljajo in prihajajo do zaključkov o svojih strahovih, občutenjih in željah. »Branje o izkušnjah ostalih ljudi ratificira bralkine lastne izkušnje. Spoznanje, da se ostali srečujejo z enakimi problemi, npr. pri vzgoji otrok, bralke navda z boljšim počutjem glede svojih izkušenj in dosežkov.« (Hermes, 1995: 44) Ta repertoar razloži branje ženskih revij kot iskanje razumevanja samih sebe. Vendar se, kot nekakšno pravilo, vsebina, ki jo ponujajo ženske revije, ne vtisne

globoko v bralkin spomin. Čeprav so zgodbe, ki zadanejo žebljico na glavico, kar je očitno dovolj, da se bralke vračajo v trafike in kupujejo svoje najljubše revije, četudi po daljšem nespremljanju pisanja.

Branje ženskih revij postane vredno in dobi pomen samo skozi repertoarje, ki bralkam omogočajo fantazije, da so dobro organizirane, idealne ženske, ki shranjujejo nasvete in recepte ter so vsak trenutek zmožne najti ravno nasvet ali recept, ki ga potrebujejo. Uporaba medijev namreč nima vedno pomena; od časa do časa je popolnoma brez pomena ali pa je vsaj sekundarna aktivnost. Kot nekakšno ozadje stvarjem in dejanjem, ki jim posameznik namenja vso svojo pozornost. Recimo, ko pišem te vrstice, zraven igra glasba in se niti ne zavedam, kdaj se pesem zamenja z naslednjo. Mnogi, denimo, zjutraj med oblačenjem in pitjem kave ter zajtrkovanjem za zvočno kuliso uporabijo radijski program, mladi pa si dostikrat vklopijo televizijo, predvsem MTV. Ravno tako revije mnogi samo odprejo in prelistajo, si pogledajo fotografije, preberejo tekst ob njih in večje naslove, mogoče vodila, kar pa seveda ne pomeni, da jih berejo zbrano. Kako gledamo televizijo, poslušamo radio ali glasbo in kako beremo revije, pravi Hermesova, »kaže, da je nerazrešljivo vpleteno v vsakdanjo rutino.« (Hermes, 1995: 15)

Seveda gledalci, poslušalci in bralci radi spremljajo tekste, ki ponujajo očarujoč pobeg, novo izkušnjo, suspenz, moralni šok ali dobro melodramo. Vendar ima gledanje televizije ali branje revij tudi pomirjujočo funkcijo ponavljajoče se in znane dejavnosti, ki od njih ne zahteva posebne koncentracije ali razmišljanja. Nedvomno se občasno ženske revije berejo s polno koncentracijo in fascinacijo, ampak je Hermesova iz svojih intervjujev povzela, »da je branje ženskih revij običajno sredstvo nizke prioritete za preživljanje prostega časa in nezaposlenih minut.« (Hermes, 1995: 20) Ženske revije torej beremo, ko smo v čakalnici pri zdravniku, ko čakamo, da naš frizer dokonča delo na predhodnji stranki, ko se ob prometnih konicah vozimo z avtobusom na delo ali domov, ko gremo s prijateljicami na kavo in smo prišle v lokal deset minut prej, ker smo imele srečo pri parkiranju, ko zvečer potrebujemo nekaj, kar nas bo zazibalo v spanec. Skratka, branje ženskih revij je nekaj, kar zapolni čas, je tudi nekaj, kar lahko na hitro prekinemo, nekaj, kar nas ne bo držalo pokonci celo noč, da bi izvedele, kako se bo članek končal. Res gre za sekundarno aktivnost, ki ne zahteva veliko koncentracije ali poglobljanja.

Hermesova povleče naslednje teoretične zaključke:

vsakodnevna uporaba medijev dobi pomen v procesu, ki je sestavljen iz različnih aspektov. Na eni strani je vrednost ženskih revij v tem, da se tako dobro prilegajo vsakodnevnim dolžnostim in obveznostim, da ne ovirajo njihovega izpolnjevanja, saj jih zlahka odložimo in

se posvetimo prioritetnim stvarim. Po drugi strani pa morajo ženske revije proizvesti vsaj minimalno razvedrilo in nuditi privlačne informacije, da ostanejo dovolj zanimive, da jih vzamemo v roke, vendar še vedno v meji, da ne postanejo težko odložljive. Takšno minimalno razvedrilo in zabava se mora prilegati tistemu, kar bralke označujejo kot pomembno in vredno branja. To pa določijo na podlagi repertoarjev, ki so jim na voljo. S stališča bralk morajo ženske revije odsevati dele njihovih osebnosti, kar dosežejo z vsebino, ki bralkam omogoča fantazijo o idealnem jazu, z ustvarjanjem občutka nadzora in avtoritete pri bralkah ali z dajanjem občutka, da so pripravljene v primeru, da se zgodi kaj nepredvidljivega. Kot žanr so ženske revije večdelna povabila k investiranju včasne in namišljene identitete. Taka investicija pri bralki obdrži in reproducira minimalni interes v žanr, bralka pa ga še naprej uporablja. Seveda pa je možno, da se ta minimalni interes bralke ne obdrži in mamljivost revije upade ali pa se uporaba revij ne prilega več vsakodnevni rutini in si bralka najde drug način zapolnjevanja prostega časa in kratkih premorov med dolžnostmi ali drug način sproščanja. Tako – vsaj za nekaj časa – opusti branje ženskih revij. (Hermes, 1995: 64)

3.2. NASLOVNICA – OGLAS ZA REVIJO

Način, kako pritegniti čim več bralk, da investirajo v vir fantazij o idealnem jazu, so naslovnice ženskih revij. Te morajo že na prvi pogled potencialno bralko prepričati v nakup. Zato našo pozornost, ko se ustavimo pred trafiko, ulovijo pisane, včasih že kar kričeče naslovnice ženskih revij. Vsekakor vse ponujajo podobo popolnosti. Naj gre za sliko cvetličnega vrta, dnevnega prostora, rajске plaže, še najraje pa se na naslovnica h ponujajo fotografije prelestnih deklet. Vsaka od slednjih deluje kot »idealizirana zrcalna podoba ženske, ki si jih ogleduje, v kateri se združujeta vsakdanje in nenavadno.« (McCracken, 2001: 395)

Poleg naslovne fotografije, o pripadanju skupini ženskih revij večinoma priča že samo ime revije. Ime tako največkrat omenja ženske ali pa je revija dobila sloves, da »pripada ženskam«, kakorkoli že, v obeh primerih ime revije sporoča, da je tisto, kar sledi v vsebini, domena žensk. Imena ženskih revij na tak način zamenjujejo vsebino, za katero bi lahko rekli, da se nanaša na žensko sfero. »Ime revije predstavlja okvir za enkodiranje, znotraj katerega bralka kategorizira svoje vtise o vsebini revije.« (McCracken, 2001: 420) Imena revij postanejo blagovne znamke proizvoda. Ne samo, da nas spodbujajo, da prepoznamo, razlikujemo ali izberemo prav določeno revijo, ampak že vnaprej zamejijo določene pomene člankov, prispevkov in tudi oglasov znotraj revije.

Tudi na naslovnici objavljeni naslovi, ki v bistvu oglašujejo uredniško vsebino, razširjajo pomenske strukture tistega, kar jim sledi. Naslovnica je s tega stališča precej dvolična, saj ne prodaja tistega, kar se zdi. Na njej so zapisani: ime blagovne znamke, cena, naslov konkretne izdaje in naslovi nekaterih prispevkov v reviji. Kot podlaga vsem tem napisom pa služi fotografija idealizirane podobe ženske, ki naj bi si jo potencialno bralstvo želelo, bralke naj bi se z njo poistovetile. Pove pa jim tudi, da si tako podobo lahko ustvarijo z nasveti in smernicami, ki jih najdejo v vsebini revije. Dvoličnost je torej v tem, da naslovnica ne prodaja samo revije in njene vsebine, ampak tudi porabniško ideologijo, saj naslovnice delujejo tudi kot oglasi za specifično kozmetiko, nakit, oblačila, pohištvo ali hrano. Naslovna fotografija se namreč pogosto ponovi na eni izmed začetnih strani, kjer so podatki o proizvajalcu in včasih tudi cene predmetov na naslovnici. Gre za prikrito oglaševanje, ki je zamaskirano kot pojasnilo k naslovnici. »V nekem pomembnem smislu je cilj naslovnice dobesedno ta, da nam proda oglase, ki so v reviji, ti pa nam nato prodajo proizvode in porabniške navade.« (McCracken, 2001: 398)

Revije so sicer prvenstveno namenjene branju, »čeprav večina njihovih strani vsebuje fotografije in druge neverbalne reprezentacije« (McCracken, 2001: 420) ter le malo teksta, kar pomeni, da jo večinoma gledamo in posledično samo prelistavamo. Svoj namen doseže tudi, če jo bralci le prelistajo, saj s tem preletijo tudi objavljene oglase, od katerih revija živi. Naslovnica je le okno k bodoči samopodobi, ki se po delih zrcali v oglasih. Naj gre za popoln obraz, obleko, nakit, parfum, obrok, razmestitev pohištva ali počitniško destinacijo, iz vsega tega bralke razberejo, kako biti ali pa se vsaj približati podobi idealne ženske, ki se veselo smehlja z naslovnice. Naslovnica torej ni samo glamurozno sporočilo o idealni ženstvenosti, temveč tudi skušnjava, da pogledamo ostale oglase v reviji. Poleg tega pa je njena naloga, da najavi, kaj vse lahko v reviji preberemo in nas poskusi pozitivno nastrojiti do celotne vsebine, se pravi tudi do oglasov. Naslovna stran katerekoli revije je tako njen napomembnejši oglas, saj je prav znamka, katere identiteto pomaga vzpostaviti naslovnica, tisto, kar nas prepriča, da raje kupimo določeno revijo kot kakšno drugo.

3.3. TRI VLOGE ŽENSKIH REVIJ

Prva vloga je vloga zgodnjih virtualnih skupnosti. Zgodovinsko gledano so ženske revije predhodnice današnjih virtualnih skupnosti, saj za razliko od knjig, ki so bile do pojava posebej zanje pisanih revij edino čtivo žensk, omogočajo dvosmerno komunikacijo. Virtualna skupnost »za Howarda Rheingolda obstaja, ko dovolj ljudi dovolj dolgo in s čustvi sodeluje v javni diskusiji, da se med njimi spletejo mreže osebnih vezi,« (Seneca, 1993), kar pa zahteva dvosmerno komunikacijo in njen vpliv zunaj okvirov skupnosti.

Najbolj ekstremen primer ženskih revij kot skupnosti so revije, ki so izhajale med drugo svetovno vojno. »Med vojno so se spletle močne vezi prijateljstva, da ne rečemo odvisnosti, med ženskimi revijami in bralkami, večina katerih je v odsotnosti moških prvič odkrivala, kaj pomeni biti odgovorna za svojo družino.« (White v Seneca, 1993) Vendar so z elementi, ki sprožijo identifikacijo bralk z revijo kot prijateljico, med vojno v revijah pretiravali. »Bralke so morale vedeti, da niso edine, ki trpijo, in potrebovale so nasvete in navodila.« (Seneca, 1993)

Še preden se je tudi na slovenskih tleh razplamtela vojna, je uredništvo Naše žene svoje bralke nevede združilo v "virtualno skupnost" z zapisom svoje namere. »Z listom hočemo nuditi slovenskim ženam oporo v njihovih vsakodnevnih težavah, da se znajdejo v trušču in zmedi, ki zajema skoraj že ves svet. Z listom hočemo naši delovni ženi pomagati, da najde svoje mesto v velikih borbah, ki danes pretresajo svet; naš list naj ji odpre okno v svet in naj ji pomaga zgraditi svojo osebnost.« (Naša žena, 1/1941: 3) In tudi z besedami: »Ob medsebojnem razgovoru o našem življenju se bo pokazalo, da so težave, ki tarejo vsako izmed nas, nam vsem skupne in da nobena od nas ni osamljena. /.../ Ta zavest skupnosti vseh delovnih žena po vsem svetu nas dviga in krepi!« (Naša žena, 2/1941: 4) Tudi med vojno je bralkam je vlivala pogum, krepila njihovega borbenega duha in jim z nasveti pomagala skrbeti in preživljati družino ter jih spodbujala k zbiranju oblek, perila in obutve. Tako je utrjevala odpor in hkrati sooblikovala ter krepila žensko zavest.

Še ena vloga, ki jo imajo ženske revije od samega začetka, je znanje, ki ga prinašajo, pa tudi prostor za debato o izobraževanju žensk in za promocijo le-tega. Naklonjenost urednikov in urednic izobraževanju žensk je tudi ena od stvari, ki je pritegnila ženske k nadaljnemu branju.

Sprva so ženske revije poučevale svoje bralke »domačo znanost« (Seneca, 1993), to pomeni, da so dajale nasvete o gospodinjenju. Pravo povodenj takšnih nasvetov je Cynthia White zasledila v angleškem ženskem tisku poznega 19. stoletja. (Seneca, 1993) Takrat si mnoge družine, navajene na hišne pomočnike in pomočnice, le-teh niso mogle več privoščiti, ker jih je bilo vedno manj in so bili temu primerno dražji. Tako so se ženske višjih slojev znašle v nezavidljivem položaju, saj jim do tedaj ni bilo treba znati voditi gospodinjstva. Tu so na pomoč priskočile ženske revije s svojimi koristnimi namigi in nasveti, vse do podrobnih receptov za pripravo jedi.

Ženske revije pa so hitro prerasle vlogo socialnega izobraževalca, niso prinašale več samo znanja s področja družine in tako imenovanih ženskih nalog v njej. Ženske so se že zelo kmalu začele

obračati nanje kot na prinašalke splošnega znanja, se pravi kot vir, ki jim je širil obzorja. Ženski tisk je vključeval informativne članke o vsem mogočem, ki so presegali zabavljaško funkcijo fikcije.

Danes gre pri revijah za vir znanja na naslednji način, ki ga je v svojih intervjujih z bralkami ženskih revij zasledila Joke Hermes. »Intervjuvanke govorijo o učenju iz revij kot o pomoči, kako postati manj negotove, manj prestrašene zaradi vsega, kar lahko uniči varno in udobno rutino njihovega vsakdanjika in zaupanja, da delajo, kar je prav. Ob branju človeških zgodb si poskušajo predstavljati, kako bi se same odzvale in kako bi se počutile v neki situaciji.« (Hermes, 1995: 45) Tako jim revije s svojimi zgodbami v bistvu prinašajo občutek, da bodo, če se znajdejo v kateri od opisovanih situacij, pripravljene in bodo lažje prešle preizkušnje, ki jim jih na pot zastavi življenje.

Tretja vloga ženskih revij je njihova vloga potrošniškega tiska. Pravi potrošniški tisk med ženskimi revijami predstavljajo tiste, ki se ukvarjajo z modo, lepотно kozmetiko in življenjskim stilom. Danes so takšne vse revije, saj tudi tiste, namenjene mladim mamicam ali pa starejšim gospem, prinašajo vsebine s takšno tematiko.

Vendar pa so modne revije postale to, kar so danes, šele z začetkom masovne proizvodnje oblačil v 20. stoletju. Ko so si tudi ženske lahko privoščile kupovanje oblačil v butikih in jim jih ni bilo več treba naročati pri šiviljah. Modne revije so tako postale vodiči do dobrin, ki jih ponuja trg. »S prihodom modne industrije in njenim takojšnjim vstopom v ženski tisk je "biti v stilu" postala domena žensk, del "trgovine" in osrednji del ženskih revij.« (Seneca, 1993) Po drugi svetovni vojni pa so ženske revije začele vpeljevati logiko, ki povezuje potrošništvo z vlogami spolov, in tako postale pravi potrošniški tisk.

Vse tri našteje vloge ženskih revij – virtualna skupnost, vir znanja in potrošniški tisk – so medsebojno povezane. »Področja, s katerimi se revije odločijo seznanjati svoje bralke, in elementi, ki opredeljujejo obrt gospodinje, so vidiki skupnosti, ki so jo ustvarile in jo predstavljajo ženske revije.« (Seneca, 1993) Vendar pa ženske revije ne bi obstajale brez sodelovanja bralk, čeprav so že dolgo dobiček prinašajoče poslovne naložbe.

4. POLOŽAJ ŽENSK IN NJEGOV RAZVOJ NA SLOVENSKEM

Za izboljševanje položaja žensk v evropskem in severnoameriškem prostoru je zaslužno žensko gibanje, ki ga definiramo kot kolektivno organizirano delovanje žensk. Idejno izvira iz

razsvetljenstva, v tek pa ga je pognala zlasti francoska revolucija. »Od začetkov v 18. stoletju so bile nosilke ženskega gibanja samostojne ženske organizacije ali ženski odseki v okviru mešanih političnih strank in organizacij.« (Jogan, 2001: 318) V 19. stoletju se je razvijalo predvsem v Evropi in Severni Ameriki, šele v 20. stoletju pa je postalo svetovno gibanje.

Na Slovenskem je imelo žensko gibanje dve temeljni vrednotni in ideološki usmeritvi. »V času habsburške monarhije in Kraljevine SHS oz. Jugoslavije (do 1941) je prevladovala odkrito androcentrična in spolnodiskriminacijska usmeritev, v obdobju FLRJ oz. SFRJ (1945-91) in v samostojni RS (po 1991) pa emancipacijska in spolno egalitaristična.« (Jogan, 2001: 319) Do druge svetovne vojne je bilo žensko gibanje razredno, politično in religijsko razcepljeno, v obdobju socializma politično enotno, po osamosvojitvi pa znova politično in delno religijsko razcepljeno.

Postopoma in z različnimi poudarki je žensko gibanje opredeljevalo potrebe in zahteve pripadnic raznih družbenih plasti – meščanske, delavske, kmetske – ter poklicnih in drugih skupin. Ženske so na Slovenskem začele vstopati v javno življenje po letu 1848. Med prvimi so bile pripadnice meščanskega liberalnega kroga, žene in hčere narodnjakov, tako imenovane narodne dame. Organizirano žensko gibanje pa se je pri nas začelo »z ustanovitvijo prve ženske podružnice v okviru CMD 1887 v Trstu, katere cilj je bilo predvsem narodnoobrambno delovanje.« (Jogan, 2001: 319)

»Zelo pomembno vlogo v ženskem gibanju je do začetka 2. svetovne vojne imelo 1898. ustanovljeno Društvo slovenskih učiteljic.« (Jogan, 2001: 319) V svojih zahtevah je imelo naštetu med drugim enakopravnost učiteljic z učitelji na delovnem mestu, odpravo diskriminacije v zasebnem življenju, borilo se je za odpravo celibata učiteljic in od 1902. tudi za splošno volilno pravico. V drugi polovici tridesetih let pa je zlasti ozaveščalo ženske glede nevarnosti fašizma in nacizma.

V skupnem seštevku so se slovenska ženska društva zavzemala predvsem za enakopravnost žensk z moškimi v političnem življenju, kjer so zahtevala splošno, enako in tajno volilno pravico, zavzemala so se za enakopravnost zakonskih in nezakonskih otrok, za pravico do splava, za ustrezno vrednotenje gospodinjskega dela, za enako plačilo za enako delo, za dostop žensk do vseh vrst izobraževanja in do vseh poklicev, družbeno varovanje materinstva, odpravo zakonsko določenega položaja moža kot poglavarja družine. Med drugo svetovno vojno pa so delovala narodnoobrambno in humanitarno. Ena najpomembnejših aktivnosti je bila pomoč beguncem, ženske pa so delovale tudi kot politične aktivistke, kurirke, obveščevalke, zbirale so hrano in drugo

pomoč za partizane, poučevale otroke v partizanskih šolah, proti koncu vojne pa so delovale vedno bolj tudi v lokalnih vodstvenih organih OF in KP.

Leta 1946 je nova ustava ženske priznala kot polnopravne državljanke in jim podelila volilno pravico, s 24. členom pa je zagotovila vsestransko enakopravnost spolov: »Ženske so enakopravne z moškimi na vseh področjih državnega, gospodarskega in družbeno-političnega življenja. Za enako delo imajo ženske pravico do enakega plačila kakor moški in uživajo posebno zaščito v delovnem odnosu« (Jogan, 2001: 321) Z ustanavljanjem porodnišnic, otroških domov in zavetišč ter s pravico matere do plačanega dopusta pred in po porodu so bile zaščitene koristi matere in otroka. Ustava pa je tudi prvič »zagotovila enakopravnost moškega in ženske v zakonski zvezi in družini, omogočila je razvezo in izenačila položaj zakonskih in nezakonskih otrok« (Jogan, 2001: 323) Ženska je postala samostojna in neodvisna v očeh države, na čemer je temeljilo celostno urejanje zasebnega in javnega življenja. (Jogan, 2001: 323)

Poklicno delo žensk je bilo pri nas razmeroma obsežno že v 19., v nekaterih panogah pa celo v 18. stoletju. Takšni sta bili svilarska in bombažna industrija. Obsežno zaposlovanje žensk se je nadaljevalo med vojnama in tudi po drugi svetovni vojni. Večinoma so se zaposlovale v neindustrijskih dejavnostih, zlasti na področju osebnih storitev, npr. zdravstveno in socialno varstvo, gostinstvo, turizem, izobraževanje, kultura, znanost, trgovske dejavnosti. V industriji pa so bile zaposlene zlasti v tradicionalno ženskih panogah, kot so tekstilstvo, kovinska in usnjarsko-predelovalna industrija. (Jogan, 2001: 322)

Usklajenost poklicnega dela žensk z družinskim življenjem so po drugi svetovni vojni izboljšali z gradnjo otroških vrtcev, z večjim vključevanjem predšolskih otrok v varstvo in z zagotavljanjem varstva v osnovnih šolah. K izboljšanju kakovosti življenja pa je prispevalo tudi podaljševanje porodniškega dopusta in dopusta za nego otrok, ki je od leta 1976 možen tudi za očeta. (Jogan, 2001: 322)

Izboljševala se je tudi izobrazbena raven žensk, že vse od sredine 19. stoletja. »Najprej z možnostjo osnovne in splošne srednje izobrazbe na šolah, namenjenih ženski mladini, nato tudi poklicne izobrazbe, do konca 19. stoletja pa tudi visoke. Akademsko izobraževanje žensk se je razmahnilo po ustanovitvi Univerze v Ljubljani leta 1919.« (Jogan, 2001: 322) Povečeval se je tudi delež žensk med diplomanti dodiplomskega študija, v zadnjih desetletjih prejšnjega stoletja pa tudi delež žensk med magistri in doktorji znanosti. »Ob koncu 20. stoletja so bile ženske v povprečju že

bolj izobražene kot moški.« (Jogan, 2001: 322) Vendar se še vedno izobražujejo pretežno za tako imenovane ženske poklice.

