

**Katarzyna Wodniak**  
Uniwersytet Kazimierza Wielkiego  
Bydgoszcz

## Prasa kobieca jako tekst kultury

Na czasopisma kobiece, dające się opisywać w różnych kontekstach, z zastosowaniem rozmaitych perspektyw i ujęć badawczych, można spojrzeć także jako na teksty kultury popularnej, a więc *teksty przeznaczone dla szerokiego kręgu odbiorców, nastawione na zaspokojenie potrzeb przeciętnego uczestnika kultury* (Słownik 2004, 307–308). Jednak ich masowe audytorium w połączeniu z dużą rozpiętością i zróżnicowaniem potrzeb „przeciętnego uczestnika kultury” (lub też przeciętnej czytelniczki pism kobiecych – jeśli taka występuje) nie pozwalają na traktowanie ich jako zjawiska homogenicznego, co z kolei stanowi podstawę do wyróżniania w ich obrębie pewnych grup (segmentów) na podstawie różnych kryteriów formalno-treściowych (m.in. dominująca tematyka, przeznaczenie czytelnicze, częstość ukazywania się, wiek i inne cechy społeczno-demograficzne odbiorczyń, potencjał reklamowy)<sup>1</sup>.

W niniejszym ujęciu, reprezentującym stanowisko bibliologiczne, *kluczem kategoryzacyjnym* stał się stosunek do kultury literackiej, czy szerzej czytelniczej, a więc zagadnienie udziału prasy kobiecej w propagowaniu czytelnictwa książek różnych typów. Najogólniej rzecz ujmując, jej rola w tym zakresie może sprowadzać się do podtrzymywania piśmienności, rozumianej jako elementarna umiejętność czytania i pisania<sup>2</sup> przez sam fakt istnienia tych czasopism. Na drugim biegunie mieszczą się przykłady współtworzenia mód literackich, wprowadzania w obieg czytelniczy nazwisk określonych twórców lub gatunków, podejmowania inicjatyw wydawniczych – będące udziałem właśnie prasy kobiecej.

---

<sup>1</sup> Z przykładami typologii zapoznają: Sarzyński 1992; Szafrńska 1994; Podgórska, Wilk 1998; Sokół 1998; Szymczak 1999; Lizurej 2002; Kowalczyk, Zierkiewicz 2002; Trzop 2005.

<sup>2</sup> O pojęciach piśmienności, analfabetyzmu, alfabetyzmu funkcjonalnego z punktu widzenia bibliotekoznawcy zob. (Kołodziejska 1996, 57–69; Dunin 1998, 42–44). W ujęciu językoznawczym różne odmiany współczesnych „analfabetyzmów” przedstawia Skudrzyk 2005, 51–66).

Warto przypomnieć, że ten rodzaj wydawnictw już u swych początków pełnił rolę medium literatury z racji braku wyrazistego profilu typologicznego periodyków ściśle literackich. Wraz z czasopismami o charakterze ogólnym, kulturalno-społecznym, literacko-naukowym, beletrystycznym, satyrycznym, dla młodych, dla ludu, i in. także z dziennikami – zajmowały się one szeroko rozumianą problematyką literacką i kulturalną (Gajkowska 1991, 144). Zwłaszcza wczesne patronackie „pisma płci pięknej poświęcone” z lat 1820–1860 (głównie jednak do powstania listopadowego) z uwagi na rozbudowany blok utworów literackich, dominujący nad pozostałymi materiałami, morfologicznie pozostawały periodykami literackimi (Zaleska 1938, 230; Sokół 1982, 7; Franke 1999, 7, 37).

Jakie formy przybierał przekaz literacki w pismach tego okresu i jaką pełnił funkcję? Z. Zaleska, autorka pierwszej próby systematyki omawianych wydawnictw podkreśla, że nosiły one początkowo wybitnie literacki charakter – całkowicie wypełniały je drobne opowiadania, myśli i przypowieści, poezje, krytyki literackie i teatralne oraz przekłady powieści – takie zainteresowania uważano bowiem za właściwe dla kobiet (Zaleska 1938, 230). Rola ówczesnych periodyków polegała na zapewnianiu im kulturalnej rozrywki salonowej, podsuwaniu tematów do konwersacji (Sokół 1998, 31).

