

# **CELE EDUKACYJNE I WYCHOWAWCZE CZASOPISMA DLA DZIEWCZĄT (NA PRZYKŁADZIE MAGAZYNU *FILIPINKA*)**

KATARZYNA EWA ZIELIŃSKA

Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii  
Uniwersytet Warszawski

## **ABSTRACT**

### **Educational goals in magazine for girls (on the example of the magazine *Filipinka*)**

Magazine *Filipinka* for almost 50 years of existence had realized multiple educational aims, such as: promotion of women's education, supporting the youth, striving for girl's self-esteem and intellectual independence. According to author the idea of educational aims of magazines for girls is discussed by too few Polish reviewers; also their educational functions are predominantly unappreciated. Author identifies discrepancy in opinions about such magazines, probably caused by their internal heterogeneity (too many topics, extremely diversified choice of press forms) and by ideological differences, concerning upbringing of youth. *Filipinka* confirms that magazines for girls, traditionally recognized as fashion and health guidebooks, may be ground for fulfilling ambitious educational program for young women. Author identified and discussed basic issues of this program such as: promotion of girls education, creating important role-model in home environment, building firm position in group, also in equal, non-hierarchical relationship with opposite sex.

**Keywords:** women, girls, magazines, press, education

✉ Adres do korespondencji: Biuro Promocji, Komunikacji Społecznej i Turystyki Urzędu Miasta Łodzi, ul. Krzemieniecka 18a/37, 94-017 Łódź; kz21@go2.pl

Czasopisma dla dorastających dziewcząt często poddawane są krytyce. Upowszechniane w nich modele postaw przeważnie nie są pozytywnie oceniane ani przez krytyków i badaczy mediów, ani przez środowisko nauczycielskie i związane z Kościołem. Powtarzającym się zarzutem (zarówno w badaniach z okresu PRL, jak i prowadzonych po roku 1989) jest infantyilizowanie potrzeb młodych kobiet i sprowadzanie ich wyłącznie do sfery cielesnej (mody, higieny i estetyki) lub zadań związanych z prowadzeniem domu. Już w recenzji z 1981 roku Władysław Tyrański stwierdził, że problemy typowej bohaterki jednego ówczesnie ukazującego się pisma dla dziewcząt *Filipinka* nie są traktowane poważnie, nawet przez redakcyjnych ekspertów, do których czytelniczki zwracają się o pomoc. Badacz dostrzegł w sposobie redagowania odpowiedzi rodzaj protekcjonalizmu i nadmierny dydaktyzm, upraszczający problem i nieuwzględniający głębi problemów (Tyrański 1981, s. 78). Wydaje się, że ta opinia nie była i nie jest słuszna.

Wraz z pojawieniem się na początku lat dziewięćdziesiątych pism kalek magazynów zachodnich rozpoczęła się dyskusja o upowszechnianych przez nie wzorach kobiecości, które mogą mieć wpływ na rozwój i postrzeganie świata przez młodych ludzi. W 2002 roku magazyn dla nauczycieli *Wychowawca* poświęcił cały numer tytułom (takim jak m.in. *Bravo* czy *Dziewczyna*), które upowszechniały nowy model atrakcyjnej kobiety – modnie ubranej, pewnej siebie i wyzwolonej seksualnie. Przeciwnym wizerunkiem miał być ten upowszechniany przez pisma katolickie oraz edukacyjne – wśród których Monika Węgrzyńska wymienia popularne pisma, takie jak *Droga*, *Mały Gość Niedzielny*, *Cogito* i *Victor*, ale również mniej znane, takie jak *Gimnazjum*, *Miłujcie się* oraz *Młody Technik*, magazyn hobbystyczny o długiej tradycji. Zdaniem autorki ich celem jest głównie przygotowanie młodzieży do studiów wyższych i rozwój sfery intelektualnej oraz duchowej (Węgrzyńska 2002).

W polskich badaniach nad prasą dla młodzieży obserwuje się, obecną od wielu lat, swoistą polaryzację postaw wobec kwestii wartości intelektualnych, społecznych i poznawczych tej prasy. Przedmiotem bardzo skrajnie rozbieżnych ocen stają się pisma skierowane do młodzieży żeńskiej, czego powodem może być tematyczna i stylistyczna wielorakość zawartych w nich treści, niedająca się jednoznacznie ocenić. Czasopisma dla dziewcząt, czerpiące z formuły ekskluzywnych rozrywkowych pism kobiecych, przyciągają bogatym wyborem zdjęć i ilustracji, praktycznymi poradami, aktualnościami o życiu znanych osób, reklamami produktów kosmetycznych i sygnalizowaniem trendów w modzie. Jednocześnie nie brakuje w nich publicystyki społecznej oraz artykułów „z życia młodzieży”, aktualności szkolnych, porad towarzyskich i treści z zakresu edukacji seksualnej, budzących najwięcej wątpliwości wśród krytyków.

Wielość celów, niejednorodność źródeł (jedynie część tekstów ma charakter autorskich artykułów publicystycznych, większość to przedruki z międzynarodowych baz informacji i materiały sponsorowane – reklamowe), a także różnorodność języka (obok siebie: poprawna polszczyzna i żargon szkolno-młodzieżowy) sprawiają ogromne trudności w ocenie wartości poznawczych tych tytułów. Róż-

nice w ocenie wynikają także z różnic światopoglądowych osób oceniających. Często prezentują one skrajnie różne poglądy na wychowanie dziewcząt oraz rolę mediów w kształtowaniu wzorców (polemika środowiska feministycznego i środowiska związanego z Kościołem).

W historii polskiej prasy dla młodzieży dostrzec można niekwestionowanie udaną próbę realizacji ambitnego programu wychowawczo-edukacyjnego, z zachowaniem światopoglądowej neutralności. Był nią magazyn dla dziewcząt ze szkół średnich *Filipinka* ukazujący się w latach 1957–2006, obecnie powoli odchodzący w zapomnienie. Analiza pisma była przedmiotem badań wykonanych na potrzeby pracy doktorskiej „Formuła wydawnicza czasopisma dla młodzieży i jej ewolucja (na przykładzie magazynu *Filipinka*)”. Artykuł przedstawia główne wnioski z przeprowadzonych badań, potwierdzające tezy o szczególnym zaangażowaniu pisma w rozwój sfery intelektualnej młodzieży, jego udział w procesie socjalizacji młodzieży oraz jego rolę we wspieraniu młodzieży u progu dorosłości (Zielińska 2015).

### *Czasopisma dla dziewcząt w Polsce*

W „Encyklopedii wiedzy o prasie” pod redakcją Juliana Maślanki pojęciem „czasopisma dla młodzieży” określa się ogół czasopism dla osób między 13. a 25. rokiem życia (czyli od ukończenia szkoły podstawowej do momentu wejścia w dorosłość) (Maślanka 1976). Pisma te podzielone są pod względem dostosowania treści do wieku czytelników, rodzaju treści (monotematyczne, wielotematyczne, np. popkulturowe, oraz edukacyjne) oraz preferowanego odbiorcy (pisma komputerowe, muzyczne, sportowe, dziewczęce).