V zadnjem desetletju in pol se večina novih skupin in društev trudi za razkrivanje in sistematično odpravljanje spolne diskriminacije na tistih področjih, ki so bila v prvem valu ženskega gibanja bolj v ozadju. Eno takih je nasilje v zasebnem življenju. Hkrati pa se zaradi teženj po repatriarhalizaciji in restavraciji kapitalizma zavzemajo za ohranitev že pridobljenih pravic na različnih področjih, kot so na primer: enake možnosti zaposlovanja, večja udeležba žensk pri političnem odločanju in pravica do splava. (Jogan, 2001: 323)

5. NASTANEK ŽENSKIH REVIJ IN NJIHOV RAZVOJ NA SLOVENSKEM

»Izvor ženskih revij je pravzaprav osebna korespondenca« (Seneca, 1993), kar je tudi ena od lastnosti, ki revije vseh vrst ločuje od dnevnega časopisja. Pri tem gre za dvosmerno komunikacijo med bralstvom in avtorji. K njej je prispevala nadaljevalna narava revij. Bralke so tako lahko pričakovale, da bodo njihova pisma in odgovori nanje natisnjeni v naslednji številki revije, kar pa pri dnevnem časopisju ni mogoče, čeprav je tudi nadaljevalne narave. V časopisju gre pri pismih bralcev bolj za forum kot za komunikacijo, k čemur doprinese tudi lastnost, da časopisje temelji bolj na geografski osnovi, se pravi, da bolj izčrpno poroča o dogajanju v matični državi ali celo regiji, zato tudi pisma bralcev vsebujejo več mnenj o tem dogajanju kot vprašanj, ki bi zahtevala odgovore novinarjev. Medtem ko revije temeljijo na skupnih interesih tistih, ki jih berejo, in se ločijo po tematikah ter gredo zato lahko v večje podrobnosti, vzamejo pa si tudi čas in prostor za odgovore na prispela vprašanja in mnenja o vsebini iz prejšnje številke.

Dvosmerna osebna korespondenca je sicer značilnost vseh vrst revij. Ravno tako na primer zdravniki pišejo članke za medicinske revije, kot ženske pošiljajo svoja menja in vprašanja v ženske revije. Vendar je ta karakteristika dvosmernosti v ženskih revijah mnogo bolj izražena. »Ženske namreč pišejo v ženske revije s skoraj neomejenim repertoarjem vprašanj in izpovedi, ki so tako osebne kot splošne narave.« (Seneca, 1993) Ženske revije so torej že od samega začetka s svojimi bralkami vodile korespondenco na zelo osebni ravni.

Ženske revije so postale ženske, ko so prve splošne revije začele izdajati sestrške publikacije za ženske. (Seneca, 1993) Na podoben način je nastal prvi slovenski ženski list – Slovenka, ki šteje za začetek ženskega časopisja pri nas. To je bilo že od začetka »vsebinsko razpeto med bojem za

emancipacijo žensk in njihovo tradicionalno umeščenostjo v družinsko okolje, gospodinjstvo, vzgojo in modo.« (Amon, 2001: 317) Pojavilo se je ob koncu 19. stoletja, »ko so se v razvitejših industrijskih mestih začele uveljavljati ideje o vstopu žensk v javno življenje.« (Amon, 2001: 317) Eno takšnih mest je Trst, ki je v tistem času zaradi svoje obmorske lege »igral zelo napredno vlogo, saj so tam ob cvetenju izvozne in transportne trgovine lahko hitreje cvetele tudi ideje bolj duhovne narave. Poznan je bil po naprednih politikih in novinarjih. Tudi po številu prebivalcev je mesto Trst ravno v teh letih začelo prehitevati Ljubljano in po uradni statistiki iz leta 1910 postalo in do 1. svetovne vojne ostalo /.../ največje slovensko mesto.« (Štular Sotošek, 1997: 10) Napredna gibanja tistega časa so se uveljavila tudi v ženskih društvih, najpomembnejše za pojav ženskega časopisja pa je bilo tržaško žensko društvo, ustanovljeno leta 1887 v okviru podružnice CMD. (Amon, 2001: 317)

Čeprav je bila pobuda za izdajo ženskega lista »prvič objavljena 1875 v Novicah« (Buttolo, 1997: 390), so liberalne razmere za ustanovitev prvega glasila slovenskih žensk dozorele šele v drugi polovici devetdesetih let 19. stoletja. Slovenka je tako začela izhajati 2. januarja 1897 v Trstu, in sicer kot polmesečna priloga tržaškega političnega dnevnika Edinost, leta 1900 pa je postala samostojen mesečnik v obliki prave revije.

»V prvih številkah lista se na ženska vprašanja skoraj ni mislilo. Program Slovenke je bil v začetku predvsem nacionalen in izobraževalen: prebujati slovenske žene in dekleta, kazati na lepoto našega jezika, vzbujati veselje do prebiranja domačih pisateljev in pisateljic.« (Štular Sotošek, 1997: 11) Naloga Slovenke je bila, vzgojiti narodno samozavest pri slovenskem ženstvu. »Takšna uredniška politika ne preseneča, saj je slovenska žena na prelomu stoletja zaradi širših družbenopolitičnih razmer skrbela najprej za narodna vprašanja, šele potem so prišla na vrsto ženska vprašanja.« (Štular Sotošek, 1997: 11)

V Slovenki so v času urednikovanja Marice Bartol-Nadlišek prevladovali članki, ocene in poročila o književnosti, katerim so sledili praktični članki o vzgoji, gospodinjski spisi ter sestavki, namenjeni zabavi in razvedrilu. »Pod njeno taktirko je bila Slovenka pisana v takratnem liberalnem duhu, a vzdržujoč verska in moralna načela krščanstva, s katerimi je hotela poglobiti "družinsko srečo".« (Štular Sotošek, 1997: 15) Bila je »časopis žensk za ženske.« (Buttolo, 1997: 390) Ko pa je leta 1900 urednikovanje prevzela Ivanka Anžič, »je skupaj z Zofko Kveder, Elviro Dolinar in psevdonimnimi sodelavkami močno razburila slovensko katoliško javnost. Pisale so o ločitvi zakona, prostituciji, spolni vzgoji, pravicah žensk in feminizmu. S temi prispevki je Slovenka prvič razgrnila pred slovenske ženske tematiko, ki je presegala opis tradicionalne vloge žensk v družbi.«

(Amon, 2001: 317) »Pod Ivanka Anžič je Slovenka postala napreden in borben ženski list, katerega vsebino in zrelost so hvalili tudi v drugih deželah.« (Štular Sotošek, 1997: 18) V zadnjih letnikih se je v feminističnih člankih kazal velik vpliv tujih feminističnih listov, predvsem dunajskega *Dokumente der Frauen* in berlinskega *Die Frau*. Vsebina teh člankov je postajala vedno bolj borbena, kar je bilo slabo za list. »Preskok iz prejšnje vsebinske politike v novo je bil prehitel, da bi za seboj potegnil vsaj del našega ženskega izobraženstva, je zapisala v svoji razpravi o Slovenki Marja Borštnik. Tako je Slovenka brez vsakršnega naznanila konec leta 1902 prenehala izhajati.« (Štular Sotošek, 1997: 18-19)

Kljub kratkotrajnemu izhajanju je Slovenka še »dolgo časa veljala za najbolj napreden ženski list, saj so skoraj vsi kasnejši naslovi ostajali znotraj meja ženskih tradicionalnih vlog. Tako so v prvi vrsti prinašali vsebine, ki so spadale v delokrog gospodinj, mater, vzgojiteljic: gospodinjstvo, domače ognjišče, mati in dete, vzgoja, higiena, zdravstvo, kuhanje, šivanje oblek in perila, ročna dela, vrt, sobne rastline in cvetice.« (Štular Sotošek, 1997: 23) Takšno vsebino sta prinašala časopisa *Slovenska gospodinja*, ki je izhajala od 1905 do 1914, in *Slovenska žena*, ki je izhajala v letih 1912 in 1913. Žensko časopisje se je vrnilo na področje gospodinjstvih in literarnih tem. (Amon, 2001: 317) »Poročanje o ženskem družbenem delovanju, o zahtevah in uspehih ženstva na domačih tleh in po svetu, je bilo v večini zreducirano na kratke vesti. So pa bili stalna rubrika tega tiska leposlovni sestavki, pri katerih sta sodelovala oba spola. Nekaj strani je bilo rezerviranih za reklame, ki so zopet zadevale družbeno priznana ženska zanimanja.« (Štular Sotošek, 1997: 23-24) Več poguma je kazal mesečnik *Ženski list* (1913), katerega namen je bil »vzgojiti ženske v izurjene, razumne bojevnice za volilno pravico, enakopravnost in odprto pot do vseh poklicev,« (Amon, 2001: 317) a je izšlo le pet števil.

Potem se je zgodila prva svetovna vojna, ki je »v mnogočem spremenila vsakdanje življenje civilnega prebivalstva, še posebej ženskega. Skoraj čez noč so morale poprijeti za tipično moška dela in se zanimati za najrazličnejše pojave v javni sferi dela. Kljub tem dejstvom, ki jih je zabeležilo tudi žensko časopisje, njegove rubrike ostajajo iste.« (Štular Sotošek, 1997: 24) Tisk se je tako postavil v bran »družbeno pravih vzorcev vedenja glede na spolno pripadnost.« (Štular Sotošek, 1997: 24) Se je pa po vojni v ženskih časopisih zgodil premik, kar zadeva tipično žensko podobo. Od prejšnje predpisane sramežljivosti, ki je bila lastnost predvsem žensk 19. stoletja, so prešli k uvajanju modnih rubrik z množično izpostavo ženskih teles. (Štular Sotošek, 1997: 24) Tudi prvi slovenski modni list je izšel po prvi svetovni vojni, in sicer leta 1921 z naslovom *Vesna*. To je bila bogato ilustrirana revija, ki je prinašala domače in tuje modne smernice za ženske pa tudi

za moške, vendar redkeje. Zaradi finančnih težav je izšlo le pet števil. »Urednika Ivan Lah in Ivan Vavpotič sta z njo na Slovenskem uvedla tudi modno fotografijo.« (Amon, 2001: 317)

Drugačne vsebine, torej ne le tipično ženskih tem, je med obema vojnama ženskam priobčeval *Ženski svet* (1923-1941).

To je bila meščanska revija, ki si je pod Milko Martelančevo prizadevala za odpravo podrejenega položaja žena v družbi. Tako že na njenih prvih straneh beremo o legalizaciji socialne indikacije splava, o ženski volilni pravici, o ženskem poklicnem izobraževanju. S stalno rubriko Obrazi in duše je predstavljal uspešne slovenske umetnice, izobraženke, pisateljice in tako prinašal sporočila o ženskih poklicnih uspehih. Šele zadnji del revije je ponujal tipično ženska poglavja. (Štular Sotošek, 1997: 26)

Ženskam pa so bila v tistem času poleg gospodinjskih listov na voljo tudi strokovna ženska glasila. Vendar se je »ženska strokovnost /.../ publicirala samo v tipično ženskih poklicih, ki so v bistvu podaljšek ženskih domačih funkcij. To velja tudi za celotno obdobje po drugi svetovni vojni, saj so svoj strokovni časnik dobile le tiste ženske, ki so opravljale dela medicinskih sester ali tajnic.« (Štular Sotošek, 1997: 28)

V času druge svetovne vojne je bil osrednji ženski časopis *Naša žena* (1941-), ki so jo tiskali ilegalno v različnih partizanskih tiskarnah. »V nasprotju s predvojnimi leti smo na Slovenskem po vojni, tja do skoraj konca šestdesetih let, premogli samo eno žensko revijo splošnega značaja.« (Štular Sotošek, 1997: 30) Tudi to je bila *Naša žena*. Ves ta čas si je prizadevala »s svojimi prispevki oblikovati vse slovenske žene in dekleta v vzorne socialistične delavke.« (Štular Sotošek, 1997: 30) Nov čas je prinesel nove zahteve v lastnostih žensk. Poudarjali so: disciplino, aktivnost, vzdržnost, odločnost. »Še posebej pa na straneh socialističnega tiska, seveda v skladu s splošno socialistično doktrino, kar nekaj časa ni bilo prostora za žensko čustvenost. Ta lastnost, ki je morala krasiti vse prejšnje ženske, je v času trde socialistične izgradnje postala prepovedana meščanska razvada.« (Štular Sotošek, 1997: 31)

Konec šestdesetih let je vendarle zavel nov veter. Jugoslavija se je začela odpirati svetu in standard se je začel zviševati. Slovenke pa so dobile revijo svetovnega slovesa. To je bila *Elle – Ona* (1969-1971), ki je nastajala v sodelovanju z istoimensko pariško revijo. Prva licenčna revija na slovenskih tleh torej.

Ženskam je v barvah poleg modnih strani iz Pariza svetovala pri opremi stanovanja, vzgoji in negi, izobraževanju. Z njo smo uvozili tudi nekatere nove, tipično ženske žurnalistične vsebine: psihološki kotiček, prostor za potopise in portrete slavnih. Izhajala je tri leta. Z

njenim prihodom je skoraj usahnil lik žene kot javne delavke, na njeno mesto pa je stopila žena kot zapeljiva kraljica svojega doma. (Štular Sotošek, 1997: 32)

Iste leta, kot je prenehala izhajati Elle, je slovenski trg ženskih revij obogatel za novo revijo. Začela je izhajati Jana (1971-), s podnaslovom "Sodoben ženski tednik". »Tako smo dobili prvi povojni ženski tednik, ki je zlasti obravnaval vzdrževanje ženskega telesa, modno oblačenje, urejanje stanovanja, ponujal je kratke ljubezenske zgodbe, horoskop in psihološke teste o odnosu med spoloma.« (Štular Sotošek, 1997: 32) Potem pa se do devetdesetih let 20. stoletja ni zgodilo nič posebno novega. Takrat so se stvari spet začele premikati. Slovenija se je osamosvojila, posledica česar sta bili demokratizacija in kapitalizacija slovenske družbe, kar je dalo ženskemu časopisju elan za ponoven razcvet. »Najprej smo dobili Lady (1990-), prvi slovenski ženski tabloid. Z vestmi o najbolj slavni ljudih je prinesel ženskam čisto novo tiskano hrano. Ženske so ga razgrabile. Z njim so dale duška svoji čutnosti.« (Štular Sotošek, 1997: 34) Razcvetela pa se je tudi vsebina ženskih revij. »Poleg vzgojnih in materinskih nasvetov sodobno žensko časopisje [bralki] v prvi vrsti ponuja modne, lepotne, zdravstvene, kozmetične in seksualne nasvete, rešuje njena čustvena stanja. /.../ Nekatere revije svojim bralkam prinašajo tudi poglavja, ki so aktualna na delovnih mestih in pri zaposlovanju.« (Štular Sotošek, 1997: 34)

Pomembna značilnost, ki se pojavi sredi devetdesetih let na področju slovenskega ženskega tiska, je nekakšna zelena spolna nevtralnost. Moški in ženska si namreč od devetdesetih naprej postajata vse bolj podobna in tudi »vloge spolov v vsakodnevnem življenju preprosto niso več tako pomembne in poslovno okolje je bolj pripravljeno ignorirati spol kot večina nas.« (Marlowe, 2000) Glede na vsebino večine revij se zdi, da novi usmeritvi botruje predvsem nastajajoče tržno gospodarstvo, kjer šteje le velik tržni delež. »Tako revije, ki so sicer videti kot tipično sodobne ženske in primerljive z različnimi ženskimi revijami po svetu, bolj ali manj poudarjeno ciljajo tudi na moške bralce. Najpogosteje tako, da poleg ostale vsebine ponudijo še nekaj moške mode, nasvetov za moške ali moške konjičke.« (Štular Sotošek, 1997: 34)

Ker velja, da se vse stvari s časom spreminjajo, je za revije najpomembneje, da se spreminjajo skupaj z njimi. Zato jih lahko označimo za »fluidno kategorijo« (Coeyman, 2002) in ena smer njihovega razvoja je, »da si priznajo, da so današnji bralci bolj pozorni na pretirano oglaševanje in ga odklanjajo. Avtentičen glas – in več prvoosebni zgodbe – so postali že skoraj zahteva.« (Coeyman, 2002)

6. ŽENSKI SVET

Revija Ženski svet je primerna za črpanje lika ženske v obdobju med vojnama, ker je kot glasilo ženskih društev Julijske Krajine nastala v Trstu, naprednem industrijskem mestu z liberalnim ozračjem, in se kasneje preselila v Ljubljano ter z najdaljšim stažem izhajanja med revijami v tem obdobju postala osrednja revija vseh Slovenk. V tem obdobju je bila Slovenija del Kraljevine Jugoslavije, ki je nastala z združitvijo Države SHS in Kraljevine Srbije 1. decembra 1918, le dobra dva meseca po nastanku prve.

Kljub hudemu političnemu centralizmu je jugoslovanska kraljevina Slovincem omogočala gospodarski, socialni in kulturni napredek ter s tem krepitev narodnega obstoja. /.../ Industrializacija in socialna modernizacija sta bili v dveh desetletjih, razen v letih gospodarske krize 1929-1933, zelo hitri. /.../ Slovenija se je med vojnama spreminjala v industrijsko deželo. /.../ Z razvojem industrije pa se je spreminjala tudi socialna podoba slovenske družbe. Ob ljudskem štetju 1921 je bilo v Sloveniji še 66% agrarnega prebivalstva, 1940 pa po cenitvah statistikov in socialnih geografov samo še nekaj nad 50%. (Prunk, 1998: 114-117)

»Med vojnama je bilo časopisje pomemben dejavnik; časopisna dejavnost se je tehnološko modernizirala, poklicno osamosvojila, vodilni dnevniki so dosegali visoke naklade. Časopisna podjetja so postala vplivne gospodarsko-politične ustanove, prek časopisja sta se razpihovali politična nestrpnost in razklanost na katoliški, liberalni in levičarski tabor.« (Prunk, 1998: 120) Prav liberalnemu taboru je pripadala revija Ženski svet. »List je bil liberalno usmerjen, od srede tridesetih let so v njem izhajali tudi levičarski sestavki. Namenjen je bil kmetičam, služkinjam in srednje izobraženim, prizadeval si je pridobiti tudi industrijske delavke; s prispevki je hotel prosvetno-kulturno izobraziti ženske, jim vzgojiti samozavest, potrebno za izbojevanje njihovih političnih pravic.« (Vidovič-Miklavčič, 2001: 317) »Presegel je tradicionalne okvire ženskega časopisja, saj se je zavzemal za žensko volilno pravico, doseganje enakopravnosti z moškimi na vseh področjih javnega življenja in za politično dejavno vlogo žensk pri odločanju o državnih vprašanjih.« (Amon, 2001: 317)

6.1. ZUNANJI IZGLED REVIJE

»ŽENSKI SVET. Glasilo ženskih društev v Julijski Krajini (od V brez podnaslova). Mesečnik. Trst (od 1929 Ljubljana). Izdaja "Ženski dobrodelno udruženje" v Trstu (od 1927 konzorcij, od 1929, 2 Darinka Vdovičeva, od 1931 konzorcij, od 1932 Marica Bartolova, od 1935 Milka

Martelančeva). Uredila Pavla Hočevarjeva (od 1936 Olga Grahorjeva). Tiskarna Edinost v Trstu (od 1929, 2: J. Blasnika nasl.).« (Šlebinger, 1937: 102)

Ženski svet je revija manjšega formata, ki je malce večji od današnjega A5. Prvi letnik prinaša vsebino na 24 straneh in nima prilog. V svoji vsebini ima le eno stalno rubriko, ki ima stalne sklope. Ta rubrika se imenuje Izvestja, sestavljajo pa jo naslednji sklopi: Društvena poročila, Po ženskem svetu, Materinstvo, Higijena, Gospodinjstvo, Kuhinja, Ročno delo, Iz naše skrinje, Književnost in umetnost, Modno poročilo ter Razgovori. Ostalo vsebino sestavljajo leposlovna dela v obliki kratke proze, proze v nadaljevanjih in poezije, pa tudi različni članki, ki se ukvarjajo z vsem, kar zanima ali bi vsaj moralo zanimati ženske – žene, matere in gospodinje, pa naj bodo zaposlene še izven doma ali ne. Poleg Izvestij se večkrat pojavi tudi rubrika Obrazi in duše, kjer so predstavljeni portreti različnih pomembnih žensk tedanjega časa pa tudi iz preteklosti.

V devetem letniku so številke daljše in imajo po 32 strani, poletna številka pa je dvojna – julij/avgust – in ima 56 strani. Poleg stalnih Izvestij je postala stalna tudi rubrika Obrazi in duše. Sklopi v Izvestjih pa so se rahlo spremenili, ni več prvega sklopa Društvena poročila, Književnost in umetnost je v dveh delih – Knjiga in Umetnost. Pojavili so se tudi trije novi sklopi: Deška ročna dela, Vzgoja in Lepo vedenje.

V letu 1935 rubriko Izvestja zamenjata stalni rubriki Književnost in umetnost ter Obzornik. Število strani se je vrnilo na prvotnih 24, revija pa je imela tudi stalne priloge: Modno prilogo, Krojno polo, Ročno delo in Naš dom. Le zadnja je vezana k dokumentaciji NUK, ob reviji je začela izhajati leta 1933 in ima stalne rubrike: Materinstvo, Zdravstvo in kozmetika, Žena in družba, Praktična navodila in Kuhinja, pojavljajo pa se še: Pisma naših naročnic, Posvetovalnica, Raznoterosti, Ali že več in Listnica uprave. Priloga vedno obsega osem strani, tudi kadar je številka dvojna.

Tudi leta 1940 so v reviji novosti. Nove stalne rubrike: Javni dogodki doma in po svetu, ki je razdeljena na tri dele – Doma, Pri naših za mejami in Po svetu, Umetnost in Nove knjige. Še vedno se nadaljujeta rubriki Obrazi in duše ter Obzornik. Tudi priloga Naš dom je še vedno enaka. Večje spremembe so se zgodile sredi letnika, in sicer v zadnjih treh številkah – julijski, avgustovski in četvorni septembersko-decemberski. Uredništvo je ukinilo prilogo Naš dom, njeno vsebino pa je preneslo v revijo samo, zato so se pojavile naslednje nove rubrike: Zdravje, Kuhinja, Kozmetika, S škarjami po svetu in Iz življenja za življenje. Od tod tudi povečano število strani z običajnih 24 na 40. Zdi se, da se je takrat uredništvo odločilo revijo posodobiti, narediti bolj podobno tujim ženskim revijam. V zadnji številki, ki je četvorna, se uredništvo na notranji strani zadnje platnice opravičuje

z naslednjimi besedami: »Cenjene gg. naročnice prosimo razumevanja in oprostjenja za zastoj v izdajanju lista, zastoj, ki ga je povzročila sila razmer. Z današnjo številko zaključujemo letošnji letnik, zaključujemo tudi usodno dobo Ženskega sveta. Januarska številka bo izšla še pred božičem in z njo bomo začeli novo, boljše leto, nego je bilo letošnje.« (Ženski svet, 1940: 273) Zadnji letnik tako v svojih skromnih treh številkah prinese revijo, kakršna je bila pred spremembo julija 1940. Spet je uvedena priloga Naš dom. V vsebini revije pa sta rubriki Umetnost in Nove knjige združeni v eno samo, z naslovom Kulturni pregled.