Na dominację modelu ludycznego we wstępnej fazie rozwoju prasy kobiecej zwraca też uwagę J. Franke w pierwszej właściwej (po 60. latach od pracy Zaleskiej, będącej w zasadzie przeglądem bibliograficznym) monografii, która omawia ten rodzaj prasy (Franke 1999, 41). Z reguły czasopisma dla kobiet upowszechniały „romanse” – różnorakie teksty prozatorskie (krótkie szkice, miniatury, obszerniejsze formy fabularne, w tym popularne utwory powieściowe) o przewadze wątków sentymentalnych, częstokroć dowolnie adaptowane z języka niemieckiego i francuskiego w formie swobodnej parafrazy, kompresji, streszczenia oryginału. Termin ten – jak pisze autor – funkcjonował nawet jako znak wywoławczy typowej lektury kobiecej (ibidem, 41, 43). Sama zaś adresatka periodyków, redagowanych przecież w tym czasie jeszcze przez mężczyzn, jawi się jako osoba pozbawiona gruntownego wykształcenia oraz wyrafinowanych gustów, która poszukuje w tekstach źródeł łatwej rozrywki, goni za błahostkami, anegdotami, sentymentalną prozą i poezją. Nie jest przy tym zdolna do odbioru tekstów ambitniejszych, brak jej też zainteresowań wykraczających poza sentymentalne romanse (ibidem, s. 42).

Z czasem – już w II połowie XIX w. – literacki charakter prasy o kobiecym adresie czytelnicznym nie był tak eksponowany, wyodrębniały się jej nowe odmiany gatunkowe, jak magazyny ilustrowane, czasopisma społeczno-kulturalne, społeczno-literackie („Magazyn Mód” (następnie „Tygodnik Mód i Powieści”), „Bluszcz”), rodzinne, społeczno-gospodarcze, praktyczno-poradnikowe, ruchu chrześcijańsko-narodowego, robotniczego, socjalistycznego, dla włościanek, służby domowej, feministyczne (ibidem, 313–314; Sokół 1998, 32–39). Uwzględniały one szersze spektrum tematyczne, w którym nadal mieściła się problematyka książki i czytelnictwa, osiągając jednak różny status: od dydaktyczno-poznawczego i estetyzującego modelu praktyk lekturowych w duchu tradycji narodowej („Bluszcz”) po ludyczny styl odbioru popularnej beletrystyki romansowej o fabule sentymentalnej, melodramatycznej, sensacyjnej i zagranicznym rodowodzie (często w formie samoistnych dodatków literackich).

Wzorce upowszechniania książki najważniejszych krajowych periodyków kobiecych do 1918 r. omawia w cytowanej monografii J. Franke (Franke 1999). Jednocześnie tytuły wyróżniające się najbardziej ambitnym lub przynajmniej wyrazistym programem literackim doczekały się szeregu opracowań i w innych miejscach. Do rekordzistów należy oczywiście tygodnik „Bluszcz” (1865–1939, ostatnio X 2008)<sup>3</sup>, ponadto np. „Świt” (1884–1887)<sup>4</sup>, „Kobieta Współczesna” (1927–1934)<sup>5</sup>, „Moja Przyjaciółka” (1934–1939)<sup>6</sup>. Z pism okresu PRL-u najwięcej uwagi poświęcono tygodnikowi „Przyjaciółka”<sup>7</sup>.

Najnowsze (po 1989 r.) tytuły kobiece wydają się z literaturą czy książką mieć niewiele wspólnego<sup>8</sup>. W każdym razie nie jest to pierwsze skojarzenie nasuwające się w związku z tego rodzaju periodykami. *Na ogół prasa kobieca oceniana jest negatywnie, w najlepszym wypadku uznawana jest za niepoważną – w porównaniu z prasą ‘poważną’, a więc taką, która zajmuje się polityką, gospodarką, kwestiami społecznymi. Pisma dla kobiet kojarzą się z miałością, przyziemnością, poruszaniem nieistotnych zagadnień, z romansami i horoskopami. Bez względu na rodzaj oceniane są one jako podrzędne, bardziej błahe w zestawieniu z propozycjami dla męskiej części publiczności czytającej* (Kowalczyk, Zierkiewicz 2002, 87).