W okresie PRL na rynku dostępnych było wiele tytułów dla młodzieży, głównie pisma szkolno-społeczne i harcurskie, o tematyce uniwersalnej, dla czytelników obu płci. Badaczka prasy kobiecej Zofia Sokół wymienia tylko jeden tytuł specyficznie skierowany do młodych kobiet: *Filipinkę*. Magazyn ukazał się na rynku w 1957 roku jako swoisty eksperyment z nową formułą, łączącą treści charakterystyczne dla pism kobiecych (poradnictwo) oraz tematykę szkolną i rozrywkową, typową dla pism młodzieżowych. Ukazanie się pisma poprzedziły kilkumiesięczne konsultacje ze środowiskiem nauczycielskim, matkami dorastających córek (także na łamach popularnego magazynu kobiecego *Kobieta i Życie*) oraz poprzez ankiety i korespondencję redakcji z młodymi kobietami. Listy dziewcząt miały przeważający wpływ na dobór tematyki przez cały okres ukazywania się *Filipinki*, magazyn współpracował też ze środowiskiem nauczycielskim oraz wieloma specjalistami – lekarzami, psychologami i pedagogami (Sokół 1998, s. 124–125). Z. Sokół wspomina również, że treści przeznaczone dla dziewcząt, np. dotyczące macierzyństwa i higieny, młodzież znaleźć mogła w ukazującym się od 1969 roku magazynie PCK *Jestem*.

Wraz z otwarciem rynku na tytuły pochodzenia zagranicznego w Polsce ukazało się wiele nowych pism dla nastoletnich dziewcząt, a z biegiem lat również

wśród pism dla dzieci pojawiły się tytuły wyspecjalizowane tylko w tematyce dla dziewcząt. Wydaje się, że nie istnieje jednoznaczna definicja czasopisma dla dziewcząt, a przeważnie identyfikowane są one przez tematykę – to pisma, które podejmują problematykę mody, higieny w okresie dojrzewania, zdrowia, pielęgnacji ciała, miłości, edukacji seksualnej oraz kultury popularnej, rozrywki, a także spraw społecznych i szkolnych (Arkabus 2004; Prewęcka 1999). W recenzjach pism dla dziewcząt jako charakterystyczny element wymieniana jest bardzo kolorowa szata graficzna i bogaty serwis fotograficzny (Kofta 1991; Prewęcka 1999). Wiek czytelniczek pozostaje niedookreślony, tym bardziej że z czasem (na początku lat dwutysięcznych) obniżyła się dolna granica przedziału wiekowego tych pism. W latach 90. najpopularniejsze pisma dla dziewcząt przyporządkowywano do kategorii „dla dzieci starszych” (Małachowska 1998, s. 65) lub definiowano jako przeznaczone dla osób mających co najmniej 12 lat (kilkunastolatków) (Szocki 1996; Kumiega 1997).

Wykaz pism dla dziewcząt wraz z charakterystyką można było znaleźć m.in. w opracowaniu Jerzego Kumiega i Alicji Leszczyńskiej. W wykazie zamieszczono krótkie charakterystyki siedmiu, ukazujących się w latach 1990–2000, czasopism dla dziewcząt: dwutygodnika *Bravo Girl!* oraz sześciu miesięczników: *Dziewczyna*, *Filipinka*, *Luiza*, *Miss Generation*, *Missland* i *Nasza Nastolatka*. Z opisów wynika, że pisma te były do siebie bardzo podobne. Zawierały bogaty materiał fotograficzny i ilustracyjny oraz dominowały w nich tematy z zakresu rozrywki, mody, higieny, zdrowia, kultury popularnej i poradnictwa psychologicznego. W niektórych publikowane były też artykuły społeczne, treści edukacyjne i twórczość czytelników (*Filipinka*, *Missland*) (Kumiega, Leszczyńska 2001).

Warto zwrócić uwagę, że rynek pism dla młodzieży, dość stabilny w latach 90., w ostatnich piętnastu latach bardzo dynamicznie ewoluował, czego konsekwencją była likwidacja wszystkich wymienionych pism (z wyjątkiem *Bravo Girl!*) oraz pojawienie się nowych, wyspecjalizowanych tematycznie lub skierowanych do konkretnych grup wiekowych, np. *Trzynastolatka – Magazyn Szczęśliwej Nastolatki*, *Twist* (pismo dla dziewcząt 13–15 lat) oraz *Hit* (magazyn o gwiazdach kultury popularnej). Istotnymi wydarzeniami z ostatnich lat wydają się: likwidacja *Filipinki* (zawieszono ją w roku 2006, po prawie 50 latach ukazywania się), likwidacja *Dziewczyny* (w 2012 r., po ponad 20 latach ukazywania) oraz przekształcenie (w 2012 r.) *Cogito*, magazynu edukacyjnego dla młodzieży obu płci, w pismo skierowane do dziewcząt. W magazynie pozostawiono tematykę szkolną, treści dla maturzystów, poszerzając je o zagadnienia związane z rynkiem pracy, nowymi technologiami, sportem i podróżami, a dodatkowo pojawiły się kolumny z poradnictwem psychologicznym i lekarskim, edukacją seksualną, modą i stylem (NN 2012).

Obecnie (wg danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy z r. 2017) obok *Cogito* wśród tytułów specjalistycznie skierowanych do dziewcząt pozostają: *Bravo Girl!*, *Twist* i *Fun Club* o nakładach od 40 tys. do 60 tys. egzemplarzy (Mk. 2016).

W ofercie czasopism Empiku figurują 23 tytuły dla młodzieży (Empik.com 2017). Są wśród nich trzy wspomniane, także *Cogito* oraz *Avanteen*, pismo specjalizujące się w tematyce modowej, przeznaczone z definicji „dla dziewcząt i chłopców w wieku 11–19 lat”, które jednak wydaje się bardziej koncentrować na problematyce dziewcząt, z uwagi na dominację tematyki modowej i poradnictwa kosmetycznego (Brzezicki 2014). W sklepach Empiku nabyć można też amerykańskie pisma dla dziewcząt np. *J-14*, *Seventeen* i *Teen Vogue*.

