

Prvi koprivnički tabloidi

Mustaf, Đurđica

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:627742>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-22**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 199_NOV_2021

Prvi koprivnički tabloidi

Đurđica Mustaf, 5843/336

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL: Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

STUDIJ: preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo

PRISTUPNIK: Đurđica Mustaf MATIČNI BROJ: 5843/336

DATUM: 5. 7. 2021. KOLEGIJ: Zajednički prilog: tiskani medij

NASLOV RADA: Prvi koprivnički tabloidi

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU: The first Koprivnica tabloids

MENTOR: Željko Krušelj ZVANJE: docent

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc. dr. sc. Krešimir Lacković, predsjednik
2. doc. dr. sc. Lidija Dujčić, članica
3. doc. dr. sc. Željko Krušelj, mentor
4. doc. dr. sc. Irena Radej Miličić, zamjenska članica
- 5.


Zadatak završnog rada

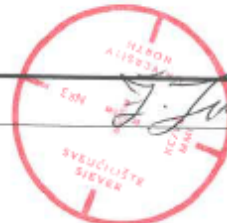
BROJ: 199_NOV_2021

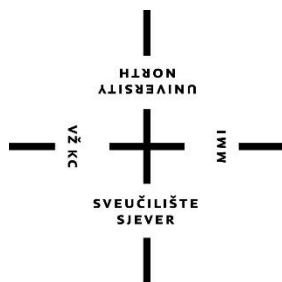
OPIS:

Pristupnica je proučavala prve koprivničke tabloide s početka 1990-ih godina. Cilj je bio istražiti njihova konceptualna ishodišta, način obrade tema i značenje koje su imali na tadašnjoj lokalnoj medijskoj sceni. Zato je pristupnica imala zadatak:

- pomoću relevantne znanstvene i stručne literature objasniti nastanak, svrhu i način rada tabloidnih tiskovina;
- upozoriti na ishodišta i najvažnije primjere hrvatskog tabloidnog novinarstva;
- arhivskim istraživanjima i pregledom digitalizirane zavičajne novinske građe predočiti genezu nastanka i gašenja pojedinih koprivničkih tabloida;
- ustanoviti tko su izdavači, tko čini uredništva i tko su oglašivači u takvim tiskovinama;
- analizirati njihove uredničke koncepte, odabir tema i novinarske pristupe;
- istražiti reagiranje političkih struktura i šire javnosti na prozivke i afere koje su oni inicirali;
- ukazati na pretpostavke poslovne samoodrživosti tih projekata i razloge njihova neostvarivanja;
- upozoriti na posljedice tabloidnog novinarstva na lokalnu medijsku scenu;
- iz svega toga izvući adekvatne zaključke.

ZADATAK URUČEN: 6.7.2021 POTPIS MENTORA: 





Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Završni rad br. 199_NOV_2021

Prvi koprivnički tabloidi

Studentica

Đurđica Mustaf, 5843/336

Mentor

doc. dr. sc. Željko Krušelj

Koprivnica, srpanj 2021. godine

MILSON
ALISBERAINO

Sveučilište
Sjever

SVEUČILIŠTE
SIEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, JURDICA MUSTAF (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Prvi kopirnički tekstovi (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Jurdica Mustaf
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, JURDICA MUSTAF (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Prvi kopirnički tekstovi (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Jurdica Mustaf
(vlastoručni potpis)

Predgovor

Rane devedesete godine prošloga stoljeća obilježilo je državno osamostaljenje, Domovinski rat i velike tranzicijske promjene koje su se događale u svim područjima političkog, društvenog i gospodarskog života Hrvatske. Novinarstvo ne samo da od toga nije bilo izuzeto, već je medijska scena bila iznimno živahna, dinamična i stresna.

Početakom 1990. godine počinje izlaziti prvi hrvatski tabloid *Slobodni tjednik*. Upravo je *ST* otvorio novi senzacionalistički, za mnoge i „revolveraški“, tip novinarstva koji dotad u Hrvatskoj na eksplicitan način nije bio prisutan. Uređivačka politika bila je usmjerena na političke obračune, izraziti desni ekstremizam, vulgarnost i izostanak svih profesionalnih i etičkih načela novinarske struke.

U isto vrijeme na koprivničkom području počinje izlaziti prvi tabloid *Koprivnički magnum*, koji je već i svojim nazivom, konceptom i sadržajem kopirao *Slobodni tjednik*, a glavni mu je urednik bio Mladen Pavković. Nakon trećeg broja *Koprivničkog magnuma* dolazi do promjene uredništva te umjesto Pavkovića na kratkotrajne glavnouredničke pozicije dolaze dvije neiskusne novinarke, tako da je list ubrzo prestao s izlaženjem. Samo mjesec dana nakon gašenja *Koprivničkog magnuma* počinje izlaziti *Super magnum*, koji je imao potpuno drukčiji koncept. Potaknuto nimalo bezazlenim problemima vezanim uz ugašeni *Koprivnički magnum*, uredništvo se u prvom broju obratilo potencijalnim čitateljima s napomenom kako se neće baviti političkim temama, već informativnim i zabavnim sadržajima.

S druge strane, Pavković je pokrenuo još jedan tabloid pod nazivom *Novi magnum*, koji je nastavio u prepoznatljivom stilu političkih razračunavanja, ali se kao i prvi tabloid nije uspio duže zadržati na tržištu.

Koprivnički su tabloidi, kao i svugdje u medijskom svijetu, bili komercijalni listovi te su prodajom i oglašavanjem morali osigurati financijska sredstva kako bi mogli opstati na zahtjevnom novinskom tržištu. To u vrijeme rata, loše gospodarske i socijalne situacije, ali i zbog takvog žutog tabloidnog pristupa novinarstvu na tržištu koje na to nije naviklo, zasigurno nije bilo nimalo jednostavno.

Sažetak

Tema ovog rada su prvi tabloidi koji su se pojavili na koprivničkom području nakon hrvatskog osamostaljenja u ranim devedesetim godinama prošlog stoljeća.

U prvom dijelu rada obradit ću temu tabloidizacije i etiku novinarstva, a u drugom dijelu analizirati koprivničke tabloide kronološkim redom kako su izlazili: *Koprivnički magnum*, *Super magnum* i *Novi magnum*.

Prvi mi je cilj analizirati koncept, sadržaj i glavne teme, ali i pronalaziti reakcije javnosti na takvo agresivno poimanje novinarstva.

Drugi mi je cilj analizirati korištenje oglasnog prostora koji se bio u službi financiranja tabloida.

Ključne riječi: tabloidi, novinarstvo, etičnost, oglašavanje, Koprivnica

Summary

The topic of my final work is the first tabloids that appeared in the Koprivnica area after Croatian independence in the early 1990s.

In the first part of the final work I will deal with the topic of tabloidization and ethics of journalism, and in the second part we will analyze the Koprivnica tabloids in chronological order as they came out: *Koprivnica magnum*, *Super magnum* and *Novi magnum*.

My first goal is to analyze the content, the main topics, and also to find the reactions of the public at the time to such an aggressive notion of journalism.

My second goal is to analyze the use of advertising space that was in the service of financing the tabloids.

Keywords: tabloids, journalism, ethics, advertising, Koprivnica

Popis korištenih kratica

ST	Slobodni tjednik
KM	Koprivnički magnum
NOR	Narodnooslobodilački rat
EPH	Europapress holding
NOB	Narodnooslobodilačka borba
SUBNOR	Savez udruženja boraca narodnooslobodilačkog rata
HKDS	Hrvatska kršćanska demokratska stranka
HDZ	Hrvatska demokratska zajednica
HSS	Hrvatska seljačka stranka

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Tabloidizacija.....	3
3.	Tabloidizacija u Hrvatskoj.....	4
4.	Etika novinarstva	6
5.	Prvi tabloidi na koprivničkom području nakon hrvatskog osamostaljenja.....	7
6.	Koprivnički magnum	8
6.1.	Oglašavanje	17
7.	Super Magnum.....	19
8.	Novi magnum.....	24
8.1.	Satirički prilog Koprive.....	35
8.2.	Oglašavanje	37
9.	Zaključak.....	38
10.	Literatura.....	41
11.	Popis slika	43

1. Uvod

Tabloidi su u svjetskim razmjerima, kao sinonim za medijsko žutilo i senzacionalizam, odavno poznati, jer njihovi počeci sežu još u 19. stoljeće. Američki izdavači Joseph Pulitzer i William Randolph Hearst, uočavajući potrebe i promjene koje su se događale u društvu, mijenjali su ustaljene novinarske forme i formate kako bi njihovi listovi što brže i masovnije bili prihvaćeni od strane potencijalnih čitatelja. Cilj im je bila zarada, a tek u drugom planu prijenos informacija.

Sukladno tome, u radu obrađujem pojavu prvog hrvatskog tabloida *Slobodnog tjednika*, a kasnije i *Globusa*, koji je u početnom razdoblju izlaženja imao izraženi senzacionalistički koncept.

Kroz stručnu literaturu referiram se i na etiku novinarstva jer je to jedan od najbitnijih elemenata struke koji je ponajviše izostajao u tabloidnom novinarstvu.

U trećem dijelu rada obrađujem prve tabloide na koprivničkom području. Burna medijska scena devedesetih godina prošloga stoljeća ostavila je traga i na koprivničkom novinarstvu. Prvi koprivnički tabloid *Koprivnički magnum* izlazio je krajem 1990. godine u šest mjesečnih brojeva. U kolovozu 1991. počeo je izlaziti *Super magnum* u petnaest brojeva, a od ožujka 1991. tiskao se *Novi magnum*, koji je izašao u svega pet mjesečnih brojeva. Tako da su u jednom kratkom razdoblju na koprivničkom području nadovezivala tri tabloida, što je zbog miješanja izdavača i urednika pomalo zbunjivalo lokalnu javnost.

Glavnina analize rada tiče se sadržaja i načina pisanja tih tabloida, a postavlja se i pitanje jesu li postojale reakcije na takav način novinarstva. Kako su navedeni tabloidi bili ograničeni samo na šire koprivničko područje, čitalačka publika bila je osjetno manja nego ona kojoj je bio namijenjen nacionalni tabloid *Slobodni tjednik*. Vrlo sužene prodajne mogućnosti, na koje je utjecalo i pomanjkanje stručnih osoba koje bi se time bavile, dodatno su povećale potrebu analiziranja načina na koji je bio osmišljen i oglasni prostor, a koji je bio i ključan za financiranje tih tabloida. Dodatni je razlog tome što su njihova uredništva često naglašavala neovisnost tabloida, kako u financijskom, tako i u uređivačkom smislu, što je također vrlo dvojbeno. Upravo pitanje financijske neovisnosti i borbe na zahtjevnom tržištu, koje u to vrijeme nimalo nije ulijevalo nadu u siguran opstanak, pruža dobar uvid u stavove tadašnjih oglašivača te buđenje jedne nove privatne inicijative koja dotad nije bila prisutna na koprivničkom području.

S obzirom na kratkoću izlaženja tabloida vidljive su i brze promjene u uredničkoj strukturi, što se odražavalo i na drugačije koncepcije pojedinih brojeva. Dolazilo je do većeg zaokreta u odabiru tema te se s politike mahom prelazilo na teme zabavnog sadržaja.

Budući da su spomenuti koprivnički tabloidi izlazili u vrlo teškom i tjeskobnom ratnom vremenu, logično je bilo da su samim tim bili i više orijentirani na političke teme i procese koji su

se događali ne samo na koprivničkom području, već i na čitavom teritoriju osamostaljene Hrvatske, dijelom i bivše Jugoslavije.

U tekstovima o pojedinim političkim ili gospodarskim dužnosnicima te „nepodobnim“ intelektualcima bilo je primjetno i preveliko zadiranje na osobnu razinu, dakle *ad hominem* pristup. Ne treba naglašavati da je to bilo ponajviše u suprotnosti s novinarskom etikom, što bi u mirnodopskim okolnostima zacijelo bio i predmet bavljenja pravosudnih institucija.

Isto tako, nemoguće je ne uočiti prečesto svođenje žene na seksualni objekt, a neke tekstove i fotografije možemo podvući i pod pornografski sadržaj. Takva vizualizacija i diskriminacija žene zasigurno treba biti dodatno kritički sagledana.

Sukladno svemu navedenom postavila sam slijedeće hipoteze:

Hipoteza 1 (H1) – Prvi koprivnički tabloidi slijedili su uhodanu praksu agresivnog novinarskog pristupa po modelu *Slobodnog tjednika*;

Hipoteza 2 (H2) – U sva tri tabloida u najvećoj mjeri prevladavaju političke teme;

Hipoteza 3 (H3) – Poslovni je koncept tabloida bio temeljen na oglasnom prostoru.

