Adam Koziolek

„MODNA GOSPODYNI", CZYLI PRASA JAKO NARZĘDZIE UPOWSZECHNIANIA WIEDZY I KSZTAŁTOWANIA POGLĄDÓW

Wprowadzenie

W demokratycznych społeczeństwach dużą rolę odgrywa opinia publiczna. Definiuje się ją jako „dynamicznie zmieniający się stan świadomości dużych grup społecznych, składający się z poglądów i przekonań mniej lub bardziej trwałych, odnoszący się do kwestii zazwyczaj dyskusyjnych, których rozwiązanie ma bezpośredni lub pośredni wpływ na aktualne bądź przyszłe interesy społeczeństwa" (Kuśmierski 1997, s. 26). Jest ona kształtowana przez wiele czynników, w tym prasę, której znaczenie przed stu laty opisał Walter Lippmann[1]. Opinia publiczna pełni wiele funkcji, w tym eksplikacyjną, integracyjną, konsultacyjną i kontrolną. Ważna jest jej funkcja kreacyjna w praktyce, gdyż „może się przyczynić do budowy bądź zniszczenia ładu społeczno-politycznego" (Staniszewski 2012, s. 122).

Gazety na wsi pojawiły się na długo przed odzyskaniem przez Polskę niepodległości w 1918 roku. We wszystkich trzech zaborach czasopisma dla ludu zaczęły się ukazywać w podobnym okresie. Jako przykłady można wymienić wydawanego w zaborze rosyjskim od 1842 roku „Kmiotka", w Galicji – ukazujący się w Krakowie od 1835 roku „Przewodnik Wiejski" czy lwowskie „Rozmaitości dla Ludu Wiejskiego". W zaborze pruskim od lat trzydziestych XIX wieku publikowano „Przyjaciela Ludu czyli Tygodnik potrzebnych i użytecznych wiadomości"[2]. Warto odnotować pojawienie się prasy specjalistycznej, na przykład czasopism pszczelarskich, które „stały się rodzajem platformy integracyjnej i informacyjnej dla społeczności pszczelarzy" (Echaust 2019, s. 88). Zaczęła się ukazywać również prasa kierowana do kobiet, między innymi wychodzący w latach sześćdziesiątych XIX wieku w Galicji „Wieniec". Na przełomie XIX i XX wieku powstało wiele pism dla kobiet wiejskich, były to

[1] Pierwsze amerykańskie wydanie tej pracy ukazało się w 1922 roku, a pierwszy polski przekład – w lutym 2020 roku.

[2] Pojawianie się prasy na wsi jest szeroko przeze mnie analizowane w trzech artykułach, które opublikowałem w 2019 roku w kwartalniku „Wieś i Rolnictwo", w dziale *Sto lat rozwoju polskiej wsi* (por. Koziolek 2019a, 2019b, 2019c.)

tytuły publikowane przez organy ruchu ludowego (na przykład „Przodownica", „Zorza", „Niewiasta") lub ukazujące się jako dodatki (na przykład „Przyjaciel Sług"), ponadto pisma patronackie, periodyki eksponujące wątki narodowo-patriotyczne i religijne (na przykład „Przebudzenie", „Głos Wielkopolanek") czy pisma emancypacyjne i feministyczne („Ster", „Nowe Słowo", „Przedświt") (Franke 1999). Rozkwit prasy kobiecej[3] – także kierowanej na wieś – nastąpił w okresie międzywojennym, gdy ukazywało się około stu sześćdziesięciu tytułów. Wiele z nich kierowano do kobiet wiejskich, jak czasopisma wydawane przez koła gospodyń wiejskich (dziewiętnaście tytułów) czy związane z ruchem ludowym. Zasięg ich oddziaływania zależał od dwóch głównych czynników: dostępności pisma, na co wpływała przede wszystkim wysokość nakładu i cena egzemplarza, stanowiąca pewne obciążenie finansowe dla domowego budżetu, i stopień alfabetyzacji społeczeństwa (por. Czapiewski, Janc 2019).

Pierwsze numery „Gospodyni" – tytułu analizowanego w niniejszym opracowaniu – zaczęły się ukazywać w drugiej połowie lat pięćdziesiątych XX wieku. Celem utworzenia pisma była aktywizacja kobiet wiejskich oraz ich polityczna indoktrynacja przez popularyzację „nowego" ruchu ludowego podporządkowanego komunistom. Po ponad sześćdziesięciu latach badany tytuł jest jednym z nielicznych, który przetrwał i jest obecny na rynku wydawniczym, choć wciąż walczy o utrzymanie się na nim. Zawdzięcza to przede wszystkim trafnemu określeniu grupy docelowej, czyli członkiń kół gospodyń wiejskich oraz mieszkanek wsi i małych miejscowości.

Poszukując pierwowzoru pisma, którego celem było dotarcie do zamieszkujących wieś kobiet, należy odnotować, że w latach 1947–1948 w Poznaniu ukazywała się „Gospodyni Wiejska" – dodatek do „Poradnika Gospodarstw Wiejskich". Pierwsze wydanie samodzielnego pisma kierowanego do mieszkanek wsi ukazało się w 1957 roku również pod tytułem „Gospodyni Wiejska", z podtytułem „Dwutygodnik Kół Gospodyń Wiejskich". Ukazujący się dwa razy w miesiącu tytuł był wydawany przez Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne, a pierwszym redaktorem była Hanna Ciekotowa (Sokół 1998, s. 381). Po roku zastąpiła ją Helena Dąbska. W 1964 roku pismo przekształcono w tygodnik, co znalazło odzwierciedlenie w nowym podtytule: „Tygodnik dla Kół Gospodyń Wiejskich". Od 1968 roku pismo pełniło funkcję organu prasowego Centralnego Związku Kółek Rolniczych i Związku Zawodowego Pracowników Rolnictwa.

„Gospodyni" dość często zmieniała podtytuły, na co wpływ miały także zmiany polityczne. W 1978 roku dotychczasowy podtytuł zmieniono na

[3] „Prasa kobieca – to grupa czasopism (przeważnie tygodniki), których profil profil jest kształtowany pod kątem potrzeb czytelniczych kobiet oraz ich aktualnego położenia społecznego" (Sokół 1983, s. 5).

„Czasopismo Centralnego Związku Kół Gospodyń Wiejskich dla Kobiet Wsi". W latach osiemdziesiątych podtytuł zmieniał się aż trzykrotnie: „Czasopismo Centralnego Związku Kółek i Organizacji Rolniczych dla Kół Gospodyń Wiejskich, dla kobiet wsi" (w 1982 roku), „Tygodnik Krajowego Związku Rolników, Kółek i Organizacji Rolniczych dla Kół Gospodyń Wiejskich" (od maja 1983 roku), „Tygodnik dla Kół Gospodyń Wiejskich, dla Kobiet Wsi" (od maja 1988 roku). W 1995 roku podtytuł uzyskał brzmienie: „Tygodnik dla Kół Gospodyń Wiejskich i Wszystkich Kobiet". Odbiorczynie w zasadzie się nie zmieniały, inaczej niż nadawcy przekazu i ich nazwy.