Badania czasopism dla dziewcząt skoncentrowane są przeważnie na treściach rozrywkowych, poradnictwie i aktualnościach z obszaru kultury popularnej. Rzadko badana jest publicystyka, mogąca być źródłem wiedzy o wartościach upowszechnianych przez pismo, kreowanych modelach postaw i świecie w nim przedstawionym. Tymczasem nieliczne badania (np. Piotra Tomasa Nowakowskiego) wykazały, że w pismach, z pozoru bardzo podobnych do siebie – *Dziewczynie* i *Bravo Girl!* – upowszechniane modele postaw i świat wartości są nieco inne. Jednocześnie badacz wykazał, że bohaterki tych pism nie koncentrują się wyłącznie na poszukiwaniu rozrywki i przyjemnościach, ale mają duże ambicje oraz identyfikują się z wartościami uniwersalnymi, takimi jak miłość, uczciwość, szczerowość w kontaktach z rówieśnikami. Badacz docenił w ich postawach gotowość do czynienia dobra czy poświęcania się dla wyższych celów, realizowane np. w działalności charytatywnej czy ekologicznym stylu życia (Nowakowski 2004, s. 164).

### *Możliwości edukacyjne i szanse zawodowe kobiet w Filipince*

Pierwsze polskie pismo dla dziewcząt ukazało się w 1957 roku po wielomiesięcznej debacie, którą prowadziły środowisko wydawnicze i oświata, głównie na łamach pism kobiecych. Jednym z argumentów za opracowaniem pisma skierowanego wyłącznie do dorastających dziewcząt była potrzeba edukacji młodych kobiet. Należy ją rozumieć bardzo szeroko – jako poradnictwo, naukę praktycznych umiejętności oraz upowszechnianie procesu wieloetapowego kształcenia kobiet. W dyskusji o uruchomieniu takiego pisma zwracano głównie uwagę na nieprzygotowanie dziewcząt do roli żon i gospodyń domowych oraz problemy pojawiające się w rozmowach z młodzieżą o seksualności i sprawach dojrzewania (*Kobieta i Życie* 1957, nr 2, s. 2).

Pod koniec lat pięćdziesiątych istotny był też problem dziewcząt porzucających szkołę podstawową lub niekontynuujących nauki i pozostających bez zawodu, na utrzymaniu rodziców (MD. 1958, s. 8). Ideowym celem było uświadomienie rodzicom, że w społeczeństwie socjalistycznym każdy zobowiązany jest do pracy, a tym samym musi posiadać zawód. W latach 60., 70. i 80., gdy problem dziewcząt bez wykształcenia wydawał się rozwiązany, w *Filipince* prowadzono kampanię na rzecz wieloetapowej edukacji, możliwie najlepszego przygotowania dziewcząt do matury i przyjęcia na studia. Istotną rolę odegrał cykl artykułów „Maturzystkom pod rozważę”, w ramach którego publikowano adresy uczelni i zasady przyjęcia na

określone kierunki oraz inicjowano kontakty studentek z uczennicami liceów, celem wymiany doświadczeń. Promowano zawody, na które istniało zapotrzebowanie społeczne – kierunki politechniczne, a także dobre szkoły pomaturalne.

Przede wszystkim istotne było rozbudzanie ambicji i zainteresowań zawodowych dziewcząt. Podkreślano znaczenie świadomego wyboru, w którym istotne były pasja i predyspozycje, ale też – realne możliwości podjęcia pracy. Ostrzegano dziewczęta, by nie podejmowały decyzji pod naciskiem rodziców czy kierując się intratnością poszczególnych zawodów i pobieżną oceną ich atrakcyjności. W wydaniach z lat 90. i po roku 2000 twórcy pisma wciąż widzieli potrzebę promocji edukacji, na co zwraca uwagę m.in. Anna Piwowska. Dokonana przez badaczkę całościowa analiza zawartości tematycznej *Filipinki* z trzech różnych okresów (wydawanej przez trzech różnych wydawców) wskazuje, że szkoła pozostawała najważniejszym ze społecznych tematów poruszanych w piśmie. Mógł o tym decydować, zdaniem badaczki, wiek adresatek lub ich duże zainteresowanie nauką (Piwowska 2003, s. 130).

Problematyka edukacji i wyboru zawodu w *Filipince* podejmowana była w różnoraki sposób. Według Anny Piwowskiej w dyskusji o szkole godna odnotowania jest różnorodność prezentowania tej tematyki – obecna ona jest w prozie, felietonach, reportażach, listach do redakcji i sondach, także na satyrycznych „Czarnych Stronach”. *Filipinka* była forum publicznym, na którym czytelniczki wyrażać mogły swoje poglądy na temat funkcjonowania szkoły, np. kwestii płatności za studia (Piwowska 2003, s. 130).

Autorka niniejszego artykułu w swojej rozprawie doktorskiej zauważyła, że tematykę szkoły w *Filipince* podzielić można na: kwestie nauki i oferty edukacyjnej szkół, organizację oświaty, relacje z nauczycielami oraz relacje w środowisku szkoły, i wskazała, że przez wiele lat dominujący był temat nauki (30–40% wszystkich treści o szkole w rocznikach 1958–1998). W ostatnich wydaniach (po roku 2000) temat uczenia się wydawał się mniej absorbować redakcję *Filipinki* (17% treści szkolnych w 2005 r.), mniej ważne były także relacje z nauczycielami (zaledwie 13% treści o szkole). Najistotniejsze wydawały się relacje z rówieśnikami w środowisku szkolnym (33% wszystkich treści szkolnych w 2005 r.) (Zielińska 2015)<sup>1</sup>.

Anna Piwowska zwraca uwagę, że ostatni wydawca zmniejszył zakres tematyki szkolnej w *Filipince* do zaledwie 2,4% całej zawartości, warto jednak podkreślić, że to właśnie nauka i ambicje czytelniczek (także wieloletnia tradycja w komunikacji z maturzystkami) stały się podstawą ostatniego przekształcenia formuły magazynu. W 2004 roku Wydawnictwo Bauer przeznaczyło pismo dla dziewcząt z grupy wiekowej 18–22 lata, uzupełniając jego treści o materiały edukacyjne, pomagające w przygotowaniu do matury i egzaminów na studia (Nalewajk 2004, s. 56).

---

<sup>1</sup> Zdaniem A. Piwowskiej w 2003 roku relacje z nauczycielem stanowiły 5,5% treści całego pisma, podczas gdy nauka zaledwie 1% (Piwowska 2003, s. 130).

### *Rola czasopism wychodzących w Polsce w socjalizacji dziewcząt – obecnie*

Istotnym zadaniem edukacyjnym pism dla młodzieży było przygotowanie do życia w społeczeństwie. W okresie PRL w szczególności zwracano uwagę na wiodącą (motywowującą) rolę czasopism w upowszechnianiu zaangażowania społecznego młodzieży. Pod tym względem *Filipinkę* nie zawsze oceniano pozytywnie. Zarzucano jej zbyt dużą koncentrację na sprawach domu, rodziny i życia towarzyskiego, niedostateczny udział w aktywizowaniu czytelniczek do zadań społecznych, kształtowanie wizerunku kobiety jako infantylnej i biernej. W ocenach badaczy rola tego pisma w kreowaniu postaw społecznych wydawała się znacznie mniejsza niż w przypadku pism harcerskich i studenckich (Maliszewski, Masłowski 1972).