6.2. LIK ŽENSKÉ V VSEBINI ŽENSKÉGA SVETA

V prvi številki uredništvo nagovori svoje bralke z uvodnikom, v katerem nakaže smernice, ki se jih bo revija držala pri svojem delovanju. Za prikaz ženskega področja delovanja in napredka oziroma sprememb v miselnosti družbe, se pravi tako moških kot tudi žensk, uporabi prisposodbo poljane in semena. Ta poljana je na Slovenskem slabo obdelovana, na njej se je razpasel plevel, slovenski narod se je moral namreč dolgo najprej posvečati svojemu obstanku in obrambi, zato je seveda razumljivo, »da se nismo mogli kulturno razmahniti, saj smo morali svoje najboljše moči uporabljati za obrambni boj. Ne moremo se tedaj čuditi, če je tudi naša žena zaostala pri delu na oni njivi, kjer so žene večjih narodov obdelale že velike kose.« (Ženski svet, 1/1923: 1)

Ti veliki obdelani kosi so predvsem razvoj družbenokoristnega dela žensk, njihovih političnih pravic in kar je najpomembnejše, vzgoja zrelega ženstva, ki bi bilo pripravljeno za vstop v politiko. Vendar za ta že obdelana področja ženske poljane pri večjih narodih uredništvo pravi, da »ne moremo trditi, da je bilo vsako njihovo seme dobro; tudi ni vsako zdravo seme obrodilo zaženjenega plodu. Sufražetke z odurnimi nastopi; pretirane tekmovalke na moških poljih, ki so za ženo neprikladna; boriteljice za nekatere hipermoderne reforme življenjskih oblik: vse te ne morejo vabiti slovenskega ženstva v svoje vrste.« (Ženski svet, 1/1923: 1) Zavedajo pa se, da so politične pravice in delovanje žensk v politiki končni cilj tudi slovenskih žena, vendar pravijo, da so za tako delo »sposobne le one, ki so prehodile prej vse stopnje razvoja. Surovi nedostojni politični boji bi zadobili še umazanejšé oblike, ako bi se jih udeleževalo nezrelo ženstvo.« (Ženski svet, 1/1923: 1)

Lastnosti nezrelega ženstva so za uredništvo naslednje: »razudranost in lahkomiselnost, zapravljivost, zanemarjanje najsvetejših človekovih dolžnosti, neznačajnost, beda, bolezen, malodušnost« (Ženski svet, 1/1923: 2). Zato po njegovem mnenju Slovenke v tem času še ne morejo stopiti v vrste političnih delavk, ampak naj se posvetijo »blagostanju celokupnega človeštva, kar je končni smoter vsakemu socialnemu pokretu. /.../ Naša pot gre zato v smeri narodnega

pomirjenja.« (Ženski svet, 1/1923: 2) Naloga žensk je, da v vsakem svojem delu stremi k zbližanju narodov in k popolni odpravi vojne, ki je »največji sovražnik žene, uničuje ji ono, s čemer je izponila svojo najsvetlejšo prirodno dolžnost« (Ženski svet, 1/1923: 2), ubija ji otroke.

Kljub nekaterim naprednim idejam in zazrtosti v prihodnost je duh revije precej konzervativen. Ženska je zanje najprej mati, to je njena dolžnost. Šele ko je ta izpolnjena, se lahko ženska obrne k ostalim področjem svojega delovanja, tudi k ciljnemu – političnemu področju. Ženski svet se odloči, da ji bo pri tem pomagal in jo izobraževal v tej smeri. Nameni se torej poučiti svoje bralke o tem, kako biti dobra mati, gospodinja in žena s pravimi vrednotami, ki jih prenaša iz roda v rod, in je šele nato zrela za politično udejstvovanje. K sodelovanju pa uredništvo povabi na koncu uvodnika v novo žensko revijo tudi svoje bralke. »Komur je na srcu napredek lastnega rodu in blagostanje človeštva, naj stopi v naš krog in sodeluje za prosveto ženstva« (Ženski svet, 1/1923: 2)

V prvem letu izhajanja revija poudarja, da je mesto ženske doma, njene naloge pa so predvsem biti dobra mati, gospodinja in žena možu. Kako se spoprijeti s temi nalogami in biti v njihovem izpolnjevanju, kolikor se le da, dobra, če ne kar najboljša, kaj je prav in kaj ne, govorijo mnogi članki. Tako je že v prvi številki objavljen članek z naslovom Dobra gospodinja. Avtorica Jerica Zemljanova v njem govori o gospodinjstvu kot o poklicu, ki ga izmed vseh ženskih poklicev označi za najvažnejšega, kar jih lahko opravlja ženska. Sprašuje se, »kje pa je še poklic, ki bi stavljal toliko zahtev in odgovornosti na žensko kakor baš gospodinjstvo? Žena gospodinja mora delati od ranega jutra do poznega večera za svojo družino – ne le samo z rokami, ampak tudi z razumom in s srcem.« (Ženski svet, 1/1923: 15) Dobra gospodinja je dobra kuharica, taka je, če kuha z veseljem, razumom in z ljubeznijo. Dobra gospodinja je tudi snažna in redoljubna, znati mora povsod varčevati, ravnati z bolnikom, kjer tudi pokaže svoje najlepše lastnosti: požrtvovalnost, potrpežljivost, snažnost in ročnost v kuhanju. Vendar vse to še ni tisto najpomembnejše, kar naredi gospodinjjo dobro. »Najvažnejša, hkrati pa najlepša« (Ženski svet, 1/1923: 17) je vzgoja otrok.

Tako pridemo do za ženske, kot jih prikazuje revija Ženski svet, najvažnejšega poklica, »priroda sama nam ga je določila« (Ženski svet, 1/1923: 20) – do materinstva. Izvestja prinašajo v vsaki številki posebno rubriko s tem naslovom, kjer se vrstijo različna »pojasnila in navodila, ki so potrebna ženi v vsakdanjem življenju« (Ženski svet, 1/1923: 20) Zanje je uredništvo zaprosilo »znane zdravnike, dobre babice in izkušene matere« (Ženski svet, 1/1923: 20), saj kljub mnogim prirojenim sposobnostim »potrebuje mlada mati še mnogo pouka, nasvetov in izkušenj.« (Ženski svet, 1/1923: 20). Največ nasvetov je namenjenih nosečnicam in materam novorojenčkov, članki nosijo naslednje naslove: Mleko za dojenčke (1/1923), Kaj naj pripravi mati za novorojenčka

(2/1923), Dojenčkova posteljica, Otrokovo spanje (3/1923), Kako se daje otroku zdravilo? (5/1923), Previjanje, Kako lajšamo otroku trbušne bolečine, Pazite na speče dete! (9/1923), Neiznošeno dete (10/1923), Noseča žena (11/1923) itn.

Še vedno močno pod vtisom prve svetovne vojne je v reviji zaslutiti razočaranje nad človeštvom, ki je dopustilo, da se je vojna zgodila. Šlo je vendarle za prvo ves svet obsegajočo in zastrupljajočo vojno. Zato v Ženskem svetu pozivajo k vzgoji boljših ljudi, zanjo pa so zadolžene ženske – matere. Materinstvo tako seveda pride v središče pozornosti kot najpomembnejša naloga oziroma najpomembnejši poklic ženske, saj gre za vzgojo novih in potencialno boljših državljanov in pripadnikov človeštva. Ni pomembno samo stališče, da »otroci dado [materinemu] življenju šele prave vrednosti« (Ženski svet, 4/1923: 108), da »določajo [materinemu] delu smer in smoter; saj ko delaš zanje, veš za koga delaš, se trudiš, hraniš.« (Ženski svet, 4/1923: 108) Pomembno je tudi, da če svoje delo kot mati opravljaš dobro, prispevaš in »sodeluješ k sreči in blaginji svoje domovine in države.« (Ženski svet, 4/1923: 108) Materinski poklic je torej pomemben, ker gre za početek posameznega člana – človeka in kakršen je ta, »taka je navadno vsa pot dotičnega človeka in se po njej ravna vsa pota družabnega, državljanskega življenja.« (Ženski svet, 6/1923: 154) Če so začetki človeka dobri, pomeni, da je dobro tudi njegovo nadaljnje življenje, da je vzgojen v srečnega in dobro delujočega pripadnika družbe. Cilj, h kateremu vodi takšno razmišljanje, je seveda človeška družba brez konfliktov, vsaj brez tako velikih, da bi se spet vnel v spopad celi svet. Zato »dobrih mater človeštvo krvavo potrebuje za bodoči rod, saj je svetovna vojna tako silno zastrupila vso mladino.« (Ženski svet, 12/1923: 284) Razumljiva je potem bojazen, ki je izražena v kritiki zaposlenih žensk, še posebej mater, da je

domača vzgoja izgubila na svoji sigurnosti. Vzrok: mrzlično pehanje starišev, zlasti matere za pridobitvenim delom, kar ima za posledico, da dom izgubi svojo domačnost, a kar je najhuje, da preneha tisto ljubeznivo razmerje med stariši in otroki, ki ga ne more nadomestiti prav nič na svetu. Uprav dom in njegov vpliv kot glavni činitelj pri vzgoji za življenje mora postati zopet dom, kakršen je bil. (Ženski svet, 3/1923: 61)

Vendar je ta bojazen pretirana v svoji konzervativnosti, da morajo matere ostati doma, kot da lahko mati le tako zares dobro skrbi tako za telesni kot duševni razvoj svojih otrok, saj se kasneje izkaže, da je zaposlenost matere združljiva z dobro vzgojo otrok. Če v januarski številki leta 1931 Janez Rožencvet še piše, da »žensko osvojevanje poklicnega poprišča samo na sebi ni ne ženskam ne človeštvu v korist in je ravnotako prehodni pojav, kakor je bilo v zgodnji industrijski dobi 16 urno delo osemletnih otrok.« (Ženski svet, 1/1931: 24), pa v isti številki ženske avtorice že začnejo vzpodbujati ženske k izbiri poklica. Tak primer je citat iz leposlovnega prispevka Milaszewske: »Z delom se je hotela preživljati. Njeno delo je bilo trdo, toda živela je. Ta sobica, v kateri je stanovala,

je bila njena, zato je bila ponosna nanjo.« (Ženski svet, 1/1931: 10), ki nosi sporočilo, da se zaposlena ženska lahko postavi na lastne noge in se sama preživlja.

Toda za tako spremembo mišljenja je moralo preteči več let, saj je uredništvo v uvodniku prve številke s kritiko sufražetk in njihovega tekmovanja na moških področjih delovanja nakazalo svoje stališče do izven doma zaposlenih žensk. Edino primerno delo, ki je bilo takrat zanje poleg gospodinjenja sprejemljivo za ženske, je bilo dobrodelno delo. Pri tem delu se lahko ženske izkažejo, v dobrodelnih organizacijah tako »zavzemajo tudi najvidnejša mesta v predsedstvih, v upravi in pri vodstvu raznih zavodov in inštitucij.« (Ženski svet, 1/1923: 8) Delo jim je takorekoč pisano na kožo, saj so ženskam lastnosti, ki jih nekdo potrebuje za tako delo, že naravno dane. Ženska je namreč »antropocentrična, živeča za druge in v drugih. Žena za svoje veselje, za svoje nade in stremljenja ne najde središča v sebi, marveč vedno v drugi ali v več drugih osebah ...« (Ženski svet, 3/1923: 56). Za zgled postavljajo češka ženska dobrodelna društva, avtorica članka še posebej izpostavi Češki Rdeči križ, ki mu je predsedovala dr. Alica Masarykova, in navede njeno geslo, po katerem naj se ravnajo tudi Slovenke. »Storimo vsak dan nekaj dobrega, pozabimo za trenutek nase, da bi v tem, da mislimo na drugega, našli svojo osebnost.« (Ženski svet, 1/1923: 9) V istem članku pove avtorica tudi, da si slovenske žene zaenkrat v dobrodelnih društvih ne morejo »privoščiti vsega, kar si lahko privoščijo drugi veliki narodi, ki so poleg tega še sami svoji gospodarji. Toda mi se lahko mnogo naučimo od njih; moramo si jih le vzeti za zgled, posebno kar se tiče delavnosti, vztrajnosti in požrtvovalnosti.« (Ženski svet, 1/1923: 9)

Za podobno vzornico, ki se je veliko ukvarjala z dobrodelnostjo, predstavijo tudi baronico Ivko Ožegović, ob katere smrti v Izvestjih o njej zapišejo naslednje besede: »Baronica Ožegović je v polni meri razumela in izvrševala nalogo ženskega življenja: biti duhovna mati vsem, ki so šibki in ljubezni potrebni.« (Ženski svet, 3/1923: 92) Se pravi, tudi skozi dobrodelnost ženska izpolnjuje svojo vlogo matere, ki ji jo je namenila narava.

Da pa ženska postane mati, ji je potreben življenjski partner, zato je njena vloga biti žena postavljena ob bok materinski vlogi. Obe vlogi hkrati predstavijo v še eni vzornici modre krvi – italijanski princesi Jolandi Savojski, ki je ob svoji poroki dejala, da ji ni za prestolonasledništvo, »kakor se je izrazila, je bila njena življenjska želja, da bi v ljubezenskem zakonu uživala srečo soproge in matere.« (Ženski svet, 4/1923: 117)

Bolj kot vlogi matere in žene sta v Ženskem svetu medsebojno povezani vlogi žene in gospodinje, še posebej ko gre za trdno in dolgotrajno zakonsko zvezo moža in žene. Če želi žena doseči ta ideal,

ji revija svetuje, da »naloga žene ni samo, da je možu zvesta družica in deci ljubeča mati – ona mora biti tudi dobra gospodinja, ki skrbi z vnemo in neumorno delavnostjo za telesni blagor svoje družine.« (Ženski svet, 3/1923: 86)

V člankih s tematiko odnosa med zakoncema najdemo predvsem nasvete, kako naj se vede žena, da bo obdržala moža in da ta ne bo zahajal po gostilnah. Bistveni napaki zakoncev – mož pijanec in žena slaba gospodinja – v članku z naslovom "Zakaj je toliko družin nezadovoljnih" opredeli Poldi Leskovčeva, ki tudi zapiše, da »snažen, reden in miren dom priklepa moža z neločljivimi sponami nase – ga odvrča od gostilne in slabe družbe, nudi mu med svojimi štirimi stenami toliko lepega in razveseljivega, da ga ne bo mikala zakajena gostilniška soba, ne hrupna družba tovarišev.« (Ženski svet, 3/1923: 86)

Že v prvi številki sta snažnost in redoljubnost – lastnosti dobre gospodinje, o katerih je že bilo govora – opisani kot »močna vez, ki pridrži moža doma ter mu napravi dom prijeten kraj, kjer se počuti zadovoljnega in srečnega.« (Ženski svet, 1/1923: 16) Vendar pa ni pomembno biti samo dobra gospodinja, ki rutinizirano skrbi za moža, dom, otroke. Minka Govekarjeva v članku "Kako privežem moža trajno na dom?" piše, »poznala sem žene, pri katerih se je prav zaradi njihovih vrlin razbila njih zakonska sreča.« (Ženski svet, 3/1923: 64) Pravzaprav je nevarno preveč pasti v rutino gospodinj, saj zaradi nenehne skrbi samo za delo, lahko postanejo »čimdalje bolj mračne, godrnjave, stroge. /.../ Stroji brez lepote, brez gorkote in čustva.« (Ženski svet, 3/1923: 64) Ti pa so potrebni za prijetno ozračje doma, ki zadovoljuje tisti drugi del človeka, »človek pač nima samo telesa nego tudi dušo. In če ni zadovoljna duša, je še huje, kakor če ni zadovoljno telo. Življenje ni praznik, pa tudi ne samo delavnik.« (Ženski svet, 3/1923: 65) Zato je nujno, da dom zadovoljuje tudi duševno stran človeškega bitja, da se v njem počuti kar najbolje, le tako ga ne bo vleklo drugam.

Kako pa žena ustvari takšno ozračje? »Svoje želje mora poenotiti z njegovimi. Od njega nikoli zahtevati, da se pokorava njenim željam, ker bi ga to ponižalo pred drugimi. Ne sme se vdajati ljubosumnosti in mora biti do moža vedno iskrena, nežna in vesela.« (Ženski svet, 1/1923: 18) V nekem drugem članku svetujejo tudi, da naj bo »dobra, ljubezniva in skromna! /.../ Zanimaj se za vse, za kar se zanima Tvoj mož! Bodi mu najboljša prijateljica! Glej, da ostaneš duševno in telesno sveža, potem ustvariš možnost, da si ohraniš moža trajno.« (Ženski svet, 3/1923: 64)

Da se članki o dobrem odnosu med zakoncema toliko pojavljajo, je dokaz, da naj bi bil uspešen zakon cilj vsake ženske, le tako bo namreč lahko srečna. »Njemu zakon za srečo ni potreben, kakor

je potreben ženi. Ženska stavi vse na edino karto: ljubezen.« (Ženski svet, 3/1923: 57) Take naj bi bile ženske, kot jih riše ter jih s svojimi nasveti in pouki želi ustvariti med svojimi bralkami Ženski svet.

Skrbi pa jih, ker je malo »mislil pri ženskah, da bi se vezale le na skrbi za dom,« (Ženski svet, 6/1923: 154) in se sprašujejo, »kam smo zašle ženske, da smo tako izgubile svoj pravi cilj?« (Ženski svet, 6/1923: 154) Tudi v tujem tisku najdejo enako razmišljanje o spremembi v osebnosti takratne ženske. Iz pariškega ženskega lista objavijo članek z naslovom "Izbiranje moža", v njem pa ugotovitve o sodobni ženski, da »ima mnogo več zahtev kakor pred vojno. Ne navdušuje se več za družinsko življenje, kjer naj bi ji bili otroci in mož prva skrb; vse svoje misli osredotočuje na sebe samo.« (Ženski svet, 3/1923: 93) V svoji kritiki "nove" ženske ugotavljajo, da se je ta začela preveč posvečati svoji zunanosti. »Negovanje telesa v nepravem zmislu, negovanje oči in pogledov za privlačevanje moškega do – poroke. Potem konec. Dom? Ironija! To je starinsko, to je smešno. In spet iznova: negovanje telesa, negovanje oči, pogledov in besed za privlačevanje moškega, zdaj hišnega prijatelja. Dom? Zbirališče koketerij in grehov. Otroci? Igračke.« (Ženski svet, 6/1923: 154) Takemu razvoju ženske osebnosti naprotujejo že od vsega začetka.

Dokaz, da si Ženski svet želi sprva izoblikovati svoje bralke predvsem v duševno bogate in na zunaj neizumetničene osebnosti, se kaže poleg velikega deleža leposlovne proze in poezije tudi v redkih nasvetih za zunanji telesni izgled. Nasveti so predvsem higijenski, recimo, »dandanes zahteva vsakdo, da je ženska predvsem čista, snažna in čedna. Po tem sodi o njenem značaju in o njeni sposobnosti,« (Ženski svet, 2/1923: 44) in »da si mora ženska, ki hoče, da jo smatrajo za omikano in olikano, vsak dan čistiti nohte, je samo po sebi razumljivo. /.../ Seveda tudi najlepše roke ne dokažejo kulture, ako ni negovano, umivano in kopano vse ostalo telo.« (Ženski svet, 3/1923: 70) Duševno zrelost in svoje dostojanstvo izkazujejo ženske tudi z odklanjanjem omamljivih parfumov, ki so velikomestnim damam velike važnosti. »Telesno in duševno zdrava žena pa bo odklanjala te vrste užitke, ki vodijo slednjič v perverzno naslado, in bo tem pravilneje izbirala in uporabljala parfume, čim globlja je njena duševna finesa in dostojanstvenost.« (Ženski svet, 10/1923: 235)

Že v uvodniku so bile omenjene lastnosti "novih" žensk, ki jih je uredništvo označilo za »ničvredn[o] strupen[o] trav[o]« (Ženski svet, 1/1923: 2), ki »duši mnoge zdrave sadike.« (Ženski svet, 1/1923: 2) V junijski številki nasproti razpaslemu plevelu postavijo lastnosti pravih žensk – žensk dóma. »Ženske dóma morajo imeti posebne lastnosti. Potrpežljivost je prva teh lastnosti, potrpežljivost brez mejá. In samozatajevanje, da utone vse telo v dobrini stvari, ki je potrebna

dómu. Da je prvo dom, potem šele telo, obleka, razvedrila za žensko dóma – za mater in gospodinjo. In ponižnost, preprostost. In čistost, čistost duše, duhá in telesa. In vera.« (Ženski svet, 6/1923: 154) Le takšne ženske so primerne in dovolj zrele za vzgojo novih pripadnikov družbe. »Če bi bile ženske res ženske, bi bili domovi res domovi, in bi bili ljudje res ljudje: duševno zdravi, močni in čisti. In bi bila vsaka država en sam lep, dober in prijeten dom.« (Ženski svet, 6/1923: 154)

Edini pogled na žensko, ki na tem mestu še ostane za obdelati in se pojavi tudi v prvem letniku izhajanja revije, je žensko udejstvovanje na političnem področju. Že v uvodniku omenijo, da njihov »pogled sega še dlje, tja do onih delavk, ki se uspešno bore za politična prava žene.« (Ženski svet, 1/1923: 1) Zato tudi vestno objavljajo v rubriki "Izvestja" pod podnaslovom "Po ženskem svetu" vse novice, ki se tičejo političnih pravic žensk in njihovega dela v politiki in ki prihajajo z vseh koncev Evrope in iz ZDA. V tej podrubriki se tako zvrstijo naslednji naslovi: Žensko gibanje v Italiji (1/1923), Svetovni ženski kongres v Italiji, Ženska – senator (2/1923), Čehinja svobodna državljanica, Ženska volilna pravica v Turčiji, Pravni položaj žene na Poljskem (3/1923), Žene v »Zvezi narodov« (4/1923), Italijanke dobe volilno pravico (6/1923), Bolgarka v diplomaciji, Italijanke pred volitvami (9/1923), Turkinja v parlamentu (10/1923) in Ženski pokret na Madžarskem (12/1923). V septembrski številki istega leta pa se J.P. razpiše o pozitivni strani prisotnosti žensk v politiki in pravi takole,

po mnenju odličnih feministk bi se ženska v javnem, političnem življenju kaj lahko udejevala, ker ima izvrsten političen temperament. Je nežnejše, prožnejše narave kot moški, zaznava silno živahno ter se naglo prilagodi, ima več dušeslovnega spoznavanja in hitro presodi svojo okolico. In kakor hitro pretehta one, ki jo obkrožajo, jih zna tudi voditi, pri čemer ji koristi ženskost, nje posebni način vplivanja, izražanja, nastopanja, z eno besedo, udejstvovanja sploh. (Ženski svet, 9/1923: 205-206)

V svojem razmišljanju J.P. primerja družino z družbo in nazadnje tudi z državo. Pravi, da družino sporazumno in v soglasju vodita oba, mož in žena, in ker ima tudi družina svojo vlado, upravo in zakone kot država,

zakaj bi torej žena ne imela svoje besede tudi v vsem javnem življenju? /.../ Ali nima dovolj širokega obzorja, kadar pridene k svojemu spoznanju še one izkušnje, ki jih je pridobila gredeč vstric moškega? Združiti je treba svojstva obeh, moža in žene, usovršiti jih, zakaj le tako dobimo popolnega človeka. Šele "mož-žena" je višek harmonije, je popolna celota! Zato pa gre ženi volilna pravica, ker je šele ta izraz njene enakopravnosti moškimi! (Ženski svet, 9/1923: 206)

Seznanjanje Slovenk z razvojem vključevanja žensk v politiko v Jugoslaviji in ostalih državah sveta je prisotno skozi vse letnike Ženskega sveta. Tako se v rubriki "Po ženskem svetu" leta 1931 zvrstijo naslednje kratke novičke: Glas organiziranih ukrajinskih žen na Poljskem (februar), Žena v političnem življenju (februar), Veliko mednarodno zborovanje v Beogradu – Mednarodna zveza za žensko volilno pravico in državljansko izobrazbo žene (maj), Mednarodna zveza za žensko volilno pravico v Beogradu (junij), Tiroлке v občinskem svetu (julij/avgust), O ženski volilni pravici v Jugoslaviji (oktober). Leta 1935 v rubriki Obzornik: Turkinje v narodno skupščino (februar), Kongres Internacionalne alianse za žensko volilno pravico (marec), Poslanke v Rusiji (marec), Turška žena v parlamentu (marec), Jugoslovanska žena zahteva volilno pravico (november), Žene v borbi za svoje pravice (december), Enakopravnost državljanov (december). Leta 1940 in 1941 se Obzorniku pridruži še rubrika Javni dogodki doma in po svetu. Novičke pa so naslednje: Načrt za novi volilni zakon, Žene zahtevajo volilno pravico (1/1940), Novi volilni zakon, V Veliki Britaniji so žene ministri (2/1940), Ženska volilna pravica v Kanadi (8/1940), Tudi ameriške žene so se pripravljale za predsedniške volitve (9-12/1940), Besarabske žene so takoj stopile v politiko in V Ameriki ne delajo razlike med državljani in državljanjkami (2/1941).