2. Tabloidizacija

U prvoj polovici 19. stoljeća nalazimo početke senzacionalizma koji se odnosi se na jeftine novine tog vremena *The Sun* i *New York Herald*. Razvoju „žutog tiska“, koji je dobio naziv po stripovskom junaku Yellow Kidu, doprinijela je i borba između J. Pulitzera i W. R. Hearsta koji su se prilagođavali zahtjevima tržišta, što je i dovelo do tabloidizacije.

Sam naziv tabloid, koji danas ima dvostruku simboliku, zapravo znači manji novinarski format, a počeo se pojavljivati od sredine 19. stoljeća. Tabloidi su, sukladno formatu, donosili kraće vijesti, a prednost se davala ilustracijama i fotografijama, uz manje teksta. Ilustracije i fotografije većinom su za navike javnosti toga vremena bile šokantne, često i erotskog sadržaja. Takvim tabloidnim načinom ciljalo se na manje obrazovane čitatelje koji su novine mogli kupovati za sitan novac. „Većina sadržaja tabloida ima senzacionalistički karakter, velik prostor posvećuje vijestima o kriminalu, skandalima, posebno iz života slavnih. Ciljana skupina čitatelja tabloida su osobe koje uglavnom pripadaju skupini slabije obrazovanog stanovništva. Paralelno s tabloidima objavljuju se i 'ozbiljne' dnevne novine namijenjene osobama koje zanimaju ozbiljne teme i dublje analize. Njihovi čitatelji u pravilu su osobe višeg obrazovanog i imovinskog statusa. Granice između informiranja i zabave počinju se gubiti još 1950-tih i 1960-tih u svim medijima. Ta se pojava zove 'infotainment'“ (Najbar-Agičić 2015: 181).

3. Tabloidizacija u Hrvatskoj

Nakon osamostaljenja Republike Hrvatske došlo je i do liberalizacije medijske scene. „Ozračje liberalizacije imalo je svoj odraz i na novinarstvu. Već u veljači 1990. izglasane su izmjene Zakona javnom informiranju koje su značile ukidanje ograničenja slobode novinarstva“ (Najbar-Agičić 2015: 188).

Slobodni tjednik bile su prve privatne novine pokrenute u tom razdoblju, a pokretač i glavni urednik bio je Marinko Božić, koji se s takvim novinarstvom susreo u sarajevskom *Asu*, inače prvoj jugoslavenskoj tabloidnoj tiskovini. Gradeći uređivačku politiku na senzacionalizmu i političkim kontraverzama, ali i „gladi“ javnosti za medijima koji o svemu govore krajnje otvoreno i vrlo provokativno, *ST* je ubrzo je postao jednom od najčitanijih tiskovina u Hrvatskoj. No, već 1993. list je naglo ugašen, jer je s vremenom ipak popuštao interes za takav nevjerodostojni i krajnje neobjektivni način pisanja, a pojavile su se i brojne tiskovine s elementima senzacionalizma. Uz sve navedeno propadanje *ST-a* ubrzala je i smrt Marinka Božića. „Veliko zanimanje publike zbog senzacionalističkog i agresivnog tabloidnog pristupa izazvao je u početku *Slobodni tjednik* što ga je 1990. pokrenuo splitski novinar Marinko Božić. No *Slobodni tjednik* ubrzo je došao na loš glas kao list koji piše laži, izmišlja događaje, proziva ljude bez osnova, širi nacionalnu mržnju, a bilo je i tvrdnji da iza njega stoje tajne službe. List je vrlo brzo propao, a Božić je već 1993. od, da tako kažem, 'neurednog života' umro“ (Mihovilović 2007: 182).

Slobodni tjednik koristio je sve alate za manipulacije, od fotomontaža, neistina i dopisivanja već postojećih tekstova. Bombastičnim naslovima koji su doslovno „vrištali“ s naslovnica odskakao je od uobičajene prakse ustaljenih informativnih tiskovina. Na taj način trasirao je put do tada neviđenom obliku novinarstva te su i druge privatne tiskovine na sličan način pokušavale opstati na tržištu. „Uredništvo *ST-a* svoj list je odredilo kao tabloid, što odgovara britanskoj definiciji tabloida u odnosu na broad-sheet. Za razliku od britanskih i svjetskih tabloida, *ST* je objavljivao uglavnom političke sadržaje, što je i razumljivo budući da je izlazio u vrijeme raspada Jugoslavije i početka rata u Hrvatskoj. Teme su u najmanju ruku bile intrigantne, bombastično plasirane, velikih senzacionalističkih naslova“ (Vilović 2004: 30-31).

Slobodni tjednik primjer je svega onog što tiskovine koje teže prema vjerodostojnosti ne bi trebale biti, kršeći sva pravila novinarske profesije. „Taj je list dosegnuvši čak 250 tisuća prodanih primjeraka, glumio posebnu brigu za nacionalne interese i zato mahom servirao probuđene desne ekstremiste. *ST* je naglo mijenjao medijsku sliku Hrvatske, ali na krajnje vulgaran način. Vojnu agresiju, posljedica koje je i specifična ratna psihoza, iskoristio je za programsku koncepciju zbog koje su pojedinci samo zbog nacionalnosti ili političkih stavova gubili karijere, obitelji, čak i živote“ (Krušelj 2014: 295).

U isto vrijeme, 1990. godine, počinje izlaziti tjednik *Globus* koji pokreće grupa novinara predvođena Ninoslavom Pavićem i Denisom Kuljišem. „Pavić se bavio poslovnim aspektom, a Kuljiš je inovativno uređivao list koji se jako razlikovao od dotadašnjeg hrvatskog tiska. Budući da je bio nezavisan, odskakao je i od tadašnjeg politički uštogljenog tiska, mahom sve pod stegom HDZ-a. Budući da se u to vrijeme raspadala Jugoslavija, a približavao rat, '*Globus*' je stekao publiku pišući vrlo otvoreno o tome, otkrivajući prvi točno na temelju tajnih dokumenata da se jugoslavenska vojska priprema za rat u vrijeme kada su mnogi još mislili da rata neće biti“ (Mihovilović 2007: 182).

Kuljiš je prepoznao okolnosti te shvatio da mora „požutjeti“ uređivačku politiku ako želi opstati na tržištu. „Denis Kuljiš kao glavni urednik i njegova ekipa suradnika pogodili su senzibilitet čitatelja i njihovu kupovnu moć. Uostalom to je u više navrata i sam Kuljiš potvrdio. Bile su to ratne godine, besparica, i trebalo je proizvesti novine koje će se kupovati i u kojima se svatko promaći nešto: 'jaku, mrtvačku' i ekskluzivnu priču, senzaciju, analitičke tekstove, ozbiljnu kolumnu, pregršt estradnih i medijskih tračeva te obavezni tjedni pregled televizijskog programa“ (Vilović 2004: 85).

Pavić je vrlo vješto vodio poslovnu politiku i 1994. godine pokrenuo ženski časopis *Gloriju* te se u kratkom vremenu pokazalo da je to bio odličan poslovni potez jer je i *Gloria* ostvarila veliku nakladu. Te dvije tiskovine bile su i temelj nastanka i brzog razvoja Europapress holdinga (EPH), najveće medijske tvrtke u osamostaljenoj Hrvatskoj, svojevrstne nasljednice početkom 1990-ih godina propale kuće Vjesnik. Ključ tržišne uspješnosti brojnih izdanja EPH bio je upravo suptilnija varijanta senzacionalizma i tabloidnog pristupa, što je uspješno testirano u *Globusu*.

4. Etika novinarstva

Pisati o tabloidu i ne dotaknuti se etičnosti jednostavno nije moguće. Novinar ima veliku odgovornost na koji način će određenu informaciju plasirati u javnost. Ponekad mala ili slučajna pogreška može imati za posljedicu veliku nepravdu za osobu o kojoj se piše te stoga uvijek treba imati na umu da jednom plasirana riječ u javnost teško može biti popravljena. „Od novinara se očekuje da se u svom radu pridržava etičkih pravila i zakona, da svoj posao informiranja javnosti obavlja u dobroj vjeri za dobrobit zajednice u kojoj djeluje, a ne zloupotrebjavajući svoju profesiju, u svojem pisanju i iznošenju činjenica, u načinu na koji se ponaša na terenu, kako se odnosi prema kolegama i listu u kojem radi, ali i prema široj zajednici“ (Mihovilović 2007: 236).

Etiku novinarstva mnogi teoretičari definiraju na različite načine, ali cilj im je isti te žele skrenuti pažnju na to da se novinar u svom radu uvijek treba držati pravila struke. „Autori Missouri Group proglasili su sljedećih sedam smrtnih grijeha za novinarsku etiku:

1. Plagijjat (neovlašteno prepisivanje tuđih tekstova).
2. Podmićivanje, počevši od besplatnog ručka, karte za putovanje do auta ili stana za podršku u predizbornoj kampanji.
3. Sukob interesa: ne podupirati kampanju turističkog poduzeća ako je novinar jedan od dioničara.
4. Zadržavanje informacija: novinar stalno odlučuje o tome koje će informacije objaviti, ali ako to čini zbog nekih drugih, a ne novinarskih standarda, tada to etički nije prihvatljivo.
5. Prijevarena: teško dokazivo djelo, možemo je nazvati i manipulacijom podacima, stajalištima i slično.
6. Povreda privatnosti: rak-rana hrvatskog novinarstva. Prava čovjeka ne poštuju se, pogotovo prava djece, manjina i drugih ranjivih skupina.
7. Sudjelovanje u vijestima: stara dvojba glasi – snimiti nesreću ili baciti kameru i pomagati stradalnicima. Nova dvojba je sofisticiranija, jer novinar često može privatizirati vijesti za koje je iz raznih razloga zainteresiran“ (Malović 2005: 87).

U tabloidnim tiskovinama, naročito nakon osamostaljenja Hrvatske, etika novinarstva i profesionalizam struke stavljeni su u drugi ili čak treći plan. „Profesionalni standardi novinarstva, napose elementi etičnosti, najviše su stradali u takvim okolnostima tabloidizacije novina. U većini postsocijalističkih zemalja koje su imale ponešto drugačije puteve prema demokratskim i slobodnim društvima nego Hrvatska, dogodila se tabloidizacija“ (Vilović 2004: 36).

5. Prvi tabloidi na koprivničkom području nakon hrvatskog osamostaljenja

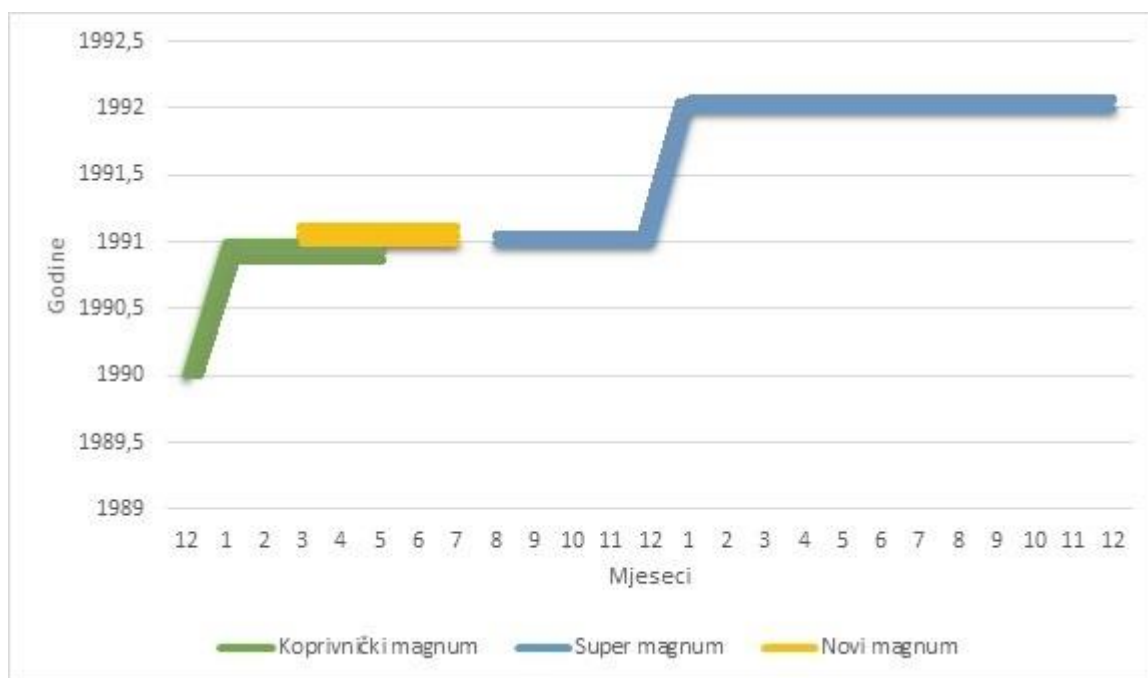
Nakon hrvatskog osamostaljenja na koprivničkom se području pojavljuju prve privatne tiskovine koje se određuju kao tabloidi.