Współcześnie pojęcie „socjalizacji” rozumie się nieco inaczej – jako proces społecznego dojrzewania, budowanie pozycji, najpierw w społeczności szkolnej, następnie w społeczeństwie osób dorosłych. Pod tym względem czasopisma dla dziewcząt wydają się istotniejszym (niż przy podejściu z czasów PRL) materiałem do badań i obserwacji nad zachowaniami społecznymi. Dziewczęta w środowisku młodzieżowym są szczególnie narażone na zagrożenia społeczne (przemoc, nadużycia seksualne, przedwczesna ciąża), ale również dyskomfort związany z niestabilnym poczuciem własnej wartości, które często uzależnione jest od akceptacji otoczenia. Kwestię budowania pozycji przez dostosowywanie się do stereotypowego wyobrażenia „atrakcyjności” podjęła m.in. Joanna Konopka, badająca wizerunek płci na łamach popularnych czasopism młodzieżowych. Zdaniem badaczki funkcjonują w nich „dwie hierarchicznie usytuowane, skorelowane biologicznie i kulturowo płcie”, czyli wzory męskości i kobiecości, ukształtowane i doprecyzowane tak silnie, że każda próba wyłamania się z obowiązującego modelu naraża młodego człowieka na presję społeczną i odrzucenie (Konopka 2012, s. 118).

W układzie tak jasno określonych i przyporządkowanych cech płci dziewczyna ma – zdaniem Konopki – pozycję zdominowaną i zdecydowanie słabszą w stosunku do rówieśnika chłopaka. Bohaterki pism młodzieżowych nie mogą np. wykazywać inicjatywy w zawieraniu znajomości, ponieważ to rówieśnicy płci męskiej powinni mieć okazję do „wykazania się” i „pokazania własnego charakteru”. Treści pism sugerują, iż istnieją cechy, które w oczach chłopaków uważane są za atrakcyjne, a są nimi: nieśmiałość, tajemniczość, pozorna niedostępność, „doskonale opanowana sztuka milczenia”, sentymentalność i słodycz. J. Konopka stwierdza, że „pismo zaadresowane do dziewcząt nie może się obejść bez męskiego punktu widzenia”, co oznacza, że ich bohaterki nieustająco poddają się ocenie chłopców i na tej podstawie budują poczucie własnej wartości (Konopka 2012, s. 116).

Badania Wojciecha Kajtocha potwierdzają, że język czasopism dla dziewcząt różni się nieco od języka stosowanego w innych pismach dla młodzieży, np. pis-

mach muzycznych lub fanzinach. Dziewczęta zachęcane są do szczególnej staranności, delikatności i pieczołowości, np. w dbaniu o skórę i włosy, co zdaniem autora ma rozwijać w nich cechy stereotypowo kojarzone z kobiecością: opiekuńczość, zmysłowość i wrażliwość oraz instynkt rodzicielski (Kajtoch 2004, s. 85).

Zaobserwowano, że podobne (stereotypowo kobiece) cechy uosabiają również bohaterki pism katolickich. Charakteryzuje je przede wszystkim skromność, wyrażająca się np. w stonowanym, nieprovokującym stroju. Zdaniem Konopki bohaterki *Nowej Drogi* są przedstawione jako osoby nieśmiałe, często zakompleksione, mające problemy z samoakceptacją (Konopka 2012, s. 115).

Badacze zgadzają się, że w przypadku dziewcząt niekwestionowanym narzędziem budowania pozycji w grupie jest podtrzymywanie wszystkimi możliwymi sposobami atrakcyjności fizycznej. J. Konopka zauważa, że pod tym względem istotną rolę odgrywają głównie pisma *Bravo* i *Bravo Girl!*, które największą uwagę przywiązują do poradnictwa z zakresu mody, urody i stylu. Warto jednak zwrócić uwagę, że istotność atrakcyjnego wyglądu dotyczy w takim samym stopniu młodzieży płci żeńskiej co męskiej, o czym pisze m.in. Tomasz Sosnowski. Zdaniem badacza młodzi ludzie chcą być podobni do swoich rówieśników, tym samym powielając narzucone przez kulturę popularną wzorce osobowe. Dlatego chętnie korzystają z poradnictwa dotyczącego urody i dbania o ciało (Sosnowski 2005, s. 341).

### *Inne możliwości*

W ofercie dla młodzieży nie ma w Polsce pism, których naczelnym, jednoznacznie określonym celem byłoby budowanie samoświadomości, a także wspieranie rozwoju oraz terapii młodych ludzi, którzy popadli w społeczne patologie i mają problemy z psychicznym usamodzielnieniem się. Do tego typu pism zaliczyć można ukazujące się w Stanach Zjednoczonych pisma społeczne *Teen Voices* czy *New Moon Girls* (Lamberg 2002). Nie są one wydawane przez wielkie koncerny, ale przez mniejsze wydawnictwa lub organizacje pozarządowe, utrzymują się z dotacji prywatnych lub z grantów oświatowych. Ponieważ ich twórcy nie muszą realizować celów sprzedażowo-marketingowych, a tym samym nie obowiązują ich maksymalnie możliwe powiększanie grupy docelowej, autorzy mogą podejmować tematy trudniejsze, takie jak bieda, przemoc seksualna, nałogi, niepełnosprawność, specyficzne problemy mniejszości afroamerykańskiej czy latynoamerykańskiej.

Specjaliści (Pozner 2003; Lamberg 2002) dostrzegają w formule tego typu pism perspektywę feministyczną – autorzy duży nacisk stawiają na wzmacnianie charakteru i niezależności dziewcząt, kształtowanie asertywności, walkę ze stereotypami i kompleksami. Istotne znaczenie ma otwarcie magazynu na twórczość czytelniczek, dzięki czemu realizowany jest podstawowy cel pism – dziewczęta zyskują przestrzeń, by mówić „własnym głosem”. Zdaniem redaktorek naczeln-



nych Alison Amoroso (*Teen Voices*) i Deb Mylin (*New Moon Girls*) jest to bardzo istotny zabieg wychowawczy. Od wieku gimnazjalnego obserwuje się bowiem obniżenie publicznej aktywności dziewcząt, częste zjawiska onieśmienia i wycofywania w sytuacji potrzeby obrony (Lamberg 2002).

Zaryzykować jednak można tezę, że podobną misję motywowania i aktywizowania dziewcząt spełniała też *Filipinka*. Udział pisma w procesie socjalizacji polegał na uświadamianiu dziewczętom, że mogą bronić własnej tożsamości niezależnie od oczekiwań otoczenia – czyniono to w szczególności przez zachęcanie do uzyskiwania niezależności w rodzinie, grupie rówieśniczej i w związku partnerskim.