Trzeba przyznać, że przez dwie dekady funkcjonowania w warunkach wolnego rynku periodyki te, zwłaszcza w wersji plotkarsko-brukowej, zapracowały na taki właśnie wizerunek. Jednego jednak – w kontekście tematu niniejszego opracowania nie można im odmówić – ich roli opiniotwórczej, olbrzymiego potencjału w kreowaniu bestsellerów czytelnicy. Prasa kobieca – jak się wydaje – jest naturalnym i jak najbardziej właściwym medium dla propagowania literatury kobiecej w różnych jej odmianach, a popularna beletrystyka kobieca i popularna prasa kobieca tworzą system naczyń połączonych. Obie strony odnoszą z tej współpracy wzajemne korzyści.

Zależność tę dostrzegają także analitycy rynku książki: *Przegląd list bestsellerów pokazuje siłę prasy kobiecej w kreowaniu czytelniczych mód. Wiadomo, że kobiety w ogóle czytają więcej, ale – jak się okazuje – także są bardziej konsekwentne w swoich wyborach. Wywiady, przedruki fragmentów książek, recenzje, reportaże w wysokonakładowych magazynach ilustrowanych gwarantują sukces. To takie pisma jak ‘Twój Styl’ wykreowały Katarzynę Grocholę, ale przykłady można mnożyć: Joanna Szczepkowska, Monika Szwaja, Tokarczuk, Gretkowska, Hanna Bakula to pisarki lubiane i lansowane przez prasę kobiecą*

<sup>3</sup> Zob: Franke 1983, 111–127; idem 1988, nr 2, 5–33; idem, 2000. Wiele uwagi „Bluszczowi” okresu międzywojnia poświęciła J. Chwastyk-Kowalczyk (zob: eadem, 2000, z. 12, 83–108; eadem 2002, z. 1, 117–148; eadem, 2003).

<sup>4</sup> Czapczyński 1952, 10, 272–283 (dotyczy przeglądu zawartości literackiej pisma – podaję za: Franke 1999, 174); ponadto Zawalska 1978.

<sup>5</sup> Dołęgowska-Wysocka 1982, t. 21, nr 3–4, 57–72.

<sup>6</sup> Grabowska 1997, 43–63.

<sup>7</sup> Nowelistykę obyczajową tygodnika już w latach 50. analizowała A. Kłoskowska (1959, nr 2, 46–71). Z innych prac zob. np.: Kwade 1981; eadem, 1981, 92–102; Wodniak 2007, 189–216.

<sup>8</sup> Z nielicznych analiz ich zawartości literackiej zob.: Matras (2000, t. 3, z. 1, 87–99 (dotyczy czasopism: „Bravo Girl”, „Dziewczyna”, „Filipinka”, „Jestem”, „Luiza. Miesięcznik dla dziewcząt”, „Missland. Magazyn nie tylko dla dziewczyn”, „Nasza Nastolatka”, „Nasza Miss”); Wodniak 1998, II/III, 511–532; eadem 2004.

(jednym z męskich wyjątków jest Janusz L. Wiśniewski, który podobno 'rozumie' kobiecą naturę (Gołębiowski, Frołow 2008, 45).

Wpływ periodyków kobiecych na wybory lekturowe odbiorczyń może zaznaczać się poprzez różne formy „aktów krytycznoliterackich”, jak i udostępnianie określonych tekstów literackich i paraliterackich w przekazie bezpośrednim. W pierwszym wypadku pisma te „tylko” informują o ciekawych pozycjach za pośrednictwem not o nowościach wydawniczych, zestawień bibliograficznych, rubryk recenzyjnych, esejów, felietonów literackich, rozpraw, sylwetek pisarzy. W drugim stanowią kanał przekazu gotowych tekstów literackich: nowel, opowiadań, poezji, fragmentów powieści, odcinka powieściowego, często twórczości własnej czytelniczek (w odpowiedzi na liczne konkursy)<sup>9</sup>, specjalnych dodatków literackich (wakacyjnych, świątecznych, „walentynkowych”). Wypada też wspomnieć o nowszych formach obecności przekazu literackiego w prasie – powieści interaktywnej („saga na komórkę”), zagadkach literackich rozwiązywanych za pomocą sms-ów czy fragmentach blogów<sup>10</sup>. W pewnych okolicznościach omawiana forma prezentacji tekstów beletrystycznych i im pokrewnych może wręcz zastąpić kontakt z książką, np. w prasie zwierzeniowej (typu story), zamieszczającej tzw. relacje osobiste. Walor promocyjny mają ponadto liczne konteksty pozaliterackie, w jakich książki bądź ich autorzy funkcjonują w omawianej kategorii magazynów, kiedy występują poza obrębem właściwego dla nich działu literackiego czy kulturalnego, np. w kolumnach towarzyskich.