Koprivnički magnum bio je prvi tabloid koji je izlazio mjesečno, od prosinca 1990. do svibnja 1991. godine, a ukupno je izašlo šest brojeva.

Nakon njega od kolovoza 1991. do prosinca 1992. godine izlazi *Super magnum*. Ukupno je izašlo 15 brojeva.

Novi magnum, slijedeći tabloid u nizu, izlazio je mjesečno, od ožujka do srpnja 1991. godine, u svega šest brojeva, s tim da je posljednji broj zapravo bio dvobroj.

U kratkom su razdoblju gotovo paralelno izlazili navedeni tabloidi koji su pretendirali na iste potencijalne čitatelje i oglašivače.



Slika 5.1. Prikaz izlaženja tabloida¹

¹ Slika 5.1. Prikaz izlaženja tabloida (izradila autorica)

6. *Koprivnički magnum*

Koprivnički magnum prvi je koprivnički tabloid. Izašao je u svega šest brojeva. U impresumu prvog broja lista navodilo se da je osnivač i izdavač Centar mladih – Omladinska zadruga Koprivnica. Za izdavača je odgovorna osoba bio Davor Kapusta, glavni i odgovorni urednik bio je Mladen Pavković, urednik deska Ivo Čičin-Mašansker, a urednik fotografije i grafičko-tehničke opreme Vladimir Kostjuk. Navodili su se, što je tipična tabloidna praksa, i odvjetnici lista, njih čak trojica: Zvonimir Lipnjak, Mladen Hrženjak i Stanoje Marinović. U impresumu je bila i tajnica uredništva Bernarda Gadanec. Zanimljivo je primijetiti da u impresumu nisu bili navedeni novinari koji su pisali tekstove. Neki tekstovi bili su potpisani od strane navedenih urednika, neki su bili nepotpisani, kod nekih su bili navedeni samo inicijali, a bilo je i tekstova koji su bili potpisani od povremenih suradnika zaduženih za obrade specifičnih tema.

Prvi je broj izašao 20. prosinca 1990. godine, a cijena mu je bila 18 dinara. Na naslovnici je središnje mjesto zauzimala fotomontaža koja je prikazivala crkvu Svetog Nikole u Koprivnici, ali i malo dijete kraj kojega je bio pištolj (simbolika magnuma?) te nasmiješenu ženu sa žutom ogrlicom oko vrata koja ih je promatrala. Odmah do fotomontaže objavljena je i pornografska fotografija neke druge žene ispod koje je pisalo: „Gola istina se ne može sakriti, ali što to skrivaju obučeni?“² Sagledavajući odabir fotografija koji je smišljeno ukomponiran kako bi se u startu poslala snažna provokativna poruka, rušeći sve lokalne novinarske obrasce, možemo zaključiti da se upravo time zacijelo željela dokazati do tada neostvorena razina lokalnih medijskih sloboda. „Gola istina“ koju je predstavlja fotografija obnažene žene naglašavala je element vulgarnosti, koji je u nemaloj mjeri prisutan u svim brojevima lista. Posebno uznemirujući dio fotomontaže bilo je stavljanje oružja kraj novorođenčeta. Na naslovnici je primjerena tome bila i najava jednog od udarnih tekstova: „Javna kuća kao javno poduzeće“³, čime se pozivalo na legalizaciju prostitucije. Bilo je tu, kako bi se dodatno razigrala mašta medijski uspavanih građana, i letećih tanjura iznad prigradskog naselja Koprivnički Ivanec. Na dnu stranice nalazila se, kao opreka tim provokacijama, čestitka tipična za obiteljske tiskovine: „Sretan Božić želi Vam MAGNUM“⁴.

Već iz naslovnice prvog broja bilo je savršeno jasno da je na tržište stigla potpuno drugačija tiskovina – tabloid. Time je počelo novo razdoblje, za dio javnosti i vrlo zbunjujuće, koprivničkog

² *Koprivnički magnum*, br. 1, god. I., 20. 12. 1990., str. 1.

³ Isto.

⁴ Isto.

novinarstva, koje je imalo tradiciju još od kraja 19. stoljeća. Nakon samo jednog broja novog tabloida više ništa nije bilo kao prije.



Slika 6.1. Naslovnica prvog broja Koprivničkog magnuma

Na posljednjoj stranici prvog broja objavljeno je pismo glavnog urednika u kojem su bili prezentirani ciljevi nove tiskovine: „Poštovani čitatelji, kad se pokrene neki list ili časopis obično se prvo krene s obećanjima: mi ćemo ovo, mi ćemo ono! Međutim, *Magnum* vam na žalost neće ništa obećati, on će vam – dati! Trudit ćemo se da pišemo nešto drugačije nego drugi, usput otkrivajući sve ono što se još uvijek – šapuće. U našem će listu surađivati doista najbolji, a manje uspješnima trudit ćemo se da uvijek damo 'materijala' za ogovaranje. Naravno, očekujemo i vašu suradnju. Pišite o svemu i svačemu, ali nastojte biti konkretni, jasni i koncizni. *Magnum* je list koji ne može promašiti! Zasad ćemo izlaziti svakih mjesec dana. Sretne blagdane želi vam Mladen

Pavković.“⁵ Upadljivo je da se glavni urednik jasno odredio prema lokalnim novinarima. Suradnja se očekivala od „doista najboljih“, dok su protivnici takvog koncepta na posredni način proglašavani lošim novinarima, bojažljivcima, svojevrsnom „režimlijama“ i zavidnicima.

U drugom broju, koji je izašao 22. siječnja 1991., na trećoj stranici objavljen je intervju s tadašnjim saborskim zastupnikom Ivanom Mesićem, inače uglednim koprivničkim liječnikom. Intervju je pisan na sarkastičan način: „U domu dra Ivana Mesića, čovjeka koji se školovao s nogama u rolu! Budite strpljivi Đoni će sigurno doći! Na dogovoreni razgovor s dr. Ivanom Mesićem najbolje je - zakasniti. Samo 'neznalice' poput nas dođu u točno vrijeme i čekaju. Naime, tek u društvu njegove supruge saznali smo ono što već 'svi' znaju. Đoni, kako ga najčešće zovu, zakasnio je i na svoju svadbu! I ne samo to, kasnio je i u gimnaziju na pisanje maturalne radnje, pa čak nedavno i na sjednicu Sabora! Ali, ovaj popularni Koprivničanin ima nešto u sebi što od prve plijeni pažnju, ili bolje reći – svako mu je zakašnjenje dobrano opravdano! I on sam često ističe da uvijek krene na vrijeme, ponekad čak i prije nego li bi trebao, ali...“⁶

Na petoj stranici istoga broja objavljena je spomenička anketa na temu uklanjanja spomenika palom borcu NOR-a, koji je bio postavljen na tadašnjem Trgu maršala Tita, današnjoj razmeđi Zrinskog trga i Trga bana Josipa Jelačića: „Bana-partizana maknuti al za dana – Naime, tijekom komunističkog režima malo se vodilo brige o tzv. estetskom segmentu, najvažnije je bilo da se podigne kakav-takav (često jedan) spomenik sudionicima NOB-a. Stoga i na našem području danas imamo pravo šarenilo tih obilježja, koje u umjetničkom smislu znače malo ili ništa. No, možda će reći neki da to i nije tako važno, ali... spomenik se ipak ne podiže za jednu generaciju. Međutim, ovog puta riječ je o tzv. Centralom spomeniku palim borcima NOR-a na Trgu maršala Tita. To je djelo akademskog kipara Ivana Sabolića, a podigao ga je SUBNOR općine Koprivnica još 1955. godine. Mnogi s tim spomenikom nisu bili zadovoljni, a prema nekim informacijama ni sam autor. Ali, to je godinama također bila svojevrsna tabu-tema.“⁷ Na sedmoj stranici ponovo se vraćaju na temu javne kuće te objavljuju tekst i „Izvadak iz bludilišnog pravilnika“⁸ kojim se željela skrenuti pažnja na bogatu povijest prostitucije na koprivničkom području.

⁵ Isto, br. 1, god. I., 20. 12. 1990., str. 16.

⁶ Isto, br. 2, god. II., 22.01.1991., str. 3.

⁷ Isto, str. 5.

⁸ Isto, str. 7.



Slika 6.2. „Bludilišni pravilnik“

Treći broj lista od 20. veljače 1991. godine imao je višu prodajnu cijenu, 24 dinara, na koju se u pismu čitateljima referira i glavni urednik Mladen Pavković. U tom su broju bile vidljive i navodno iznimno pozitivne reakcije na pisanje lista, uz demonstriranje na koji će se način obračunavati s oponentima: „Moram se još jednom pohvaliti: prošli broj našeg tabloida u potpunosti je rasprodan! To je ono što nas veseli, tim više što ovo možemo smatrati i znakom da ste nas uglavnom odlično prihvatili. Hvala vam! Međutim, pomalo nas je razočaralo reagiranje jednog člana izvršnog vijeća (općine Koprivnica – op. a.). O tome nešto i pišemo. Taj demokrata, po imenu Biršić (Ivan, iz HKDS-a – op. a.), toliko je brz na jeziku da malo što stigne i konkretno uraditi, pa nas je, naravno, kad mi nismo bili prisutni, kukavički 'cinkao' i prijetio. On, koliko smo čuli, silovito brani svog kućnog prijatelja (što je u redu), ali zar si ovaj ipak nije mogao naći boljeg advokata? Biršićevo gromoglasno, najavljeno pismo – protest, do zaključenja lista, na žalost, nismo primili. O mutivodi Biršiću i nekim prikrivenim 'biršićima' već nekom drugom prigodom. Ovog puta prodajnu cijelu lista morali smo podići. Razloge vam ne trebamo navoditi. Očekujemo

vašu daljnju suradnju. Naklada 'Magnumu' sve više raste.“⁹ Brojke koje bi potvrđivale tu navodno rastuću nakladu nikad, dakako, nisu obznanjene. Na posredan bi se način moglo zaključiti da je riječ isprva bila o nekoliko tisuća tiskanih primjeraka, s nepoznatom remitendom.

U istom broju na četvrtoj stranici objavljen je tekst o koprivničkom ugljenokopu koji je 1989. godine prestao s radom i nalazio se u ruševnom stanju: „Balada o razvaljenom ugljenokopu i cesti koja vodi nikuda – A krivca niotkud – propali valjda u jamu“.¹⁰ Na sedmoj je, pak, stranici objavljen intervju s doajenom naivne umjetnosti Josipom Generalićem koji, kako su naveli, „proživljava crnu životnu fazu“¹¹, a s puno je ironije i žuči, ne zazirući i od vulgarnosti, govorio o trendovima o naivnoj umjetnosti i o upitnim umjetničkim dosezima svojih kolega naivaca: „Naivni i danas misle da im bu sutra bolje. Poslije rata. I to im daje snage da ustraju u glupostima. Trend naive je, naravno, u uzlazu, naročito u nebo. Mraz, Gaži, Škurjani, moj stric Mato, mladi Večenaj i još neki, ja sam tu negdje između. Kao veza. Neki su još živi i zdravi, ali su ih kritičari već odavno poslali u nebeske visine pa vjeruju da su već odavno tamo. A za to imaju i pun ceker potvrda iz jednoulja. Ali kako znadu svoj posao i ceker im se ispunio bez obzira na broj ulja. (...) U *Magnumu* ste napisali neistinu da je moj rad prodan na aukciji na podravskom Martinju za 3000 dinara, a moj rad i nije bio na aukciji. Ta veselja prepuštam drugima. O aukcijama i bolesnicima imam svoje mišljenje i dobrovoljno se nedam na aukcije. To je kao da sam skinem gaće i sprčim se komu dobrovoljno. Stotinu puta sam bio human, a vratilo mi se kao bačeni bumerang.“¹²

U četvrtom broju lista, koji nema otisnut datum izlaženja, ali se može pretpostaviti je da izašao u ožujku 1991. godine, došlo je do nagle promjene glavnog i odgovornog urednika te na tu poziciju došla potpuno neiskusna studentica Vesna Ščetinec. Isto tako, uslijedilo je i ponovno poskupljenje lista na 25 dinara. Već i podatak da na naslovnici nema datuma izlaska dovoljno je govorio i o naglom srozavanju temeljnih izdavačkih i novinarskih pravila.