Kryzys końca lat osiemdziesiątych i ograniczenie finansowania czasopisma przez państwo powodowało narastające problemy z utrzymaniem tytułu. Daleko idące zmiany nastąpiły po przełomie 1989 roku, kiedy także tytuły prasowe sprywatyzowano. W wypadku analizowanego czasopisma nastąpiło to w sierpniu 1991 roku, gdy jego właścicielką została Izabella Byczewska (od 1989 roku redaktor naczelna) i zmienił się wydawca – została nim Gospodyni Sp. z o.o. W 1995 roku, jak już wspomniano, zmieniono podtytuł na „Tygodnik dla Kół Gospodyń Wiejskich i Wszystkich Kobiet". Od 2001 roku w tytule pojawia się przymiotnik „modna", taki również tytuł nosi zbiór analizowanych tu numerów czasopisma („Modna Gospodyni"). Od 2004 roku właścicielem tytułu jest Polskie Wydawnictwo Rolnicze (które kupiło go od Izabelli Byszewskiej), a wydawcą – Grupa Cogito Sp. z o.o. W latach 2013–2015 tytuł ukazywał się jako kwartalnik, od 2016 roku jest publikowany jako dwumiesięcznik. Zmiany częstotliwości ukazywania się pisma, które z tygodnika o bardzo wysokim nakładzie stało się niszowym dwumiesięcznikiem, jest wymownym świadectwem perturbacji, jakie przeżywał polski rynek prasowy od czasu jego prywatyzacji.

Obecnie tytuł jest dwumiesięcznikiem ukazującym się w nakładzie około 25 tysięcy egzemplarzy. Nakład pisma w 1968 roku, gdy ukształtował się tytuł „Gospodyni", wynosił 70 tysięcy egzemplarzy, w 1989 roku wzrósł do 470 tysięcy egzemplarzy, aby w 1995 roku osiągnąć około 170 tysięcy egzemplarzy (Sokół 1998, s. 380). Obecnie „Modna Gospodyni" to ilustrowany magazyn podejmujący „szeroką paletę zagadnień dotyczących życia współczesnej mieszkanki wsi", „czasopismo dla aktywnych i zapracowanych kobiet, które poszukują inspiracji. Dla kobiet nade wszystko przywiązanych do uniwersalnych wartości: rodziny, miłości, przyjaźni", a „tradycja, bliskość i wiarygodność to trzy słowa używane najczęściej przez Czytelniczki"[4] w odniesieniu do tego magazynu.

[4] Za: http://modnagospodyni.pl/o-nas [dostęp: 22.11.2020].

Cel analizy i jej źródła

Celem niniejszej analizy jest ukazanie na tle wspomnianych wyżej perturbacji edukacyjnej i opiniotwórczej funkcji pisma „Modna Gospodyni" przez (potencjalny) wpływ przekazywanych tam treści na poglądy i postawy odbiorców treści. Jest to szczególny okres w historii przemian gospodarczych i społecznych w Polsce, obejmujący końcowe lata transformacji ustrojowej. Jednocześnie są to lata bezpośrednio poprzedzające przystąpienie kraju do Unii Europejskiej oraz – o czym nie należy zapominać – poprzedzające referendum akcesyjne, którego wynik, uwzględniając nastroje panujące na wsi (CBOS 2001a, 2001b, 2001c), wcale nie był przesądzony. Analiza treści dotyczy numerów z lat 2001–2003. Jest to czas szczególny w dziejach pisma, które będąc od dziesięciu lat w rękach prywatnych, przeżywa kryzys. Podobnie jak jego wydawca, BHI CiP Sp. z o.o. Przejawem tego kryzysu jest między innymi nieregularne wydawanie dwutygodnika: w 2001 roku ukazało się dwadzieścia pięć numerów, w 2002 roku opublikowano dwadzieścia trzy numery, w tym jeden podwójny i jeden potrójny, a w 2003 roku – piętnaście numerów, w tym dziewięć podwójnych. W 2004 roku pismo zmieniło właściciela i wydawcę, ale redaktor naczelna pozostała. Na polskim rynku wydawniczym istniały już wtedy nowe ilustrowane i globalne tytuły, a „Modna Gospodyni" starała się walczyć – bez sukcesu, jak obecnie możemy stwierdzić – o zachowanie wcześniejszej pozycji. W analizowanych latach nakład pisma osiągał od 100 tysięcy do 70 tysięcy egzemplarzy, cena pierwszego numeru w 2001 roku wynosiła 3,60 złotego, a ostatniego podwójnego w 2003 roku – 7,60 złotego.

Warto także zwrócić uwagę na okładki pisma, zdobią je bowiem najczęściej zdjęcia kobiet (Choroszko 2001, rys. 1). Była to nowa forma kontaktu z czytelniczkami. Osoby, które przesłały do redakcji swoje zdjęcia i wyraziły zgodę na ich opublikowanie, były bardzo młode, co mieściło się w konwencji „Modnej Gospodyni", ale jest wątpliwe, żeby poszerzało grupę odbiorców. Wiele tak zwanych pism kolorowych na początku XXI wieku wykorzystywało na okładkach zdjęcia znanych osób, dzieje się tak również współcześnie. Dość często jednak na pierwszej stronie okładki zamiast zdjęć kobiet zamieszczano program telewizyjny, a na drugiej stronie krzyżówkę z horoskopem. Ten układ pod względem typograficznym nie był najlepszym rozwiązaniem, wskazywał bowiem, że najważniejsze wiadomości przekazywane czytelnikom nie są związane bezpośrednio z grupą, do której pismo (w zamierzeniu) było przeznaczone.

Fot. 1.
Przykładowe okładki (nr 12/2001 i 1/2002)
Źródło: archiwum autora.

„Modna Gospodyni" jest pismem poruszającym wiele tematów, niektóre z nich pojawiają się systematycznie, inne – epizodycznie. W każdym numerze są kilkuszpaltowe artykuły i niewielkie notki. Tu skoncentrujemy się na analizie tylko dwóch wątków, ważnych dla kształtowania opinii i postaw wiejskich kobiet: dotyczących modelu „modnej gospodyni", która jest jednocześnie, jak wskazuje podtytuł, „nowoczesną kobietą", oraz jej orientacji życiowych, skierowanych albo na rozpamiętywaniu (świetnej) przeszłości, albo projektujących przyszłość.