Wspólną cechą wszystkich form komunikacji literackiej zaznaczającej się w periodykach kobiecych jest ich przystępność – *znak firmowy* tekstów kultury popularnej. Należąc do *prasy czasu wolnego*, oferują one odmienne od dyskursu akademickiego, przyjemne, nieinwazyjne, niepowodujące napięcie wynikłych z konfrontowania czytelniczki z własną niewiedzą strategie promocji książki i czytelnictwa lub też poszerzania (uzupełniania) ich szkolnej edukacji literackiej. Ta zaś w większości wypadków kończy się na poziomie szkoły średniej. Dalej przeważnie „edukują” czytelnika mass-media<sup>11</sup>, wśród nich bardzo widoczna jest właśnie prasa kobieca, która toruje drogę popularnej beletrystyce dla pań.

Zdarza się, że tytuły kobiece otwierają swoje wydawnictwa książkowe (Wydawnictwo Książkowe „Twój Styl”<sup>12</sup>), zaś oficyny specjalizujące się w edycji książek zakładają własne periodyki kobiece, na łamach których prezentują fragmenty przygotowywanych publikacji zwartych (spółka Elipsa – „Bluszcz”). Przed kilku laty (2004–2006) powodzeniem cieszyły się serie wydawnicze z kolekcjami popularnej beletrystyki kobiecej, które

<sup>9</sup> Nagrodzone prace są wówczas prezentowane na łamach czasopism lub w osobnych tomach (jak np. *Historie prawdziwe: współczesne dzienniki kobiet* w wyborze i opracowaniu T. Jastruna, opublikowane w 1999 r. nakładem Wydawnictwa Książkowego „Twój Styl” – pokłosie konkursu „Miesiąc z życia kobiety” rozpisanego w czasopiśmie w marcu 1997 r.).

<sup>10</sup> Wszystkie trzy typy przekazów oferuje reaktywowany miesięcznik „Bluszcz”.

<sup>11</sup> Ciekawą próbę ukazania potencjału pedagogicznego kultury popularnej stanowi praca zbiorowa poświęcona m.in. popularnemu piśmiennictwu poradnikowemu, harlequinom, prasie kobiecej oraz telenowelom. (zob. Jakubowski, Zierkiewicz 2002).

<sup>12</sup> Dorobek tej oficyny z lat 1992–1999 obejmuje 236 książek, po uwzględnieniu kolejnych edycji tych samych tytułów – 249 pozycji wydawniczych. Ich bibliografię w układzie chronologicznym według dat wydania zob. (Wodniak 2004, 219–234 (Aneks). O samym wydawnictwie zob. ibidem, 133–155.

ukazywały się pod szyldem znanych miesięczników „Olivia” i „Claudia”: „Literatura w spódnicy” (Axel Springer Polska), „Literatura na obcasach”, „Literatura w szpilkach” (Grüner+Jahr Polska) dostępne wyłącznie w punktach kolportażu prasy (Darska 2005).

Nierzadko pisarze (pisarki) należą do grona współpracowników redakcji pism kobiecych, mają tam swoje kolumny felietonowe, firmują własnymi „markowymi” nazwiskami rubryki recenzyjne, prowadzą obszerne wywiady z innymi autorami (które nie dotyczą wyłącznie kwestii warsztatowych)<sup>13</sup>, uczestniczą w spotkaniach autorskich (nie tylko w empikach, ale również w bibliotekach publicznych) i innych wydarzeniach – jednym słowem funkcjonują trochę na zasadzie gwiazd medialnych.

