Алферова Ирина Викторовна

БОЛЬШЕВИСТСКАЯ ЖЕНСКАЯ ПЕЧАТЬ: К ИСТОРИИ СТАНОВЛЕНИЯ (1914-1920-Е ГГ.

В статье на основе материалов периодических изданий и архивных документов выявлены причины зарождения женской большевистской печати в 1914 г., показаны процесс ее становления и развития до конца 1920-х гг. в контексте внутренней и внешней политики большевиков, продемонстрированы некоторые механизмы, обеспечивающие лояльное отношение к ним со стороны женского населения.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2011/6-3/2.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2011. № 6 (12): в 3-х ч. Ч. III. С. 16-23. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2011/6-3/

© Издательство "Грамота"

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

оценки модельных образцов организации мотивации, самоопределения учащихся, групповой их коммуникации, мышления в репродуктивном и продуктивном режимах, позволяют приблизить сложные и трудные в усвоении абстрактные философско-методологические различения и теоретические концепции к уровню наглядного восприятия и понимания, характерному для структур повседневности. В ходе таких занятий создаются благоприятные условия как для проблематизации возможностей прежней практики и обнаружения ошибочности некоторых ее оснований, ранее не проявленных и ставших привычными, так и для последующего преодоления сопротивления путем создания ситуаций успеха в освоении образцов проектного мышления и организации игромодельных действий в рамках новых рефлексивно осознаваемых культурных ориентаций, норм и правил.

Список литературы

1. **Агапов Ю. В.** Методологические и концептуальные основы технологического обеспечения инновационной деятельности в образовании: на пути к культуре педагогического и управленческого мышления: монография. Рязань, 2004. 198 с.
2. **Бруннер Дж.** Культура образования. М.: Просвещение, 2006. 223 с.
3. **Волков В. В., Хархордин О. В.** Теория практик. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2008. 298 с.
4. **Ионин Л. Г.** Идентификация и инсценировка // Психология самосознания: хрестоматия. Самара: Изд. Дом «БАХРАМ – М», 2000. С. 641-655.
5. **Мамардашвили М.** Превращенные формы: о необходимости иррациональных выражений // Как я понимаю философию. М., 1992. 408 с.
6. **Полани М.** Личностное знание. М.: Прогресс, 1985. 339 с.
7. **Райл Г.** Понятие сознания. М.: Идея-Пресс, 2000. 408 с.
8. **Сыров В. Н.** О статусе и структуре повседневности: методологические аспекты // Личность. Культура. Общество. 2000. Т. 2. Спец. выпуск. С. 147-159.
9. **Щюц А**. Повседневное мышление как система конструируемых типов // Социологические исследования. 1988. № 2. С. 129-137.

STRUCTURES OF DAILY ROUTINE AND EDUCATION CULTURE

Yurii Vasil'evich Agapov, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor
Department of Administration Methodology
Ryazan' Regional Institute of Educatiom Development
agapov-u@mail.ru

The content of the term “structures of daily routine” used for special cultural forms which constitute and regulate practical educational activity is shown. The author pays main attention to explaining the elements and mechanisms action of daily routine structures in the sphere of educational practice, their phenomena in education culture and behaviour strategies of its informants and subjects.

Key words and phrases: daily routine; structures of daily routine; education culture; education cultures; specificity and functions of daily routine in educational activity.

УДК 94(470)

В статье на основе материалов периодических изданий и архивных документов выявлены причины зарождения женской большевистской печати в 1914 г., показаны процесс ее становления и развития до конца 1920-х гг. в контексте внутренней и внешней политики большевиков, продемонстрированы некоторые механизмы, обеспечивающие лояльное отношение к ним со стороны женского населения.

Ключевые слова и фразы: пропаганда; агитация; женская печать; женотделы.