Tematyka pisma, czyli jaka powinna być modna i nowoczesna gospodyni wiejska

Analizie poddano wszystkie sześćdziesiąt trzy (nominalnie siedemdziesiąt pięć) pojedyncze i łączone numery pisma wydane w latach 2001–2003. Każdy numer liczył pięćdziesiąt dwie strony, numery podwójne były sześćdziesięciostronicowe. Poruszana problematyka była bardzo zróżnicowana,

a teksty ukazywały się w cyklicznych działach („Uroda", „Moda", „Dobra kuchnia", „Zdrowie i natura", „Roboty i robótki") lub były publikowane nieregularnie, w zmiennym rytmie („Miłości sławnych ludzi", „Dom, sad, ogród", „Nasze kulinarne dziedzictwo", „Prawo wprost"). Każdy numer miał „temat przewodni", któremu poświęcano jeden tekst z najczęściej pojawiających się działów.

Tab. 1.
Tematyka artykułów publikowanych w „Modnej Gospodyni" w latach 2001–2003 i częstotliwość ich pojawiania się w poszczególnych działach

Dział	Liczba numerów	Dział	Liczba numerów
1. Uroda	62	11. Agro	26
2. Moda	61	12. W rytmach muzyki tanecznej	25
3. Dobra kuchnia	58	13. Prawo wprost	23
4. Zdrowie i natura	57	14. Nasze kulinarne dziedzictwo	23
5. Roboty i robótki	55	15. Otwarty świat	22
6. Reportaż	41	16. Chrońmy bioróżnorodność	18
7. KRUS	35	17. Tradycja	14
8. Miłości sławnych ludzi	30	18. Podróże	11
9. Kram	30	19. Budujemy i remontujemy razem	11
10. Dom, sad, ogródek	27	20. Rady z myszką	10

Źródło: oprac. własne.

Działy zebrane w tabeli 1 najczęściej pojawiają się w spisie treści analizowanych numerów. Pierwsze pięć działów prawie zawsze zajmowało do piętnastu początkowych stron numeru. W tabeli pominięto dział „Relaks", obecny w każdym numerze, oraz program telewizyjny. Struktura wyróżnionych działów informuje jednocześnie o modelu kobiety gospodyni lansowanym przez tygodnik na początku XXI wieku. Nie wiadomo przy tym, czy jest to odpowiedź na znane potrzeby czytelniczek pisma, czy są to wyobrażenia redakcji dotyczące tego, jakie treści zainteresują czytelniczki „Dwutygodnika nowoczesnej kobiety". Na podstawie zawartości numerów z lat 2001–2003 podejmiemy próbę rekonstrukcji tego wzoru. Z faktu, że na początku XXI wieku kulinaria są przewodnią tematyką pisma, można wnosić, że modna wiejska gospodyni powinna dobrze gotować. Kulinaria pojawiają się w kilku działach: „Dobra kuchnia" (pięćdziesiąt osiem razy), „Nasze kulinarne dziedzictwo" (dwadzieścia trzy razy), „Polska dobra żywność" (dziewięć razy), ponadto sporadycznie

w działach „Przewodnik kulinarny" czy „Polska golonka". Prezentowane są przepisy kuchni regionalnej, czasem kuchni innych krajów. Sporo miejsca poświęcono akcji „Nasze kulinarne dziedzictwo" – ogłoszonemu konkursowi, jego przebiegowi, finalistom. Duży dorobek kół gospodyń wiejskich, bardzo aktywnych na tym polu, prezentowano przy okazji finałów regionalnych konkursów kulinarnych z ich udziałem. Przykładem może być opis podsumowania konkursu w województwie śląskim czy podobnego konkursu odbywającego się na ziemi mazowieckiej (Byszewska 2001b).

Drugi najczęściej podejmowany w piśmie temat to moda i uroda, z czego wynika, że gospodyni powinna być modna i urodziwa. Pismo podchwyciło zwyczaj (zapożyczony z licznych w tym czasie na polskim rynku wydawniczym nowych tytułów związanych z kapitałem zagranicznym) łączenia reklamy z artykułem sponsorowanym. Artykuł z opisem wykonania makijażu został zamieszczony w sąsiedztwie reklamy firmy Oriflame. Inne teksty zachęcały do używania kremów do rąk czy do twarzy konkretnej firmy. Trudno w analizowanych numerach „Modnej Gospodyni" znaleźć w obszarze urody i mody artykuły, które nie byłyby sponsorowane przez producentów, co pozwala sądzić, że teksty tworzono ze względu na pozyskaną reklamę (a zatem i na dofinansowanie wydania), a nie z uwagi na potrzeby mieszkanek wsi. Troska o nowe modne stroje i urodę kobiet spowodowało, że redakcja w zasadzie nie zamieszczała tekstów poświęconych przemianom, jakie w tym czasie następowały na polskiej wsi. Pod koniec lat dziewięćdziesiątych wskazywano bardzo często, że następuje zmiana w sposobie życia mieszkanek wsi. Coraz więcej kobiet zaczęło poszukiwać pracy poza gospodarstwem rolnym (Sawicka 1996, s. 77). „Modna Gospodyni" nie podpowiadała czytelniczkom niczego w tym zakresie, nie wskazywała, gdzie mieszkanki wsi powinny lokować swoją nową aktywność, zapewniającą im rozwój własny i przysparzającą korzyści wiejskiej społeczności.

Niemal w każdym numerze pisma zamieszczano modne formy strzyżenia oraz wykroje służące do własnoręcznego szycia odzieży, doradzano ponadto, z jakich materiałów wykonywać różne części garderoby. Oprócz szycia propagowano rozmaite formy robótek ręcznych, proponowało wzory do szydełkowania i prac na drutach, do tworzenia wyrobów regionalnych. Temat mody był obecny w każdym numerze, co wynikało z chęci pozyskania reklamy marki produkującej ubrania, zamieszczano więc także zdjęcia jej produktów.

W omawianym okresie także w innych czasopismach dla kobiet zaczynały dominować reklamy, spadała za to liczba tekstów merytorycznych. „Modna Gospodyni" dość długo opierała się tej tendencji, ale ostatecznie poszła tą samą

drogą. Można w tym miejscu postawić hipotezę, że pismo szybko zaczęło tracić swoją misję, a jego zawartością zaczęła rządzić komercja. Miało to dwojaki wpływ na postawy czytelniczek: rozbudzało ich potrzeby konsumpcyjne oraz wzmacniało poczucie egalitaryzmu, pozwalało poczuć się na równi z kobietami miejskimi. Gospodyni powinna jednak posiadać także inne cechy, co sugerują tytuły takich działów jak „Salonowa" (w dwudziestu ośmiu numerach), „Stylowa" (w trzynastu numerach) czy „Kulturalna" (w ośmiu numerach). Powinna ponadto być zaradna – dbać o „Dom, sad i ogródek" (w dwudziestu siedmiu numerach), wiedzieć, jak przeprowadzać remonty.