### *Uzyskiwanie niezależności emocjonalnej w rodzinie*

Odpowiadający na listy terapeuci współpracujący z *Filipinką* często odnosili się do pojęcia „toksycznej rodziny”, czyli takiej, która ogranicza rozwój młodej dziewczyny. Przykładem m.in. artykuł „Ty i twoja rodzina”, prezentujący sytuację dwóch dziewcząt – siostr wychowujących się w rodzinie z bardzo tradycyjnym podziałem ról. Autorka opisała dwie różne postawy bohaterki: starszej – biernej, podporządkowanej, oddanej rodzinie, sterroryzowanej przez uzależnionego od alkoholu ojca, oraz młodszej, zbuntowanej wobec narzucanego modelu życia. Autorka projektuje dalsze życie dziewcząt, przekonując, że starsza prawdopodobnie powieli postawę matki – niesamodzielnej i silnie uzależnionej od męża, tymczasem młodsza ma szansę kształtowania życia według własnych zasad i marzeń. Wskazuje na wartość, jaką jest uniezależnienie emocjonalne – szczególny rodzaj postawy, która nie oznacza radykalnego odrywania od rodziny, ale zdolność do wierności sobie i samodzielnego myślenia (Nowak 1998, s. 8).

Przed wszystkim jednak w *Filipince* podkreślano znaczenie dobrej komunikacji w rodzinie, w której córka może być dla rodziców równorzędną partnerką w rozmowie. Uczono czytelniczki, w jaki sposób wyrażać istotne potrzeby i marzenia, aby uzyskać zgodę na ich realizację. Przekonywano, że szczerza rozmowa, oparta na racjonalnych argumentach, powinna pomóc w osiągnięciu założonych celów, upewnić rodzinę, że młody człowiek dojrzałe podchodzi do istotnej dla siebie sprawy i można mu zaufać. Uczono, by w taki właśnie sposób rozmawiać o planowaniu przyszłości, wyborze wyższej uczelni czy planowaniu wolnego czasu, np. samodzielnym (bez rodziców) spędzeniu wakacji. Tym samym podkreślano istotność rodziny partnerskiej, w której kobiety (żona i córki) nie są podporządkowane mężczyznom, a dzieci mają prawo bronić się w swoich sprawach. Badacze czasopism młodzieżowych Marek Ejsmont i Beata Kosmalska nazywają taki model rodziny „rodziną przeobrażoną”. Charakteryzuje się ona ważną (nawet dominującą) rolą kobiety i częściową emancypacją dziecka wśród członków rodziny (Ejsmont, Kosmalska 2005, s. 216).

### *Indywidualność w grupie rówieśniczej*

W *Filipince* wiele uwagi poświęca się grupie rówieśniczej, w której nastolatek przebywa zarówno w godzinach lekcyjnych, jak i w czasie wolnym, często przynależąc do stałej grupy bliskich przyjaciół, zwanej potocznie „paczką”. Okres „paczki” uważany jest za szczególnie istotny dla rozwoju młodego człowieka, ponieważ będąc równorzędnym członkiem grupy, może on rozwijać swoją osobowość, komunikację, aktywność, inicjatywę oraz „testować” nabyte w dzieciństwie wartości. Autorzy serii „Niezbędnik Dobrego Nauczyciela” traktują grupę rówieśniczą jako istotne źródło wpływu na zachowanie nastolatka (w tym zachowania niepokojące, np. picie alkoholu), zgadzają się jednak, że okres „paczki” jest niezbędnym etapem prawidłowej socjalizacji i pierwszym krokiem w dorosłość (Piotrowski, Ziółkowska, Wojciechowska 2014, t. 5).

*Filipinka* już w latach 50. wskazywała, jak istotne w przypadku dziewcząt jest rozwijanie kontaktów w grupie rówieśniczej. W czasach, w których w wielu domach wciąż jeszcze dominowało przeświadczenie, że jedynym przeznaczeniem kobiety jest rola gospodyni, przyszłej żony i matki, kontakty z rówieśnikami miały rozwijać w dziewczętach ambicje, zainteresowania, aspiracje zawodowe i nowe umiejętności społeczne. Zakładano, że dziewczęta częściej przebywające poza środowiskiem domowym łatwiej rozpoznają w sobie talenty do wykonywania różnych zawodów, rozwiną różne umiejętności (np. w harcerstwie czy organizacji młodzieżowej), dzięki czemu uwierzą we własną zdolność do kierowania swoimi losami.

Pozycja dziewczyny w grupie rówieśniczej stała się jednak istotniejsza dopiero w latach 60. i 70. wraz z upowszechnieniem wieloetapowej edukacji, czyli zasadą uczenia się co najmniej do 18. roku życia lub dłużej. Więcej uwagi poświęcono szkolnym i pozaszkolnym relacjom rówieśniczym, spotkaniom w „paczkach”, „randkom”, „prywatkom”, szkolnej modzie, idolom, pomysłom na spędzanie czasu wolnego. Zwracano uwagę na nieprawidłowości w relacjach grup rówieśniczych, np. złe stosunki w klasie, gdzie występowały zawiść, nieufność, piętnowanie rówieśników, antagonizmy w stosunkach między chłopcami i dziewczętami, rywalizacja i niska pozycja przewodniczącego samorządu (Stawisz 1958, s. 8). Z drugiej strony krytyce poddawano zachowanie „paczek” – dobrze zintegrowanych, ale odrzucających normy społeczne grup, łamiących zasady, hałaśliwych, nieliczących się ze zdaniem otoczenia, roszczeniowo nastawionych wobec świata.

Przed wszystkim, jednak zachęcano, by z dystansem podchodzić do reguł stosowanych przez niektóre „paczki”, takich jak narzucanie określonego stylu zachowania lub ubierania się, namawianie do zachowania niebezpiecznego lub nieakceptowanego społecznie czy dyskryminowanie osób spoza grupy.

Ciekawym przykładem jest artykuł „Sylwester”, w którym pięcioro młodych ludzi opowiadało o sposobie, w jaki spędzili sylwestrową noc. Jedna z dziewcząt opuściła przyjęcie wcześniej, z uwagi na wyobcowanie w grupie zbyt snobistycznych rówieśników i napastliwość chłopaka. Dwie inne dziewczyny opisały syl-

westry spędzone w inny sposób niż na popularnej prywatce, np. na spacerze lub w domu z przyjaciółką (Frankowska 1978, s. 8). We wszystkich postawach istotną wartością wydaje się wierność sobie i zgodność z własnymi przekonaniem. Dla typowej bohaterki *Filipinki* istotny był kontakt z rówieśnikami i posiadanie przyjaciół, ale równie istotna – możliwość posiadania czasu dla siebie i rozwój indywidualnych zainteresowań.