Ирина Викторовна Алферова, к.и.н., доцент
Кафедра философии
Брянский государственный университет
alferovairi@yandex.ru

БОЛЬШЕВИСТСКАЯ ЖЕНСКАЯ ПЕЧАТЬ: К ИСТОРИИ СТАНОВЛЕНИЯ (1914-1920-Е ГГ.)©

Поддержка со стороны общественного мнения, которое является скрытым участником любой крупномасштабной деятельности, выступает непременным условием успеха мероприятий любого правительства, партии, общественного движения. Систематические усилия, направленные на завоевание общественной поддержки тех или иных взглядов, действий или политической системы в целом являются пропагандой*.

© Алфёрова И. В., 2011

* «Пропаганда» происходит от латинского слова, которым обозначали организацию, основанную Римской католической церковью для борьбы с развитием протестантизма в 1622 году. Эта организация сеяла страхи, что протестанты будут гореть в вечном огне ада за то, что они отвергли католичество. См.: Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / пер. с англ. С. И. Остнек. Х.: Гуманитарный Центр, 2010. С. 228.

По словам одного из основателей научной техники формирования и управления общественным мнением Эдварда Бернейса, «само по себе слово “пропаганда” (*как и агитация – И. А.)* имеет вполне техническое значение, которое, как и большинство вещей в мире, хорошо или плохо не само по себе, а под влиянием обычая» [3, с. 15]. Хороша пропаганда или плоха, в любом случае, зависит исключительно от того, какие именно принципы продвигаются при ее помощи. Тот факт, что сегодня слову «пропаганда» чаще сопутствует негативная коннотация, свидетельствует о частом распространении при ее помощи намеренной лжи и призывов к предосудительным с точки зрения общества действиям.

Наряду с ней, исследователи отдельно выделяют феномен «агитации», указывая что «для пропаганды характерен акцент на просвещение, имеющее целью вооружить трудящихся системой политических знаний», агитация же «опирается преимущественно на разъяснение <…>. В агитации тоже присутствует элемент просвещения, но он не определяет ее сущности» [30, с. 29]. Более того, «предметом печатной партийной пропаганды являются актуальные аспекты социальных теорий и общественно-исторической практики», а агитация «обеспечивает идеологическое решение ближайших тактических задач…» [Там же, с. 25].

Попытаемся на некоторых эпизодах истории становления большевистской женской печати рассмотреть механизмы, обеспечившие этой партии лояльность со стороны части российских женщин, а в некоторых случаях их непосредственное содействие ее начинаниям. В печати, ориентированной на женскую аудиторию, намеренную ложь партия большевиков не использовала, однако при помощи пропагандистско-агитационных приемов, порожденных стремлением добиться желаемых политических целей, достаточно часто подходила конъюнктурно к решению стоявших перед женским движением задач.

Российские социал-демократы, вслед за К. Марксом, Ф. Энгельсом и А. Бебелем, не выделяли специфических женских проблем в общих требованиях рабочего класса, поскольку считали капитализм виновником эксплуатации женщин. Его уничтожение, по их мнению, должно было привести к автоматическому исчезновению неравенства между полами. Именно поэтому они отрицательно относились к самостоятельному женскому движению, считая, что борьба за женское освобождение должна была происходить только в рабочих организациях и под руководством пролетарской партии. В связи с этим, уделяя значительное место печати как важнейшему средству распространения набора собственных идей, руководящих принципов, большевики вплоть до 1913 г. не занимались специальной женской печатью.

Первый номер большевистского журнала для женщин-работниц с соответствующим названием «Работница» вышел в свет в Международный женский день 23 февраля (8 марта) 1914 г. Большевики, рассматривая себя как партию рабочего класса, не могли остаться в стороне от подъёма рабочего движения в России, который наблюдался в 1910-1912 гг., и использовали все возможные средства для привлечения в свои ряды как рабочих, так и работниц. Однако же основные причины, определившие издание журнала, рассчитанного на женскую аудиторию, как представляется, лежали совсем в другой плоскости. Женская печать должна была способствовать решению в пользу большевиков, а именно В. И. Ленина, куда более важной задачи – повысить их авторитет в глазах международного социалистического движения, пошатнувшийся после Пражской конференции (январь 1912 г.), на которой произошло скандальное изгнание меньшевиков из рядов РСДРП. Популярность журнала, количество приветствий и денежных пожертвований от групп работниц, подсчет которых скрупулезно вела одна из редакторов издания Н. К. Крупская [11, с. 45-46], должен был продемонстрировать превосходство большевиков над меньшевиками во влиянии на российский женский пролетариат.