Jedna od glavnih karakteristika tabloidnih novina jest i objavljivanje ekskluzivnog sadržaja pa su tako u istom broju *Koprivničkog magnuma* na četvrtoj stranici tiskali „zahtjev Družbe kćeri božje ljubavi – Koprivnica kojim traže vraćanje nezakonito oduzete imovine od Skupštine općine

⁹ Isto, br. 3, god. II., 20. veljače 1991., str. 28.

¹⁰ Isto, str. 4.

¹¹ Isto, str. 7.

¹² Isto, str. 7.

Koprivnica“.¹³ Taj je broj pokazao da list više ne namjerava ulaziti u ozbiljnija politička razračunavanja.

Peti broj, koji je najvjerojatnije izašao u travnju 1991. godine, nije arhiviran. U šestom broju ponovo nije naveden datum izlaženja pa pretpostavljamo da je to bilo u svibnju 1991. godine. Isto tako, došlo je i do još jedne promjene na poziciji glavnog i odgovornog urednika. Tu je ulogu preuzela Ivana Lukčin-Dubravec. List je, sukladno inflatornoj spirali, još jednom povećao prodajnu cijenu, i to na 29 dinara. Na drugoj je stranici bio objavljen poziv budućim suradnicima: „Uredništvo *Koprivničkog magnuma* poziva sve entuzijaste koji se bave novinarstvom da nam se jave za suradnju u prostorije redakcije!“¹⁴ Stalna promjena uredništva, a i nedostatak iskusnih novinara, doveli su do spomenutog zaokreta u tematskoj strukturi lista. Posljednja dva broja uglavnom su bila zabavnog karaktera, s puno manje političkih sadržaja, iako je i nadalje bilo tekstova za koje je bilo upitno jesu li uopće trebali biti objavljeni. Šesti je broj izašao u vrijeme obilježavanja Dana državnosti pa su i neki tekstovi posvećeni proslavi tog državnog blagdana. Upravo je zbog tog čestitki bio povećan oglasni prostor.

Naglašeni su bili i vjerski sadržaji. Na petoj stranici objavljen je, primjerice, intervju s Marijanom Piskačom, kapelanom župne crkve u Koprivnici, a na devetoj je objavljen tekst „Gvardian Oktavijan Nekić o 700 godina koprivničkog (franjevačkog – op. a.) samostana i krađama umjetničkog blaga“.¹⁵ No, uredništvo to nije priječilo da na 12. stranici tiskaju erotsku priču „Ljetne opasnosti“. Ukupno gledano, bilo je to poprilično neujednačeno i pomalo konfuzno izdanje u kojem objavljeni tekstovi nisu imali neku smislenu poveznicu. Zajednički je bio jedino senzacionalizam i zadržavanje tabloidnog pristupa novinarstvu.

Analizirajući sve brojeve *Koprivničkog magnuma*, nesporno je da su se teme kojima se list bavio odnosile na aktualna politička događanja toga burnog tranzicijskog razdoblja na području Koprivnice, ali i cijele Hrvatske. Stil i način uređivanja lista bio je upadljivo sličan *Slobodnom tjedniku*. Osnovna razlika je u tome što je koprivnički list pretendirao samo na prostor jednog manjeg grada s okolicom, gdje je gotovo svi znaju i susreću, pa su samim time i šanse za njegov opstanak bile puno manje, a vrlo je sužena bila i mogućnost financiranja takvog lista.

O turbulentnim zbivanjima u i oko lista govore i promjene glavnog urednika. Prva je tri potpisao Mladen Pavković, koji je i najviše zaslužan za tabloidni koncept lista, dok je kod

¹³ Isto, br. 4, god. II, ožujak 1991., str. 4.

¹⁴ Isto, br. 6, god. II., svibanj 1991., str. 2.

¹⁵ Isto, str. 5.

nasljednica, Vesne Ščetinec i Ivane Lukčin-Dubravec, vidljivo ublažavanje žestokog tabloidnog koncepta, ali i određena konfuznost u oblikovanju novog koncepta, koji bi se slikovitije mogao nazvati „polutabloidnim“. Dok su prva tri broja bila mahom okrenuta političkim „diverzijama“ i kadrovskim obračunima, u preostalima je bitno ublažen politički diskurs, s naglaskom na tipične informativne i zabavne sadržaje, gdje je senzacionalistička oprema ponešto odudara od samog sadržaja pojedinih tema.

Tekstovi su, inače, bili većinom pisani poželjnim novinarsko-publicističkim stilom, iako je kod pojedinih autora uočljiva nespretnost i nezrelost u oblikovanju tekstova, kao i nepoznavanje novinarskih žanrova. Potrebno je upozoriti i na naglašeno korištenje sarkazama. Žanrovski su prevladavali kraći tekstovi, intervjui i komentari, koji su ciljali na neki događaj ili crticu iz života lokalnoj javnosti zanimljivih osoba. Intervjui nisu bili pisani s uobičajenim ciljem problemske rasprave o određenoj temi ili elementima nečije biografije, već su se uporno tražili bilo kakvi senzacionalistički ili polemički detalji. Zanimljivo je da gotovo nitko tko se tada bavio nekim vidom javne djelatnosti nije ostao nespomenut. U nekim je opaskama bila naglašena i želja pojedinih autora da pod svaku cijenu omalovaži ili „razotkrije“ njemu nesimpatičnu osobu, pogotovo ako je bila politički ili svjetonazorski neistomišljenik.



Slika 6.3. „Tko je što?“

Činjenica je da je *Koprivnički magnum* svojim tabloidnim načinom ipak pomaknuo dotad prilično krute granice novinarstva na koprivničkom području, posebno naglašene kod lokalnog tjednika *Glas Podravine*, desetljećima jedine komercijalne tiskovine. Taj se list do 1990. zbog svog izdavača, Socijalističkog saveza kao proizvedene ruke Partije, nije mogao ozbiljnije odmaknuti od političke kontrole. Sukladno novim turbulentnim vremena, kada se u Hrvatskoj pojavljuju novi medijski trendovi, *Koprivnički magnum* je do čitatelja pokušavao doprijeti koristeći se često grubim, oporim i optužujućim stilom pisanja.

U razgovoru s Davorom Kapustom, tadašnjim izdavačem *Koprivničkog magnuma*, saznajem kako su u to izazovno vrijeme oni kao mladi novinari pratili što se događa u stranim medijima, naročito u tabloidima sklonom britanskom tisku. Po uzoru na njih pokušali su, rekao je, stvoriti nešto slično i u lokalnim medijskim okvirima. Iako su sličnosti lako uočljive, zagrebački *Slobodni*

tjednik nije naveo kao tabloid u koji su se koncepcijski ugledali. Naglasio je da se on kao izdavač nije miješao u uređivačku politiku lista, prebacivši tako svu odgovornost na glavnog urednika.¹⁶

Zacijelo je nesporno da se banalizacijom sadržaja, trivijalnim senzacionalizmom i naglašavanjem podrške posredstvom oglasnog prostora željelo se kreirati javno mnijenje koje je bilo potpuno drugačije od onog u komunističkom razdoblju. Radikalizam, prožet nedostatkom argumentacije, ali i naglašenom netrpeljivošću prema znatnom broju javnih osoba, doveo je, međutim, do toga da se čitalačka publika, kao i oglašivači, ubrzo odmakli od takvog uređivačkog koncepta. Pokušaj pretvaranja dominantno političkog tabloida u zabavno tabloidno glasilo nije rezultirao uspjehom. Dojam je da su čitatelji taj zaokret smatrali određenom slabošću i odstupanjem od proklamiranog koncepta. Isto tako, zbog vrlo ograničenih novinarskih resursa kvalitativnih uzleta na takvoj „mekšoj“ tabloidnoj liniji nije ni moglo biti. Ne začuđuje, stoga, da list nije dugo izlazio.

¹⁶ Razgovor s Davorom Kapustom, obavljen 13. lipnja 2021., Koprivnica

6.1. Oglašavanje

Kako je riječ o prvim u potpunosti komercijalnim novinama na koprivničkom području nakon hrvatskog osamostaljenja, za njegovo je izlaženje trebalo osigurati stabilnu financijsku konstrukciju. Osim same prodaje, a prodajna cijena lista u tom se inflatornom razdoblju mijenjala iz broja u broj, list se financirao i putem oglasnog prostora. Pokazuje to i kvantitativna analiza reklama i oglasa u objavljenim brojevima:

Broj	Stranice ukupno	Stranice – oglasi	Broj oglasa	Cijena – dinara
1.	16	3	19	18
2.	26	8	42	18
3.	28	10	42	24
4.	20	8	39	25
5.	Broj nije u arhivi	-	-	-
6.	20	9	56	29

Slika 6.1.1. Pregled prodanog oglasnog prostora Koprivničkog magnuma¹⁷

Broj stranica i oglasa bio je promjenjiv, a i kratkoća njegova izlaženja upućuje da nije bilo lako držati korak sa zahtjevima tržišta i osiguravati stalne marketinške partnere. List je krenuo sa samo tri oglasne stranice, da bi se to vremenom povećalo na desetak. Najviše oglasa i čestitki, ali s dominacijom onih manjeg formata, bilo je u posljednjem šestom broju zbog obilježavanja Dana državnosti. Unatoč kroničnim nedostatku sredstava, zbog čega je list i prestao izlaziti, izdavač je time potvrdio da je ozbiljnijim angažmanom i u gradskim okvirima moguće prikupiti puno više marketinških sadržaja nego što je to činio njegov „ozbiljniji“ konkurent *Glas Podravine*, kojemu je dio financijskih sredstava osiguravan posredstvom općinskog proračuna.

¹⁷ Pregled prodajnog oglasnog prostora *Koprivničkog magnuma* (izrada autorice)

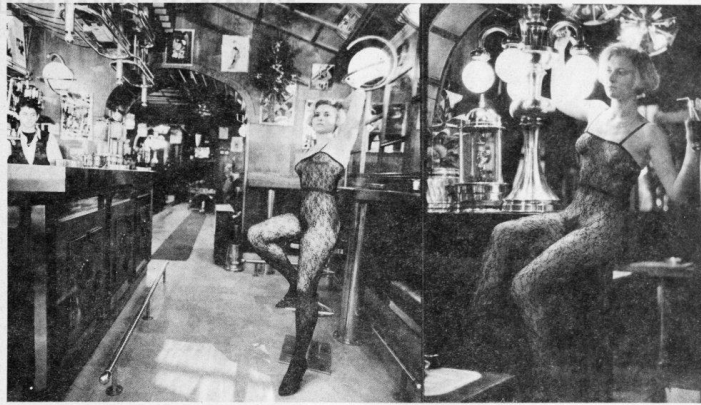


foto MAGNUM, triko butik BOA

Koprivnički MAGNUM

BISTRO

»STEP'E«

VI. Dehar Ristemi
Nemčićeva 2, tel. 824-755

I TIJEKOM OVE GODINE – BOGATA I RAZNOVRNA PONUDA

»STEP'E« VAS NIKADA NEĆE RAZOČARATI!

- UZ KVALITETNU I BRZU USLUGU NUDIMO VAM RAZNOVRAN IZBOR ALKOHOLNIH I BEZALKOHOLNIH PICA
- OBITELJSKA UGOSTITELJSKA TRADICIJA DUGA 70 GODINA!
U našem ste lokalu uvijek dobrodošli!
- SAMO »STEP'E« RADI ZA VAS OD 7 do 23 sata

»ELMA«

VI. Anica Šoštarčić (tel. 043-823-360)

Trgovačka radnja za prodaju: elektromaterijala, vodomatijala, bijele tehnike, sanitarnje, kanalizacionog materijala.

Obavljamo nabavu po željama kupaca, a sav kupljeni materijal možemo i ugraditi.
Naša je adresa: Peteranska cesta 94

Na čašicu razgovora najbolje je doći u

Export-import

Commerc
Poduzeće za trgovinu i marketing
Direktor: **Ranka Jovičić**
Bakovčice — Koprivnica
☎ (043) 824 127

MAXI

Koprivnica, Trg mladosti 3
☎ (043) 824 583

Vlasnik: **Željka Subić**

Izrađujemo za Vas ženske i muške odjevne predmete
Posjetite nas i uvjerite se u kvalitetu

MB »COMMERC«

trgovačko poduzeće na veliko i malo
D. Basarićeka 5, Koprivnica

Vijci, alati, ležajevi, okovi, bijela tehnika, televizori i ostali tehnički pribor
Građevinski materijal
Moguća otpлата u 3 rate

RENATO GLAVAK

MUSTA express

Popravak cipela, izrada ključeva
Kiosk na Grdskoj tržnici (tel. 825-223)
Otvoreno od 8-12 i 14-17 sati.