We współczesnych czasopismach dla młodzieży funkcjonowanie w grupie rówieśniczej wiąże się ze zrozumieniem pojęcia przyjaźni, a także rozwojem charakteru, woli i samodzielnego myślenia. Wojciech Kajtoch zaobserwował, że „modelowa” bohaterka współczesnych czasopism dla dziewcząt (nazwana przez badacza „Dziewczyną”) posiada cechy, które czynią ją mniej asertywną wobec otoczenia. Inaczej niż np. bohater pisma niezależnego („Metalowiec”). „Dziewczyna”, bardziej niż bohaterowie pism muzycznych, była zdolna do nawiązywania przyjaźni oraz skoncentrowana na ich utrzymaniu, ale dwukrotnie mniej spontaniczna, bardziej skłonna do podporządkowania się i „pogodzenia” z przeciwnościami losu, w mniejszym stopniu również zdolna do jasnego wyrażania swoich intencji (Kajtoch 2008).

Tymczasem w *Filipince* podejście redakcji do relacji w obrębie „paczki” nie zmieniło się od lat 60. i 70. Przykładem artykułu terapeutki Ewy Nowak z 1998 roku, w którym autorka podkreśla istotność równowagi pomiędzy bezpieczeństwem, jakie daje bliskie grono przyjaciół, a gotowością obrony własnego zdania. Autorka m.in. uczy czytelniczki, że:

paczki nie powinny być hermetyczne, ponieważ odbierają młodzieży szansę spojrzenia na świat własnymi oczami, mogą doprowadzić do powstawania uprzedzeń i atmosfery nieufności. [...] Za kilka lat nikt nie będzie rozliczał cię z tego, jak byłaś lubiana. Jedynym kryterium wartości człowieka jest on sam. I w grupie, i bez niej (Nowak 1998, s. 7).

### *Dążenie do równorzędnych, niehierarchicznych relacji z płcią przeciwną*

Miłość stanowi jeden z najważniejszych tematów we współczesnych czasopismach dla młodzieży. Jak zaobserwował Paweł Płaneta, satysfakcja w miłości wydaje się głównym celem bohaterek i korespondentek czasopism dla dziewcząt, utożsamiana jest z pojęciem szczęścia i przeciwieństwem samotności, której bardzo obawiają się dziewczęta (Płaneta 2000).

Sposób opisywania miłości w czasopismach młodzieżowych budzi jednak sporo obaw, m.in. o przedwczesne rozbudzanie potrzeb seksualnych i „psucie” młodzieży. Obawy te wyraża m.in. publicystka magazynu *Wychowawca*, zwracając uwagę, że pisma te zachęcają młodzież do inicjowania tego typu relacji, przez przedstawianie historii miłosnych w opowiadaniach czy komiksach typu fotostory (Pawlak 2009).

Innym zarzutem jest traktowanie przez te pisma relacji damsko-męskiej niepoważnie, jako rodzaju towarzyskiej gry. Zdaniem Płanety czasopismo dla dziew-

czą *Dziewczyna* nie zachęcało dziewcząt do aktywności seksualnej, a nawet przestrzegało przed pochopnymi decyzjami, jednak instruowało, jak być uwodzicielską i atrakcyjną w oczach płci przeciwnej. Nastolatki, chcąc zwrócić na siebie uwagę chłopców, miały się zachowywać w specyficzny sposób: kierować się sprytem, prowokować, kokietować, odpowiednio się ubierać, często chwalić chłopaków i traktować ich z czułością (Planeta 2000). Podobne obserwacje poczyniła Małgorzata Karwatowska – zdobywanie chłopaka wydaje się głównym celem typowej bohaterki czasopism młodzieżowych. Na drodze do tego celu nastolatki powinny stosować różne metody zwrócenia na siebie uwagi, czego dowodem mają być często się powtarzające zwroty: *zaczaruj go, omotaj jakiegoś kolesia, zastosuj zaklęcie, rzuć na niego swój urok, i znów wyruszasz na łowy*. Karwatowska stwierdza, że tego typu porady jedynie pozornie sugerują, że dziewczyna jest w relacji miłosnej stroną aktywną. W rzeczywistości potwierdzają one stereotypowe wyobrażenia o sensualności i uwodzicielskości kobiet, ich zależności od mężczyzn i nierównorzędności płci. *Dziewczyna* jest niejako zobowiązana do prowadzenia miłosnej gry i musi się zachowywać w określony sposób: starannie dbać o wygląd, o utrzymanie szczupłej sylwetki, śledzić trendy w modzie, prowadzić intensywne życie towarzyskie oraz koncentrować się na potrzebach i upodobaniach chłopaka (Karwatowska 2006).

Warto ponadto zwrócić uwagę, że tego rodzaju porady, podobnie jak wykorzystująca motyw miłości rozrywka (quizy, horoskopy, wróżby) przeważają w treściach czasopism dla dziewcząt nad poważną dyskusją o uczuciach i delikatnej sferze seksualności. We współczesnych pismach uwagę zwraca brak dyskusji, refleksji i podejścia pedagogicznego do dylematów dziewcząt. Na ten aspekt uwagę zwróciła badaczka *Bravo Girl!* Aneta Antosiak. Jej zdaniem pismo ma zachęcać do „wyzwolenia”, rozumianego tutaj jako *robienie tego, na co się ma ochotę*. W kwestiach seksualnych, ale właściwie także w przypadku każdego innego życiowego wyboru, nastolatka ma się kierować wyłącznie *własnym sercem i robić to, na co ma ochotę*. Jej wyzwolenie ma polegać na odrzuceniu wszystkich możliwych ograniczeń (takich jak: sprzeciw rodziców, presja rówieśników, nacisk ze strony chłopaka, a nawet ograniczenia biologiczne, z wyjątkiem obowiązku stosowania antykoncepcji) (Antosiak 2003). Wydaje się, że obserwacje i wnioski A. Antosiak są dość radykalne, jednak inni badacze, np. Piotr Tomasz Nowakowski, również zaobserwowali, że *Bravo Girl!* upowszechnia model dziewczyny bardzo spontanicznej i niezwykle szczerej wobec samej siebie (w życiu kierującej się głównie własnymi poglądami i uczuciami i na ich podstawie kształtującej swoje standardy moralne) (Nowakowski 2004, s. 164) i wychowawców, którzy podjęliby z czytelniczką rozmowę o właściwym korzystaniu z wolności:

Wolność tkwi zatem u podstaw każdej podejmowanej decyzji, nie są bowiem proponowane zasady, które na owe decyzje mogłyby mieć wpływ [...]. Akcent położony na uczucie pozbawia wolność intelektualnej refleksji [...]. Nie istnieje [...] podział na wolność prawdziwą i złą (samowolę) (Antosiak 2003, s. 377).