Daljša članka o ženskah in njihovem prodiranju v politiko sta samo dva. Junija 1935 A.B. v članku "Za žensko volilno pravico" ugotovi, da so na svetu »komaj kake štiri države, kjer žene še nimajo prav nobenih političnih pravic. Med te pa spada tudi Jugoslavija.« (Ženski svet, 6/1935: 138) Že prej v majski številki istega leta pa Olga Grahorjeva objavi članek "Ali naj se žene bavijo s politiko ali ne?". Nujnost vstopa žensk v politiko prikaže s posebnega zornega kota. Ženske opozori na dejstvo, da v politiki ni ženskega principa, ki je še kako potreben – predvsem za ženske same. »Trebja je pomisliti, da žene nimamo še nikjer zastopstva v naših upravnih telesih, da naše zakone delajo, tolmačijo in izvajajo moški. To žene prav dobro občutimo. Zato je nujno, da zahtevamo tudi zase volilno pravico in zastopstvo v občinskih in banovinskih svetih ter v narodni skupščini, in pravico do izvrševanja vseh poklicov.« (Ženski svet, 5/1935: 114) Ženski princip, ki v politiki manjka, opiše in da s tem ženskam vedeti, v čem so drugačne od moških politikov in zato tudi v politiki potrebne. »Žene imamo vobče več smisla za vsakdanje potrebe, za one važne malenkosti, ki jih moški tako radi pozabijo, predvsem pa več zanimanja za žive konkretne stvari in za človeka, manj za abstraktne teorije. Važno je, da pride v javnem življenju do izraza tudi ženski način mišljenja. Saj ne moremo trditi, da bi zgolj moška politika rodila doslej prav sijajne uspehe.« (Ženski svet, 5/1935: 115) Ženske pa tudi vzpodbudi, naj začnejo same razmišljati in naj v svojih prepričanjih ne sledijo slepo prepričanjem svojih očetov, fantov ali mož. »Samo potem bo mogla naša udeležba v javnem življenju prinesiti koristi nam samim in vsej skupnosti, v kateri živimo.« (Ženski svet, 5/1935: 115) Poudari še pomembno vlogo, ki jo pri tem igrajo ženska društva, katerih

naloga je »vzgojiti žene, da mislijo same zase brez moškega vodstva in nadzorstva, ter da se nauče zanimati in skrbeti za vsa važna vprašanja našega časa – brez strahu pred "politiko".« (Ženski svet, 5/1935: 115)

Rdeča nit, katere predenje prevzame in povzame Grahorjeva v svojem članku, se je začela spletati že v letniku 1931. Najbolj vidno se spleta v člankih o odnosu med ženo in možem. Začne se z aforizmom dr. B. Škerlja, »žena bodi možu nujnost, brez katere bi bil nesrečen. Prav tako pa tudi mož ženi.« (Ženski svet, 2/1931: 45) Prvič prikaže tudi moža kot osebo, ki ne more doseči svoje sreče brez življenjskega partnerja. Nadaljujejo z zgledom novinarki Ivanke Klemenčičeve, ki kljub veliki ljubezni do svojega moža ni klonila konzervativnemu prepričanju, »da bi ji bil zakon postal tista postaja, kjer se začenja in konča poglobljena pot ženskega življenja.« (Ženski svet, 3/1931: 66) Zgled pa dajo tudi ženam gospodinjam, ki niso zaposlene. Najdejo ga v ženi angleškega pisatelja Bernarda Shawa, Charloti Shaw, ki »kakor pravi sama, posveča tretjino svojega časa malenkostim, ki naj olepšajo življenje možu. Čeprav mu je vdana in čeprav veruje v njegov genij, ima vendar svoje prepričanje in svoje mnenje, ki se ji zdi pravilno.« (Ženski svet, 2/1935: 48) Se pravi, ni važno, ali je žena zaposlena ali ne, v vsakem primeru naj se trudi razmišljati s svojo glavo, si ustvarjati lastno mnenje o stvareh in naj si ne zgradi središča svojega življenja le okrog moža in doma.

Zadnje lahko razberemo tudi iz poziva, da »danes pač ne sme veljati ženska kaj več, ker je poročena, nego je vredna spoštovanja le radi svoje osebe, zmožnosti in starosti – kakor moški!!« (Ženski svet, 3/1931: 89) Odprejo pa s tem tudi debato o odnosu poročenih žena do samskih žensk, ki so ponavadi zaposlene. »Poročene in svobodne žene – kakor bi bila dva različna svetova, skoro dva sovražna tabora.« (Ženski svet, 5/1931: 153) Primer verjetno nevede navedejo v članku o tobačnih delavkah, ki jih poimenujejo »pionirke ženskega poklicnega dela« (Ženski svet, 7-8/1931: 230). »Možje so [tobačne delavke] gledali prijazno, saj so bila dekleta fletna, bolj negovana, neodvisna in prosta, [in] so imela v žepu vedno nekaj lastnega cvenka. /.../ Prav zato so jih gledale žene manj prijazno in naziv "cigararice" iz ženskih ust je imel vedno nekoliko zaničljiv značaj.« (Ženski svet, 7-8/1931: 231) Avtorica članka Anka Nikoličeva še zapiše, »povprečne poročene žene in one ki jim je bila poroka edini cilj življenja, so vedno nezaupno, sovražno in prezirljivo motrile tiste svoje sestre, ki so se pogumno postavile na lastne noge in si zavarovale obstoj z lastnim delom in trudom.« (Ženski svet, 7-8/1931: 231)

Na stran neporočenih se postavijo že v prvem članku in poročene pravzaprav kar oštejejo. »Poročiti se – je to zasluga? Mislite, da žene, katera je ostala svobodna, res nihče ni hotel? Morda je

imela le več poštenosti v sebi in ni mogla, da bi se poročila le za to, da bo gospa.« (Ženski svet, 5/1931: 154) Povedo še, da se oddane in samske med sabo ne bi smele gledati kot pes in mačka, ampak bi morale začeti sodelovati, »ako hočemo biti res ravnopravne z možem, priznajmo: če cenimo moža po delu in izobrazbi, je pravično in potrebno isto pravilo za ženo.« (Ženski svet, 5/1931: 154) In na nekem drugem mestu, da si danes »ne izbira samo mož družice, ampak tudi intelektualka moža. Morda je bolj izbirčna kot intelektualec ter išče za sožitje intelektualni ekvivalent, ne pa le "denar".« (Ženski svet, 9/1931: 263) In da »danes prinese kakor njen življenjski drug ob tednu ali mesecu domov zaslužek« (Ženski svet, 10/1931: 306) tudi žena.

V novembrski številki Angela Vode predstavi svoj pogled na žensko tistega časa v članku "Sodobna žena". Ta je »bila tisočletja objekt v družbi, ki jo je oblikovala kultura moža,« (Ženski svet, 11/1931: 329) in se danes upira »vlogi, ki ji jo je prisodil in odkazal on. Dokazati hoče, da bo življenje popolnejše, če bo posegla v njegovo urejanje tudi ona.« (Ženski svet, 11/1931: 329) Toda na žalost je tudi med ženami še vedno mnogo takih, »ki skušajo v nasprotju z realnim življenjem in neizprosnostjo naravnih zakonov razvoja obdržati ženo v njeni dosedanji ponižujoči odvisnosti in nevednosti.« (Ženski svet, 11/1931: 329) Njihovo prizadevanje v tej smeri pa je brez učinka, pravi Vodetova, saj se ženske po vsem svetu »čedalje bolj zavedajo, da more edino ekonomska in socialna neodvisnost ženi omogočiti, da se bo duhovno in etično dvignila, postala samostojen človek in tako lahko zavestno sodelovala pri preoblikovanju človeške družbe.« (Ženski svet, 11/1931: 329)

Predolgo so ženske opravljale le tri od moža določene vloge, ki so med seboj tesno povezane: »vzreja in vzgoja otrok, postrežba možu in skrb za življenjske potrebščine družine.« (Ženski svet, 11/1931: 329) Zanj je bila le gospodinjski pripomoček, stvar. Vodetova pozove bralke, da je sedaj čas, da vzpostavijo zase enakopraven položaj moškemu. Dosežejo ga lahko le, če se gospodarsko osamosvojijo. »Stremljenje sodobne žene se mora torej presojati z dveh vidikov: z materialnega, ki ima svoj vzrok v spremembi produkcijskih razmer in je omogočil ženino gospodarsko neodvisnost, in z duševnega, ki temelji v razvoju žene iz stvari v samostojno osebnost.« (Ženski svet, 11/1931: 331) Navede pa tudi resnično stanje, »da je še mnogo [žena], ki smatrajo delo kot breme in prokletstvo, ne pa kot vrednoto, ki jim prinaša z gospodarsko osamosvojitvijo etični in kulturni dvig.« (Ženski svet, 11/1931: 331) Zato pravi, »je potrebno še mnogo vzgojnega dela, da bo to svojo nalogo spoznala večina žen.« (Ženski svet, 11/1931: 331)

Revija tako svojo vzgojno vlogo še naprej vodi v zastavljeni smeri. Če je bil v prvem letniku velik poudarek na materinstvu kot eni od treh najpomembnejših vlog ženske v življenju, pa se ta

poudarek, kot je že razvidno, prenese sedaj na udejstvovanje žensk v poklicih. Prispevki tako prinašajo opise in novice o novih poklicih in napredku v zaposlovanju žensk doma in v tujini. Vrstijo se članki z naslovi: Nov ženski poklic – tehnična asistentka (1/1931), Stanovska organizacija inženirk na Angleškem (3/1931), Španke v policijski službi (4/1931), Gospodinjstvo v lastnem domu kot poklic na Češkem, v Avstriji in Angliji (7-8/1931), Mednarodna zveza poklicnih žen – kongres na Dunaju, Poldnevno zaposlovanje mater na Francoskem, Čehinje v sodni službi (11/1931), Zakaj bi ne mogle biti žene mladinske sodnice? (2/1935), Žene kot tovarniške inšpektorice na Poljskem (7-8/1935), Prostovoljne strežnice-negovalke v Turčiji (1/1940), V Veliki Britaniji so žene ministri, Poročene Angleživnje v upravni službi, Vojaški pouk za dekleta (2/1940), Žensko delo v Sovjetski Rusiji (5/1940), Tečaji za izobrazbo otroških vrtnaric, Slovenka – specialistka za očesne bolezni, Žene izumiteljice (8/1940), Tudi ženske tiskajo denar (9-12/1940).

Kljub temu leta 1940 še vedno pišejo o dveh nasprotnih bregovih – biti žena in biti zaposlena. »Eni pravijo, da je naravni poklic ženske biti žena in mati in je torej le hlastanje za originalnostjo, če se dekleta odloči izvrševati poklic. Drugi pa so mnenja, da naj žena ne bo sužnja možu, da naj mu bo tudi po strani poklicne izobrazbe enakovredna in sposobna, da samostojno oblikuje svojo življenjsko pot.« (Ženski svet, 8/1940: 211) Postavlja pa ob tem avtor članka, dr. Vlado Schmidt, vprašanje, »ali so danes prilike res take, da dekletu ni treba več misliti na poklic in zaslužek, če se je poročilo? Vsakdo ve iz svojega okolja, koliko odstotkov poročenih žensk je prisiljenih poiskati delo in zaslužek, da s tem pomagajo rodbini. In to ne le v delavskih, temveč že tudi v srednjih slojih. Mnogo porok je možno skleniti le pod pogojem, da bo tudi žena služila.« (Ženski svet, 8/1940: 211)

Da bi poučile matere, kako naj se prilagodijo sodobnemu času, opišejo sodobno dekleta, ki da »se bolj zaveda, kakor sta se njena mati in babica, da daje svobodno izbrani poklic in ž njim povezani zaslužek več svobode in ugleda, kakor bedni, često le iz zadrege sklenjeni zakon, več sreče in zadovoljstva kakor dolgočasenje v prisilnem samištvu.« (Naš dom, 1/1940: 1) Mater spodbudijo, naj se zgleduje po svoji hčerki, ki je že doumela in sprejela spremembe v ženski osebnosti novega časa. »Sodobna mati se [mora torej] učiti ob hčerki; zanimati se mora za njen poklic, njene naloge, čitati ne le kuharskih receptov, temveč kakor možno vse, kar zanima in kar čita hči. Sodobna mati naj ne poskuša vleči svojo hči navzdol in nazaj v preteklost, temveč naj se da sama raje potegniti od hčere navzgor in naprej v bodočnost.« (Naš dom, 1/1940: 2) Ta čas potrebuje novih mater za nove otroke, te matere so soborke svojih hčera za novo življenje.

Že pet let poprej Angela Vode v članku »Nova žena« predstavi podobno stališče. »Z razmerami, ki so nujno povzročile tudi izpremembo ženine duševnosti, se je izpremenil tudi njen odnos do soljudi,

predvsem do moža.« (Ženski svet, 9/1935: 209) Izoblikovala se je nova žena, ki je ne moti »moževo slabo materialno stanje, ker zna sama zaslužiti.« (Ženski svet, 9/1935: 210) Ni pa se spremenila samo po tej plati, ampak je sedaj zmožna prezreti »tisoč nepozornosti napram sebi, celo nezvestobo, toda ona nikdar ne pozabi in ne oprostí nespoštovanja svojega duhovnega jaza, svoje duše. Za ženo prošlosti je bila nezvestoba ali izguba ljubljenega moža največja bol; za ženo naše dobe pomenja izgubo, če postane nezvesta sama sebi, svojemu jazu v korist ljubljenega moža, za ceno ljubezenske sreče.« (Ženski svet, 9/1935: 210) Nova žena se boji, da zaradi ljubezni postane le »senca moža, da se izgubi, da opusti svoje delo, svoj poklic, svojo življenjsko nalogo.« (Ženski svet, 9/1935: 210) »Če je treba izbirati med ljubeznijo in delom, se odloči nova žena za drugo možnost.« (Ženski svet, 9/1935: 211) Prostosti in neodvisnosti, ki izhajata iz opravljanja poklica, pa »večina žen zagotovo ne bo porabila za to, da se bo prostovoljno odrekala materinstvu in globljemu ljubezenskemu doživetju radi dela. Naprotno: ker ji ni treba iskati življenjske preskrbe v zakonu, bo tem lažje izživela svoje najprirodnejše čustvo ter si lastno življenje oblikovala tako, da bo čimbolj ustrezalo njenemu bistvu.« (Ženski svet, 9/1935: 212)

Kljub vsej tej neodvisnosti pa ženske še vedno iščejo življenjskega sopotnika. Takšen je pač naravni ustroj človeške vrste. Vprašanje, ki se ob iskanju partnerja poraja ženskam, je, kaj iščejo in kaj pričakujejo od izvoljenk moški, da se ob njih ustalijo. V majski številki leta 1940 jim revija postreže z naslednjim odgovorom, ki ga je povzela po češkem tedniku Zvezda.

Vsem [vprašanim moškim] je [bila] skupna želja, da naj ima izvoljenka na sebi vse znake prave ženskosti in bodočega, že v dekletu zaznavnega materinstva. /.../ In skupna je zahteva, da naj bo ženska mirnega značaja, mirnega govorjenja, lepega, ne sirovega smejanja, mirnega vedenja, skratka želi si harmoničnega, v vsem skladnega bitja. Naravna, ne izumetničena, ne visoko nacifrana naj bo ženska, da ugaja in mika. (Ženski svet, 5/1940: 34-35)

Čeprav je odgovor vzet iz češkega okolja, se v člankih Ženskega sveta, ki govorijo o modi, negi telesa ali skrbi za zunanji videz, izrisuje ženska z ravno takimi značajskimi potezami. Pretirano sledenje modnim zapovedim je kritizirano, »vse od najvišjih slojev pa do zadnje kmetske dekle hlastva po modnih izdelkih, muhah enodnevnica, brez trajne vrednosti,« (Ženski svet, 3/1931: 82) »preveč je še med nami takih, ki trdijo, da obleka dela človeka.« (Ženski svet, 3/1931: 90) Priznavajo pa, da je »lepotičenje vsekakor bistveno ženska poteza in, če ostane v pravih mejah, ni na njej nič slabega.« (Naš dom, 10/1935: 67) »V vsaki ženski je trohec pristne ženske nečimrnosti,« (Ženski svet, 7/1940: 180) pravijo. Tudi ženska, »ki se sicer vsa posveča domu, poklicu ali intelektualnemu delu,« (Ženski svet, 7/1940: 180) ni potrebno, da je siva in brezbarvna, zato naj po

svojih možnostih in z veliko mero dobrega okusa sledi modi, naj pa se je ne drži kot pijanec plota. Svojo zunanost pa poživi tudi z nego telesa, predvsem z nego obraza.

Člankom s to tematiko je namenjena rubrika v prilogi Naš dom, Zdravstvo in kozmetika. Tam najdemo članke, kot so: Vitkost. Kako jo dosežemo? (6/1935), Telesna vzgoja nujno potrebna (3/1940), Pomlad in nega telesa (4/1940), Spanje najboljše kozmetično sredstvo (2/1941). V tistem obdobju, ko ni priloge Naš dom, pa tudi v sami reviji: Razgibajte se! (7/1940), Čiščenje, hranjenje in oživiljanje kože in Telovadba na prostem (8/1940). K negi obraza nagovarjajo tudi in predvsem oglasi v svojih besedilih. Na primer oglas za kremo Elida Creme de Chaque Heure z besedilom: »CREME DE CHAQUE HEURE je dala njenemu teintu to nežnost in čuva njen mladostni izgled in njeno svežost. /.../ Koža postane žametasta in zaščitena pred solncem in vetrom.« (Ženski svet, 2/1931: zadnja platnica) Ali pa oglas za Nivea Creme z besedilom: »Vidi se mu, da je kar očaran; Ničesar ni, kar bi ženi tako povzdignilo čar kakor sveža barva njene kože! Najlepša frizura in najelegantnejša obleka sta brez pomena, če ni vaša koža dovolj negovana!« (Naš dom, 7/1940: 191) In za kremo za sončenje z zaščitnim faktorjem, ravnotako Nivea Creme, »zagorelo lice ... to morate dobiti že spomladi.« (Naš dom, 6/1940: 42)

Oglasi so natisnjeni na platnicah revije, v prilogi Naš dom pa med besedilom kot ločene slike ali pa kar kot članek, v katerem je ime izdelka odebeljeno tiskano. Na primer:

*Nič ni popolno na svetu, kar je ustvarjeno od človeške roke. Izmed pralnih sredstev pa se popolnosti najbolj približujejo **Zlatorog**-ovi izdelki: **Zlatorog**-ovo milo, **Zlatorog**-ovo terpentinovo milo in **Zlatorog**-ove luske. Njihova čistilna moč in izdatnost je splošno znana. Dobrota **Zlatorog**-ovega mila je prišla že kar v pregovor, ki pravi: "Le Zlatorog milo da belo perilo!" Naše na čistočo navajene gospodinje ga rade kupujejo. Tako je prav. Priporočamo ga tudi mi! (Naš dom, 1/1935: 5)*

V reviji oglašujejo prodajalne z manufakturnim blagom, z meterskim blagom, z jestvinami, z gospodinjskimi, kuhinjskimi in kopalniškimi pripomočki in opremo, z železnino, s kurivom, s pohištvom, lekarne, zdravniki, dentisti, hranilnice, banke, izdelovalci žganih pijač, mil, zobnih krem, krem za obraz in roke, šamponov, detergentov za pranje perila, šivalnih strojev, sesalnikov za prah, loščilcev parketa, kave, cikoriije, čaja itn. Še danes znane znamke se najdejo med njimi: Dr.Oetker, Nivea, Elktrolux, Chlorodont, Mestna hranilnica Ljubljanska, Kolinska in še kakšna.

Na oglase opozarja s svojimi sporočili tudi uredništvo. Že v prvem letniku zapišejo: »Oglasi dajejo vsakemu listu znaten vir dohodkov, zato priporočamo cenjenim naročnicam, da se pri nakupovanju

potrebščin v trgovinah, ki insertirajo v "Ženskem svetu", sklicujejo na naš list. S tem se trgovec prepriča o uspešnem insertiranju v našem listu.« (Ženski svet, 4/1923: 120) In kasneje spet: »Kupujte pri tvrdkah, ki oglašujejo v našem listu in sključite se pri tem na dotični oglas.« (Ženski svet, 3/1940: zadnja platnica)

Iz zbranih citatov primerov, zapisov, misli, mnenj in dejstev lahko potegnemo zaključek, da je bila revija Ženski svet namenjena ženskam, ki so bile dovolj premožne, da so si za gospodinjska dela lahko najele pomoč in jim je tako preostalo dovolj prostega časa, da so se ukvarjale še z dobrodelnim delom in sodelovanjem v ženskih društvih. Doma pa so bili njihova prva skrb otroci in dobro počutje moža. Zato revija sprva poleg poročil o delovanju ženskih društev prinaša nasvete, kako biti dobra gospodinja, mati in žena. V svojih prispevkih jih o tem poučuje in jim govori, kaj in kako je prav, kot smo videli jim daje tudi različne tuje in domače zglede družbeno sprejemljivega obnašanja in delovanja.