»GOLF«

Čekaju vas vlasnik Ivica Udovičić i osoblje!
Koprivnica, Trg E. Kardelja 23, tel. 821-528

»PUTNIK«

ZADRUGA
43300 Koprivnica, Tarašćice 19
Tel. — direktor: 043 / 822 306,
stručna služba: 822 462 i 821 651



Organiziramo izlete i ekskurzije udobnim autobusima
Kvalitetne usluge, pristupačne cijene

Obavljamo prijevoz kamionom
Slobodno nas nazovite, naći ćemo zajedničku računicu!

S PUTNIKOM je najbolje!

tena

Trgovina za prodaju tekstila, obuće, dječjih igračaka, kozmetike i parfumerije

Koprivnica,
P. Miškine 20, tel. 822-545
(Otvorena od 8 – 19 sati)

»TENA II«

Đelekovec, P. Miškine 63
Otvorena od 8 – 15 sati
IZVANREDAN IZBOR, UMIJERENE CIJENE, KVALITETNA USLUGA! DOBRO DOŠLI!



Pivnica KRALUŠ

☎ (043) 821 851

»Galeon«



Koprivnica, Basarićekova 18
Tel. (043) 825-674

- VELIKI IZBOR KERAMIČKIH PLOČICA IZ UVOZA
- KUPAONSKO GARNITURE OD MRAMORA
- GRAĐEVNA STOLARIJA

I SAV OSTALI MATERIJAL POTREBAN ZA GRADNJU I OPREMANJE VAŠE KUĆE
OBRATITE NAM SE S POVJERENJEM!

19

Slika 6.1.2. Tipična stranica oglasnog prostora Koprivničkog magnuma

7. *Super Magnum*

Super magnum počinje izlaziti mjesec dana nakon prestanka izlaženja *Koprivničkog magnuma*. U impresumu prvog broja uredništvo je tu tiskovinu jasno odredilo kao „najbolji zabavni magazin“. Kao osnivač i izdavač ponovno je naveden Centar mladih – Omladinska zadruga Koprivnica, a odgovorna je osoba opet bio Davor Kapusta. Za glavnog i odgovornog urednika bila je imenovana Ivana Lukčin-Dubrovec, fotoreporter je bio Miroslav Svoren, o grafičko-tehničkoj opremi brinuo se Josip Maljak, komercijalist je bio Nediljko Baričić, a u impresumu je i tajnica prošlog uredništva – Bernarda Gadanec. Nije nedostajao ni odvjetnik lista, Marko Mioč. Isto kao i kod *Koprivničkog magnuma*, nisu se navodili novinari koji su pisali tekstove, zacijelo zato što ih u profesionalnom statusu i nije bilo, već je nastavljeno s honorarnom suradničkom praksom iz prvog tabloida.

„Društvene promjene i procesi započeti krajem 80-ih odrazit će se i na nakladništvo te pokrenuti novi tip serijskih publikacija – tabloida – koji su obilježili rane 90-e. Prvi koprivnički tabloid, *Koprivnički magnum*, izlazi 1990. godine, a nasljeđuje ga *Super magnum*. Izlaženje im je bilo kratkotrajno“ (Anić 2012: 167).

List je izlazio od kolovoza 1991. do prosinca 1992. godine. U arhivi Muzeja grada Koprivnice nalazi se samo pet sačuvanih brojeva i to prvi, drugi, treći, četvrti i četrnaesti broj. Prema riječima Davora Kapuste, *Super magnum* je imao 15 brojeva. U takvim zahtjevnim okolnostima i zbog nestašice papira, kako je to Kapusta naglašavao, bilo je vrlo teško raditi novine, a i tiskare su otežano funkcionirale pa su nužni bili i nagli prelasci u druge tiskare. Ukratko, prilagođavali su se situaciji koja je bila sve samo ne jednostavna.¹⁸

Ti su tehnički problemi bili vidljivi i po različitim formatima lista. Prvi broj bio tiskan u formatu 42 cm x 30 cm, drugi broj u formatu 34,5 cm x 24 cm, a četrnaesti broj u formatu 34 cm x 23 cm. Isto tako, vidljiva je i različita kvaliteta papira na kojima su listovi tiskani, a i boje su ovisile o raspoloživim resursima pojedinih tiskara.

¹⁸ Razgovor s Davorom Kapustom, obavljen 13. lipnja 2021., Koprivnica



Slika 7.1. Impresum prvog broja Super magnuma

Prvi broj izašao je u kolovozu 1991. godine po cijeni od 30 dinara. U svom obraćanju potencijalnim čitateljima, prepunom gramatičkih i tehničkih nedosljednosti, uredništvo nije željelo da bude ikakvih dilema o njegovu konceptu i sadržaju: „Štovani čitatelji! Od ovog broja pred Vama stoji novi zabavni magazin – *SUPER Magnum*. Zašto novi? Povlađujući Vašim željama odlučili smo promijeniti koncepciju novina, umjesto tabloida *KOPRIVNIČKI MAGNUM*, od sada čitajte *SUPER Magnum*, zabavni magazin s obiljem aktualnog štiva s područja buduće *PODRAVSKE ŽUPANIJE*. *SUPER Magnum* možete u buduće nabaviti u Virovitici, Križevcu, Đurđevcu, Ludbregu i naravno Koprivnici. Upamtite: MI NE PIŠEMO O POLITICI – MI PIŠEMO O VAMA, DOBRIM STARIM PODRAVCIMA!”¹⁹

Iz uredničkog obraćanja čitateljima razvidno je zašto je došlo i do promjene u uredništvu *Koprivničkog magnuma*. Upravo naglašenim velikim štampanim slovima uredništvo *Super magnuma* distanciralo se od političkih tema, kojima je obilovao prvi koprivnički tabloid, te je svoj fokus prebacilo na informativne i zabavne teme. Taj zaokret bio je vidljiv i u posljednja tri broja *Koprivničkog magnuma*, kada na mjesto glavnog i odgovornog urednika došle Vesna Ščetinec i nakon nje Ivana Lukčin-Dubravec.

Zanimljivo je da se u uvodniku naglašavalo u to vrijeme još uvijek neriješeno pitanje statusa Koprivnice kao županije, što će biti realizirano tek godinu dana kasnije, te se čitateljima odmah dalo do znanja u kojim će gradovima moći kupiti novi list. Kako se radilo o komercijalnoj tiskovini, taj dio upućenog poziva čitateljima bio je vrlo bitan, jer je njihovim izlaženjem počela borba dva konkurentna lista za iste potencijalne čitatelje i oglašivače.

¹⁹ *Super magnum*, br. 1, god. I., kolovoz 1991., str. 20.



Slika 7.2. Naslovnica i posljednja stranica prvog broja Super magnuma

Naslovnica prvog broja *Super magnuma* potvrdila je riječi uredništva te je vidljiv tematski zaokret s politike na svakodnevne informativne i zabavne teme. Središnju je poziciju na naslovnici zauzimala djevojka iz cirkusa Orion, koji je u to vrijeme stigao u Koprivnicu pa su građani u tim sumornim vremenima mogli uživati u cirkuskom spektaklu. Na desetoj i jedanaestoj stranici objavljena je i reportaža o tom poznatom cirkusu, kako bi čitatelji mogli saznati kakav je zapravo život jedne takve putujuće grupe. Cijelu petu stranicu posvetili su tada vrlo popularnom HSS-ovu saborskom zastupniku i poljoprivredniku Josipu Pankretiću. Iz intervjua su se saznavale crtice iz svakodnevnog života zastupnika, koji je s govornice uvijek slikovito opisivao probleme „malih“ ljudi. Simpatije prema tom seljačkom tribunu nisu skrivali ni opremonom: „Zna i usudi se kazati sve, bez dlake na jeziku.“²⁰

²⁰ Isto, br. 1, god. I., kolovoz 1991., str. 5.

Drugi broj *Super magnuma* izašao je u rujnu 1991. godine po već uobičajenoj korigiranoj cijeni, ovaj put od 35 dinara. Za razliku od prvog broja, drugi je bio manjeg formata (34,5 cm x 24 cm), a u impresumu se navodilo da je za obradu i tisak i bio zadužen mali privatni tiskar „Mažar“ iz Koprivnica, dok je prvi broj bio tiskan u tiskari „Grata“ u Bjelovaru. Kao i u prvom broju, bile su obrađivane teme koje nisu uznemiravale građane. Takav je slučaj i u svim ostalim brojevima selektivno pohranjenim u arhivi Muzeja grada Koprivnice, što i samo po sebi dovoljno govori o razini ozbiljnosti toga projekta.

S obzirom na to da se radilo o komercijalnom listu, financijska se konstrukcija morala zatvarati prodajom na kioscima i oglasnim prostorom. Prodajna je cijena lista, kako je navedeno, stalno rasla, tako da se 14. broj prodavao po 70 hrvatskih dinara, jer je od prosinca 1991. godine to sredstvo plaćanja zamijenilo dotadašnji jugoslavenski dinar. Bitno je pripomenuti kako se broj stranica tijekom izlaženja nije mijenjao te se list tiskao uvijek na 20 stranica. Za oglašavanje i reklamiranje osigurano je dosta prostora, ali zbog nemogućnosti uvida u sve brojeve nije bilo moguće napraviti kvantitativnu analizu oglasa i reklama.

Do promjene glavnog i odgovornog urednika došlo je već kod drugog broja. Davor Kapusta objedinio je dužnost nakladnika i glavnog urednika, a takvo se rješenje zadržalo do posljednjeg broja. Prema njegovim riječima, redakcija zbog svog koncepta nikada nije osjetila nikakve političke pritiske, niti pokušaje cenzuriranja sadržaja. Što se, pak, tiče oglašivača, tvrdi da je njihova zainteresiranost za oglašavanjem bila prilično velika, iako su u to vrijeme izlazile i druge lokalne tiskovine.²¹

S obzirom na relativno kratko izlaženje lista možemo zaključiti da je takve izdavačke ocjene ipak treba primiti s rezervom jer iza njih ne stoje nikakvih financijski pokazatelji vezani uz nakladu i marketinške aktivnosti. Činjenica je da su zahtjevno ratno razdoblje i teška gospodarska situacija presudno utjecali na prekid izlaženja *Super magnuma*. Uostalom, staro je medijsko pravilo da financijski stabilni projekti, a pogotovo oni profitabilni, ne prestaju s izlaženjem.

²¹ Razgovor s Davorom Kapustom, obavljen 13. 6. 2021., Koprivnica

SuPeR MAGNUM

BROJ 2 RUJAN GODINA 1 CIJENA 35 DIN

MILENKO MANOJLOVIĆ: SUŽIVOT JE NAŠA SUDBINA

EKSKLUZIVNO

KOPRIVNIČKE MAJKE U BEDEMU LJUBAVI

INTERVJU:
DOK POSTOJE RADNICI POSTOJAT ĆE I SINDIKAT

KRIŽEVCI:
GRKOKATOLICI POTOMCI SV. ĆIRILA I METODA

EROTSKA PRICA HOROSKOP KRIZALJKI

AUTODIJELOVI
Poduzeće za unutrašnju i vanjsku trgovinu d. o. o. Marofska 10, Koprivnica
Tel. 043 / 827 743

OPSKRBA REZERVIM DIELOVIMA I AUTOLI-MARIJOM

FOTO GOLOR STUDIO
Koprivnica
Tel. 043 / 82 40 58

Poduzeće za unutrašnju i vanjsku trgovinu s uslužnim djelatnostima d. o. o.

Maloprodaja: TV, video i audio opreme, električnog materijala, antena i antenskih uređaja

Sigobanka
Sigaret, I. Berute 122
Tel. 043 / 831 344

vi. Ivan Pošta

SLOGA

SUPER MAGNUM

TREBA ZNATI POSLOVATI

Po jednom strom koprivničkim policajci malo negledano na koga na stranicama 27-28 ovog (19) Super Magnuma je bio prikazan. Iznenađujuće, to je policajac koji je bio prikazan na stranicama 27-28 ovog (19) Super Magnuma. To je policajac koji je bio prikazan na stranicama 27-28 ovog (19) Super Magnuma.

NOVO
— veliki izbor udžbenika
— izdavač: SLOGA

IZLETNO POVIŠANJE!
Kopirajte naša najgori izbor video kasete s odličnim distribucijskim mrežama za najbolje cijene izdavača.

Naš fotoreporter Miroslav Svoren bio je prvi i jedini profesionalac svoga posla koji je uspio "za sva vremena" otkrivajući akciju zauzimanja bivšeg "Doma JNA" od strane koprivničkih policajaca.

nijansa
Poduzeće za izvođenje instalacijskih i završnih radova u građevinarstvu, trgovina, export-import s d. o. o.
43000 Koprivnica, Ledinska 20
tel. 043 / 827 222 fax 043 / 827 839

Dobro došli u **SVIJET BOJA I LAKOVA**

Koprivnica Marofska 10
Specijalizirana trgovina za prodaju boja i lakova
tel. 043 / 822 954

Radno vrijeme svaki dan od 7 do 19h, subotom od 7 do 13 sati.