Wszystkie te działania przekładają się na zawrotne liczby sprzedanych egzemplarzy ich książek, okupujących najwyższe pozycje list bestsellerów. Z zestawień tego rodzaju sporządzanych przez A. Rostockiego dla „Rzeczpospolitej” w dodatku „Rzecz o książkach” dowiadujemy się, że miniony rok w polskiej literaturze popularnej należał do Katarzyny Grocholi i Małgorzaty Kalicińskiej. Pierwsza obroniła pozycję najlepiej sprzedającej się autorki (za sprawą 161 484 sprzedanych egzemplarzy *Trzepotu skrzydeł*), druga przodowała w ogólnej liczbie sprzedanych w ciągu roku książek. Poszczególne części „sagi mazurskiej” tej autorki stanowiły konkurencję same dla siebie, zajmując 2. 3. i 5. pozycję na liście (Rostocki 2009a). W pierwszym półroczu roku 2009 niewiele się zmienia. W rankingu zwycięża M. Kalicińska *Domem nad rozlewiskiem*, kolejne miejsca należą do: *Kryształowego anioła* K. Grocholi, *Powrotów nad rozlewiskiem*, następnie *Miłości nad rozlewiskiem* M. Kalicińskiej, *Bikini* J. L. Wiśniewskiego (Rostocki 2009b).

## Bibliografia

- Chwastyk-Kowalczyk J., 2000, *Problemy kultury i literatury na łamach „Bluszczu” w latach 1918–1939*, „Zeszyty Wszechnicy Świętokrzyskiej”, z. 12, s. 83–108.
- Chwastyk-Kowalczyk J., 2002, „Bluszczy” w okresie dwudziestolecia międzywojennego, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, z. 1, s. 117–148.
- Chwastyk-Kowalczyk J., 2003, *„Bluszczy” w latach 1918–1939: tematyka społeczna oraz problemy kultury i literatury*, Kielce.
- Czapczyński T., 1952, „Świt” pod redakcją Marii Konopnickiej: materiały do twórczości, „Prace Polonistyczne”, ser. 10, s. 272–283.
- Darska B., 2005, *Jak kobietę zachęca się do czytania, czyli kobiece serie literatury popularnej*, „Artnmix” [on line] nr 10 [dostęp 22 października 2009]. Dostępny w World Wide Web: [http://free.art.pl/artmix/10\\_2005\\_dar\\_jak.html](http://free.art.pl/artmix/10_2005_dar_jak.html)
- Dołęgowska-Wysocka M., 1982, *Tygodnik „Kobieta Współczesna” 1927–1934*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej”, t. 21, nr 3–4, s. 57–72.
- Dunin J., 1998, *Pismo zmienia świat. Czytanie, lektura, czytelnictwo*, Warszawa-Łódź.
- Franke J., 1983, *Program literacki czasopisma „Bluszczy” w latach 1865–1905*, „Studia o Książce”, t. 13, s. 111–127.

<sup>13</sup> Dla nowego „Bluszczy” piszą np. Joanna Chmielewska, Katarzyna Grochola, Małgorzata Kalicińska, Izabela Szolc, Janusz L. Wiśniewski.