S časom pa se duh revije oddalji od lika matere in gospodinje, ki ostaja doma, in začne poudarjati gospodarsko osamosvajanje žensk, poročenih ali samskih, z vstopom v službo. Zaposlovanje žensk in njihova finančna neodvisnost, ki iz njega izhaja, postane rdeča nit, ki se vleče skozi vse letnike do prenehanja izhajanja revije. Tudi ženske politične pravice nimajo v njej tako povečane pozornosti kot žensko zaposlovanje. Omenjene pa so, a jih v bistvu predstavijo kot tisti končni cilj, h kateremu naj stremi takratna slovenska ženska.

Lik ženske v reviji se torej iz žene, matere in gospodinje, potrošnice gospodinjskih izdelkov, preljuje v zaposleno, možu tudi v političnem smislu vedno bolj enakopravno ženo, ki je poleg tega še vedno mati in gospodinja, postaja pa tudi potrošnica produktov za izboljšanje kvalitete življenja.

7. NAŠA ŽENA

Naša žena je revija, iz katere črpam lik ženske za obdobje po drugi svetovni vojni. Revija je sicer začela izhajati še pred vojno, z njenim začetkom pa je list razpadel na več različnih listov, ki so vsebinsko sledili zamisli uredništva Naše žene.

V ilegalnih tiskarnah so na različnih koncih Slovenije bolj ali manj redno z izhajanjem nadaljevali; v novomeškem okolišu je izhajal list Našim ženam, na Primorskem Slovenke, na Gorenjskem Slovenke pod Karavankami, na Štajerskem Borbena Slovenka. Najvidnejšo vlogo pa je v tem času obdržal osrednji list Slovenske protifašistične ženske zveze – Naša

žena. /.../ Tik pred osvoboditvijo so se listi med seboj znova združili v Našo ženo, ki je prvič [spet] izšla marca leta 1945. (Priloga, 1/2001: 3)

»Po vojni je postala Naša žena osrednja ženska revija; zdaj nadaljuje tradicijo naprednega ženskega časopisja, sledi družbenim spremembam, pomaga ženskam in družinam pri vzgoji in izobraževanju, zdravstveni vzgoji, spremljanju modnih smernic.« (Amon, 2001: 318)

Druga svetovna vojna se je na slovenskih tleh končala z osvoboditvijo Ljubljane 9. 5. 1945. Naslednji dan se je Slovincem predstavila nova Narodna vlada Slovenije s predsednikom Borisom Kidričem.

[31.1.1946 sprejeta] ustava je utemeljila politični sistem administrativnega socializma. /.../ Novemu državnemu in političnemu sistemu je dajala temeljno podobo komunistična oblast, ki je zelo posnemala boljševiški sovjetski sistem z eno samo stranko, KP, ki je obvladovala vse javno življenje. /.../ Politično, socialno in gospodarsko je bila Federativna ljudska republika Jugoslavija v marsičem bolj centralistična od Kraljevine Jugoslavije. Vendar je Slovenija, enako kot druge republike, živela avtonomno kulturno in prosvetno življenje. Imela je lastno zastavo, ustavo, zakonodajo, lasten parlament, vlado in vse druge institucije narodne države. Poleg tega je bolj razvita Slovenija zaradi večje delovne usposobljenosti prebivalstva v enotnem socialnem in gospodarskem sistemu dosegala veliko večji gospodarski razvoj, družbeni proizvod in nacionalni dohodek od državnega povprečja. /.../ V prvih dveh letih po vojni je bila končana povojna obnova, nato pa je sledilo obdobje planskega razvoja socializma. /.../ Z uvedbo delavskega samoupravljanja [v 1950.] je politično vodstvo hotelo končati obdobje revolucionarne diktature. /.../ V naslednjih letih se je samoupravljanje širilo iz gospodarstva na druga področja. Spreminjalo se je z ustavnimi spremembami in zakoni vsa naslednja desetletja. /.../ Čeprav je šlo za bolj demokratično obliko socializma, pa se je samoupravljanje izkazalo za ekonomsko premalo učinkovit sistem, v katerem se je individualna odgovornost izgubila; ni moglo zaživeti kot sistem, ki bi se razvijal organsko, iz svojih temeljev. (Prunk, 1998: 145-152)

V duhu enostrankarskega sistema je tudi Naša žena podpirala komunistično partijo, kar se, kot bomo videli, kaže v njeni vsebini in tudi v njenem oblikovanju lika ženske.

7.1. ZUNANJI IZGLED REVIJE

»NAŠA ŽENA. Ljubljana. 1941-. Izh. Od januarja 1941 dalje. Podnaslov List za slovensko delovno ženo. – Lastnica in izdajateljica Božena Ravnihar. Odg. Urednica /in urednica/ Maila Golob. – Tiska Blasnikova tiskarna. – Mesečnik.« (Bajec, 1973: 183)

Prvi letnik Naše žene je A4 formata in ima 16 strani na številko. Nakazane so tudi redne rubrike: Kaj se godi po svetu, Gospodinjstvo, Kuhinja, O zdravju, Gledališče, Naše žene pišejo, Knjige, Vzgoja, Pravni svetovalec, Moda, Drobne vesti, Ročno delo. Naslovnica je skromno oblikovana, krasita jo ime revije in črnobela slika. Po vojni se revija formata A5 praviloma razprostira na 24 straneh in nima stalnih rubrik, na naslovnici pa vsak mesec prinese črnobelo fotografijo. Leta 1951 se spet spremeni format v prvotno A4 velikost, vsebino pa razgibajo stalne rubrike: Seznanjajmo se s svojimi pravicami, Naša žena svetuje, Zdravniški nasveti, Jedilnik, Več življenja v naše domove – rubrika o sobnih rastlinah, Zanimivosti iz sveta, Pišejo nam in prva rubrika, namenjena otrokom, Nekaj za Cicibane. Pojavijo se prvi oglasi, ki so omejeni na zadnjo platnico. Leto '61 prebije črnobelo monotonijo z uporabo rdeče barve, vendar le na platnicah. Pomembne stalne rubrike so naslednje: Naš politični in gospodarski pregled, Iz organizacij, Mednarodni politični pregled, Žene po svetu, Zaupni pomenki, Zanimivosti, Kozmetika, Zdravniški odgovori, Iz dispanzerja za žene, Kuhinja in Naš vrtnar svetuje. Število strani se poveča na 32. Tudi število oglasov se poveča, razširijo se tudi na notranjo stran prve platnice ter se sem in tja pomešajo med vsebino revije.

V letu 1971 Naša žena postane paša za oči z barvno naslovnico, ki vedno prinaša tudi najbolj pomembne naslove iz vsebine, ter sklopi barvnih strani znotraj revije. Te so največkrat potiskane s fotografijami mode, ročnega dela in seveda z oglasi, ki jih je vedno več tudi med vsebino. Notranji strani platnic in zadnja platnica pa so striktno namenjene oglasom čez celo stran. Uvedena je stalna rubrika Pogovorimo se, ki ima stalne sklope: Radi bi vam povedali, Poštar je prinesel in Po svetu. Prvi sklop je uredniški uvodnik, ki se je v takšni obliki obdržal vse do danes. Ostale pomembne stalne rubrike so: Moda, ki ima bolj ali malj stalne sklope, eden izmed takih je Moda ne pozna starosti, Ročno delo, Kaj vse delajo, kjer so predstavljeni različni poklici, ki jih opravljajo ženske, Nove knjige, Zaupni pomenki, Pravni svetovalec odgovarja, Zdravniški odgovori, Na jedilni mizi in Naš vrtnar svetuje. Revija se debeli, sedaj ima že 64 strani na številko.

V naslednjih letnikih spremembe niso več velike, preimenujejo se posamezne rubrike, nekatere so nove: 1981. – Naše Bodice, Iz meseca v mesec, Naš pogovor, Poklic, Zgodbe iz življenja, Nagradna križanka, otroška rubrika Pa še za nas, ki se obdrži do danes, arhitekt svetuje v rubriki Opremljamo stanovanje, Z zelišči do zdravja in lepote; 1991. – SOS Rubrika, kjer ljudje z različnimi stiskami najdejo organizacije in društva, ki jim bodo v pomoč, Portret meseca, Tudi oni so del nas, Naši na tujem, Na obisku, ponavadi pri znani osebnosti iz slovenskega javnega življenja, Branje, Ljudske šege in običaji, Minute za bonton, Biovrtnarjenje, Modni nasveti, Horoskop, Naša žena razkriva, Aktualno, Reportaža s poti, (Ne)zaposlenost. Revija se spet zdebela, tokrat na 96 strani vsak mesec;

2001. – Porabnikov kaŕipot, Stik z vami, Spoznajmo jo/ju/ga/jih, Razkrivamo, Kam na izlet, Razveseljujejo nas, Beseda mladih, Ni samo za mlade, Modni trendi, Dediščina, Šopek meseca, V sozvočju z naravo, kjer je za vsak mesec objavljen setveni koledar, Kozmični vplivi, Kuhajmo skupaj, Za dober tek itd. V novem tisočletju je revija končno vsa v barvah in natisnjena na gladek, fin, vendar ne bleščeč papir. Število strani je ostalo enako.

7.2. LIK ŽENSKÉ V VSEBINI NAŠE ŽENE

Usmeritev revije in njeno poglavitno vlogo je lastnica in pobudnica izdajanja Naše žene dr. Boža Ravnikar zapisala že v pismu pripravljalnega odbora 10. decembra 1940. Zakaj se je odločila za novo žensko revijo, je razvidno iz naslednjega odstavka:

Slovenskim ženam je namenjenih pri nas cela vrsta revij in listov. Toda med njimi ni niti enega, ki bi popolnoma ustrezal težnjam velike večine slovenskih delovnih žen. Želimo si takega ženskega lista, v katerem bomo prišle do besede delavke, kmetice, služkinje, gospodinje, vajenke, študentke, uradnice in druge delovne žene. Potreben je tak list zlasti danes, ko so pravice žen vsak dan bolj ogrožene, položaj žen in vsega ljudstva vsak dan težji, zmeda večine sveta vsak dan večja in je zaradi tega slovenski ženi tem bolj potreben jasen in pravilen pogled na sedanost. (Pismo pripravljalnega odbora, 1940)

Naša žena je torej nastala kot revija slovenskih delavk, bila je prvi ženski legalni komunistični list. Poleg ideološke usmeritve v vzgajanju svojih bralk v prave pripravnice delavnega, komunističnega ljudstva – »vzgoja nove, zavedne, borbene žene je naš glavni cilj. Poleg člankov, ki bodo usmerjali vaše poglede na današnjo družbo, gospodarstvo in politiko, pa hočemo zadostiti tudi težnjam današnje žene po višjem, vrednejšem življenju. Razbiti moramo mišljenje, da delovni človek nima pravice do umetnosti, do lepote, do kulturnega življenja.« (Naša žena, 1/1941: 3) – si je Naša žena zastavila tudi nalogo, biti vir splošnega znanja, ki naj bi ga v sebi hranila in povečevala delavna žena tistega časa. Vsebinsko sliko revije so si zastavile takole:

V našem listu bomo brale in pisale o položaju žene doma in po svetu, o ženskih vprašanjih in zahtevah. V dopisih iz vseh krajev in vseh slojev bomo spoznavale svoje življenje in se povezovale med seboj, se učile in bodrile. Poleg tega bomo v listu imele tudi razvedrilo v leposlovnih prispevkih naših domačih pisateljic in pisateljev ter prevodov tujih leposlovnih del. V vsaki številki bo pregled političnih dogodkov doma in po svetu, pa tudi članki o gospodarstvu. Naše obzorje bodo širila poročila o gledališču, filmih, knjigah in o zdravstvu in o higijeni žene, odgovarjal bo na vprašanja o boleznih, dajal bo praktične nasvete gospodinjam, govoril bo o njihovih izkustvih v poljedelstvu in nasvetoval izboljšanja v

kmečkem gospodinjstvu. Materam bo prinašal navodila in nasvete za nego otrok in njihovo vzgojo, prav tako pa bo tudi govoril o samovzgoji mater. V posebni rubriki bomo objavljali nasvete in odgovore o pravnih stvareh, ki se tičejo žene. Prav tako pa bo posvečen del lista ročnemu delu in nasvetom za šivanje oblek in perila. V vsaki številki bo tudi nekaj slik iz našega življenja. (Pismo pripravljalnega odbora, 1940)

Kako so bile ženske prikazane v ženskih revijah med obema vojnoma, sem obdelala v pregledu vsebine revije Ženski svet, zato se bom pri opisovanju lika ženske v reviji Naša žena osredotočila na obdobje po drugi svetovni vojni, pa tudi iz le treh števil, ki so izšle pred vojno, se veljavnega lika ženske niti ne da izluščiti. O vsebini prvih treh števil naj le na kratko povem, da se v njih Naša žena ukvarja predvsem z zahtevami celotnega delavnega ljudstva s poudarkom, da se bo z izboljšanjem ljudskega položaja izboljšal tudi položaj žensk, poleg tega pa še s povsem ženskimi vsebinami: politično neenakopravnostjo žensk in njihovo manjvrednostjo v delovnem okolju, ki je ni čutiti samo z moške, pač pa tudi z ženske strani, s pravicami delavk kot mater, z vzgojo otrok ter z zdravjem in higieno ženske.

V zavezniških državah so ženske revije že med vojno za povojni čas »napovedovale rožnato prihodnost, ki bo popolno nasprotje tako vojnim letom kod predhodni gospodarski krizi. /.../ V skladu s tendenco revij, da nudijo vpogled v preteklost in prihodnost hkrati, je bil povojni čas paradoksalno napovedan kot "vračanje" k "novemu".« (Walker, 2000: 94) Tudi Slovenke so se tekorekoč vračale iz vrst partizanov k novemu. Konec je bilo vojne in starega režima, treba je bilo zgraditi novo državo in nov dom. K temu je pozivala tudi Naša žena, ki se je »v prvih letih po vojni lovila med ideološko propagandnimi motivi in težnjami po prosvetljevanju in pomoči.« (Priloga, 1/2001: 30) V svojih prispevkih se je obračala na posameznico in ne na množico ter skušala tako z bralkami ustvariti neposreden, zaupen in prijateljski odnos. Zgodbe je pripovedovala v prvi osebi ednine in s pogosto uporabo dvogovora plastično slikala okolje ter tako bralki omogočila lažje vživljanje v zgodbe, ki so prinašale rešitve za vsakdanje probleme žensk in bralke spodbujale h konkretnim nalogam. (Priloga, 1/2001: 3-4)

Najpomembnejša naloga vsake ženske je bila, z vsemi svojimi močmi, ki so jih pokazale že v boju proti okupatorjem, pomagati pri obnovi države. »V narodno osvobodilnem boju se žene niso niti najmanj razlikovale od najboljših borcev. Bile so požrtvovalne rodoljubkinje. Sedaj pa pri obnovi žensko gibanje predstavlja veliko organizirano moč, na katero se naslanja nova Jugoslavija. Zapostavljene v stari Jugoslaviji, se danes zavedajo svoje naloge.« (Naša žena, dec./1945: 252) Naša žena je tako pozivala bralke naj vprežejo svoje moči v delo v narodnoosvobodilnih in

političnih odborih in »nobena slovenska žena naj ne stoji v tem času ob strani, vsaka naj prispeva z vsemi svojimi močmi k naši zmagi, ker bo imela potem pri njej tudi svoj delež. Globoko se zavedajmo, da moramo očitno trdno zvestobo svojemu narodu. /.../ Učimo se voditi in upravljati svojo ljudsko državo. Zasedujmo pisanje našega časopisja in naučimo se iz njega politično misliti.« (Naša žena, mar./1945: 2)

Ženske je torej spodbujala, naj sodelujejo v javnem življenju, ker k njemu doprinesejo »novega, svežega in zdravega duha.« (Naša žena, mar./1945: 4) Pravzaprav je sodelovanje žensk v javnem življenju označila za obvezno. »Žene morajo sodelovati v naših Narodno osvobodilnih in političnih odborih in razumeti, da bo oblast ostala res ljudska, če jo podpre vse ljudstvo, ves narod. /.../ Odločilne važnosti je zato, da se žene vključijo v to oblast in sprejmejo delo v naših odborih.« (Naša žena, mar./1945: 4) Narekovala je dejavnosti, pri katerih se ženske lahko še posebej izkažejo – »pri pomoči naši vojski, pri delu za ranjence, pri medsebojni pomoči, pri pomoči beguncem in zapuščenim.« (Naša žena, mar./1945: 4)

»Propagandne pozive, s katerimi se glasilo obrača k slovenski ženski in materi, spremlja prepričanje, da ženski z njenim vstopom v javno življenje nista odvezta dom in družina, saj je uspešna lahko le tista, ki se zaveda pomena družine, tista, ki "razume svoj vzvišeni materinski poklic." (1945,1)« (Priloga, 1/2001: 12-13) V prvi povojni številki tako zapišejo, »OF noče žensk politikantk, ki bi razumele na ta način svoj delež v javnem in političnem življenju, da bi zviška zavračale vse to, kar po naravi pripada ženi, skrb in ljubezen do doma in ognjišča, skrb in ljubezen do otrok. Če bo slovenska žena res ostala žena in mati in kot taka delovala v javnem življenju, potem se bodo uspehi njenega dela v resnici pokazali v polnem obsegu.« (Naša žena, mar./1945: 4-5) Materinstvo je torej pomemben del ženskega lika, ki ga je sooblikovala Naša žena. Materinstvo je »simbol, utelešenje najplemenitejših čustev in brezmejne požrtvovalnosti.« (Naša žena, sept./1945: 183)

»Temelj za povojno žensko podobo je bila njena borba v NOB« (Priloga, 1/2001: 4) Zato je v člankih, iz katerih se da izluščiti poteze ženskega lika, vedno najprej omenjeno sodelovanje žensk v NOB in njihov pogum, žrtvovanje, šele izhajajoč iz tega pišejo, kakšna naj bo povojna žena. Kvalitete, ki jih je izrazila v boju – pogum, borbenost, trdnost in odločnost – je revija prenesla v povojni čas in jih stopila z značilnimi ženskimi potezami, ki pa so poteze matere. »Srce matere ne pozna hudobije in ne mlačnosti,« pravijo, »prepolno je dobrote in hvaležnosti.« (Naša žena, dec./2001: 256) Sprva je bila ženska kot partizanska mati, »ki je ob izgubi svojih najdražnjih veliko pretrpela, vendar svoje usode ni objokovala in se ni predala obupu,« (Priloga, 1/2001: 4) ampak je

zdržala in pomagala vsem pomoči potrebnim ter tako svojo materinsko skrb in požrtvovalnost prenesla na širši krog ljudi, s tem pa pripomogla k preživetju naroda, za kar so se borili tudi njeni dragi. V povojnih razlagah pa se je ta lik pretil v lik »družbene matere« (Priloga, 1/2001: 4), ki je nadaljevala boj – boj za obnovo. Ta lik je Naša žena »projicirala na delavke, udarnice in prostovoljke,« (Priloga, 1/2001: 4) ki so se pripravljene žrtvovati in podrediti višjemu cilju. Hkrati so te ženske tudi matere, ki bodo dale »od sebe vse, da ohrani[jo] dosežene pridobitve, da ohrani[jo] novo demokratično Jugoslavijo, trdno jamstvo za srečo svojih otrok.« (Naša žena, sept./1945: 183) Pa ne samo svojih, ampak tudi tistih, »ki so v naši borbi postali sirote in jih kot matere ne smemo pustiti brez pomoči.« (Naša žena, mar./1945: 21)

Nalogam, pred katerimi so se v povojnem času znašli jugoslovanski narodi, bo po mnenju avtorice članka z naslovom "Naše naloge so vsak dan večje" kos le pravilno vzgajan novi rod, ki mora biti zdrav in sposoben, »zato moramo že zdaj začeti z vzgajanjem naših otrok v ljudi, ki bodo kot zavedni in pošteni državljani vestno vršili svojo dolžnost.« (Naša žena, mar./1945: 21) Tako kot po prvi svetovni vojni Ženski svet, po drugi vojni Naša žena postavi materinstvo v središče ženskega življenja, a naredi še korak naprej in izhajajoč iz tega naravnega poklica takoj predlaga področja dela, na katerih se bodo ženske posebej dobro znašle in še dodatno dokazale. »Tekom štiriletne borbe so se ne le enkrat pokazale odlike žena Jugoslavije: njihova brezprimerna požrtvovalnost, materinska toplina in ljubezen, s katero so podpirale one, ki jim je bila potrebna največja pomoč – borce na fronti, ranjence, nepreskrbljene otroke, invalide, onemogle starce, očete in matere partizanov.« (Naša žena, apr./1945: 24) Materinstvo in materinski čut sta torej vsem v korist, sta lastnosti, ki usmerjata ženske v delo pri socialnem skrbstvu, zaradi njiju so ženske »najbolj poklicane, da del tega bremena prevzame[jo] na svoja ramena.« (Naša žena, apr./1945: 24) Pri tem pa ni šlo le za prazna propagandna gesla, »delo za družbo, za višji cilj – po drugi svetovni vojni – vsaj za nekatere ljudi, niso bili le prazne besede. Nekateri so v gesla trdno verjeli, delali so v skladu z vero, da ustvarjajo in gradijo nekaj novega, boljšega.« (Priloga, 1/2001: 30)

Vedno znova pa so poudarjali, da »s tem, ko kličemo slovensko ženo v javno življenje, ji ne smemo, ji ne moremo in tudi nočemo vzeti družine in doma.« (Naša žena, mar./1945: 4) Tudi nova zakonodaja »predvideva zanje še posebno pomoč v obliki raznih gospodarskih olajšav, podpor in ustanov. Tako se bo lahko vsaka žena razvila v polnovrednega človeka, ne da bi pri tem morale trpeti njene dolžnosti do otrok in družine.« (Naša žena, mar./1945: 15) V otrocih je prihodnost države, zato žensk ne sme nič ovirati pri vzgoji novih državljanov. Poleg tega so zaradi svoje narave poklicane tudi k pomoči vračajočim se borcem, da zaživijo življenje, »za kakršnega so prelivali svojo kri. Delo žena je predvsem v tem, da pripravijo demobilizirancem prisrčen sprejem, da

očistijo njihove domove, da poskrbe za to, da dobe potrebno delovno pomoč.« (Naša žena, avg./1945: 149) Vse, »žene, matere in dekleta moramo pomagati še s prav posebno ljubeznijo in skrbnostjo, pomagati moramo z veseljem in toplino. Zakaj vsi ti, ki so se ali se bodo vrnil, so vendar naši možje, naši otroci, naši očetje.« (Naša žena, dec./1945: 255)

Ženske so se s sodelovanjem v NOB prebudile, vest jim je narekovala vstop v borbo za uresničevanje nove domovine, v kateri »ima žena svoje pravo mesto – mesto človeka in ne sužnja.« (Naša žena, sept./1945: 183) S tem so si pridobile pravico odločati v takratnem in bodočem javnem življenju, njihovo žrtvovanje v vojni pa jim »istočasno nalaga dolžnost ostati v našem nadaljnjem javnem življenju kot polnovreden državljani.« (Naša žena, mar./1945: 5) Druga dolžnost prebujenih žena je tudi zbujanje zavesti »pri onih, ki še niso aktivne v vrstah Antifašistične fronte žena, Enotnih sindikatov in drugih organizacij delovnega ljudstva. [Njihova] dolžnost je, da prebudi[jo] zavest tistih, ki se še ne zavedajo tega, kaj so dobile v svoji novi domovini, ki se ne zavedajo velikih dni, v katerih se kuje bodočnost novih pokolenj.« (Naša žena, sept./1945: 183) »Prebuditi moramo sleherno ženo in napraviti iz nje političnega človeka,« pravijo in za zgled postavijo vse matere, ki »se zavedajo svoje velike vloge vzgojiteljev novega rodu, ki jo izpolnjujejo s tem, da se tako zavestno vključujejo v organe narodne oblasti, da tako odločno vršijo kontrolo nad delom ljudskih množic v naši oblasti.« (Naša žena, avg./1945: 152)

Naša žena kot ženska revija najbolj izpostavi novosti in izboljšave v zvezi z žensko enakopravnostjo in enakovrednostjo moškemu na vseh področjih, predvsem na političnem, službenem in izobraževalnem. Kritično se ozrejo na preteklo dobo kraljevine, v kateri so se ženskam »prav profašistični režimi najbolj prilizovali« in o njih »v svetohlinskem zanosu govorili visoke fraze, pisali solzave članke v svojih umazanih publikacijah o ženi in materi, za njenim hrbtom pa so izdajali reakcionarne zakone, ki so imeli namen, da za vsako ceno onemogočijo enakopravnost žene, da zamegljijo njen razum, da se ne bi zavedala svojih pravic in jih odločno zahtevala.« (Naša žena, apr./1945: 27) V novi Jugoslaviji, pravijo, bo vse drugače.