Piąty regularnie publikowany dział – „Zdrowie i natura" – zasługuje na dokładniejszą analizę, ponieważ zamieszczane w nim teksty traktowały o wielu problemach zdrowotnych (nie tylko kobiet), objawach różnych chorób, sposobach ich leczenia. Często towarzyszyły im opisy zalecanej diety, wskazania domowych sposobów wspomagających leczenie, roli witamin, ziół, minerałów – słowem: medycyny naturalnej. Najczęściej pisano o raku piersi (por. na przykład Górnaś 2001a, 2001b), rzadziej o chorobach reumatycznych, żylakach, chorobach skóry i serca, cukrzycy, również o menopauzie (z opisem hormonalnej terapii zastępczej) i osteoporozie. Ponadto pojawiały się teksty poświęcone chorobom psychicznym, o których nie mówiło się nie tylko na wsi: depresji, anoreksji, bulimii, fobiom, o leczeniu bólu, bezsenności, o problemach geriatrycznych. Dwukrotnie w tym okresie podjęto temat chorób typowo męskich – „kryzysu wieku średniego" oraz raka prostaty. Zaskakuje brak artykułów o dolegliwościach dość często występujących w polskim społeczeństwie: chorobie alkoholowej, bezpłodności, antykoncepcji. Badania sytuacji społecznej kobiet wiejskich (Krzyszkowski 2008) wskazywały na potrzebę upowszechniania takich informacji, także dotyczących przemocy w rodzinie[5]. Czyżby redakcja bała się naruszyć jakieś tabu? Czy może nowoczesne kobiety takich informacji już nie potrzebowały? Wskazywałby na to fakt, że opublikowano wiele tekstów poświęconych miłości i tylko jeden ostrożnie dotykający problematyki seksu[6].

Podsumujmy. Modelowa polska nowoczesna kobieta wiejska (o miejskiej nie mówi się „gospodyni", raczej „pani domu") na początku XXI wieku powinna być urodziwa, modna, zaradna, opiekuńcza, przede wszystkim jednak dbająca o kuchnię. Ten zestaw cech opisuje „gospodarską" stronę rodzinnej roli kobiet wiejskich[7]. Dopełnia go opieka nad dziećmi – dział „Nasze dziecko" pojawia

[5] Temat ten pojawił się raz w 2003 roku.
[6] W tekście tym pojawia się zresztą dość zaskakujące zdanie: „Wielu mężczyzn uważa, że sprawa antykoncepcji to sprawa kobiety".
[7] Sylwia Michalska (2013) wyróżnia trzy rodzaje ról kobiecych: rodzinne, zawodowe, publiczne.

się jednak znacznie rzadziej, tylko w dziesięciu numerach w analizowanym okresie. Funkcja opiekuńcza kobiet wiejskich także została dostrzeżona przez redakcję – w dziale „Otwarty świat" (w dwudziestu dwóch numerach) poświęconym opiece nad niepełnosprawnymi dziećmi, dorosłymi i osobami starszymi.

Co zatem pisano w analizowanym czasopiśmie o drugiej wyróżnionej w literaturze przedmiotu kategorii ról społecznych kobiet: rolach zawodowych (Michalska 2013). Warto bowiem zauważyć, że w 2003 roku tylko 27,6% kobiet postrzegało się wyłącznie przez role rodzinne (Titkow, Duch-Krzysztoszek 2009), kobiety stanowiły również około 45% pracujących w rolnictwie – wskaźnik zatrudnienia wynosił około 40%, a stopa bezrobocia sięgała 14% (Sawicka 2009). Można zatem wnosić, że elementy opisu ról zawodowych kobiet będzie można znaleźć w wielu działach czasopisma. Jeśli modna gospodyni jest również rolniczką, to wiele przydatnych informacji do odgrywania tej właśnie roli może znaleźć w dziale „KRUS" (w trzydziestu pięciu numerach), objaśniającym zawiłości systemu ubezpieczeń rolników. Do wiejskich gospodyń często są kierowane różne informacje na temat środowiska naturalnego i jego ochrony – sporadycznie publikowane w dziale „Agro". W osiemnastu numerach pojawia się jednak dział „Chrońmy bioróżnorodność", a w dziesięciu numerach (tylko w 2002 roku, ale jako cykl ukazujących się systematycznie artykułów) dział „Ekologiczne gospodarstwo wiejskie". Czy to znaczy, że pismo widziało wśród kobiet siłaczki niosące prośrodowiskowy „kaganek oświaty", czy był to tylko jeszcze jeden „modny" temat? Rozczarowanie musi budzić dział „Agro" (w dwudziestu sześciu numerach począwszy od 2002 roku), gdyż zamieszczono tam w zasadzie wyłącznie wiadomości o prowadzeniu przydomowego ogrodu – uprawie warzyw, kwiatów, drzew i krzewów owocowych. Kilka razy w zawodowej ofercie pojawia się agroturystyka. Brak jednak informacji o prowadzeniu gospodarstwa, zarządzaniu nim, podejmowaniu decyzji gospodarskich. Zawodowo „modna gospodyni" wiejska kształtowana jest prawie na modłę Zosi z *Pana Tadeusza*: będzie wychodzić do ogrodu, karmić drób i powtarzać, że „rządy nie należą do niej".

Ten bilans zawodowych treści w badanym piśmie trzeba zestawić z wiejskimi realiami. Według Powszechnego Spisu Rolnego w 2002 roku w gospodarstwach domowych z użytkownikiem gospodarstwa rolnego mieszkało 4,2 miliona kobiet, czyli 57% ówczesnej populacji kobiet wiejskich (Sawicka 2009). W Polsce było 1951,7 tysiąca indywidualnych gospodarstw rolnych, a 28% z nich – około 550 tysięcy – było prowadzonych przez kobiety. Kobiety pracowały także w gospodarstwach kierowanych przez mężczyzn, na ogół mężów (Sawicka 2009). Uwzględniając już tylko te dane, trzeba stwierdzić,