Есть и еще одно объяснение интереса партии к женскому движению в этот период. В августе 1914 г. в Вене должен был состояться Международный конгресс социалистов, на котором, в том числе, предполагалось решение вопроса о деньгах, некогда принадлежавших обеим фракциям РСДРП и находившихся на тот момент на хранении у немецких социал-демократов. Одним их хранителей денег была К. Цеткин, которая являлась лидером и организатором европейского женского пролетарского движения. В связи с этим, большевикам необходимо было заручиться ее поддержкой. При помощи «Работницы», таким образом, планировалось организовать как можно больше сторонников партии среди женщин, а впоследствии из них или от их лица сформировать делегацию на конгресс в Вене, что определенным образом (положительным для большевиков) повлияло бы на судьбу партийных денежных средств.

Однако журнал просуществовал недолго: начавшаяся мировая война привела к его закрытию летом 1914 г. Впрочем, к тому моменту он уже выполнил поставленные перед ним задачи: международному социалистическому движению журнал был представлен и получил положительную оценку со стороны К. Цеткин, что вполне могло предопределить его закрытие в дальнейшем.

Издание в тех условиях не могло обрести прочную основу не только по политическим или материальным соображениям. Качество публикаций в журнале напрямую зависело от того, насколько большое число интересов разных групп людей он представлял, насколько много важных вопросов было открыто в нем для обсуждения. В наилучшем варианте пресса является «слугой и защитником социальных институтов», в наихудшем – служит орудием, с помощью которого небольшая группа людей «использует социальную организацию в своих собственных целях» [16. с. 337]. Журнал «Работница» 1914 г., по-видимому, представлял собой второй вариант.

С началом Первой мировой войны находившихся в эмиграции лидеров большевиков не столько занимали проблемы развития женского (и в целом пролетарского) движения в России, сколько проблема основания третьего, «пролетарского» Интернационала, с тем, «чтобы объединить мировое социалистическое движение и смело повести его к решающему историческому моменту, наступившему благодаря схватке алчных империалистов» [29, с. 51]. Большевистское женское движение после закрытия журнала «Работница» практически перестало

существовать. В последующие два года после лета 1914 г. выпускались лишь прокламации к Женскому дню, который отмечался в России с 1913 г. 23 февраля, и устраивались нерегулярные митинги [28, с. 396].

Интерес большевиков к женскому движению, следовательно, и к женской печати вновь обозначился весной 1917 г., что не было случайным: численно возросшие с начала войны женщины-работницы российских городов проявляли необычную политическую активность. Доведенные до отчаяния трудностями военного времени, они всё чаще принимали участие в антиправительственных митингах, забастовках, демонстрациях. Произошедшие в общественном сознании работниц изменения верно охарактеризовала А. М. Коллонтай: «Три года войны, три года хозяйственной разрухи, три года возрастающей дороговизны сделали своё дело <…> война революционизировала ум и сердце женщин» [13, с. 4].

Поскольку «пропаганда учитывает не отдельную личность и даже массовое сознание, но структуру общества, состоящую из пересекающихся групп и связей» [3, с. 23], структурно-общественные изменения в стране определили стремление со стороны большевистской партии, рвущейся к власти, использовать все возможные способы воздействия на активную часть женского населения в интересах собственной стратегии.

Возрождение «Работницы» под редакцией К. Николаевой состоялось 10 мая 1917 г. Журнал печатался на 16 страницах тиражом, доходившим до 40 тысяч экземпляров. Главной задачей издания, что непосредственно отражалось в его содержании, в соответствии с политическим курсом большевиков была агитация женщин-работниц за участие в выборах в районные и городские Думы, а затем и в Учредительное собрание. Редакция призывала читательниц: «...если нам дорого пробуждение женщины-работницы, если нам дорога победа рабочего класса в Учредительном собрании, мы должны принять энергичные меры для самого широкого распространения нашего журнала» [24, с. 1].