- Franke J., 1988, *Problemy polityki literackiej warszawskich czasopism kobiecych w latach 1905–1918*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej”, nr 2, s. 5–33.
- Franke J., 1999, *Polska prasa kobieca w latach 1820–1918. W kręgu ofiary i poświęcenia*, Warszawa.
- Franke J., 2000, *Wokół buntu i pokory. Warszawskie czasopisma kobiece w latach 1905–1918*, Warszawa.
- Gajkowska C., 1991, *Czasopiśmiennictwo literackie XIX wieku* [w:] J. Bachórz, A. Kowalczyk (red.), *Słownik literatury polskiej XIX wieku*, Wrocław et al., s. 144–156.
- Gołębiowski Ł., Frołow J., 2008, *Rynek książki w Polsce 2008: Wydawnictwa*, Warszawa.
- Grabowska J., 1997, „*Moja Przyjaciółka*”. *Ilustrowany dwutygodnik kobiecy 1934–1939*, Żnin.
- Jastrun T. (oprac.) 1999, *Historie prawdziwe: współczesne dzienniki kobiet*, Warszawa.
- Kłoskowska A., 1959, *Modele społeczne i kultura masowa*, „Przegląd Socjologiczny”, t. 13, nr 2, s. 46–71.
- Kołodziejka J., 1996, *Za drzwiami bibliotek*, Warszawa.
- Kowalczyk I., Zierkiewicz E., 2002, *Czytanie kobiety z prasy kobiecej. Dyskursy w pismach nowoczesnych*, [w:] W. Jakubowski, E. Zierkiewicz (red.), *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, Kraków, s. 85–113.
- Kwade E., 1981a, *Rola magazynów prasowych w komunikacji literackiej*, Katowice.
- Kwade E., 1981b, *Wybrane aspekty funkcjonowania tekstu literackiego w magazynach prasowych*, [w:] W. Nawrocki, M. Waliński (red.), *Literatura popularna – folklor – język*, Katowice, s. 92–102.
- Lizurej M., 2002, *Prasa kłamie czy wychowuje? Fenomen prasy kobiecej*, [w:] W. Jakubowski, E. Zierkiewicz (red.), *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, Kraków, s. 73–83.
- Matras W., 2000, *Kultura literacka na łamach czasopism dziewczęcych w latach 1989–1996*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, t. 3, z. 1, s. 87–99.
- Podgórska J., Wilk E., 1998, *Kobieta pod prasą*, „Polityka”, nr 5, s. 3–8.
- Rostocki A., 2009a, *Bestsellery roku 2008*, „Rzeczpospolita” („Rzecz o książkach”) [on line] 06-02-2009 [dostępny 14 października 2009]. Dostępny w World Wide Web: [http://www.rp.pl/artypul/259755\\_Bestsellery\\_roku\\_2008.html](http://www.rp.pl/artypul/259755_Bestsellery_roku_2008.html)
- Rostocki A., 2009b, *Bestsellery półrocza*, „Rzeczpospolita” („Rzecz o książkach”) [on line] 12-09-2009 [dostępny 14 października 2009]. Dostępny w World Wide Web: [http://www.rp.pl/artypul/362164\\_Bestsellery\\_polrocza.html](http://www.rp.pl/artypul/362164_Bestsellery_polrocza.html)
- Sarzyński P., 1992, *Gazetowa Polka*, „Polityka”, nr 51, s. 8.
- Skudrzyk A., 2005, *Czy zmierzch kultury pisma? O synestezji i analfabetyzmie funkcjonalnym*, Katowice.
- Słownik pojęć i tekstów kultury. Terytoria słowa*, 2004, E. Szczęsny (red.), Warszawa.
- Sokół Z., 1982, *Z badań nad polską prasą kobiecą w latach 1818–1939*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej”, nr 3, s. 5–12.
- Sokół Z., 1998, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Rzeszów.
- Szafrańska E., 1994, *Do kogo należy czwarta władza?*, „Rynek Prasowy”, nr 3, s. 43–44.
- Szymczak M., 1999, *Bogaci będą bogatsi. Rynek polskiej prasy kobiecej okiem agencji reklamowych*, „Press”, nr 3, s. 44–57.
- Trzop B., 2005, *Typy kultury popularnej na łamach czasopism kobiecych*, Zielona Góra.
- Wodniak K., 1998, *Popularyzacja literatury w czasopismach kobiecych na przykładzie „Przyjaciółki” i „Twojego Stylu” (1990–1997)*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Bibliologia” II/III, s. 511–532.

Wodniak K., 2004, *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki. Treści literackie w czasopiśmie: „Przyjaciółka”, „Twój Styl”, „Cienie i Blaski”*, Warszawa.

Wodniak K., 2007, *Udział tygodnika „Przyjaciółka” w upowszechnianiu czytelnictwa masy w powojennym 40-leciu*, „Roczniki Biblioteczne”, r. LI, s. 189–216.

Zaleska Z., 1938, *Czasopisma kobiece w Polsce: materiały do historii czasopism 1818–1937*, Warszawa.

Zawialska M., 1978, *„Świt” Marii Konopnickiej: zarys monograficzny tygodnika dla kobiet*, Wrocław.

## Women's Magazines as Texts of the Culture

### Summary

The article indicates the role of women's magazines in motivating contacts with books, consolidating and developing of literacy. During the last two decades the reading of these periodicals has become in our country very popular and unifying form of participation in print culture. Many titles, high circulation and readership allow to presume wide reception of the contents of these magazines in the society. Their basic task in service of literacy is reinforcing (through more or less systematic perusal) purely mechanical skill of reading, the effectiveness of reading technique increases and so secondary illiteracy is prevented. The discussed periodicals can also be perceived as a medium presenting different literary and paraliterary texts directly on its pages (which can be a certain substitute for contact with 'real' books). Women's magazines are a significant source of information about books, inspire the interests of the readers, promote certain names, titles, genres using various types of criticism. Especially women's periodicals create bestsellers and form the market of the popular female fiction.