że treści dotyczące zawodowych ról kobiet publikowane na łamach „Modnej Gospodyni" są raczej niewystarczające. Ich marginalizowanie oraz zamieszczanie nielicznych – poza opisami działalności kół gospodyń wiejskich – publikacji o rolach publicznych świadczy o konserwatywnym charakterze pisma, które nowoczesną kobietę widzi najchętniej jako *superwoman* w kuchni, domu i ogrodzie oraz eksponuje tylko jej rodzinno-domowe role. Zabrakło tematów nawiązujących się do ważnych zadań, jakie stawały przed kobietami na polskiej wsi (Tryfan 2001). W analizach ról czytelniczek „Modnej Gospodyni" w gospodarstwie wskazywano bardzo często, że to mężczyzna był inicjatorem wielu działań, choć kobiety z wielkim zaangażowaniem i cierpliwością realizowały plany i potrzeby całej rodziny. W badanym okresie tematy wynikające z rzeczywistych potrzeb kobiet mieszkających na polskiej wsi nie były, niestety, podejmowane. Wątki historyczne i patriotyczne nie mogły zastąpić tematów ważnych, czyli na przykład wskazywania nowych wyzwań, jakie nadchodziły wraz z transformacją w Polsce i przygotowaniami do wstąpienia do Unii Europejskiej. Brakowało tematów odnoszących się do przedsiębiorczości kobiet, które poza zwykłymi i codziennymi zajęciami wokół domu na wsi podejmowałyby nowe aktywności, gdy rosła już akceptacja dla profesjonalnych ról zawodowych, co widać w badaniach Sylwii Michalskiej (2013).

Retrospektywna *versus* prospektywna orientacja czasopisma

Projekt „Ciągłość i zmiana – sto lat rozwoju wsi i rolnictwa Polski. Współpraca interdyscyplinarna nauk humanistycznych i społecznych na rzecz dialogu środowiskowego" oraz powstałe w jego wyniku publikacje[8] duże znaczenie przypisują czasowi społecznemu. W niniejszym opracowaniu, dotyczącym krótkiego odcinka czasu, problem ten zostanie ujęty inaczej – przez rekonstrukcję perspektywy czasowej pisma. Interesować nas będzie przede wszystkim czas opisywanych wydarzeń: czy są to wydarzenia historyczne, nawiązujące do przeszłości, czy odwołujące się do zamierzeń na przyszłość, wskazujące nowe sposoby jej współtworzenia. Jest to tym bardziej zasadne, że analizie poddano okres „przed wielkim nowym" – przed akcesją do Unii Europejskiej. Spróbujemy ukazać, jaka perspektywa czasowa dominuje: czy przybliżająca tę niedaleką przecież przyszłość, czy odwołująca się do tego, co już było, prospektywna, czy retrospektywna.

[8] Por. na przykład: Piasecki, Ptak 2018; Halamska, Stanny, Wilkin 2018; Kłodziński 2019.

Analizując pismo od tej strony, trzeba przyznać, że wyraźnie dominuje perspektywa retrospektywna. Jest ona dość typowa dla polskich narracji (Tarkowska 1992). Tematyka historyczna w „Modnej Gospodyni" pojawia się w różnych miejscach. Zwracają oczywiście uwagę działy „Tradycja" (w czternastu numerach) i „Rady z myszką" (w dziesięciu numerach) czy mający dość złożoną naturę (o czym niżej) konkurs „Nasze kulinarne dziedzictwo". Redakcja w 2003 roku ogłosiła ciekawy konkurs „Ślady pamięci – wieś na starej fotografii", którego celem było znalezienie zdjęć prezentujących ważne wydarzenia z historii wsi w kategoriach: rodzina i dom, praca, zabawa, święta i obrzędy oraz kultura. Po niespełna miesiącu zaczęły napływać do redakcji zdjęcia pokazujące dawne życie na polskiej wsi. Ciekawostką jest fakt, że pierwsze z nich ukazują osoby pracujące na kolei lub siedzące w pięknym samochodzie z podpisem, że ktoś przedstawiony na zdjęciu wyjechał do Ameryki i nic więcej o nim nie wiadomo. Konkurs był bardzo dobrym pomysłem na aktywizację czytelników ze środowisk wiejskich. Na kolejnych zdjęciach są grupy dzieci ze szkół wiejskich i drużyn harcerskich, przez redakcję opatrzone tytułem *Co się stało z naszą klasą*. Ten historyczny konkurs miał wymiar prospektywny – kilka lat później zdjęcia te pomogły nawiązać kontakt osobom na portalu Nasza Klasa.

Przeszłość opisywano także w innych działach pisma. W dziale „Podróże" opisano miasto Heidelberg, jedno z „magicznych" miast Niemiec (Hauser 2001). Przestawienie dziejów miasta od XII wieku i jego zabytków utrzymane jest w formie opowieści, brakuje jednak informacji, czym współcześnie zachwyca miasto i co może zaoferować czytelniczkom pisma. W tym samym roku opisano także inne historyczne miasto – Efez (Kosiński 2001), związane z działalnością św. Pawła i Marii (*Efez – miasto Apostołów i Maryi*). Tekst, bazujący na popularnych informacjach, nie zawiera odniesień do ustaleń naukowych, nie jest także powiązany z żadną reklamą, czyli nie powstał na zamówienie, ale był pomysłem redakcyjnym. W artykule poświęconym Hansowi Christianowi Andersenowi autorka koncentruje się przede wszystkim na zabytkach Kopenhagi i Odense, czyli miast związanych z pisarzem, zdecydowanie mniej informacji poświęca jego twórczości (Konecka 2001b). W tym samym dziale zamieszczono również artykuł o historycznym i współczesnym Zamościu. Informacje o mieście założonym przez hetmana wielkiego koronnego Jana Zamoyskiego w XVI wieku skonfrontowano z pomysłami ówczesnego prezydenta miasta na uatrakcyjnienie go pod względem turystycznym. Prezentację atrakcji architektonicznych wkomponowano w opisy wydarzeń kulturalnych w Zamościu (Byszewska 2003). Pomysł ten należy uznać za udany, tekst niósł bowiem nie tylko treści edukacyjne, ale także informacje kulturalne.

Tematyka historyczna pojawia się także w dziale „Reportaż". Tekst *Dzieciństwa mego kraju* (Byszewska 2001a) ukazuje losy mieszkańców Tarnawicy i Waliszowa. Współcześnie Tarnawica znajduje się w Ukrainie. W 1944 roku Armia Czerwona aresztowała jej mieszkańców za udział i wspieranie Armii Krajowej i zesłała do łagru w Uchcie. Rok później zostali oni przesiedleni do Polski – do Nowego Waliszowa. Reportaż ukazuje dzisiejsze życie waliszowian na tle ich doświadczeń z okresu drugiej wojny światowej i zachowanej tradycji wschodniej, między innymi w pieśniach wykonywanych przez zespół ludowy założony jeszcze w Tarnawicy. Zmiany granic po drugiej wojnie światowej i pozostanie Polaków poza granicami kraju stanowiły tło kolejnego reportażu – o mieszkańcach Kisielówki położonej w południowej części Ukrainy, zamieszkiwanej przez około tysiąc dwieście osób, w części pochodzenia polskiego, w części ukraińskiego. Nazywano to miejsce „Małą Warszawą" lub „Małą Polską" (Wątróbski 2002). Polacy – byli powstańcy – zostali tam przesiedleni na przełomie XVIII i XIX wieku. W tekście zaprezentowano, jak mieszkańcy starają się o zachowanie kontaktu z macierzą, między innymi przez naukę języka polskiego, a także odprawianą raz w tygodniu mszę świętą, podczas której wierni modlą się po polsku i po ukraińsku.