Bogata ponuda **AUTOLAKOVA**
Vaša šansa — **NIJANSA**

AUTO-DOMBOVIĆ
Uskoro - Uskoro - Uskoro - Uskoro
ROJA
U samom centru grada — Nemčićeva 4 (pored Caffe "ARTA") Koprivnica
Uskoro - Uskoro - Uskoro - Uskoro

USKORO SPEKTAR

SuPeR MAGNUM

Najbolji zabavni magazin

Uredništvo: Trg mladosti 1a
43000 Koprivnica
tel. (043) 821-835, 823-345
fax 827-839

Osniivač i izdavač:
CENTAR MLADINI-OMLADINSKI
ZAVOD KOPRIVNICA

Glavni i odgovorni urednik:
DRVOB KRIPISTA

Grafičko-tehnička oprama:
JOŠIP MILIJKIĆ
Dizajnerska lista
mr. MARIKO MILOŠIĆ

Fotoreporteri:
TAMARA ŽELIMROSKI
MIROSLAV SVOREN

Komercijalista:
DIZELIČKO BRIBIĆ

Tiskovni uređivač:
BENEDIKTO BRIBIĆ

Za izdavača: JARNA TETEC
Ministertvo ministarstva za internu i vanjsku Republiku
Hrvatske glava sva osvojeni
pored od 3 N

Tisk i obrada: MARIJA Koprivnica

Slika 7.3. Naslovnica i posljednja stranica drugog broja Super magnuma

8. *Novi magnum*

Novi magnum izašao je u svega pet brojeva, i to od ožujka do srpnja 1991. godine, djelomično se poklopio s i izlaženjem konkurentskog *Koprivničkog magnuma*. Bilo je to u razdoblju koje je obilježio početak okupacije hrvatskog teritorija. Političke i sigurnosne prilike bile su krajnje zaoštrene, a istodobno je zbog propasti „konvertibilnog jugodinara“ i visoke inflacije naglo padala i kupovna moć stanovništva.

Glavni je urednik *Novog magnuma* bio Mladen Pavković, što je bila naznaka da se list poziva na kratkotrajnu tradiciju svog prethodnika *Koprivničkog magnuma*. Ivo Čičin-Mašansker bio je, pak, glavni urednik satiričkog priloga *Koprive*, ujedno i redaktor lista. Najzanimljivija je činjenica da se kao osnivač i nakladnik ovaj put pojavilo Javno poduzeće *Glas Podravine*, nakladnik istoimenog lokalnog glasila, čiji je direktor i odgovorna osoba bio Zvonimir Kušenić. U lokalnom su tjedniku očito procjenjivali da je puno bolje da projekti iste medijske kuće okupe „ozbiljnu“ čitalačku publiku i onu koja je željna senzacionalizma, nego da dva konceptualno oprečna lista budu izravni tržišni konkurenti.

U impresumu je još stajalo da je urednik fotografije i grafičko-tehničke opreme opet Vladimir Kostjuk, tako da je list, kao i prethodni tabloid, grafički pomalo sličio na afirmirano tvorničko glasilo *Podravka*, kojemu je također dao snažni pečat. S prethodnim su tabloidom dijelili i dvojicu odvjetnika, Mladena Hrženjaka i Stanoja Marinovića. Navedena su i imena dvojice novih fotoreportera, Dražena Pokeca i Mirka Lukavskog, dok se o komercijali brinula tvrtka Zvami, vlasnika Zdravka Ivačića. Kasnije je komercijalne poslove preuzeo Ivan Bratković. Zanimljivo je bilo da ni tu nisu bila navođena imena novinara, što je, kao i u prethodna dva *Magnuma*, govorilo da ih nije ni bilo i da se list oslanjao isključivo na vanjske suradnike. Podrazumijevalo se da navedeni urednici budu i autori ključnih tekstova.

Već i iz tih elemenata nije teško zaključiti da je *Novi magnum* bio vođen na isti način kao i *Koprivnički magnum*, dok je uzimanje varijacije istog imena trebalo sugerirati da će list nastaviti tamo gdje je prekinut izvorni koncept prethodnika. Senzacionalizam i tabloidni način prikaza tema bili su neupitni fokus toga lista. Ponajviše je o tome govorila i njegova prva naslovnica, iako je ona u zanatskom smislu bila zrelije i sadržajno uravnoteženije osmišljena od neukusa i nelagode koji je prvom naslovnicom karakterizirao *Koprivnički magnum*.

Za tadašnje je tiskarske standarde, koje je ponajbolje oslikavala spoznaja da je *Glas Podravine*, dugogodišnji simbol grafičkog sivila, imao dvije boje samo na naslovnici, Pavkovićev list bio i vizualno osvježenje, ne samo zbog korištenja tri boje, uz crnu i dominantno plavu te narančastu, već i zbog modernijeg prijeloma stranica. Poštivano je temeljno tabloidno načelo: glavne teme bile

su u vizualnom smislu bogato ilustrirane, mahom velikim fotografijama i u profesionalnom smislu uspješnim fotomontažama, uz vrlo provokativnu opremu tekstova.



Slika 8.1. Naslovnica prvog broja Novog magnuma

Opet su dominantnu ulogu imale aktualne političke, društvene i socijalne teme, nerijetko prožete bizarnostima i pornografijom. Ukazivali su na brojne gradske probleme i upirali prstom u navodne krivce. Velikim se brojem fotografija, često i s naturalističkim detaljima i neuobičajenim kutovima snimanja, željelo čitateljima naglasiti ozbiljnost nekog problema. Sukladno tabloidnom obrascu, težilo se kraćim tekstovima, koji su u pravilu rađeni, neovisno o složenosti i osjetljivosti pojedine teme, bez ozbiljnijih istraživanja. Možemo to lako uočiti na primjeru teksta koji je objavljen u prvom broju od 20. ožujka 1991. na četvrtoj stranici: „Tko su rušitelji sinagoge? Što

nije uništeno za vrijeme rata, uništeno je poslije rata“.²² Tu nije dana geneza zbivanja oko sinagoge od Drugog svjetskog rata, kad su ustaše likvidirale gotovo cijelu koprivničku židovsku zajednicu, preko dugogodišnjeg korištenja toga objekta u gospodarske svrhe pa do planova da ona nakon preuređenja dobije kulturne sadržaje. Dojam je teksta, sudeći po opremi, bio da glavni problem nije bila uobičajena nebriga za kulturnu baštinu, kao i nedostatak novca za tako zahtjevni projekt, već da netko namjerno sabotira preuređenje sinagoge.



Slika 8.2. „Tko su rušitelji sinagoge?“

U istom se stilu nastavljaju i sa stranicom na kojoj je još u *Koprivničkom magnumu* započeta tema „Tko je što?“.²³ Tu je uz svaku javnu osobu iz Koprivnice stavljena isključivo opaska koja

²² *Novi magnum*, br. 1, god. I., 20. 3. 1991., str. 4.

²³ Isto, str. 9.

bi mogla zatirati maštu šire javnosti, ali i koja je na neki način dovodila u pitanje njen profesionalni ili osobni integritet. Kako se *Novi magnum* samovoljno svrstavao u tabloide, objašnjenju pojma „žuta štampa“ dano je i šire tekstualno objašnjenje nastanka takvog novinarskog koncepta. Naslov je sve govorio: „Nema senzacije? Izmislit ćemo je!“²⁴



Slika 8.3. „Nema senzacije? Izmislit ćemo je!“

Drugi broj od 20. travnja 1991. godine, koji je za jedan dinar bio skuplji od prethodnog broja pa se prodavao za 26 dinara, šokantnom je naslovnicom privlačio pozornost potencijalnih čitalača. Fotografija žene u pornografskom stilu uz provokativan naslov „Spavala sam sa 26 direktora!“²⁵ zauzimao je središnje mjesto naslovnice. Potvrđivalo je to tezu da je svaka naslovnica lista oblikovana po istom modelu, čime se podcrtavao već viđeni uređivački pristup. Seksizam i svođenje žene na seksualni objekt te robu koja je imala za cilj povećati prodaju lista nije ostavljao nimalo dvojbe oko niskih etičkih normi koje su dominirale u redakciji lista.

²⁴ Isto, str.10.

²⁵ Isto, br. 2, god. I., 20. 4. 1991., str. 1.



Slika 8.4. Naslovnica drugog broja Novog magnuma

S obzirom na to da se u to vrijeme budila privatna inicijativa, na trećoj je stranici objavljen intervju s Antunom Horvatom-Tonijem, vlasnikom prvog butika u Koprivnici, čiji je naslov demonstrirao senzacionalistički urednički pristup: „Htjeli su mi zabraniti modne revije – Problemi samo s umišljenima i osrednjima“.²⁶

Kako je napomenuto, glavnina tekstova bavila se aktualnim političkim temama. U trećem broju lista od 17. svibnja 1991. godine, po povećanoj cijeni od 30 dinara, na trećoj je stranici objavljen tekst „Dan kada se rađala hrvatska državnost“²⁷, a bio je posvećen godinu dana ranije održanom predizbornom skupu u Novigradu Podravskom na tamošnjem nogometnom igralištu. Ne treba naglašavati da je to bio jedan od brojnih HDZ-ovih skupova, tako da naslov nije bio vjerodostojan. Na skupu je, prema procjenama organizatora, bilo čak 4000 ljudi, a glavni je gost bio HDZ-ov lider Franjo Tuđman. Kako su pisali, nikada u povijesti Podravine nije zabilježen veći predizborni skup. Ni to, dakako, nije bilo točno. U međuratnom je razdoblju Stjepan Radić u Koprivnici okupio

²⁶ Isto, str. 3.

²⁷ Isto, br. 3, god. I., 17. 5. 1991., str. 3.

puno više simpatizera, kao i predsjednik Tito prilikom svog posjeta gradu u rujnu 1971., a isto je slučaj bio čak i u vrijeme od vlasti organiziranih javnih protesta 1953. tijekom poznate „tršćanske krize“. No, bombastične su tvrdnje bile tipične za senzacionalistički pristup svakoj temi gdje je za postojala ikakva mogućnost. Tome je išla u prilog i spoznaja da čitatelji tabloidnog tiska ne traže analitičnost i većinom ne provjeravaju novinarske navode.

za pamćenje

Dan kada se radala hrvatska državnost



Dr. Franjo Tuđman dobio je na poklon ručnik s narodnim vezom, kojeg nosi oko vrata. U pozadini dr. Ivan Mesić i sasvim lijevo Josip Manolić



Za vrijeme intoniranja Lijepe naše s lijeva: Ivan Mikulić, Ivica Gaži, dr. Franjo Tuđman, Jožo Baković i Josip Manolić

Pred godinu dana, 4. travnja, na igralištu »Drave« u Novigradu Podravskom radala se hrvatska državnost na tlu Podravine. Nikad u ovim krajevima nije zabilježen veći predizborni skup nego tada. Poslije rata sigurno nije.

– Hrvatska demokratska zajednica kazala je da je vrijeme da hrvatski narod izvuče iskustva iz svoje tegobne povijesti, da je vrijeme da ostvarimo one ideale o kojima je propovijedao otac domovine Ante Starčević, da trebamo poštivati svoju povijest, da trebamo graditi svoju politiku na hrvatskom povijesnom državnom pravu. Da gradimo na tradicijama koje nam je ostavio vođa i učitelj hrvatskog naroda Stjepan Radić. On je kazao da za hrvatskog seljaka, hrvatskog radnika, i uopće hrvatskog čovjeka neće biti dobro tako dugo dok ne budemo imali svoju hrvatsku republiku takvu republiku u kojoj će hrvatska puška biti na svom ramenu, a hrvatska lisnica u svome džepu – rekao je tada dr. Franjo Tuđman, predsjednik Hrvatske demokratske zajednice.