W *Filipince* tematyka relacji damsko-męskich była zawsze upowszechniana, warto jednak zwrócić uwagę, że nigdy temat miłości nie dominował nad treściami dotyczącymi szkoły, pracy czy rozwoju zainteresowań. Istotny jest aktywny udział redakcji i redakcyjnych ekspertów w podejmowaniu kwestii poruszanych przez czytelniczki. Autorami artykułów lub specjalistami udzielającymi porad byli przeważnie stale współpracujący z pismem i doskonale znani czytelnikom lekarze, seksuologowie i terapeuci (np. Mikołaj Kozakiewicz, Zbigniew Lew-Starowicz, Wiesław Sokołuk, Ewa Nowak), a temat omawiany był kompleksowo, z uwzględnieniem psychologicznych i kulturowych uwarunkowań, opisywanych zjawisk i sytuacji.

Ważny jest również aspekt wychowawczy – w tym wypadku rozumiany jako ukształtowanie odpowiedzialnej postawy młodej kobiety w kwestii seksualności. Nie można zarzucić piśmie stereotypowo przypisywanej kolorowym pismom „promocji seksu” – w piśmie nie publikowano zwierzeń nastolatków, opowieści erotycznych ani wyzywających zdjęć. Kolumny z poradnictwem seksualnym miały przeważnie formę artykułów publicystycznych, na określony temat (antykoncepcja, AIDS, przemoc seksualna, inicjacja seksualna, dziewictwo).

Redakcja i osoby udzielające porad dążyły do zachowania możliwie największej obiektywności. Uwzględniano fakt, że czytelniczka jest niepełnoletnia, unikano moralizowania i postaw, które można by uznać za ideologicznie stronnicze. W *Filipince* cel wychowawczy polegał przede wszystkim na uświadomieniu dziewczynie jej prawa do równorzędnego decydowania o wejściu w relację lub podjęciu aktywności seksualnej (tym samym prawa do wstrzemięźliwości). Zauważyć zatem można analogię w podejściu do relacji z innymi rówieśnikami („paczką”) – dziewczyna powinna być uważana za atrakcyjną nie dlatego, że powieła standardy narzucone z zewnątrz, ale ponieważ potrafi obronić własne zasady.

Specjaliści radzili dziewczętom, by uwzględniały własne potrzeby w relacji z mężczyznami i doceniły siebie. Przykładem porada Wiesława Sokołuka, współpracującego z *Filipinką* pedagoga i seksuologa:

W dobrym związku ludzie stają się lepsi, ciągną do góry. A kiedy zaczynamy rozmieniać się na drobne, nie jest dobrze [...]. W byle jakich związkach obie strony tracą okazję do nauczenia się wielu rzeczy o wzajemnych relacjach. Jeśli chłopak nie ma okazji odczuć, że czegoś się od niego wymaga, poza uroczą obecnością, nie będzie starał się być inny (Denkiewicz 1998, s. 7).

### *Podsumowanie*

Do najważniejszych zadań edukacyjnych i wychowawczych, jakie realizowało pismo *Filipinka*, należały:

- upowszechnianie treści edukacyjnych;
- przekonywanie do rozwoju i inspirowanie zainteresowań różnymi specjalizacjami zawodowymi;

- upowszechnianie postawy asertywności, niezależności i indywidualizmu w kontaktach z rówieśnikami;
- promowanie wizerunku kobiety jako samodzielnej, świadomej własnych mocnych stron, nastawionej na rozwój, niepodporządkowanej w związku i czynnie wpływającej na jakość swoich kontaktów z mężczyznami.

Likwidację pisma ocenić należy jako dużą stratę dla rynku prasowego, nie tylko z uwagi na jego wartościowe treści, ale również z powodu zaniechania kontynuacji dobrej tradycji czasopiśmiennictwa dla dziewcząt. Strata nie była jednak nieodwracalna. Przykładem kontynuacji tradycji *Filipinki* jest pismo *Cogito*, które w 2012 roku przekształciło się z pisma edukacyjnego dla młodzieży obu płci w pismo dla dziewcząt. Mimo zwiększenia obszaru treści z zakresu rozrywki, mody, dojrzewania, kultury popularnej pismo to wciąż specjalizuje się w tematyce edukacyjnej i społecznej, prowadzi działalność publicystyczną i oferuje rzetelne poradnictwo, współpracując także z byłymi ekspertami *Filipinki*. Dzięki atrakcyjnej szacie graficznej *Cogito* może przyciągnąć więcej czytelników, nie rezygnując jednocześnie ze swoich podstawowych celów, jakimi są edukacja i wychowywanie. Interesującym projektem wydaje się też inicjatywa „Kosmos dla dziewczynek”, podjęta przez specjalnie w tym celu powołaną organizację pozarządową „Fundacja Kosmos”. Projekt obejmuje uruchomienie portalu internetowego i czasopisma dla dziewcząt (uczennic szkół podstawowych w wieku 7–11 lat), które ma inspirować je do rozwoju zainteresowań, upowszechniać różne dziedziny wiedzy, rozbudzać świadomość własnej płci i dumę z bycia dziewczyną. Istotny jest fakt, że twórczynie pisma nie są związane z żadnym dużym koncernem medialnym, a środki na uruchomienie pisma zbierają drogą crowdfundingu, co jest zupełnie nowym pomysłem na debiut na rynku medialnym (Domagalska 2017).

Pozostaje zatem szansa na utrzymanie na rynku prasowym ambitnej oferty dla dziewcząt i kontynuowanie programu wychowywania poprzez rozrywkę, w formule przyjaznej czytelnikowi.

## Bibliografia

- Antosiak A. (2003). *Obraz wolności w czasopiśmie młodzieżowym Bravo Girl! W: J. Bartmiński (red.). Język w kręgu wartości. Studia semantyczne (s. 361–377). Lublin.*
- Arkabus A. (2004). Współczesna prasa młodzieżowa. *Poradnik Bibliotekarza*, nr 4, s. 8–11.
- Brzezicki L. (2014). *Avanteen* nowym młodzieżowym magazynem shoppingowym od Agory. *Wirtualne Media*, 3.06.2014 [<http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/avanteen-nowym-mlodziezowym-magazynem-shoppingowym-od-agory>; 15.08.2017].
- Domagalska P. (2017). *Kosmos*: w ciągu czterech dni na czasopismo dla dziewczynek zebrano ponad 40 tys. zł. *Gazeta Wyborcza*, 15.05.2017 [<http://wyborcza.pl/7,75410,21815688,kosmos-w-ciagu-czterech-dni-na-czasopismo-dla-dziewczynek.html>; 20.08.2017].
- Ejsmont M., Kosmowska B. (2005). *Media, wartości, wychowanie*. Kraków.
- Kajtoch W. (2004). Ciało medialne. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 59–86.