W „Modnej Gospodyni" publikowano również teksty ukazujące historie lokalne. Do takich należy opis jubileuszu koła gospodyń wiejskich z Franciszkowa, który zorganizowano w Jesionce w 2002 roku (Brzezik 2002). W powiecie wiskickim funkcjonowało na początku XX wieku pięć kół gospodyń wiejskich, ale szczególnie prężne było to z Franciszkowa. Tu na początku lat siedemdziesiątych powołano do życia zespół muzyczny, który przez trzy dekady był ważnym elementem jednoczącym miejscową społeczność. Muzyka pozwalała na rozwijanie zainteresowań członków zespołu i jednocześnie umożliwiała podróżowanie po województwie z koncertami. Muzycy występowali między innymi w Lipcach Reymontowskich czy w Warszawie na Polach Mokotowskich. W działalności pozamuzycznej członkinie koła zajmowały się organizacją kursów gotowania, układania kompozycji z kwiatów i warzyw oraz czymś nowym w działalności koła – wspólnymi wyjazdami turystycznymi, które dawały możliwość poznania Polski i integrowały członkinie różnych kół gospodyń wiejskich z kraju.

Popularny dział „Miłości sławnych ludzi" (w trzydziestu numerach) bazuje wyłącznie na historii. Bohaterami są głównie mężczyźni (ponad dwie trzecie tekstów działu) – od Mikołaja Kopernika po Jana Kiepurę. Bohaterki opowieści to – w porządku alfabetycznym – Maria Konopnicka, Helena Modrzejewska, Zofia Nałkowska, Pola Negri, Hanka Ordonówna, Eliza Orzeszkowa, Maria Walewska, Gabriela Zapolska i Mira Zimińska. Autorzy tekstów z tego działu

chętnie dzielili się z czytelniczkami obyczajowy sensacjami. *Trzykrotnie stawał na ślubnym kobiercu Jan Kasprowicz, znakomity młodopolski poeta* – to tytuł artykułu prezentującego postać poety, głównie jednak jego życie prywatne, między innymi małżeństwa. Nie ma w nim informacji o dziełach Jana Kasprowicza, autor artykułu skupia się bowiem na procederze omijania zakazów i nakazów religijnych dotyczących rozwodów i kolejnych ślubów. „Ponieważ Kasprowicz jest wciąż związany sakramentem rzymsko-katolickim z Jadwigą, z Marusią planują ślub ewangelicki". Ten sam duch i podobne rozłożenie akcentów na tych samych zdarzeniach z życia prywatnego bohatera przyświecał autorowi artykułu *Pięć kobiet Marszałka* o Józefie Piłsudskim. Tekst ten nie nawiązywał do żadnego jubileuszu ani ważnego wydarzenia z życia Naczelnika Państwa. Trudno ocenić, co było prawdziwą intencją wprowadzenia tych wątków: czy redakcja starała się propagować nowy model życia rodzinnego, czy publikowała skandalizujące informacje mało znane szerokiej publiczności, aby zwiększyć sprzedaż. Pojawiały się także (choć raczej rzadko) wątki opisujące rolę kobiet w kluczowych wydarzeniach historycznych. Przykładem tej tematyki jest tekst *Podporucznik Teofila* (Konecka 2001a). Opowiada on o Teofilii Sanejko, która przeszła szlak bojowy z Drugim Polskim Korpusem generała Władysława Andersa. Do wojska bohaterka artykułu wstąpiła, mając zaledwie szesnaście lat, służyła w 316. Kompanii Transportowej, a następnie w szpitalu we Włoszech opiekowała się rannymi żołnierzami. Artykuł ilustrują zdjęcia z archiwum rodzinnego i wzbogacają cytaty z książki *W służbie ojczyzny* Bronisławy Kwaśnickiej – córki Teofilii Sanejko.

Nurt retrospektywny można poprzeć jeszcze wieloma przykładami. „Modna Gospodyni" zamieszczała również teksty na temat tradycji i zwyczajów świątecznych. W numerze świątecznym z 2003 roku opisano najbardziej charakterystyczne w różnych regionach Polski obyczaje związane z Wielkanocą (Kurpińska 2003). Wspomniano między innymi o tak zwanej rękawce w Krakowie, czyli o zwyczaju toczenia pisanek przez możnych mieszczan trzeciego dnia po Wielkanocy ze wzgórza obok kościoła św. Benedykta, a następnie zbierania pisanek u jego podnóża i ich konsumpcji przez biedaków z miasta i żaków z uczelni krakowskiej. Opisano także zwyczaje świąteczne religii prawosławnej, żydowskiej i protestanckiej. Z kolei w październikowym numerze z 2002 roku zamieszczono tekst dotyczący tradycji pochówków w Polsce. Autor scharakteryzował cechy cmentarzy różnych wyznań oraz tradycje związane z odwiedzaniem zmarłych w miejscu ich pochówku, między innymi zwyczaj Romów spożywania posiłków podczas odwiedzania grobów. Opisał ponadto sposoby dekorowania grobów w zależności od regionu (gatunki kwiatów, wiązanek,

zniczy), formy architektoniczne nagrobków, w tym żydowskie macewy na licznych w Polsce kirkutach.