Tog dana pred oko 4000 ljudi, tako smo tada procijenili, predstavljani su kandidati za hrvatski Sabor. Govorio je dr. Ivan Mesić, Ivan Mikulić i tada je, kao i ranije, ukazivao da je za Hrvatsku konfederativni model jedini eventualni mogući način povezivanja u kakvoj-takvoj jugoslavenskoj zajednici. Govorio je i predsjednik HDZ-a Đurđevca, također tada kandidat za Sabor, Marijan Ivančan, a za govornicom su se izredali, ili su na tribini bili današnji najistaknutiji ljudi iz vrhovništva Hrvatske: pred dr. Franje Tuđmana to su bili Josip Manolić, Stjepan Sulimaneć, Ivica Gaži i drugi. Iz današnje perspektive ovaj zbor se čini značajnijim nego tada. Tada se sve odvijalo u predizbornom vihoru i bez sadašnjih saznanja sa distan-



Dr. Franjo Tuđman i Stjepan Sulimaneć u predizbornom razgovoru



Ivan Mikulić: Nikakva federacija, samo konfederacija odgovara Hrvatskoj, to su njena povijesna iskustva



Zastava, stavljena jednom da se više ne skida



Dr. Franjo Tuđman stiže s pratnjom na igralište »Drave« u Novigradu Podravskom

ce. Stoga ova foto-reportaža neka bude poklon »Magnuma« uz Dan državnosti. I.Č. Fotografije: M. PAVKOVIĆ

Slika 8.5. „Dan kada se radala hrvatska državnost“

Na četvrtoj stranici istog broja objavljen je, kao izuzetak od pravila, pozitivno usmjeren tekst o novootvorenom Domu umirovljenika u Koprivnici: „Magnum podržava – Dobro nam došao dom umirovljenika“, jer je „u ovim teškim ekonomskim vremenima Koprivnica... dobila hvale vrijednu ustanovu“, usporedivu s „pravim hotelom“, koju su „građani ovog grada... godinama čekali“.²⁸ Nije, međutim, propuštena mogućnost da ipak kritiziraju odgovorne osobe. Direktorica općinske

²⁸ Isto, br. 3, god. I., 17. 5. 1991., str. 4.

socijalne službe Anica Ranilović bila je, kako su napomenuli, „veoma ljuta na pojedine novinare, pogotovo iz *Glasa Podravine*, koji postavljaju pitanja – da li nam nešto ovakvoga uopće treba?“.²⁹ Naime, razlog je propitivanja investicije ležao u činjenici da kapaciteti doma u tom trenutku ni izdaleka nije bio popunjen, „poglavito zahvaljujući niskim primanjima umirovljenika i svim ovim divljanjima cijena“.³⁰

Nimalo ne iznenađuje da je u *Novom magnumu* bio objavljen i intervju sa spomenutim doajenom hrvatskog tabloidnog tiska Marinkom Božićem, osnivačem i glavnim urednikom *Slobodnog tjednika*. Tu smo saznavali kakvo je to novinarstvo, a i njegovo hrvatsko medijsko okružje, te kako je tekla Božićeva karijera. O sadržaju intervjua dovoljno je govorio ogromni naslov: „Da, spavam mirno – s pištoljem pod jastukom“.³¹

²⁹ Isto, br. 3, god. I., 17. 5. 1991., str. 4.

³⁰ Isto.

³¹ Isto, str. 19.

na pridjev 'podravska pjesnikinja'. Znam da morate nečim ispuniti prostor, no taj tip novinarstva i takva razina humora meni su, oprostite, prazni, dosadni, bezvrijedni.“³²

Odmah ispod njezinog reagiranja, umjesto u idućem broju, kako bi se što efikasnije poništio efekt izrečenih kritika, objavljen je odgovor prozvanog urednika. Sadržajno je bio karakterističan za često vrlo brutalni, vulgarni i seksistički narativ tabloidnog tiska, kojemu je na hrvatskim prostorima mjera svih stvari bio Božićev *Slobodni tjednik*: „Iznenadilo nas je Vaše pismeno pismo. Mi Vas i dalje izuzetno cijenimo kao pjesnikinju, ali ne i osobu koja zna pljunuti na druge (oh, kako to ženske odvratno rade!), a nije u stanju podnijeti ništa osim hvalospjeva. Sasvim je očito da Vi nemate drugoga posla i više ne znate kako da dođete u 'prvi plan', pa se, eto, i na ovakav način želite nametnuti u našem 'problematičnom i pubertetskom tabloidu'. To što činite, činite jadno i kurvinski.“³³

U istom broju objavljen je i intervju s kontroverznim menadžerom velikokladuškog bankrotiranog „Agrokomerca“ i političarem Fikretom Abdićem, tada članom predsjedništva Republike Bosne i Hercegovine. U intervju su nekritički preuzete sve Abdićeve tvrdnje, čak i one krajnje iracionalne: „Bio sam vizionar i sposoban financijer, dakle „kriminalac“... Neki su se pobojali da će se do kraja posvetiti politici i ostaviti Kladašane na cjedilu. Međutim, babo ostaje babo! Naprosto luđačkom upornošću spašava „Agrokomerc“, kojeg su nekada vrlo uvaženi i cijenjeni komunisti nastojali pod svaku cijelu ne birajući sredstva – sahraniti. Tim 'crvenokošuljašima' ni tisuće radnika bez kruha nije značilo gotovo ništa. Tvrđili su da je Abdić kriv i da ga treba streljati!“³⁴

Peti i posljednji broj *Novog magnuma* izašao je 29. srpnja 1991. godine i bio numeriran kao dvobroj, na sedmoj je stranici objavio intervju sa Željkom Krušeljom, koprivničkim novinarom koji je radio u zagrebačkom *Danasu*. Povod razgovoru bilo je objavljivanje njegove biografije hrvatskog predsjednika dr. Franje Tuđmana. Oprema je ovaj put bilo nešto suzdržanija, jer je glavni urednik kao autor bio svjestan da se s onima kojima je na raspolaganju medijski prostor, pogotovo u središnjim tiskovinama, ne može obračunavati na način tipičan za lokalne dužnosnike i intelektualce. Potvrđuje to neutralni i neatraktivni naslov, jedan od rijetkih u tom listu u kojima nije sadržan autorski stav: „Zašto sam pisao Tuđmanovu biografiju?“³⁵ U podnaslovu je korektno

³² Isto, br. 4, god. I., 24. 6. 1991., str. 14.

³³ Isto.

³⁴ Isto, str. 6-7.

³⁵ Isto, br. 5-6, god. I., 29. 7. 1991., str. 7.

prenesena i argumentacija sugovornika: „Tri su razloga zašto sam pisao Tuđmanovu biografiju. Prvi je od njih tipično profesionalne prirode, bio je izazov s kojim se u karijeri ne susrećete prečesto, uz to i solidno honoriran.“³⁶



Slika 8.7. „Zašto sam pisao Tuđmanovu biografiju?“

Kao i prethodni brojevi tabloida, i u ovom dvobroju se uredništvo dotaklo politike i gospodarske problematike vezane uz krizom pogodne velike koprivničke tvrtke, posebno Tvornicu obuće „Sloga“ i drvenu industriju „Bilokalnik“.

³⁶ Isto, br. 5-6, god. I., 29. 7. 1991., str. 7.

Novi magnum, kao i prethodni *Koprivnički magnum*, obilovao je fotografijama i tekstovima erotskog sadržaja, koji su, kako je već napomenuto, prikazivali ženu kao seksualni objekt. Takva je vizualizacija ženskog spola bila krajnje diskriminatorna, nerijetko prelazeći i u sferu pornografije. Znanstveni je sud o takvoj neprihvatljivoj medijskoj praksi, pogotovo tabloidnoj, nesporan: „Kako se seksizam kao predrasuda ili diskriminacija na temelju spola i roda najčešće odnosi na negativnu objektivizaciju i seksualizaciju žena, otvara se prostor kritičkom propitivanju takvih stereotipnih reprezentacija koje sve više postaju medijski diktirane i koje, dugoročno, manipulirajući percepcijom primatelja mogu imati štetne posljedice na njegov svakodnevni život i vlastiti sustav vrijednosti“ (Lubina 2014: 213).

Jedino je pitanje moglo biti je li motivacija za takve seksističke ispada bila motivirana ideološkim konceptom, ili je bila odraz primitivizma, lošeg ukusa i eventualnih seksualnih frustracija pojedinih urednika i autora. Sudeći prema *Koprivničkom magnumu* i *Novom magnumu* u cjelini, tvrdnja o zaokruženom i promišljenom ideološkom obrascu ipak bi bila pretjerana. Problem je bio u tome da se u takav koncept izdavač nije želio miješati, prepuštajući projekt isključivo glavnom uredniku.

8.1. Satirički prilog *Koprive*

U okviru *Novog magnuma* izlazio je i satirički prilog *Koprive*, čiji je urednik bio Ivo Čičin-Mašansker. U prva tri broja *Koprive* su tiskane na četiri stranice, u četvrtom ih nije bilo, dok su u posljednjem petom broju izašle na samo jednoj stranici. Razlog je potonjem izostanku i smanjenju priloga bio u tome što ih je u cijelosti pripremao, i vizualno i tekstualno, isključivo urednik, koji je imao i druge profesionalne obveze.³⁷ U prilogu se u osnovi nastavljalo s komentiranjem političke i gospodarske situacije, ali na još radikalniji način. U karikaturama se jasno održavala opora društvena klima toga vremena, u kojoj je vulgarnost nerijetko bila i poželjna vrlina. Već i sama reklamna kampanja, u kojima se protivnicima lista dvosmisleno poručivalo da *Koprivama* mogu „obrisati rit“³⁸, dovoljno je govorila o beskompromisnosti toga priloga. S obzirom na ratno vrijeme i početke organiziranja nove državne zajednice, kritike nisu nikog štedjele, ali iz popisa marketinških partnera lako zapažamo zašto su neki lokalni dužnosnici i direktori tvrtki ipak bili svjesno zaobilaženi.

³⁷ Razgovor s Ivom Čičinom-Mašanskerom, obavljen 14. lipnja 2021., Koprivnica

³⁸ Isto, br. 1, god. I., 20. 3. 1991., str. 1.

Kaj si se baš moral maknuti tenkovima JNA?
(Reisinger)

Dobro je da su Slovenci prestali pucati!

Ante Dobrila - Pepo

Koprivnički razgovori

Tata, zarobio sam Marsijanca!
Dobro, dobro, samo mi ne dovodi četnika!

Anagram
KUDA NA VIKEND?
NA PUT moj se znanac sprema
putuje na Krk,
ide svojoj dragoj,
smjeloša mu se kralj!
(LVNHd)

PENALI
- Što biva kad se u Predsjedništvu glasanje završi rezultatom 4:4?
- Drug Adžić puca penale!

DOBRO JUTRO
Direktor pozdravlja svoju tajnicu:
- Dobro jutro! Da li ste noćas dobro spavali?

- Vraga sam mogla spavati kad ste cijelu noć hrkali!

TEK POLOŽILA...
Žena položila vozački, trkne s autom dva pješaka, pa je zaustavila policajac:
- Gospodo, jeste li vi normalni, pregasili ste dvojicu!
- A, koliko imam pravo?

Murski list
"Koprični mrzitelji:"

Koprivničanka u očekivanju svog SPECIJALCA!

KOPRIVE

17

Slika 8.1.1. Karakteristična stranica „Kopriva“

8.2. Oglašavanje

Novi Magnum bio je pokrenut isključivo na komercijalnim osnovama, iako je osnivač i izdavač bio subvencionirano javno poduzeće *Glas Podravine*. Osim same prodaje, list je, kao i njegov tabloidni prethodnik, financiran i oglašavanjem. U usporedbi s prethodnikom, oglasnih je stranica i pojedinačnih oglasa bilo više, no nije poznato je li to moglo zatvarati financijsku konstrukciju njegova izlaženja.

Broj	Stranice ukupno	Stranice – oglasi	Broj oglasa	Cijena – dinara
1.	32	14	58	25
2.	28	9	42	26
3.	32	10	46	30
4.	22	6	51	30
5.	22	5	24	30

Slika 8.2.1. Pregled prodanog oglasnog prostora *Novog magnuma*³⁹

Broj oglasa, dakle, nije bio ustaljen, a i cijena samog lista je zbog galopirajuće inflacije varirala. To nameće zaključak da je poslovanje lista bilo vrlo složeno i podložno svakovrsnim udarima i promjenama trendova. Za tabloidne tiskovine, koje uvijek imaju puno protivnika, to je i uobičajeno, a takve su tiskovine podložne i velikim amplitudama u broju prodanih primjeraka, ovisno o razinama senzacija i političkih obračuna koje nude. Koliko je poslovanje u tabloidnim listovima toga vremena bilo neizvjesno, potvrđivao je i primjer *Magnumova* uzora *Slobodnog tjednika*. Iako je u početku imao ogromnu nakladu, čim su se okolnosti promijenile, a i čitateljima više nije bio toliko provokativan, list je otišao u propast. Čini se da je isti sindrom, nakon *Koprivničkog magnuma*, zadesio i *Novi magnum*. Kasnija su medijske polemike potvrdile i lokalna „šaputanja“ da je prestanku izlaska drugog Pavkovićevog projekta kumovala i „preporuka“ općinskih vlasti, što je značilo da se drugačija odluka ni ne očekuje, da *Glas Podravine* više ne bude nakladnik lista. Kako je u međuvremenu došlo i do kadrovskih promjena u tom javnom medijskom poduzeću, novi je direktor Marijan Ivančan to spremno prihvatio. U novonastaloj situaciji redakciji *Novog magnuma* nije bilo moguće pronaći alternativno rješenje i list je nestao s kioska.