- Kajtoch W. (2008). Emocje i zmysły tekstowych bohaterów prasy młodzieżowej. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 85–10.
- Karwatowska M. (2006). „Gazetowa dziewczyna”. Wybrane elementy wizerunku nastolatki w czasopismach młodzieżowych. W: B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska (red.). *Kultura popularna w szkole. Poblżliwe przyzwolenie czy autentyczny dialog* (s. 141–151). Lublin.
- Kořta K. (1991). Świat trochę lukrowany. *Polityka*, nr 46, s. 8.
- Konopka J. (2012). Wizerunek pćci na łamach wybranych czasopism młodzieżowych. W: K. Pokorna-Ignatowicz (red.). *Medialny obraz rodziny i pćci* (s. 103–119). Kraków.
- Kumiega J. (1997). Czasopisma dla dzieci i młodzięży w latach 1990–1996. *Guliwer*, nr 2, s. 47–50.
- Kumiega J., Leszczyńska A. (2001). *Czasopisma dla dzieci i młodzięży w latach 1990–2001*. Wrocław.
- Lamberg J. (2002). Two Magazines Deliver Teen Voices as They Really Sound. *Women’s Enews*, 5.04.2002 [<http://womensenews.org/2002/04/two-magazines-deliver-teen-voices-they-really-sound/>; 15.09.2016].
- Maliszewski A., Masłowski W. (1972). Ideały wychowawcze w prasie. *Zeszyty Prasoznawcze* nr 3, s. 27–36.
- Małachowska J. (1998). Czasopisma dla dzieci – zainteresowania i potrzeby a rzeczywistość biblioteczna. W: J. Chruścińska, E. Kubisz (red.). *Materiały Ogólnopolskiego seminarium „Dzieci a mass media”* (s. 62–66). Zielona Góra.
- Maślanka J. (1976). *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław.
- Mk. (2016). *Twist i Bravo Girl!* wyprzedziły *Fun Club*. *Bravo* liderem pism młodzieżowych. *Wirtualne Media*, 8.12.2016 [<http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/twist-i-bravo-girl-wyprzedzily-fun-club-bravo-liderem-pism-mlodzięzych/>; 15.01.2017].
- Nalewajk A. (2004). Skusić nowością. *Press* nr 7, s. 55–57.
- NN. (1957). A co ty na to? *Kobieta i Źycie*, nr 2, s. 2.
- NN. (2012). Metamorfoza *Cogito*: mniej edukacji, więcej informacji i porad. *Wirtualne Media*, 23.07.2012 [<http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/metamorfoza-cogito-mniej-edukacji-wiecej-informacji-i-porad/>; 12.02.2017].
- NN (2017). Młodzięż. *Empik.com* [<http://www.empik.com/prasa/dla%20dzieci%20i%20młodzięży/mlodzięż,440803/>; 10.08.2017].
- Nowakowski P.T. (2004). Modele człowieka propagowane w wybranych czasopismach młodzieżowych. Kraków.
- Pawlak J. (2009). Miłość w czasopismach młodzieżowych. *Wychowawca*, nr 9, s. 14.
- Piotrowski K., Ziółkowska B., Wojciechowska J. (2014). *Niezbędnik Dobrego Nauczyciela*, t. 5: Rozwój nastolatka. Wczesna faza dorastania. Warszawa.
- Piwowska A. (2003). Trzy oblicza *Filipinki*. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 127–148.
- Płaneta P. (1999). Świat przedstawiony w czasopismach młodzieżowych. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 81–104.
- Pozner J.L. (2003). The “Big Lie”: False Feminism Death Syndrome, Profit and the Media. W: R. Dicker, A. Piepmeier (red.). *Catching a Wave: Reclaiming Feminism for the 21<sup>st</sup> Century* (s. 31–56). Boston.
- Prewęcka K. (1999). W cieniu zakwitających dziewcząt – czytelnictwo prasy dla dziewcząt spada. *Media Polska*, nr 55, s. 27.
- Sokół Z. (1998). *Prasa kobieca w Polsce 1945–1995*. Rzeszów.
- Sosnowski T. (2005). Problematyka młodzięży we współczesnej kulturze popularnej. W: J. Izdebska (red.). *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa* (s. 338–344). Białystok.
- Szocki J. (1996). *Prasa dla dzieci i młodzięży*. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 117–121.

- Tyrański W. (1981). Poradnictwo magazynów młodzieżowych oraz kobiecych i rodzinnych. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 77–82.
- Węgrzyńska M. (2002). Przegląd prasy dla młodzieży. *Wychowawca*, nr 6, 27.
- Zielińska K. (2015). Formuła wydawnicza czasopisma dla młodzieży i jej ewolucja (na przykładzie magazynu *Filipinka*). Rozprawa doktorska napisana pod kierunkiem dr. hab. prof. UW Wiesława Sonczyka, Warszawa.

### *Materiały*

- Denkiewicz M. (1998). Byle był. *Filipinka*, nr 3, s. 7.
- Frankowska A. (1978). Sylwester. *Filipinka*, nr 1, s. 8.
- MD. (1958). O różowych teczkach i niewesołych sprawach. *Filipinka* nr 2, s. 8.
- Nowak E. (1998). Ty i twoja rodzina. *Filipinka*, nr 16, s. 8.
- Stawisz M. (1958). Jak jest w waszej klasie? *Filipinka*, nr 20, s. 8.

### STRESZCZENIE

Pismo *Filipinka* przez prawie 50 lat ukazywania się realizowało liczne cele edukacyjne, takie jak: promocja kształcenia kobiet, wspieranie rozwoju, wychowywanie dziewcząt do samodzielności i niezależności intelektualnej. Zdaniem autorki zbyt rzadko podejmowany jest temat poznawczej funkcji pism dla dziewcząt, a próby realizowania przez nie programu wychowawczego często niedoceniane. Autorka dostrzega dużą rozbieżność w sposobie oceniania pism dla młodzieży (zwłaszcza dla dziewcząt), często spowodowaną wewnętrzną niejednorodnością tych tytułów (wiele tematów, różnorodny dobór gatunków dziennikarskich) oraz różnicami w poglądach na wychowanie młodzieży. Przykład *Filipinki* przytaczany jest jako pozytywna (udana) próba realizacji ambitnego, neutralnego światopoglądowo programu wychowawczego. Istotny wydaje się fakt, że został zrealizowany w czasopiśmie dla dziewcząt tradycyjnie rozpoznawanym głównie jako pismo rozrywkowe i poradnik. Autorka zidentyfikowała i omówiła najważniejsze założenia tego programu, jakimi były: popularyzacja edukacji kobiet, kształtowanie istotnej roli kobiety w środowisku domowym, budowanie tożsamości w grupie rówieśniczej oraz równorzędnej relacji w związku.

**Słowa kluczowe:** kobiety, dziewczęta, czasopisma, prasa, edukacja, rozwój