Granica między retrospektywnym i prospektywnym ujęciem danej problematyki wcale nie musi być ostra. Często pojawiający się dział „Nasze kulinarne dziedzictwo" powinien być z pozoru zaliczony do ujęć retrospektywnych, ale na teksty te – poświęcone konkursowi pod tą samą nazwą – można również spojrzeć jako na przygotowanie do przyszłych projektów, możliwych do realizacji po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Relacje z tych konkursów (druga jego edycja była ogłoszona w 2001 roku, trzecia – w 2003 roku) upowszechniały regionalizm oraz charakteryzowały wybrane produkty regionalne. Ukazywano także znaczenie produktów lokalnych w Unii Europejskiej. Choć późniejsza procedura uzyskania przez te produkty europejskiego certyfikatu „Chroniona Nazwa Pochodzenia" była żmudna, to wielu laureatom się to udało. Przykładem może być podhalański oscypek, który ten certyfikat uzyskał w 2008 roku. Działami o przyszłościowym nastawieniu były wszystkie związane ze środowiskiem i jego ochroną: „Chronimy bioróżnorodność" (sponsorowany przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska) pojawił się w osiemnastu numerach (kilka tematów dotyczyło negatywnego wpływu rolnictwa), „Ekologiczne gospodarstwo wiejskie" – w jedenastu numerach, „Las i jego mieszkańcy" – w dziewięciu numerach, „Kalendarz ekologiczny" – w sześciu numerach. Do tej grupy należą również informacje dotyczące Unii Europejskiej, gdyż był to, jak już wspomniano, czas zbliżającej się, poprzedzonej referendum, akcesji do Unii Europejskiej. W numerach z 2002 roku można znaleźć informacje o programie SAPARD. Ponadto redakcja starała się między innymi przybliżać zasady funkcjonowania systemu dopłat dla rolników z Unii Europejskiej w nowo stworzonej stałej rubryce „Wieś w Unii Europejskiej" (Sieniarska 2002). Tematy w niej poruszane przygotowywały mieszkańców wsi do korzystania z funduszy europejskich po wejściu Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku. W relacjach ze spotkań szkoleniowych dla mieszkańców wsi, których celem było sprawienie, „aby [mieszkańcy wsi] wiedzieli i nie bali się" korzystać z finansowania europejskiego, wyjaśniano funkcjonowanie systemu dopłat i opisywano metody sięgania po dodatkowe pieniądze z Unii Europejskiej (Byszewska 2002). Mimo że eksponowano korzyści materialne płynące z akcesji, to jednak „Modna Gospodyni" przygotowywała czytelniczki do wejścia do Unii Europejskiej od strony światopoglądowej, przybliżając charakterystyki mieszkańców krajów Piętnastki. Na podstawie książki Ewy Pernal *Savoir-vivre w podróży* zaprezentowano je przystępnie, ale stereotypowo, na przykład opisując Anglię jako kraj z tak zwaną angielską pogodą, Niemcy jako słynące z porządku, a Hiszpanię

jako krainę serdeczności. Redakcja pisała także o zwyczajach i ulubionych potrawach w państwach europejskich. I znów dość stereotypowo pisano o „austriackich tytułach", „belgijskiej otwartości", „francuskim wychowaniu" (dobrym), „hiszpańskiej serdeczności", „holenderskim planowaniu", „niemieckim porządku" oraz „angielskiej pogodzie". Zaprezentowano również między innymi rodzaje win produkowanych we Francji i wskazano rodzaje francuskich serów najbardziej pasujących do tych trunków. Te skądinąd chaotyczne informacje miały zapewne na celu łagodzenie antyeuropejskich nastrojów. Zwraca uwagę, co zresztą było typowe dla prounijnej propagandy, zwłaszcza kierowanej do wsi, położenie nacisku na sprawy ekonomiczne, finansowe. Bardziej przy tym zwracano uwagę na to, ile można od Unii Europejskiej dostać, niż na możliwości wynikające z otwarcia rynków. W zasadzie nie ma tekstów o fundamencie Wspólnoty: europejskich wartościach. Tolerancję – która się pojawiła w jednym z artykułów – przypisano tylko Skandynawom. „W krajach skandynawskich tolerancja traktowana jest jako sprawa najważniejsza. Podobnie poszanowanie wolności przekonań, pod warunkiem że nie naruszają drastycznie interesów innych ludzi. Krytykowanie innych lub wyrażanie się o nich lekceważąco jest niemile widziane". Gdybyśmy tylko tę zasadę sobie przyswoili.

Podsumowanie

„Modna Gospodyni" tak bardzo chciała być „modna", że skoncentrowała się głównie na upodabnianiu się do części tytułów prasowych wydawanych na początku XXI wieku. Wiele z nich nie przetrwało, a te, którym się udało, stały się pismami reklamowymi światowych marek, pozbawionymi pogłębionych artykułów problemowych. Najczęściej w takich czasopismach na ponad dwustu stronach można znaleźć jeden lub dwa reportaże. W piśmie dla kobiet wiejskich taki zabieg się nie powiódł się – moda czy muzyka disco polo nie przyciągnęły nowych czytelniczek. Wiejskie kobiety oczekują treści ciekawych i inspirujących dla własnego rozwoju, dla swojego gospodarstwa, ukazujących współczesne problemy i najnowsze rozwiązania pojawiające się na świecie. Powyższa ocena znajduje potwierdzenie w badaniach Joanny Mikosz, która analizowała pismo wydawane w latach 1985–1986, gdy było tygodnikiem. W podsumowaniu napisała o „Gospodyni", że „nie tylko utrwalała wartości, normy i wzory kulturowe akceptowane w społeczeństwie, ale również dokonywała jego twórczej weryfikacji poprzez inicjowanie procesów przemian społecznych. Głównym założeniem redakcji było dostarczanie informacji, z zakresu rolnictwa, gospodarstwa domowego oraz możliwości edukacyjnych" (Mikosz 2019, s. 154). Jak

bardzo ocena pisma z lat osiemdziesiątych różni się od wynikającej z obecnych badań nad „Modną Gospodynią" z początku XXI wieku.

Należy docenić pojawiające się w piśmie publikacje o orientacji prospektywnej. Dotyczy to zarówno tekstów przyrodniczo-środowiskowych, jak i mających za zadanie przygotowanie środowiska wiejskiego do integracji europejskiej. Wielkie obawy, jakie towarzyszyły mieszkańcom wsi przed akcesją, były zapewne – przynajmniej w części – niwelowane przez publikacje upowszechniające wiedzę o możliwościach oraz korzyściach ekonomicznych dla rolników w Polsce, o innych środowiskach wiejskich z Europy wykorzystujących unijne wsparcie finansowe od lat. Z pewnym żalem należy odnotować, że niektóre z nich zatrzymały się na upowszechnianiu stereotypów i w zasadzie nie było tekstów propagujących wartości, które legły u podstaw najpierw Wspólnoty, a później Unii Europejskiej. W tym obszarze tematyka historyczna byłaby jak najbardziej pożądana i służyłaby modelowaniu przyszłości.