Nobena ovira ne stoji več na poti ženi nove Jugoslavije, da ne bi razvila vseh svojih sposobnosti, vse svoje iniciative, da čimveč doprinese za obnovo našega gospodarstva. Nove strokovne organizacije, ki bodo imele vso možnost, da v praksi preizkusijo svoje članstvo, bodo ženam v vseh poklicih, ko bodo pokazale posebno nadarjenost, predanost in požrtvovalnost, omogočile, da izpopolnijo svojo izobrazbo v največji meri – od strokovno nadaljevalnih šol pa do univerze. (Naša žena, apr./1945: 28)

Doprinos žensk k blaginji države bo poplačan in deležen vseh priznanj, najbolj sposobnim ženskam bodo dostopna tudi najvišja mesta v državi, »kjer bodo s svojim znanjem največ koristile. Tako bo

njihovo delo prvokrat v zgodovini Jugoslavije našlo tudi svoje zaslužen priznanje.« (Naša žena, apr./1945: 28)

Leto 1945 je prvo volilno leto po drugi svetovni vojni in hkrati prvo volilno leto, ko imajo pravico svoj glas oddati tudi ženske. Zato si Naša žena kot glasilo Antifašistične fronte žensk za eno izmed najpomembnejših poklicnih nalog zastavi, pripraviti ženske na volitve. »Članki pri tem jasno namigujejo na nevarnost, ki jo predstavljajo ženska rahločutnost, nevednost in vodljivost. Vendar uredništvo bralkam zaupa, da so močne in se bodo poskusom reakcije le "glasno in zmagoslavno" nasmejale.« (Priloga, 1/2001: 13) Ženske na različne načine, tako neposredno kot posredno, pozivajo, naj volijo. »Danes, ko smo z žrtvami tolikih priborili tudi žensko enakopravnost, pomeni udeležba na volitvah za naše žene našo veliko pravico, dolžnost in odgovornost.« (Naša žena, sept./1945: 179) Sodelovanje žensk na volitvah zagotavlja resnično ljudsko oblast, ki jo je treba do konca izgraditi, »da boste zagotovile sebi, predvsem in v večji meri pa svojemu pokolenju, ki raste iz najzlahtnejše slovenske krvi, svobodo, mir in boljši in večji kos kruha.« (Naša žena, mar./1945: 5)

Pri reviji verjamejo, da bodo ženske izpolnile to novopridobljeno pravico, saj so »preveč ponosne na to, da so si z borbo priborile enake pravice kot njihovi možje, zato bodo tudi svoje dolžnosti izpolnjevale enakovredno.« (Naša žena, mar./1945: 12) Ne samo to, obljubile so predsedniku, da bodo »z vso predanostjo delale na obnovi države, za katero so padali [njihovi] sinovi po brdih.« (Naša žena, avg./1945: 151) V članku z zgovornim naslovom "Ko volimo, naj nam bodo te žene vzgled" zapišejo, da dajejo ljudske volitve »enakopraven položaj vsaki ženi in s tem odpirajo srca vseh žena.« (Naša žena, jun.-jul./1945: 120) Bralke pa naj se zgledujejo po ženskah, ki so v »krajih, kjer so bile volitve v Krajevne narodno osvobodilne odbore že izvršene, prihajale z dojenčki in otroki na volilne sestanke. To se pravi, da so razumele potrebo, zanimati se tudi za stvari, ki segajo preko kuhinje in njive, na kateri žena dela. Plaho sicer, toda kljub vsemu odločno so se poslužile pravic državljana.« (Naša žena, jun.-jul./1945: 120)

Zavedajo pa se, da je prav gotovo tudi res, »da je mnogo takih žena, ki so sicer volile, pa se vendar le ne zavedajo prav, kako pomemben je ta dogodek. Te žene še nimajo občutka, da so se s tem vključile v narodno oblast, da so del oblasti, da so del države tudi one z vsem ljudstvom vred.« (Naša žena, avg./1945: 152) Zato je za javno in politično delovanje ženske potrebno izobraziti, ali kakor povedo v članku "Naloge AFŽ v borbi za zavarovanje pridobitev narodno osvobodilne borbe, pri obnovi in izgradnji domovine": »Da bi se žene, ki so v naši deželi zelo zaostale, aktivizirale v najrazličnejših oblikah družabnega življenja, je potrebno, kakor smo že poudarili, da vložimo

mного truda v delo za dvig njihovega političnega in kulturno-prosvetnega nivoja.« (Naša žena, avg./1945: 157) Podobno povedo že prej v članku "Žena v upravopolitičnih tečajih", v katerih »s pomočjo izobrazbe pogloblja[jo] svoj smisel za javno udejstvovanje,« (Naša žena, apr./1945: 28) in na katere »prihajajo naše preproste žene in dekleta, ki so bile v stari Jugoslaviji odrinjene od političnega soodločanja,« in ki imajo »veliko smisla, volje in sposobnosti za delo v Narodno osvobodilnih odborih.« (Naša žena, apr./1945: 28)

»Namen prispevkov v prvih letih po vojni je predvsem v utrjevanju zaupanja v oblast in državo. Ideološko propagandna nota, ki v prispevkih v splošnem niha, pa postopoma izginja.« (Priloga, 1/2001: 32) Predvsem prvi letnik po vojni je popolnoma politično naravnana, prinaša (1) reportaže in govore z različnih zborovanj: Naše žene so zborovale (mar. 1945), Drugi kongres Antifašistične fronte žena Slovenije v Ljubljani (maj 1945), Ob seji plenuma glavnega odbora AFŽ (okt. 1945), Mednarodni kongres žena (dec. 1945); (2) zgodbe o partizanskih junakinjah: Red hrabrosti na prsih slovenske žene, Antula – pastirica iz Zlarina (mar. 1945), Narodni heroj Sonja Marinković, Marjeta Košanova, mati Slovenskega Primorja (apr. 1945), Partizanska mama Ivana Škapin (avg. 1945), Majda Vrhovnik – Lojzka je padla za ljudsko demokracijo (dec. 1945); (3) članke o delovanju žensk v ostalih vzhodnoevropskih okupiranih in osvobajajočih se državah: Poljska žena v borbi (mar. 1945), Kongres žene v Bolgariji (jun.-jul. 1945), Otroška dnevna zavetišča v Sovjetski zvezi (okt. 1945); (4) članke o nalogah žensk in njihovem sodelovanju v različnih novih državnih organizacijah in na volitvah: Vloga žene v enotnih sindikatih Jugoslavije, Žena v upravopolitičnih tečajih, Žene organizirajo zadruge (apr. 1945), Udarniško delo zagorskih žena in deklet pri obnovi bivše tovarne Vesta (sept. 1945), Žene v ustavodajni skupščini (okt. 1945), Naše matere so volile Tita (nov. 1945). Ni člankov o zunanjem izgledu ženske, kaj šele o modi ali kozmetiki, ni stalne rubrike o kuhi ali ročnem delu. Na slednji temi se pojavijo članki le v poletnih številkah revije, in sicer: Polje, vrt in dom, Nekaj besed o ročnih delih (jun.-jul. 1945), Sušimo sadje za zimo, Zelen fižol brez kisa in soli, Kako uporabljamo krompirjevo mesno konzervo, ki jo dobivamo na karte (avg. 1945). V tem letniku prav tako ni oglasov, niti na platnicah revije.

Medtem pa so v istem času »revije [v zavezniških državah] za svojo primarno nalogo določile pomoč pri ustvarjanju povojnega doma in družine, objavljale so članke o primanjkovanju stanovanj in o razvoju predmestij, v svoje vrste so vabile vse več strokovnjakov, ki so bralkam svetovali na področjih zakona, vzgoje otrok, nakupovanja, opremljanja stanovanja in prehrane.« (Walker, 2000: 100) Naša žena se začne s temi področji ukvarjati šele po letu 1951. »Naša žena poskuša ženskam predvsem pomagati. Propagirani ženski ideal se namreč sčasoma umika in vedno bolj odtuja od dejanskih razmer in okoliščin, zato se ženski list pogosteje obrača h konkretnim problemom, s tem

pa začne ostre linije idealnega lika prilagajati dejanskim okoliščinam.« (Priloga, 1/2001: 4-5) Revija se s spremenjeno vsebinsko podobo, ki vsebuje nasvete o modnih dodatkih, pričeskah, oblekah, ličenju in o boljšem življenju, začenja posvečati ženski kot ženski in ne več samo ženski kot delavki in državljanke. Strani začnejo polniti nove, moderne, lahko bi rekli zgodnjepotrošniške teme. Tako se Naša žena, prva slovenska ženska in družinska revija, začne vsebinsko približevati ženskemu revijalnemu tisku držav z dolgo potrošniško tradicijo, kot so ZDA in Velika Britanija. Vseeno pa je do njih obdržala pomembno razliko, »prispevki [namreč] še vedno neposredno vzgajajo po načelih komunistične ideologije.« (Priloga, 1/2001: 32)

»Čeprav je bila v družbenopolitičnih okvirih socialističnega časa lepota obravnavana kot nekaj relativnega, zunanji videz kot nekaj površinskega, saj naj bi se prava lepota skrivala v človeku in ne v zunanji podobi, se je Naša žena po letu 1951 vedno pogosteje obračala k ženski želji po lep(š)em zunanjem videzu.« (Priloga, 1/2001: 23) Prvi zametki tipično ženskih tematik pa so začeli curljati v vsebino Naše žene tudi že v letu 1951. Največ se v člankih, ki prinašajo te teme, govori o (1) ročnih delih, pletenju, kvačkanju, šivanju: Nekaj navodil k pletenju (2/1951), Nekaj navodil h kvačkanju (3/1951), Nekaj navodil za čipke "frivolité" ali vozlanje s čolničkom (7/1951), Kako oblečemo otroka za v šolo (8/1951), Kako popraviti otroku premajhen plašč (9/1951), Nekaj nasvetov za predelavo deških oblek (10/1951); (2) o kuhanju: stalna rubrika Jedilnik, Konserviranje (5/1951), Kako uporabljamo mleko in jajca v prahu (6/1951), Sama si pripravim suho sadje, Konserviranje oliv, Vkuhavanje, Še nekaj za gospodinje – Ribezovo vino, Gobe v lastnem kisu, Malinov sok brez kuhanja, (7/1951), Konserviranje mesa in domače koline (10/1951). Sledijo praktični nasveti, ki predvsem ponujajo načine, kako očistiti različne madeže z različnih površin, potem so tu zdravniški nasveti, kjer gre za odgovore na vprašanja, ki so jih bralke poslale uredništvu, ki je poiskalo primerne strokovnjake za odgovor. Najdemo pa seveda tudi nasvete za delo na vrtu in za gojenje sobnih in okenskih rastlin.

Vsebinsko o zunanjem izgledu sem v letniku 1951 zasledila samo v dveh člankih. Prvi z naslovom "Moderna pričeska" je bil objavljen v poletni številki in govori o tem, kakšna naj bo lepa pričeska. Pravi takole: »Seveda moderna, toda predvsem taka, ki Vam dobro pristoji. Moderni so kratko prstriženi lasje, vendar toliko, da jih lahko nakodramo ali navijemo v mehko frizuro. Ta naj bo videti čim naravnejša. Zapomnite si, da je pričeska za obraz to, kar je za sliko lep okvir, zato izbirajte skrbno.« (Naša žena, 7/1951: 267) Zraven pa so natisnjene tudi štiri skice različnih modernih pričesk. Drugi članek, ki se nanaša na zunanost, nosi naslov "O jesenski modi 1951" in v njem je prvič čutiti prisotnost potrošniškega obnašanja, ki naj bi bilo tipično za ženske, še posebej ko govorimo o oblekah. »S prvim deževjem, ki nas opozori na bližajočo jesen, zaposle vsako ženo

spet nove skrbi: pregledati in prenoviti mora svojo garderobo.« (Naša žena, 8/2001: 310) Pri prenavljanju garderobe ženske ne bodo imele težav, saj je tudi »v tej sezoni ustrezno vsakemu okusu, vsaki postavi in različnim tipom žena, samo pravilno je treba izbirati in misliti na to, kaj nam najlepše pristoji.« (Naša žena, 8/2001: 310)

V zadnji številki letnika 1951 uredništvo napove spremembe v prihajajočem letu, ki jih bodo uvedli v vsebino revije. Tako bo poleg že uveljavljenih rubrik o političnem dogajanju doma in po svetu, ženskih, zdravstvenih in vzgojnih vprašanjih ter leposlovnih del, pisala še o kulturnih dogodkih, gledališču, knjigah in filmu.

Posebno pozornost [pa] bo uredništvo posvečalo praktičnemu delu Naše žene. List bo prinašal članke o higijeni žene, kozmetiki, o sportu in gimnastiki, o lepem vedenju, praktičnem gospodarstvu in kuhanju ter še nešteto drugih stvari. Popolna novost pa bo to, da bo prinašala revija modne modele, katere bodo spremljali modni nasveti. Za mnoge izmed teh modelov bodo naročnice lahko proti majhni odškodnini naročile tudi kroj. Toda kljub tej novosti, ki jo letos vpeljuje Naša žena, bo še nadalje izhajala štirikrat na leto bogata krojna pola kot brezplačna priloga k listu. (Naša žena, 10/2001: 363)

Tukaj, menim, se začenja obdobje vedno večjega poudarjanja zunanjšega videza, »a skrb za lepšo podobo v Naši ženi ni bila omejena na brezglavo hujšanje ali delanje reklame za različne preparate.« (Priloga, 1/2001: 24) Nego, urejenost in skrb za telo so predstavljali kot »del širše skrbi za človeka.« (Priloga, 1/2001: 24) Šlo je torej za spremembo življenjskega stila, ki v skrbi za zunanji izgled združuje v sebi zdravo prehrano, gibanje v naravi, telovadbo, protistresne vaje, sproščanje in notranje zadovoljstvo. (Priloga, 1/2001: 24) Naša žena je v svoji vsebini začejala skrbeti za »usklajenost, ravnovesje zunanjšega in notranjšega življenja.« (Priloga, 1/2001: 24)

Hrana za notranje življenje so bili članki povezani s kulturo, članki, ki so širili obzorja preko meja Jugoslavije v druge dele sveta, seveda pa tudi zaupni pomenki, zdravniški odgovori in nenazadnje leposlovna dela. Zunanjemu življenju pa so stregli članki o modi, kozmetiki in tudi vedno bolj številni oglasi. Slednji sčasoma najdejo prostor ne več samo na platnicah, ampak se pomešajo med vsebino. Nazadnje pa vdrejo tudi v članke in tako tudi v Naši ženi socialističnega časa najdemo nov žanr – infomercial, mešanico novinarskega in oglaševalskega besedila. Prve sem zasledila v letniku 1971 na straneh stalne rubrike Moda. Na koncu vsakega članka, ki prinaša slike modelov, je namreč zapisan izdelovalec oblek, čevljev in priček, kasneje tudi ime kozmetičnega salona.

Z množenjem oglasov prehaja oblikovanje lika ženske v njihovo domeno, sama vsebina člankov namreč, že od vojne naprej, sploh ni več tako neposredna v narekovanju ženskih lastnosti, kot je bila v Ženskem svetu. V tekstu oglasov, tako besednem kot slikovnem, pa so zaželjene ženske lastnosti, predvsem glede njihove zunanosti, še vedno oziroma že spet močno prisotne. Naj navedem le nekaj takšnih oglasnih nagovorov potrošnic: oglas za Taft Flirt spray za lase: »Taft – ena, dva, tri zjutraj – in iz vaših las nastane čarobna pričeska. Mehka, voljna in naravna. Za ves prijeten dan. Za ves buren večer.« (Naša žena, 1/1971: 2); oglas za dezodorant 8x4 »Najpomembnejše – daje samozavest, ki jo je zlahka opaziti.« (Naša žena, 1/1971: 8); oglas za dezodorant za intimno nego Duet: »Mnoge ženske preprosto ne znajo ugajati moškim; na sebi iščejo napake, in to jih samo naredi zadržane in nesproščene. Mogoče se vi drugačni!? Kakorkoli že, zunanja urejenost izžareva notranjo lepoto in osebnost, ki jo moški znajo ceniti.« (Naša žena, 1/1971: 49); oglas za Kalodont: »Kako postati optimist. Utrdite svojo samozavest in svoj nastop. Verjemite v uspeh in nosite v sebi veselje. Izražajte ga s smehom. Sproščen smeh odkriva optimizem.« (Naša žena, 5/1971: 24); oglas za Lisco: »Moderna ženska je izbirčna, prefinjena in privlačna. Prvi korak k popolni lepoti!« (Naša žena, 7-8/1971: 47); oglas za spray Taft Special:

Razgledane moške smo vprašali: "Kakšna je popolna ženska?" Uspešen poslovni človek je odgovoril: "Popolna ženska? Mislim, da je takšna: izobražena, elegantna in družabna, tudi športna, materinska in nežna, zmeraj negovana in lepo počesana, da, ves dan lepo počesana." Zmeraj lepo počesna. Očarljivo pričesko, ki vam je zjutraj uspela, ohrani Taft Special ves dan. /.../ Taft Special poudarja žensko popolnost! (Naša žena, 11/1971: 2);

oglas za Valikal kapsule:

Napravite nekaj zase – znebite se odvečnih kilogramov! Zima, dolge ure posedanja na toplem pred televizorjem, kakšen zalogaj preveč in že je nekaj odvečnih kilogramov, s tem pa tudi občutek krivde ter nezadovoljstva, ko stopite na tehtnico ali se pogledate v ogledalo. To vas posebno teži v trenutkih, ko pomislite na poletne dni, na plažo in na svojo podobo v kopalkah. Ne obupujte, še je čas, da napravite nekaj zase in si pridobite vitkost. (Naša žena, 6/1981: 36)

Seveda ne gre povsem za lik ženske, kot si ga je zamislilo uredništvo – če sploh še lahko govorimo o liku kot nečem, kar se trudi revija pri ženskah vzgojiti – ampak gre za oblikovanje ženskega lika skozi vse večjo potrošnjo, ki naj bi jim pomagala doseči zadovoljstvo in srečo. Uredništvo pri tem nima več vpliva, saj so oglasi njihov največji del zaslužka, trudi se sprva še »ujeti sorazmerje med načeli socialistične družbe ter vplivi potrošniško usmerjenega časa,« (Priloga, 1/2001: 24) po osamosvojitvi Slovenije in uvedbi kapitalistične potrošniške družbe pa to ni več potrebno.

Revija Naša žena, ki je nastala kot prvi legalni ženski komunistični list, se svojega poslanstva, ki si ga je zastavila na samem začetku, v veliki meri drži še danes. Vse do osamosvojitve Slovenije – o kateri v osamosvojitvenem letu 1991, presenetljivo, ni objavljenega niti enega članka – se je s svojimi nagovori bralkam obračala na žene delavke, ki so hkrati tudi matere in ki so si v narodnoosvobodilnem boju priborile svojo enakopravnost z moškimi. Po vojni in v socializmu se tako v reviji podoba enakopravne ženske kaže kot »podoba zaposlene matere.« (Priloga, 1/2001: 22) Po družbenopolitičnem prepričanju socialističnega časa naj bi namreč ženska uveljavljala svojo enakopravnost z zaposlitvijo. (Priloga, 1/2001: 22) Poleg službe pa ženska hkrati skrbi še za dom in družino. Njeno stanovanje je »vedno pospravljeno, urejeno, polno rož.« (Priloga, 1/2001: 6) Idealna ženska je veščica ročnih del, dobra mati in žena, odlična kuharica, istočasno pa rada bere in spremlja ter se udeležuje kulturnih prireditev. Da ženska uskladi vse te dejavnosti, mora biti dobro organizirana in tudi preudarna. Vse to pa še ni dovolj, saj pod taktirko novih in modernejših vplivov skrbi tudi zase, da je vedno lepa in urejena. Ti vplivi se pojavijo nekako po letu 1951, ko se revija »s prispevki in nasveti ne obrača več na bralko, da bi ji omogočila le preživetje, temveč da bi ji izboljšala življenje.« (Priloga, 1/2001: 32)

Vsebinska zasnova revije je danes enaka kot ob ustanovitvi, zato je tudi lik ženske novega tisočletja v njej zelo podoben liku, ki se je razvijal skozi desetletja izhajanja Naše žene. Teme, ki se pojavljajo v njenih prispevkih so zajete iz širokega spektra. Članki se ukvarjajo z materjo in otrokom, zaposleno žensko, gospodinjskimi nasveti, šivanjem, pletenjem, modnimi nasveti, recepti, bralke spoznava z vrtnarjenjem, pripravo komposta, opremo stanovanj, načini sajenja oziroma spravljavanja pridelkov, posveča se medosebnim odnosom v družbi in družini, opozarja na psihosocialne probleme, skrbi za dobro počutje in urejen videz človeka, seznanja s svetom umetnosti in kulture, z bližnjimi ter daljnimi kraji in deželami. (Priloga, 1/2001: 30)

Zdi se, da je revija tudi danes namenjena ženskam, ki so odraščale v povojnih letih in so zorele skupaj z revijo. Zato je danes vsebinsko umirjena, mogoče je na trenutke zaznati celo pridih konzervativnosti. Res pa je tudi, da od šestdesetih let prejšnjega stoletja ni več namenjena izključno ženskam, ampak je revija za vso dužino, čeprav je velika večina prispevkov še vedno bolj namenjena odrasli ženski, ki je zaposlena ali že upokojena, bo ali pa je že mama oziroma stara mama.