³⁹ Pregled prodanog oglasnog prostora *Novog magnuma* (izradila autorica)

9. Zaključak

Prvi koprivnički tabloidi *Koprivnički magnum*, *Super magnum* i *Novi magnum* trajali su relativno kratko. Izlazili su u razdoblju od prosinca 1990. do kolovoza 1992. godine. Ratno vrijeme u kojem se Hrvatska nalazila, teška gospodarska situacija i slaba ekonomska moć oglašivača i čitatelja, kao i žestoki i tendenciozni tabloidni način pisanja, presudno su utjecali na kratkoću izlaženja. Koprivnički su tabloidi pokušali na isti način kao i *Slobodni tjednik* privući čitatelje i opstajati na tržištu. To, međutim, u relativno malom gradu i njegovoj općini, gdje je i većina lokalnih uglednika na neki način umrežena, nije bilo moguće.

Analizom njihova sadržaja zaključila sam da su očekivano prevladavale političke teme koje su se odnosile na promjenu vlasti i uspostavu višestranačkog sustava, odjeke tadašnjih ratnih zbivanja, razne kadrovske spletke i kombinatorike, ali i pitanja novog državnog ustroja. Naglasak je bio stavljen na koprivničko područje, ali bili su prisutni tekstovi koje su se odnosili i na događaje s područje bivše Jugoslavije. Obradi tema, sukladno tabloidnoj praksi, nije se pristupalo analitički. Uredništvo se često nije obaziralo na temeljne zanatske i etičke norme novinarske profesije, već je bio naglašen *ad hominem* pristup.

Koprivnički magnum u svoja prva tri broja i *Novi magnum* medijski su uspjeh gradili na političkom radikalizmu, koristeći list za osobne obračune i ostvarivanje ambicija uredništvu podobnih pojedinaca. Nije se ni pokušavala prikrivati netrpeljivost prema pojedincima i latentni seksizam, uz učestalo korištenje vulgarnosti, čak i elemenata pornografije. U posljednja dva broja *Koprivničkog magna* i u *Super magnumu* vidljiv je odmak od politike i fokusiranje na informativne i zabavne sadržaje, ali čitalačku publiku to očito nije zadovoljavalo.

Ne treba, ipak, zanemariti činjenicu da su se u tim listovima obrađivale i teme koje su bile od svakodnevnog značaja za koprivnički kraj, o kojima lokalni tjednik *Glas Podravine* zbog političke kontrole ili oportunitizma nije pisao. Tako se iz tih tabloida saznalo kako su se preko noći mijenjali nazivi ulica, neuspješno uređivao glavni gradski trg i vrlo trajavo rješavala komunalna problematika. Bilo je i potresnih socijalnih priča, koje su u drugim medijima prešućivane.

Za tabloide su uvijek karakteristične naslovnice i po tom kriteriju koprivnički tabloidi nisu bili manje zanimljivi od ostalih hrvatskih primjera. Središnje su mjesto zauzimale fotografije ili fotomontaže koje su svojom provokativnošću bitno iskakale od informativnih tiskovina. Naslovi su, također u tabloidnom stilu, bili podebljani, i svojom oštrinom i manipulativnošću privlačili pozornost, dok su žene na njima često prikazane obnažene, na ponižavajući i diskriminatorni način.

Listovi su se, osim prodajom, financirali i prodajom oglasnog prostora, koji je poprilično varirao. Nakladnicima je u prilog išlo to što je riječ o tranzicijskom razdoblju u kojem su otvorene brojne tvrtke i novi obrti, a dio njih je upravo preko tabloida oglašavao svoje usluge. Nasuprot

tome, ratne okolnosti i vrlo loša gospodarska i socijalna situacija onemogućavala je učestalije i unosnije oglašavanje, ali i rast prodaje na kioscima. Veće je oglašavanje bilo uočljivo prilikom blagdana i obilježavanja državnih praznika. S obzirom na kratkoću izlaženja, zaključujemo da oglašavanje tabloidima nije moglo osigurati opstanak na tržištu.

Koprivnički magnum i *Novi magnum* pokreće ista novinarska ekipa predvođena istim glavnim i odgovornim urednikom. Samim time, isti je i stil pisanja te odabira tema. Promjenom glavnog i odgovornog urednika u posljednja dva broja *Koprivničkog magnuma* primjetan je zaokret s političkih tema prema zabavnom sadržajima, a isti zaokret vidljiv je i kod *Super magnuma* koji se odmah u svom prvom broju odredio kao isključivo zabavni list. S obzirom na kratko izlaženje *Super magnuma* možemo zaključiti kako ni tematski zaokret s politike na zabavu nije bio dovoljan da se list zadrži na tržištu, iako je izdavač uporno naglašavao njegovu uspješnost na lokalnom medijskom tržištu. To nije bilo potkrijepljeno konkretnim podacima, a bilo je i u suprotnosti gospodarskom i socijalnom slikom toga razdoblja.

Nesporno je da je daleko najveći obol tabloidima dao dvostruki glavni urednik Mladen Pavković. Bio je zaslužan za sve vrline, kontroverze, manipulacije, sukobljavanja i posrtanja tih listova. Dojam je da je zanatski najzreliji bio *Novi magnum*, kad je list bio vezan s lokalnom izdavačkom kućom *Glas Podravine*, gdje je bila vidljiva i redaktorski rukopis iskusnog koprivničkog novinara Ive Čičina-Mašanskera.

Iako su uredništva u svojim obraćanjima čitateljstvu naglašavala kako je pred njima bio jedan drugačiji pristup novinarstvu i kako će objavljivati necenzurirane tekstove koji će čitateljima dati uvid u dotad skrivene spoznaje, u isto vrijeme nisu bili u stanju podnijeti ili primiti niti jedan oblik drugačijeg ili kritičkog mišljenja spram njihovih obrada tema.

S obzirom na postavljene hipoteze, a to je da su (H1) da su prvi koprivnički tabloidi slijedili uhodanu praksu agresivnog novinarskog pristupa po principu *Slobodnog tjednika*, da (H2) u sva tri tabloida u najvećoj mjeri prevladavaju političke teme te da (H3) je poslovni koncept bio temeljen na oglasnom prostoru, zaključci su sljedeći:

H1 je potvrđena jer su koprivnički tabloidi na isti senzacionalistički i za neke šokantan i krajnje neprihvatljiv način željeli privući potencijalne čitatelje, iako izdavač Davor Kaputa ističe kako su se ugledali i na britanske tabloide toga vremena. U tom je smislu isti agresivni uređivački stil dvostrukog glavnog urednika Mladena Pavkovića vidljiv je u *Koprivničkom magnumu* i u *Novom magnumu*, što potvrđuju i pojedini tekstovi u kojima se veliča osnivač *Slobodnog tjednika* Marinko Božić, a čitateljstvu se nekritički objašnjava i što je bit tabloidnog naovinarstva. H2 nije potvrđena, što se vidi na primjeru *Super magnuma*, kojeg je uredništvo odmah odredilo kao zabavni tabloid te se u potpunosti odmaknulo od političkih tema i stavilo naglasak na društvene i zabavne sadržaje. Zadržalo je, međutim, isti senzacionalistički pristup u obradi i opremanju tema.

H3 je, pak, djelomično potvrđena jer su koprivnički tabloidi, uz prodaju na kioscima, jako naglašavali i prodaju oglasnog prostora. No, ta je prodaja poprilično varirala, jer se u osnovi radilo o oglašavanju obrtnika i malih poduzetnika, uglavnom ugostitelja i trgovaca, čije su financijske mogućnosti bile limitirane, tako da ni naplata oglasa nije bila potpuna. Nije se mogao osigurati ni kontinuitet u njihovom oglašavanju, dok je istodobno bio uočljiv izostanak oglašavanja velikih koprivničkih tvrtki, koje pod političkih utjecajima nisu željele ulaziti u takve medijske projekte. Naposljetku, ni uredničke tvrdnje o navodnim velikim nakladama nikada nisu potvrđene brojkama, što je u kombinaciji s dvojbenim rezultatima prodaja oglasnog prostora onemogućavalo stabilno poslovanja sva tri spomenuta tabloida. Njihov je brzi nestanak govorio u prilog toj tezi.

Sagledavajući ukupnu sliku, od senzacionalističkog, vulgarnog i neprofesionalnog pristupa novinarstvu pa do financijskih rezultata, zaključujemo kako ne iznenađuje kratkoća izlaženja koprivničkih tabloida. Na takvim osnovama dugoročnost u jednoj manjoj sredini naprosto nije bila moguća. Ostatak će zabilježeni kao prvi tabloidi u koprivničkoj novinarskoj povijesti, iz kojih novinari ipak imaju što naučiti, prvenstveno o kratkoći i prolaznosti projekata koji se svjesno odmiču od zanatskih i moralnih vrijednosti.

10. Literatura

Knjige i zbornici:

1. Krušelj, Željko, 2014. „Mediji i javnost“. *Zbornik radova s međunarodnog znanstvenog simpozija Filozofija medija „Mediji i javnost“*, ur. Sead Alić, Divna Vuksanović i Marin Milković, Sveučilište Sjever, Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Zagreb
2. Mihovilović, Maroje, 2007. *Profesionalni novinar*. Profil International, Visoka novinarska škola, Zagreb.
3. Najbar-Agičić, Magdalena, 2015. *Povijest novinarstva. Kratki pregled*, Ibis grafika, Sveučilište Sjever, Zagreb-Koprivnica.
4. Vilović, Gordana, 2004. *Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999-2000.*, Fakultet političkih znanosti, Zagreb.

Internetski izvori:

1. https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=193450 (pristupljeno 10.06.2021.)
2. https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=331588 (pristupljeno 25.06.2021.)

Građa:

1. *Koprivnički magnum*, br. 1, god. I., 20. 12. 1990. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.
2. *Koprivnički magnum*, br. 2, god. II., 22. 1. 1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.
3. *Koprivnički magnum*, br. 3, god. II., 10. 2. 1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.
4. *Koprivnički magnum*, br. 4, god. II., ožujak 1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.
5. *Koprivnički magnum*, br. 6, god. II., svibanj 1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.
6. *Super magnum*, br. 1, god. I., kolovoz 1991. Arhiva Muzeja grada Koprivnice.
7. *Super magnum*, br. 2, god. I., rujan 1991. Arhiva Muzeja grada Koprivnice.
8. *Super magnum*, br. 3, god. I., listopad 1991. Arhiva Muzeja grada Koprivnice.
9. *Super magnum*, br. 4, god. I., prosinac 1991. Arhiva Muzeja grada Koprivnice.
10. *Super magnum*, br. 14, god. II., studeni 1992. Arhiva Muzeja grada Koprivnice.
11. *Novi magnum*, br. 1, god. I., 20.03.1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.
12. *Novi magnum*, br. 2, god. I., 20. 4. 1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.
13. *Novi magnum*, br. 3, god. I., 17. 5. 1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.
14. *Novi magnum*, br. 4, god. I., 24. 6. 1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.

15. *Novi magnum*, br. 5-6, god. I., 29. 7. 1991. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica – digitalna baština.

11. Popis slika

Slika 5.1. Prikaz izlaženja tabloida (izradila autorica).....	7
Slika 6.1. Naslovnica prvog broja <i>Koprivničkog magnuma</i>	9
Slika 6.2. „Bludilišni pravilnik“	11
Slika 6.3. „Tko je što?“	15
Slika 6.1.1. Pregled prodanog oglasnog prostora <i>Koprivničkog magnuma</i> (izrada autorice)...	17
Slika 6.1.2. Tipična stranica oglasnog prostora	18
Slika 7.1. Impresum prvog broja <i>Super magnuma</i>	20
Slika 7.2. Naslovnica i posljednja stranica prvog broja <i>Super magnuma</i>	21
Slika 7.3. Naslovnica i posljednja stranica drugog broja <i>Super magnuma</i>	23
Slika 8.1. Naslovnica prvog broja <i>Novog Magnuma</i>	25
Slika 8.2. „Tko su rušitelji sinagoge?“	26
Slika 8.3. „Nema senzacije? Izmislit ćemo je!“	27
Slika 8.4. Naslovnica drugog broja <i>Novog magnuma</i>	28
Slika 8.5. „Dan kada se rađala hrvatska državnost“	29
Slika 8.6. Intervju s Marinkom Božićem	31
Slika 8.7. „Zašto sam pisao Tuđmanovu biografiju?“	33
Slika 8.1.1. Karakteristična stranica <i>Kopriva</i>	36
Slika 8.2.1. Pregled prodanog oglasnog prostora <i>Super Magnuam</i> (izradila autorica)..	37