Z akcesją Polski do Unii Europejskiej zbiegł się moment zmiany wydawcy w 2004 roku. Oba te wydarzenia nie spowodowały jednak istotnych zmian w czasopiśmie. Nie zmieniły się ani szata graficzna, ani poszczególne działy. Zapewne brak jasnej koncepcji i pomysłu redakcji spowodował, że przez kolejne lata tytuł ukazywał się jako miesięcznik, aż został zmuszony przez rynek do zmniejszenia częstotliwości ukazywania i stał się dwumiesięcznikiem o dwudziestotysięcznym nakładzie. Jest to jednocześnie swoiste podsumowanie roli prasy w kształtowaniu opinii publicznej. Z dzisiejszej perspektywy widać, że analizowany okres należy zaliczyć do przełomu, kiedy rola prasy zaczęła być zastępowana nie tylko przez telewizję, ale także wszelkiego rodzaju media elektroniczne. Czy czas prasy jako narzędzia kształtowania opinii publicznej się skończył?

Bibliografia

Brzezik T. (2002). Tylko Franciszków. *Modna Gospodyni*, 12, 14–15.

Byszewska I. (2001a). Dzieciństwa mego kraju. *Modna Gospodyni*, 12, 20–22.

Byszewska I. (2001b). Nasze kulinarne dziedzictwo. *Modna Gospodyni*, 21, 4–7.

Byszewska I. (2002). Wiedzieć aby się nie bać. *Modna Gospodyni*, 19, 15.

Byszewska I. (2003). Zamość – magia miejsca i czasu. *Modna Gospodyni*, 13–14, 25–27.

CBOS (1999). *Czy warto przystąpić do Unii Europejskiej – plusy i minusy integracji. Komunikat z badań CBOS.* Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej, https://bit.ly/3hP1uMX [dostęp: 4.04.2020].

CBOS (2001a). *Poglądy na temat integracji z Unią Europejską. Komunikat z badań CBOS.* Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej, https://bit.ly/3hNLJpz [dostęp: 2.12.2020].

CBOS (2001b). *Pożądane kierunki polskiej polityki zagranicznej. Komunikat z badań CBOS*. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej, https://bit.ly/3fdXjZt [dostęp: 2.12.2020].

CBOS (2001c). *Stosunek do integracji Polski z Unią Europejską. Komunikat z badań CBOS*. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej, https://bit.ly/2RxOGAd [dostęp: 2.12.2020].

Choroszko D. (2001). [Okładka czasopisma]. *Modna Gospodyni*, 24, 1.

Czapiewski K., Janc K. (2018). Od analfabetyzmu do wykształcenia wyższego. W: M. Halamska, M. Stanny, J. Wilkin (red.), *Ciągłość i zmiana. Sto lat rozwoju polskiej wsi*, t. 1. Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Echaust K. (2019). Meandry polskiej prasy pszczelarskiej w kontekście zmian politycznych i społecznych w Polsce. *Wieś i Rolnictwo*, 4, 87–107.

Franke J. (1999). *Polska prasa kobieca w latach 1820–1918. W kręgu ofiary i poświęcenia*. Warszawa: Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich.

Górnaś [Górnasiowa] M. (2001a). Rak to nie wyrok. *Modna Gospodyni*, 5, 12.

Górnaś [Górnasiowa] M. (2001b). Rak piersi cz. II. *Modna Gospodyni*, 6, 15.

Hauser Z. (2001). Magiczne miasto. *Modna Gospodyni*, 2, 38–39.

Konecka K. (2001a). Podporucznik Teofila. *Modna Gospodyni*, 6, 20–21.

Konecka K. (2001b). Śladami Andersena. *Modna Gospodyni*, 11, 32–33.

Kosiński L. (2001). Efez – miasto Apostołów i Maryi. *Modna Gospodyni*, 3, 38–39.

Koziolek A. (2019a). Geneza polskiej prasy ludowej w zaborze rosyjskim. *Wieś i Rolnictwo*, 1, 105–121.

Koziolek A. (2019b). Działalność rynku polskiej prasy ludowej dla środowisk wiejskich w zaborze pruskim. *Wieś i Rolnictwo*, 2, 131–145.

Koziolek A. (2019c). Od „prasy dla ludu" do „prasy ludowej" – ewolucja polskich czasopism w zaborze austriackim. *Wieś i Rolnictwo*, 4, 67–86.

Krzyszkowski J. (2008). Polityka społeczna i służby społeczne wobec problemów kobiet wiejskich – wnioski i rekomendacje z badań. W: J. Krzyszkowski (red.), *Diagnoza sytuacji społeczno-zawodowej kobiet wiejskich w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, Departament do spraw Kobiet, Rodziny i Przeciwdziałania Dyskryminacji.

Kurpińska G. (red.) (2003). Od baranka do zajączka. *Modna Gospodyni*, 5–6, 4–7.

Kuśmierski S. (1997). *Opinia publiczna. Wprowadzenie do teorii*. Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna.

Michalska S. (2013). Tradycyjne i nowe role kobiet wiejskich. *Wieś i Rolnictwo*, 2, 124–139.

Mikosz J. (2019). „Gospodyni" – społeczny magazyn dla kobiet mieszkających na terenach wiejskich. Charakterystyka zawartości i pełnionych funkcji w latach 1985–1986. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Librarum*, 2(29), 139–157.

Sawicka J. (1996). Koła gospodyń wiejskich jako społeczno-zawodowa organizacja kobiet. *Wieś i Rolnictwo*, 2, 75–88.

Sawicka J. (2009). Sytuacja kobiet wiejskich na rynku pracy i w rolnictwie. W: J. Piotrowska, A. Grzybek (red.), *Kobiety dla Polski, Polska dla kobiet: 20 lat transformacji 1989–2009. Raport*. Warszawa: Fundacja Feminoteka.

Sieniarska E. (2002). Wieś w Unii Europejskiej. *Modna Gospodyni*, 19, 14.

Sokół Z. (1983). Z badań nad polską prasą kobiecą w latach 1918–1939. *Kwartalnik historii prasy polskiej*, 22(3), 5–12.
Sokół Z. (1998). *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*. Rzeszów: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej.
Staniszewski R. (2012). Opinia publiczna – teoretyczny sens i zakres pojęcia. *Studia Politologiczne*, 25, 108–123.
Tarkowska E. (1992). *Czas w życiu Polaków: wyniki badań, hipotezy, impresje*. Warszawa: Instytut Filozofii i Socjologii PAN.
Titkow A., Duch-Krzysztoszek D. (2009). Niejednoznaczny status pracy domowej kobiet. W: J. Piotrowska, A. Grzybek (red.), *Kobiety dla Polski, Polska dla kobiet: 20 lat transformacji 1989–2009. Raport*. Warszawa: Fundacja Feminoteka.
Tryfan B. (2001). Społeczno-prawna sytuacja kobiet wiejskich a standardy Unii Europejskiej. *Wieś i Rolnictwo*, 4, 85–97.
Wątróbski L. (2002). „Mała Warszawa" zagubiona w stepach. *Modna Gospodyni*, 2, 18–19.