8. COSMOPOLITAN

Revija Cosmopolitan izvira iz ZDA, kjer že od vsega začetka vladata kapitalistični družbeni in demokratični politični sistem, kar botruje naravnosti Cosmopolitana k potrošniškemu razmišljanju. Tudi v Slovenijo je v zadnjih dveh desetletjih prineslo potrošniško materialistični duh družbe, predvsem kot posledico osamosvojitve in s tem vzpostavitve demokracije po letu 1991. Na prelomu tisočletja končujemo tranzicijsko fazo razvoja Slovenije kot države, zavlada sta nam potrošništvo in materializem, doživljamo poplavo novih medijev in to so ugodne razmere za vsidranje revije, kot je Cosmopolitan, tudi na našem medijskem trgu.

V ZDA je Cosmopolitan začel izhajati že »v 19. stoletju kot periodično glasilo za intelektualce« (Walker, 2000: 64), z nastopom svojega urednikovanja leta 1965 pa ga je Brownova preoblikovala v revijo za mlade ženske. »Povečana odprtost za seksualne teme v zgodnjih šestdesetih letih 20. stoletja je prepričala Brownovo – pravilno – da med mladimi ženskami obstaja trg za revijo, ki jih prepoznava kot seksualna bitja.« (Walker, 2000: 64-65) Zato Helen Gurley Brown velja za nekakšno ustanoviteljico Cosmopolitana, kot ga poznamo danes. Skrivnost uspeha revije je, pravi Brownova, »ker pišemo o stvareh, ki zanimajo vsako žensko. Jim dajemo navdih in jim pomagamo, da dosežejo tisto, kar si želijo. Ker jim povemo resnico. Imamo dobre članke, novice pa so sveže, nove, provokativne.« (Cosmopolitan, 7/2002: 14)

8.1. ZUNANJI IZGLED REVIJE

Cosmopolitan je licenčna mesečna revija o življenjskem slogu mladih žensk, ki spadajo v starostno skupino od 18 do 35 let. V slovenskem jeziku je začela v Ljubljani izhajati s koncem septembra 2001, izdaja jo podjetje Burda d.o.o., urednica je Lidija Petek. Revija izvira iz Združenih držav Amerike, kjer jo izdaja podjetje Hearst Magazines International, njena odgovorna urednica pa je že od leta 1965 Helen Gurley Brown. Poleg izvirne ameriške izdaje izhaja še v 38 državah po celem svetu.

Cosmopolitan je revija A4 formata, tiskana na kvaliteten gladek papir. Njena naslovnica je njen zaščitni znak, vse njene komponente tvorijo barvno usklajeno celoto. Na zgornjem robu je naslov, v polje katerega sega fotografija mlade ženske v daljnem planu, se pravi fotografija nekje do polovice stegen. Na levem in desnem robu so vedno natisnjene po štiri teme iz vsebine, ki služijo vabilu k nakupu revije.

Že samo ob listanju revije pozornost pritegne množica oglasov, za katere po preprostem izračunu ugotovimo, da v povprečju sestavljajo tretino vsake številke, pri čemer so izvzeti članki, ki zaradi

narave svoje vsebine promovirajo različne izdelke. Na prvi pogled je opazna tudi številnost slikovnega teksta, delno seveda zaradi oglasov, ostali del pa zavzamejo fotografije in ilustracije ob člankih ter njihovo naslovje. Ta pisana družčina je zaslužna za privlačnost revije in je prilagojena sodobnemu načinu "branja" revij, kjer gre velikokrat za branje v kratkih časovnih premorih, ko se na primer vozimo z avtobusom domov iz službe, ali pa celo samo za prelistavanje.

Revija nima stalnega števila strani, to se giblje od 128 pa vse do 184 strani na številko. Večina vsebine je sestavljena iz stalnih rubrik. Te si sledijo v naslednjem vrstnem redu: "Dekle z naslovnice", kjer je napisanih nekaj osebnih podatkov o dekletu in navodila za bralke, kako izgledati kot ona, uvodnik "Od urednice", odzivi na članke prejšnjih števil v "Vaši pošti", anketa "Zabava in prosti čas v vašem kraju", rubrika "Priznam", kjer so objavljene kratke resnične in manj resnične zgodbe, praviloma o ljubezenskih dogodivščinah bralk in tudi bralcev, ter z njimi povezana anketa "In kaj mislite vi?". Sledijo rubrike "Cosmo ne skriva", katere vsebina je povezana s tujimi in slovenskimi zvezdniki, vpogled v razmišljanje moških v rubriki "Po njegovo" in anketa "On spregovori". Nadaljujejo s svetovalno rubriko "V precepu", razmišljanjem v rubriki "Jaz mislim", z rubrikami z veliko fotografij in le malo besedila "Cosmo moda", "Oko lepote", "Cosmo odgovarja/svetuje" z nasveti s področja negovalne in lepotne kozmetike, "Lasje", "Cosmo fit", "Moje telo" in "Cosmo kariera". Presekajo z daljšimi članki v rubrikah "Seks", "Kariera", "Čustvovanja" in "Razmerja", in spet sledi nekaj moškega razmišljanja v rubriki "Tipično" in v "Cosmo vohunu". K ženskam se vrnejo s portretom uspešne ženske v "Cosmopolitanki", in se od njih spet oddaljijo v kratkem intervjuju z znanim moškim v rubriki "Na glas". Nato lahko bralke preverijo svojo osebnost s "Cosmo testom", in se seznanijo z zanimivim dogajanjem v tekočem mesecu v rubriki "Ne pozabi". Sledijo "Resnična zgodba", še nekaj o zvezdnikih v rubriki "Za odrom", predstavitev knjig s "Cosmo police" in odlomek iz ene od njih, opis izbrane turistične destinacije v "Popotnici", priporočena rekreacija meseca, da ostanejo bralke "V formi", ter kratki predlogi, kako si privoščiti pravi "Cosmo vikend" – strasten, moden in okusen. Kje prodajajo vse opisane izdelke v reviji, izvejo bralke v "Nakupovalnem vodniku", kateremu sledi nepogrešljivi horoskop "Cosmolog svetuje", in še "Mačo meseca", da si po prebrani reviji spočijejo oči.

V letu 2002 se nekatere rubrike združijo, tako sta v sklop rubrike "Cosmo ne skriva" oktobra prešli rubriki "Na glas" in "Zgoraj brez". Slednja je bila prej znana kot "Mačo meseca", tega pa je na zadnji strani zamenjala rubrika "Cosmo vikend – Zadnjica". Uvedene so bile nove rubrike z daljšimi članki: marca "Aktualno", aprila "Splošno", "Cosmo razkriva" in "Cosmo dnevnik", ki ga je pisala ženska. V kratki rubriki "Zakaj ne bi", ki je v reviji prisotna od maja, s štirimi predlogi nevsakdanjih dejanj Cosmpolitan buri bralkino domišljijo in jo spodbuja k novim doživetjem. Tudi

leto 2003 prinese spremembe, marca je tako nova daljša rubrika "Nezaslišano", junija kratki rubriki "Intimno" in "Cosmo zapovedi", v novi rubriki "Po moško" pa se združijo že obstoječe stalne rubrike, ki nudijo vpogled v moške glave: "Po njegovo", "On spregovori", "Tipično" in "Cosmo vohun". Ženski "Cosmo dnevnik" se zaključi in začnejo z novim, tokrat moškim, ki je ravno tako vmeščen v rubriko "Po moško".

8.2. LIK ŽENSKE V VSEBINI COSMOPOLITANA

Vsebinsko je Cosmopolitan pozitivna, optimistična revija, ki spodbuja svoje bralke k sprejemanju samih sebe takih, kot so. Hkrati pa jim sugerira tudi, kakšne naj bi to bile. Podaja smernice z različnih področij, »ljubezen, družina, prijateljstvo, popularnost se prepletajo s temami o izgledu,« (Rogers, 1999: 33) ki se kot rdeča nit vije skozi njih in jih z bolj ali manj opaznim vpletanjem potrošniške miselnosti združuje v zaokroženo celoto.

Sodobna ženska, predstavljena v Cosmopolitanu, je resnična živa Barbie, če ne ravno po izgledu pa zagotovo po osebnostnih lastnostih. Njena najznačilnejša osebnostna poteza je, da si »vzame privilegij moških, da so individualisti in da opustijo samožrtvovanje v prid samouresničevanja.« (Rogers, 1999: 39) Ali kot se sprašujejo v Cosmopolitanu: »Moramo sodobne ženske res nositi tradicionalno breme? Potegujemo se za enake službe kot moški, zakaj ne bi smele imeti tudi nekaj njihovih privilegijev? Tudi pravico, da sem ter tja na prvo mesto postavimo sebe. Da se oziramo na svoje potrebe in ne le trudimo ustreči drugim.« (Cosmopolitan, 5/2002: 64) Vendar se morajo na prvo mesto postaviti same, kar pa je večinoma težko, saj so bile učene, »da mora[jo] vedno ugajati, ne sme[jo] izzivati, bog ne daj ravnati sebično.« (Cosmopolitan, 5/2002: 64) A za današnji čas je taka vzgoja za cosmopolitanke zastarela. Morajo se naučiti postaviti se zase, saj kot pravijo v reviji, »nikjer ne piše, da mora[jo] le zaradi [teh privzgojenih lastnosti] prenašati kogarkoli ali karkoli v nasprotju s svojo voljo in občutenjem.« (Cosmopolitan, 5/2002: 64)

Prvo področje, na katerem si sodobne ženske vzamejo moški privilegij samouresničevanja, je področje kariere. »Sodobni cosmoženski kariera veliko pomeni.« (Cosmopolitan, 1/2002: 99) A ker so poslovni svet ustvarili moški in je zato večina pravil izdelana po njihovem principu, se jih morajo ženske, v želji biti enake ali celo boljše od svojih moških sodelavcev, dobro naučiti. Hkrati pa morajo tudi pravilno uporabljati svoje ženske lastnosti: resnost, zaupanje v druge, zmožnost poslušanja in tankočutnost ter jim primešati še kanček »moškega nastopaštva« (Cosmopolitan, 12/2003: 147) – takšna je namreč mešanica, ki jim bo »olajšala premagovanje ovir v kariernem šprintu.« (Cosmopolitan, 12/2003: 147) Pri tem je seveda pomembno, da se zavedajo, da je

primerna plača [njihova] pravica, ne pa kaprica razvajenih deklic, ki bi se je morale sramovati. Zato je prav, da se zna[jo] zanjo postaviti in od delodajalca zahtevati, kar [jim] pripada. /.../ Mnoge ženske so namreč okužene s sindromom pridnih deklic, ki jim preprečuje, da bi se potegnile zase. Raje, kot da bi kaj rekly, delajo dolge nadure, in to celo z nasmeškom na obrazu. Sebi in drugim bi rade dokazale, da so v resnici sposobne. Prepričane so, da se je pogovarjati o denarju in potegovanju zanj vulgarno, nespodobno opravilo, ki se mu je najbolje izogniti in ga prepustiti drugim. Najraje moškim. In pri tem delajo veliko napako. (Cosmopolitan, 3/2003: 115-116)

Sodobne ženske se znajo torej tudi v službenem življenju postaviti zase in za svoje pravice in so zato uspešne in zadovoljne, skrivnost njihove moči pa leži v tem, da se v svojem uspehu »počutijo nadvse udobno, brez občutka krivde, brez lažnega capljanja, brez prizanesljivega prikimavanja.« (Cosmopolitan, nov./2001: 28)

Da pa se v uspehu lahko začnejo počutiti udobno, morajo najprej ceniti to, kar so in kar imajo. Cosmopolitan pravi, »pomislite na vse pozitivne stvari, ki ste jih naredile, ovire, ki ste jih premagale, cilje, ki ste jih dosegle, poklone, ki ste jih prejele. Bodite ponosne nase. Uvidele boste, da imate še kako upravičene razloge biti zadovoljne same s sabo.« (Cosmopolitan, 5/2002: 125) Iz ponosnosti nase pa raste samozavest, ki pravi cosmoženski ne sme manjkati. A ker nismo vse dni enako razpoloženi in zato tudi ne enako samozavestni, jo skušajo v reviji dvigovati z različnimi članki s pozitivnim nabojem. Ženskam polagajo na srce, »rade se imejte takšne, kakršne ste, ker same najbolje veste, kaj nosite v sebi.« (Cosmopolitan, 7/2002: 65) »Zaupajte si, verjemite vase. Naučite se uživati v tem, kar ste, naučite se opazovati svet, ga uporabljati zase in se mu prepuščati.« (Cosmopolitan, 2/2003: 32) »Zavedati se morate, da ste enkratne, čudovite in vredne spoštovanja že samo zato, ker ste. Ker obstajate. /.../ Ravno toliko pravice do ljubezni in sprejetosti imate kot vsi ostali. Ni pomembno, ali ste gospodinja ali uspešna menedžerka, bunkica ali trlica, življenje je tu zato, da ga živite. Da ga zajemate s polno žlico ter brez sramu ali krivde uživete v njegovih sadovih.« (Cosmopolitan, 2/2003: 57) Uživati v sadovih življenja pomeni tudi živeti v trenutku, iti spontano v korak z dogajanjem, kar pa lahko privede do dejanj, zaradi katerih vest naslednji dan ali pa celo ves teden in še dlje ne da miru. Cosmopolitan svetuje, naj bralke v takih primerih oprostijo same sebi.

Ne pustite, da vas razjeda krivda za neumnosti, ki ste jih storile v preteklosti; seks za eno noč, dve leti z bivšim, neuspešna poslovna poteza ... Kar je bilo, je bilo. /.../ V tistem trenutku ste ravnale tako, kot ste mislile, da je prav. Zdaj, ko ste za izkušnjo bogatejše, bi seveda ravnale drugače. Zabeležite si, kaj ste se iz položaja naučile in kaj se je iz njega

razvilo dobrega. Oprostite si in začnite znova. Na napakah se učimo. (Cosmopolitan, 2/2003: 66)

Vendarle pa samozavesti svojih bralk v reviji ne gradijo samo na ponosu nase in sprejemanju sebe, kakršne so, ampak bralke usmerjajo k povečevanju samozavesti tudi z nasveti, kako si biti še bolj všeč, se pravi, kako izgledati in se obnašati, da bodo samozavest tudi izžarevale, saj bodo tako opaznejše za moški spol in bodo imele boljše možnosti privabiti dobrega partnerja, kar je še vedno cilj ženske. Največ je torej vsebine s tematiko zunanjega izgleda. Sodobna ženska je vedno urejena, zapeljiva in seksi. »Tudi takrat, ko ste na smrt utrujene, bodite seksi.« (Cosmopolitan, 1/2003: 120) »Vaše telo je vaša trdnjava, vaš zaklad. Prisluhnite in brez zadrege razkrijte svoje čare in se pri tem počutite naravnost fantastično. /.../ V življenju igrajte na odprte karte, v rokah imate vendar adut – sebe.« (Cosmopolitan, 7/2002: 64) Sodobna ženska je glamurozna, svoje telo stodontno pozna in ve, kaj in kako poudariti, da bo vedno očarujoča in bo privabljala poglede moških, »prefinjena glamuroznost [pa] bo jemala sapo tudi ženskemu spolu.« (Cosmopolitan, 12/2002: 135) »Če se znate poigrati s svojimi značilnostmi in jih znate poudariti, s tem izpostavite svojo seksipilnost. /.../ Naloga je naslednja: izberite eno od svojih značilnosti, ki izstopa, in jo poudarite!« (Cosmopolitan, 7/2003: 72)

Za glamur pa sta potrebni »zdrava pamet in disciplina, kot na primer vzeti modo za svojo zaveznico in ne dopustiti niti gramu maščobe, da uniči postavo.« (Rogers, 1999: 33) »V modernem svetu si to, kar oblečeš,« (Cosmopolitan, dec./2001: 12) zato »modi seveda preprosto morate slediti,« (Cosmopolitan, 1/2002: 32) poučuje revija svoje bralke.

Sodobna ženska spremlja modne smernice, ve, kako so se skozi stoletja spreminjale idealne mere telesa, in opazuje sanjske podobe računalniško obdelanih lepotic na naslovnica modnih revij. Spremlja najnovejša dogajanja v prehranjevalni kulturi, seznanjena je s trendi v aerobiki in fitnesu in ve, katera krema proti celulitu je najbolj učinkovita za njen tip kože, katere barve se podajo njenim očem. Njeno telo ni nikoli pokrito z naključnimi kosi blaga. Pozna najnovejše smernice v modni industriji in ve, katera barva se ujema z drugo in kako poudariti mamljive dele svojega telesa. (Cosmopolitan, 4/2002: 28)

Moda je tista, ki pomaga, da ženske »v trenutku zasij[ejo] kot prave zvezde« (Cosmopolitan, 1/2002: 88) in z izbranimi oblačili »poudari[jo] svojo individualnost« (Cosmopolitan, 1/2002: 88) ter tako »pusti[jo] prosto pot svoji karizmi.« (Cosmopolitan, 1/2002: 88) Karizma ni samo nekaj prirojenega, potolaži revija, »karizmo si lahko tudi pridobite! Naučite se obvladovati sedem lastnosti [– samozavest, vizija, komunikacija, slog, inovativnost, razkazovanje in zagonetnost –] in

postanite legenda svojega življenja!« (Cosmopolitan, 1/2003: 103) Karizma torej pomeni izžarevanje energije, ki je kot magnet za soljudi, predvsem za moške.

Čeprav je ženska želja po vizualni popolnosti namenjena njej sami in se pri tem dobro zaveda, da lepota seže dlje, kot vidi oko, pa »sodobna ženska nikoli ne pusti oči opazovalcev lačnih.« (Cosmopolitan, 4/2002: 28) Govorimo seveda o moških opazovalcih in govorimo o ženskem zapeljevanju moških opazovalcev. Najprej je treba moškega dobiti; Cosmopolitan svetuje, »začarajte princa svojih sanj,« (Cosmopolitan, 1/2002: 94) in čeprav se, tretjemu tisočletju navkljub, večina moških »še vedno najraje obrača za plavolaskami« (Cosmopolitan, 3/2002: 38), pa se »tistim lepotičkam, ki niso plavolaske« (Cosmopolitan, 6/2002: 32) ni treba posvetliti, saj »z dvignjeno brado, nasmehom na ustnicah in lepim pogledom [lahko spravijo] na kolena vsakega moškega.« (Cosmopolitan, 6/2002: 32) Z dodatnimi ukrepi pa še toliko lažje. »S pravilno izbranim parfomom boste zlahka omrežile še tako neulovljivega moškega.« (Cosmopolitan, 1/2002: 95) Ali pa »moškemu spolu dvignite temperaturo z oblačili in dodatki, ki se spogledujejo z golo kožo in vročimi nočmi.« (Cosmopolitan, 8/2002: 43) Ko je moški ugriznil v vabo, seveda še ni konec zapeljevanja. Moškega je treba neprestano spodbujati, da ostane začaran, kar ženske dosežejo tako, da poskrbijo, da bo moški nenehno mislil nanje. »Bi rade, da se vas spominja tudi takrat, ko ste daleč stran? V njegovem stanovanju "založite" čipkast nedrček ali seksi tangice. "Spominček" položite na tako mesto, da ga bo gotovo našel kmalu po vašem odhodu.« (Cosmopolitan, 12/2002: 60) Takšne ali drugačne hudomušne nasvete pa je treba gledati s humorne plati, vsega res ne gre jemati resno, spomnimo se, da je branje ženskih revij dandanašnji namenjeno predvsem zabavi. Resni nasveti za partnerski odnos temeljijo predvsem na delu na lastni osebnosti. Ponovno je pomembno poznavanje in sprejemanje samega sebe, taka ženska »je prav gotovo srečna. Le srečna in samozavestna ženska lahko osreči svojega moškega. Le razumljen in srečen moški bo ljubezen znal vračati. In obratno.« (Cosmopolitan, 1/2003: 62)

Danes vstopata partnerja v zvezo s povsem drugačnimi pričakovanji kot nekoč. Zahteve pri obojih naraščajo. Največje spremembe pa so nedvomno v zahtevah žensk.

V zadnjih desetletjih so se pričakovanja mladih žensk do življenja in ljubezni korenito spremenila. /.../ Nikoli prej nista bili svoboda in možnost oblikovanja lastne življenjske sreče tako raznoliki. Kompromisi se skrbno sklepajo na osnovi koristi in potreb posameznika. Odnos med partnerjema je osnoval lastnen funkcionalni značaj. Ona se posveča samoizpolnitvi. Partnerja sprejema tako dolgo, dokler podpira njen razvoj. Če njene neodvisnosti ne more ali noče sprejeti, je bolje, da gre. (Cosmopolitan, 5/2003: 68)

Hočejo srečo, zadovoljstvo in predanost danes, in ne jutri. Želijo biti ljubljene in upoštevane. Ženska, katere primarna skrb so gospodinjstvo in otroci, postaja mit. Pričakovanja so nenormalno zrasla. Iščejo nekoga, ki bo najboljša kombinacija lastnosti, kot so dober videz, kulturnen osební dohodek in prijeten značaj. Imeti morajo kaj, kar lahko ponudijo, pri tem pa ženske ne smejo ovirati pri njenem razcvetu. (Cosmopolitan, 5/2003: 70)

Če in ko se zveza konča, ni čas za dolgotrajno pretakanje krokodiljih solz. »Namesto da z zabuhlimi očmi in ogromno porcijo sladoleda gnezdite v gubah svojega najljubšega fotelja, hodite naokoli žareče od veselja.« (Cosmopolitan, 5/2003: 68) Nič ni narobe, če je ženska samska. »Samske ženske so v primerjavi z "vezanimi" zvestejše same sebi, na življenje gledajo bolj pustolovsko. Predvsem pa niso zaskrbljene zaradi tega, kar si mislijo drugi.« (Cosmopolitan, dec./2001: 56) Njihova sreča ni odvisna od moškega. »Za večino žensk obdobje samskosti še vedno predstavlja zgolj eno od faz v njihovem življenju.« (Cosmopolitan, 1/2003: 100) Samskost je zanje čas za razvajanje same sebe, je začetek novega, še lepšega obdobja, v katerem je treba uživati in ga obrniti v svojo korist. »Privoščite si vse, kar ste si že dolgo želele, naj bo ta faza vašega življenja namenjena samo vam. Bolj kot boste žarele in bolj kot boste nasmejane, bolj boste zanimive za moške.« (Cosmopolitan, 8/2003: 18) Z nastopom novih različnih moških pride tudi čas za spogledovanje, ki »pa ni samo dovoljeno, ampak obvezno.« (Cosmopolitan, 9/2002: 77)

In ko tako spoznavajo nove moške, jim spet priskoči na pomoč Cosmopolitan z vpogledi v moške glave, v njihov način razmišljanja, po čemer se njegovi nasveti v zvezi z moškimi bistveno razlikujejo od nasvetov v Ženskem svetu in Naši ženi, kjer so govorili o tem, kako naj žena čimbolj ustreza možu. Sodobni članki s tako vsebino nosijo zgovorne naslove: Po moško o zadnji plati (nov./2001), "Zakaj tipi vedno gledate druge ženske?!" (1/2002), Kdo v hiši "nosi hlače"? (2/2002), Zakaj se moški tako neradi pogovarjamo po telefonu? (3/2002), Tudi moški imamo predzmenkarski lepotilni obred (5/2002), Kaj moški povedo prijateljem in kaj zadržijo zase? (6/2002), Mu godi, če prespite pri njem? (7/2002), Zakaj se moški vedejo tako čudno, kadar smo jim všeč? (7/2002), Všeč nam je, kadar se šminkate in ličite (8/2002), Ali moški res stavijo zgolj na seksi spodnje perilo? (9/2002), O fetiših tako in drugače (10/2002), Kaj je prva stvar, ki jo opazite, ko spoznate žensko? (11/2002), Si želi, da bi bila več kot prijatelj? (12/2002), Njegove travme po seksu (1/2003), Njegovih 5 intimnih skrivnosti (2/2003), Mu srce še gori za bivšo? (3/2003), Poljub na prvem zmenku (3/2003), Zakaj se moškimi tako upira praznovanje različnih praznikov? (4/2003), Ko vas moški opravljamo (5/2003), Želimo si komplimentov, bolj kot si mislite (6/2003), Ko je njenih črtic preveč (7/2003), Psihologija poljubov (7/2003), Všeč nam je, če vas drugi moški osvajajo v naši

prisotnosti (8/2003), Ste njegova princeska ali ljubica (9/2003), Njegova telesna govorica (10/2003), Radi bi, da se "vklopite" v našo družino (11/2003), Ko postaneš foter (12/2003).

Kljub optimistični naravnosti revije pa priznavajo dejstvo, da v življenju ni vedno z rožicami postlano, da se včasih kaj zalomi in ne gre po načrtih. V takih trenutkih *Cosmopolitan* ugotavlja, da se je dobro »namesto k psihologu ali knjigam za samopomoč raje zateč[i] v najbližji butik, kjer nas pomirjajoče ozračje pahne v blažen potrošniški trans.« (*Cosmopolitan*, dec./2001: 98) Vseeno pa ne gre zapravljati kar vsepovprek, zato bralkam predstavijo »male skrivnosti velikih nakupovalnih tigrice.« (*Cosmopolitan*, dec./2001: 98) Nagovori k nakupovanju se največkrat nanašajo na nove kose oblačil in na kozmetične izdelke. Vsaka številka revije seveda prinaša takšne nagovore v številnih oglasih pa tudi v posebej temu namenjenih rubrikah, ki bolj ali manj spadajo med žanrske križance med novinarskim delom in oglasi, število nagovorov izven teh rubrik pa se občutno poveča v mesecih okoli novega leta. Predvsem za novoletno praznovanje je potrebno izgledati najbolje. »Ne bodite stiskaške do sebe in se obdarujte z lepo obleko.« (*Cosmopolitan*, 12/2002: 118) Če pa se že zgodi, da »boste oblekle nepogrešljivo MČO [– malo črno oblekico –] od lani, si privoščite nove čevlje za zabavo ali pa dodajte kakšen kos nakita.« (*Cosmopolitan*, 12/2003: 14) Novo leto mora sodobna ženska pričakati vsaj v nečem novem. In po dolgi prečuti noči, pravzaprav po dolgem mesecu decembru, mesecu zabav, ki se jih mora cosmoženska udeležiti, pride mesec razvajanja – nekje je vendarle treba telesu povrniti vso iztrošeno energijo. »[Zato] če se hočete malo pocrkljati, potolažiti ali se preprosto obdariti, sledite našim namigom. Prepričani smo, da boste našle kaj, česar še nimate in morate nujno imeti,« (44) pravijo v članku "Za lepe razvajenke" januarja 2003. In ko se spet bliža konec leta in temu pripadajoči prazniki, ob katerih se med seboj obdarujemo, opozorijo, da je varčevanje pot do finančne neodvisnosti, a hitro zagotovijo, »brez skrbi, ne bomo vam prepovedale zapravljanja in nakupovanja.« (*Cosmopolitan*, 10/2003: 125) Na koncu koncev smo dandanes ženske zanje v prvi vrsti potrošnice in od tega revija živi.

Cosmopolitan kot revija o življenjskem stilu mladih žensk »predstavlja svobodo in zabavo, ki si ju lahko privošči samska ženska, kadar je polna življenjske energije in ima dosti denarja.« (Rogers, 1999: 37-38) Na življenje gleda pozitivno in optimistično, svoje bralke usmerja na pot k sreči z nasveti o sprejemanju sebe in ljubezni do sebe, ki sta predpogoj za sprejemanje in ljubezen v partnerskem odnosu. Poleg tega pa svetuje, kako še izboljšati samega sebe, »postanite odlične gostiteljice, vsak mesec preberite eno knjigo, vzemite si čas zase, ne postanite sužnje slabih navad, ne pozabite prijateljic, spoznajte moškega svojih sanj.« (*Cosmopolitan*, 1/2002: 132) Zveza z moškim, ki ne pomeni nujno tudi poroke, je še vedno eden izmed glavnih ciljev sodobne ženske, nič pa ni narobe, če je trenutno samska, to je le faza, namenjena posvečanju sebi in spogledovanju z

novimi moškimi. Enakovreden cilj pa je seveda kariera, ki je v današnjem času enako dosegljiva vsem, ne glede na spol. Uspeh ženske v moškem svetu ni več vprašanje, »pomembneje kot to, ali si moški ali ženska, je, kaj in kako nekaj delaš.« (Cosmopolitan, 3/2002: 77) Nikjer ni govora o gospodinji, se pa od bralk pričakujejo »določena gospodinjska znanja, ampak le ob posebnih priložnostih in ne v vsakdanjem življenju: pripraviti mizo za večerjo z gosti, /.../ naučiti se priprave novih pijač za poletne zabave.« (Walker, 2000: 48) Katerekoli dejavnosti že se cosmoženska v prostem ali službenem času loti, vedno je urejena in polna življenja, vedno je ženstvena.

»Biti ženstvena pomeni biti mladostna; biti ženstvena pomeni biti seksi in čvrsta; biti ženstvena pomeni dobro izgledati – celo za pojesti dobro, kot paradižnik, breskev ali kolaček.« (Rogers, 1999: 130) Takšna je Barbie in po njej se nehote ravna lik ženske v Cosmopolitanu, kot si ga je v davnih 60. letih prejšnjega stoletja zamislila Helen Gurley Brown.

9. SKLEP

Po temeljiti razdelavi ženskega lika v vseh treh zastavljenih obdobjih – med dvema vojnama, po 2. svetovni vojni in na prelomu tisočletja – lahko povzamem naslednje zaključne ugotovitve. Predpostavka, da sta si obdobje med vojnama in obdobje začetka novega tisočletja precej podobna, do neke mere drži. Tako Ženski svet kot Cosmopolitan govorita o ženskah kot eksistenčno neodvisnih. Sprva Ženski svet goji lik ženske kot matere in gospodinje, ki ostaja doma, kasneje pa začne poudarjati pozitivno plat zaposlovanja žensk in deklet, ki se kaže v njihovi finančni neodvisnosti in s tem možnosti doprinosa dodatnega zaslužka v družino, ki je vedno bolj potreben. Prav tako pa omogoča tudi samski stan mladih žensk, o katerem v reviji ne govorijo več kot o nečem slabem, ampak kot o popolnoma sprejemljivi odločitvi. Ravno tako Cosmopolitan sprejema samskost kot nekaj normalnega, a hkrati tudi kot le začasno fazo v iskanju pravega partnerja. Poleg kariere je Ženskemu svetu in Cosmopolitanu skupna tudi komponenta ženskega lika, ki se nanaša na žensko kot potrošnico izdelkov za izboljšanje kvalitete življenja.

Največja razlika v liku ženske je nedvomno med likom ženske po drugi svetovni vojni in likom sodobne ženske, več podobnosti je med likom ženske med vojnama in likom ženske po drugi svetovni vojni. Prvi letniki Ženskega sveta so nastajali v podobnem povojnem duhu kot prvi letniki Naše žene, razlika je bila le v nastajajočem političnem režimu. Zato so zahteve po močnih in odgovornih materah, ki vzgajajo nove generacije dobrih ljudi in državljanov, v Naši ženi kot odmev iz Ženskega sveta. Razlika postane očitna, ko v Naši ženi polagajo bralkam na srce, naj še naprej

delujejo v dobro nove države in pomagajo pri njeni graditvi, kot so med vojno pomagale pri polaganju temeljev. Naša žena oblikuje po vojni lik ženske kot delavke in družbene matere, ki je z vstopom v boj proti okupacijskim silam dokazala svojo enakovrednost moškim in ji je bila po vojni na tej podlagi priznana in z zakonom dodeljena pravica do političnega soodločanja, kar je bil končni cilj, kot so ga ženskam zastavile že ustvarjalke Ženskega sveta.

Medtem ko v liku ženske novega tisočletja v *Cosmopolitanu* ni niti sledu o ženski kot političnem subjektu, niti kot materi ali gospodinji, pa v *Naši ženi* ta lik še gojijo. Naša žena namreč še vedno piše za bralke, ki so odraščale v letih 1945 do 1955 in so danes že izkušene matere in tudi babice. *Cosmopolitan* pa vzgaja novi rod mladih žensk in jih s poudarkom na zunanjem izgledu usmerja v potrošniška nebesa. Revija je namreč izdelek tradicionalno kapitalistične in potrošniške zahodne družbe, kjer vlada blagovna kultura, ki pa »nam razlaga različne nakupe kot približevanje potencialnemu jazu. Vabi nas, da svoj jaz poiščemo v nakupovalnih centrih, "medicinskih pisarnah" [in] rekreacijskih centrih. /.../ Post-industrialna, z mediji vodena kultura si lasti naš jaz kot še eno od dobrin, ki je /.../ razpoložljiva na svetovnih trgih. V vezan par združuje potrošništvo in osebnost in hkrati prepoveduje njuno ločitev.« (Rogers, 1999: 135)

10. LITERATURA

10.1. REVIJE

Ženski Svet. Letniki: 1923, 1931, 1935, 1940 in 1941.

Naša žena. Letniki: 1941, 1945, 1951, 1961, 1971, 1981, 1991 in 2001.

Priloga: Naša žena 60 let – Prehojena pot. (1/2001)

Cosmopolitan. Letniki: 2001, 2002 in 2003.

10.2. SAMOSTOJNE PUBLIKACIJE

Bajec, Jože (1973): *Slovenski časniki in časopisi (1937-1945)*. NUK, Ljubljana.

Böing, Günther ur. (1976): *Svetovna zgodovina*. Cankarjeva založba, Ljubljana.

Erjavec, Karmen (1999): *Novinarska kakovost*. FDV, Ljubljana.

Hermes, Joke (1995): *Reading women's magazines*. Polity Press, Cambridge.

Košir, Manca (1988): *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. DZS, Ljubljana.

McCracken, Ellen (2001): »*Naslovnica – okno k bodoči samopodobi*«. V: Vidmar, Ksenija (ur.): *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*. ISH publikacije, Ljubljana, str. 395-425.

Prunk, Janko (1998): *Kratka zgodovina Slovenije*. Založba Grad, Ljubljana.

Rogers, Mary F. (1999): *Barbie culture*. Sage Publications Ltd, London.

(1994): *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. DZS, Ljubljana.

Šlebinger, Janko (1937): »Slovenski časniki in časopisi – bibliografski pregled od 1797 so 1936«. V: Borko, B. (ur.): Razstava slovenskega novinarstva v Ljubljani 1937. Jugoslovansko novinarsko udruženje, ljubljanska sekcija, Ljubljana, str. 3-175.

Štular Sotošek, Karmen (1997): *Žensko časopisje na Slovenskem (1897-1997): Vodnik po razstavi*. NUK, Ljubljana.

Toporišič, Jože (1992): *Enciklopedija slovenskega jezika*. Cankarjeva založba, Ljubljana.

Vidmar, Ksenija H. (2001): »Ponavljjanje pogleda. Ženski žanri v preseku množične kulture«. V: Vidmar, Ksenija (ur.): Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi. ISH publikacije, Ljubljana, str. 11-40.

Walker, Nancy A. (2000): *Shaping our mother's world: American women's magazines*. University Press of Mississippi, Jackson.

10.3. ČLANKI

Amon, Smilja (2001): »Žensko časopisje«. V: Voglar, Dušan (gl.ur.), Dermastia, Alenka (ur.zv.): Enciklopedija Slovenije. Mladinska knjiga, Ljubljana. Zv. 15, str. 317-318.

Buttolo, Frančiška (1997): »Slovenka«. V: Voglar, Dušan (gl.ur.), Dermastia, Alenka (ur.zv.): Enciklopedija Slovenije. Mladinska knjiga, Ljubljana. Zv. 11, str. 390.

Jogan, Maca (2001): »Žensko gibanje«. V: Voglar, Dušan (gl.ur.), Dermastia, Alenka (ur.zv.): Enciklopedija Slovenije. Mladinska knjiga, Ljubljana. Zv. 15, str. 318-324.

Vidovič-Miklavčič, Anka (2001): »Ženski svet«. V: Voglar, Dušan (gl.ur.), Dermastia, Alenka (ur.zv.): Enciklopedija Slovenije. Mladinska knjiga, Ljubljana. Zv. 15, str. 317.

10.4. INTERNETNI VIRI

Coeyman, Marjorie (2002): *What Women Want – To Read*. <http://www.csmonitor.com/2002/0606/p11s03-ussc.html>, (21.03.2003).

Marlowe, Ann (2000): *Women's Magazines are dead*. <http://archive.salon.com/media/feature/2000/05/05/mirabella/>, (21.03.2003).

Reception Studies – Women's mags. <http://www.cultsock.ndirect.co.uk/MUHome/cshtml/index.html>, (21.03.2003).

Seneca, Tracy (1993): *The History of Women's Magazines: Magazines as Virtual Communities*. http://is.gseis.ucla.edu/impact/f93/students/tracy/tracy_hist.html, (21.03.2003).

Walker, Nancy A.: *Women's Magazines, 1940-1960: Gender Roles and the Popular Press*. <http://www.bedfordstmartins.com/usingseries/hovey/walker.htm>, (21.03.2003).

11. PRILOGA: KRONOLOŠKI PREGLED ŽENSKEGA ČASOPISJA

- Slovenka:** glasilo slovenskega ženstva
1897-1902
14-dnevna priloga časnika Edinost, od št.5
samostojni mesečnik
Trst
- Slovenska gospodinja**
1905-14
mesečnik
Ljubljana
- Slovenska žena:** glasilo slovenskih žena
1912-13
mesečnik
Ljubljana
- Ženski list:** glasilo slovenskega socialističnega ženstva
1913
mesečnik
Ljubljana
- Slovenka:** glasilo slovenskega ženstva
1919
mesečnik
Ljubljana
- Koroška zora:** glasilo Zveze ženskih društev za
Koroško
1920
Borovlje, Velikovec
- Jadranka:** glasilo zavednega ženstva (od 1923 glasilo
odločnih in neustrašnih)
1921-23
mesečnik
Trst
- Vesna:** ilustrovana kulturna in modna revija
1921
občasno
Celje
- Slovenka**
1922-24
mesečnik
Gorica
- Ženski svet:** glasilo ženskih društev v Julijski Krajini
(od 1927 brez podnaslova)
1923-41
mesečnik
Trst, od 1929 Ljubljana
- Vigred:** splošno dekliško glasilo (od 1930 Ženski list)
1923-43
mesečnik
Ljubljana
1944 združi v Vigred – Vestnik – Prosvetni
delavec
- Ženski list:** glasilo Zveze delavskih žen in deklet (od
1934 neodvisen časopis; od 1935 glasilo delovnih
žena)
1924-35
mesečnik
Ljubljana, od 1934 Maribor
- Babiški vestnik:** glasilo Društva diplomiranih babic za
Dravsko banovino
1929-41 in 1946-69
mesečnik
Ljubljana
- Zarja:** list za ameriške Slovenke
The Dawn: Official Publication Slovenian Women's
Union
1929-...
mesečnik
Cleveland, od 193? Chicago
- Žena in dom:** ilustrirana revija za slovensko ženo (od
1935 revija za slovensko ženo)
1930-41
mesečnik
Ljubljana
- Gospodinjska pomočnica:** glasilo gospodinjskih
pomočnic in hišnih delavk
1931-40
mesečnik
Ljubljana
- Gospodinja:** glasilo Zveze gospodinj: strokovni list za
gospodinjstvo
1932-42
mesečnik
Ljubljana
- Praktična gospodinja** (od 1938 Žena: s prilogo
receptov in pole za ročna dela, mesečnik v službi
današnje žene)
1934-41
mesečnik (od 1936 polmesečnik)
Ljubljana
- Glasovi kongregacij šolskih sester v Mariboru**
1935-39
dvomesečnik, od 1938 občasno
Maribor
- Ženska priloga Mladine**
1937
polmesečnik
Kranj

Kmečka žena: strokovni list za kmečko gospodinjstvo:
glasilo Ženske kmečke zveze in Zveze absolventk
kmetijsko-gospodinjskih šol
1937-41
mesečnik
Maribor

Deset: skavtski list Stega planink kraljice Alenčice
1938
Ljubljana

Luč v temi: stanovski list za žensko delavno mladino:
glasilo Zveze mladih katoliških delavk
1939-41
polmesečnik
Ljubljana

Naša žena: list za slovensko delavno ženo (od 1947
glasilo protifašistične ženske zveze; od 1977 prva
slovenska ženska in družinska revija)
1941-...
mesečnik
Ljubljana

Naša žena: glasilo ženske protifašistične zveze
1942-44
občasno
Ljubljana

Našim ženam: dolenjska izdaja
1942-45

Naša žena: glasilo ženske protifašistične zveze za
Gorenjsko
1943-44
občasno

Naša žena: primorska izdaja
1943-44
občasno

Slovenkam pod Karavankami: glasilo pokrajinskega
odbora SPŽZ za Gorenjsko in Koroško
1943-45
občasno

Slovenka: glasilo Svobodnih slovenskih žena
1943-194?
občasno

Borbena Slovenka: glasilo protifašistične ženske
zveze
1944
občasno

Slovenka: glasilo slovenske protifašistične zveze za
Primorsko
1944-45
občasno

Vestnik misionarske zveze učiteljic
1945
občasno
Ljubljana

Moda
1946-47
polletnik
Ljubljana

Kmečka žena
1947-49
mesečnik
Ljubljana

Medicinska sestra na terenu: instruktivno-
informativni obzornik
1954-61
občasno, od 1955 3x-letno
Ljubljana

Maneken
1957-89
mesečnik, od 1977 polletnik
Ljubljana

Maja
1960
občasno
Ljubljana

Obzornik za ženo in družino: časopis za slepe in
slabovidne
1967-...
občasno
Ljubljana

Elle – Ona
1969-71
polmesečnik
Ljubljana

Jana: sodobni ženski tednik (od 1977 slovenska
družinska revija)
1971-...
tednik
Ljubljana

Posebne izdaje:
1984 Bela Jana
1985 Zelena Jana, Sinja Jana, Zlata Jana,
Zelena Jana
1993 Vaše počitnice, Neveste, Vitka Jana, 101
božični nasvet
1994 Magična Jana, Neveste, Vitka Jana, 101
božični nasvet
1995 Vitka Jana, 101 božični nasvet

Jana – Ročna dela
1983-89
občasno
Ljubljana

Maja: revija za prosti čas

1983-89
občasno
Maribor

Lady: prvi slovenski ženski tabloid

1990-...
14-dnevnik
Ljubljana
Posebna izdaja: od 1995 Ljubezenske zgodbe

Hela

1992 – 1 izvod
Maribor

Pepita

1992-...
Ljubljana

Modna Jana (posebna izdaja Jane)

1994-...
2x-letno
Ljubljana

Ona: ženska priloga Slovenskih novic in Dela

1994-...
tednik
Ljubljana

Tajnica

1994-...
¼-letnik
Ljubljana

Delta: revija za ženske študije in feministično teorijo¹

1995-...
občasno
Ljubljana

Nora²

1996-97
mesečnik
Ljubljana

Sara Extra: slovenski ženski tabloid

1996-97
14-dnevnik
Kranj

Trač

1996-98
Maribor

Glamur (od 2001 **Gloss**)

1996-...
mesečnik
Ljubljana

Nora

1996-...
Ljubljana

Smrklja: mega revija za punce in fante

1996-...
Ljubljana

Trač X

1997
Maribor

Glamur: lepota

1997-2000
Ljubljana

Hopla

1997-...
Ljubljana

Mama: revija za nosečnice in starše

1997-...
Brežice

Smrklja: roman

1997-...
Ljubljana

Extra: informativni tabloid

1998
Ljubljana

Kranjčanka: priloga Gorenjskega glasa za dame in pametne gospode

1998-...
Kranj

Moj otrok: posebna izdaja Razvedrila

1998-...
Ljubljana

Trič-trač

1999
Ljubljana

Anja: zakladnica ženskih idej

1999-...
Ljubljana

Od kuhalnice do peresa: glasilo Društva kmetič Dravska dolina

1999-...
Radlje ob dravi

Smrklja cukr : najslajše skrivnosti znanih fac

1999-...
Ljubljana

¹ Seznam ženskega časopisja do sem prevzet iz: Štular Sotošek, Karmen (1997): *Žensko časopisje na Slovenskem (1897-1997): Vodnik po razstavi*. NUK, Ljubljana.

² Seznam ženskega časopisja od tu naprej narejen po bazi podatkov Cobiss na internetnem naslovu: <http://cobiss1.izum.si/scripts/cobiss?ukaz=GETID&lang=win&lani=si>

Vzgojiteljica: revija za dobro prakso v vrtcih
1999-...
Celje

Orbita
2000-2003
Ljubljana

Lepota: telesa, misli in duha
2000-...
Ljubljana

Ločanka: priloga Gorenjskega glasa za škofjeloško regijo
2000-...
Kranj

Mami: družinske afere
2000-...
Črnomelj

Rina: življenje in kilograme
2000-...
Ptuj

Cosmopolitan
2001-...
mesečnik
Ljubljana

Eva: bodite prvi
2001-...
mesečnik
Ljubljana

Plaža: posebna idaja revije Jana
2002
Ljubljana

Kaprica
2002-...
Ljubljana

Nova: v svetu slavnih
2002-...
tednik
Ljubljana
Posebne izdaje:
Božična kuhinja
Horoskop
Frizure
Velikonočna kuhinja

Zapelji me: revija za ženske užitke v vožnji
2002-...
Ljubljana

Živa: priloga Dolenjskega lista
2002-...
Novo mesto

Fashion Avenue: Lifestyle magazin
2003-...
Ljubljana

Lisa: polna dobrih idej
2003-...
Ljubljana
Posebne izdaje:
Božična kuhinja
Horoskop
Diete
Velikonočna kuhinja
Čarovnija okusa
Torte
Specialitete z žara
Lahka kuhinja
Moje stanovanje

Nika: priloga Dnevnika
2004-...
Ljubljana

Lepa & zdrava: revija za polno življenje
2004-...
Ljubljana

Nosečnica: posebna izdaja revije Otroci
2004-...
Ljubljana

www.lepa-si.com
2004-...
internetni časopis