«Работница» агитировала за партию большевиков, утверждая, что только она сможет провести законы по охране женского труда, страхования на случай болезни и старости, страхования материнства, выборную женскую инспекцию и ряд других полезных для работниц законов [26, с. 5-6]. Присутствовали в пропагандистской кампании и лозунги «Мира!», «Хлеба!», появилось требование отмены смертной казни на фронте. Позиции других политических партий от кадетов и феминисток до социалистов-революционеров и меньшевиков подвергались жесткому критическому анализу и опровержению [20, с. 9-10].

Обещания немедленного мира солдатам, введения рабочего контроля на предприятиях рабочим, передачи земли крестьянским комитетам обеспечили большевикам необходимую политическую поддержку, и они смогли придти к власти. Идея участия в государственном управлении в составе Учредительного собрания для большевиков потеряла свою актуальность, и 5 января 1918 г. оно было распущено.

Журнал «Работница» в условиях «свободы рабочей печати» также прекратил свое существование «из-за дефицита бумаги и типографской краски». Январский номер 1918 г. оказался последним. Большевики, некоторое время после прихода к власти переживающие период относительной политической стабильности, очевидно, утратили интерес к женской части населения. Первые декреты советской власти, которые предоставили женщинам-работницам равные с мужчинами политические права, а также законы, формально обеспечившие охрану женского труда, по-видимому, рассматривались ими гарантами утверждения фактического равенства полов.

Однако период стабильности был очень коротким. Летом 1918 г. началась фронтовая Гражданская война. В этот период правительством большевиков были приняты очередные меры для организации партийной прессы, рассматриваемой в качестве незаменимого средства воздействия на самые широкие массы. В первую очередь начали издаваться военные газеты. Если в декабре 1917 г. выходило всего два таких специальных издания, то в июне их было уже 16, в декабре – 35 из общего числа в 79 наименований [8, с. 99]. Не было обойдено вниманием и женское население, но вместо специального женского журнала в большевистских газетах, причем не только в столичных, но и в губернских, было отведено место для «женских страничек».

Преимущество журнала перед газетой в свое время отмечал еще К. Маркс, указавший, что «...он позволяет рассматривать события в более широком плане и останавливаться только на наиболее важном» [18, с. 1-2]. Однако газета в чрезвычайных условиях гражданской войны и быстро меняющейся внешней и внутренней социально-политической ситуации, благодаря своей периодичности, имела возможность оперативно и целенаправленно обеспечивать информационно оформленное идеологическое влияние как на солдатскую массу, так и население страны в целом, т.е. через агитацию обеспечивать решение тех самых «ближайших, тактических задач партии и народа».

Очевидно, что публикация «женских страничек» в газетах как раз преследовала цель мобилизации женского населения на решение жизненно важных сиюминутных проблем, для чего «более передовые рабочие и работницы» должны были при помощи газеты разъяснять «своим отсталым товаркам все злободневные вопросы» [14].

Первая «страничка» была опубликована в газете «Беднота» по инициативе Комиссии по агитации и пропаганде среди работниц* при Московском окружном комитете РКП(б). В посвященном женщине-пролетарке специальном отделе редакции газеты опубликовала следующее заявление: «Мы с большой охотой согласились с этим предложением, так как и цель-то издания нашей газеты состоит в том, чтобы связать бедняков города и деревни, разъяснить им общность их интересов в борьбе за светлое царство социализма, чтобы создать из городской и деревенской бедноты такой могучий союз, которому не страшны были бы ни русская буржуазия, ни союз буржуа всего мира» [2].

---

* Комиссии по агитации и пропаганде среди женщин стали создаваться при партийных комитетах РКП(б) по решению I Всероссийского съезда работниц (ноябрь 1918 г.), в августе 1919 г. Комиссии были преобразованы в Отделы по работе среди женщин (женотделы), в августе 1923 г. переименованы в Отделы по работе с работницами и крестьянками.

Думается, не случайно «страничка» впервые появилась в номере, который вышел под лозунгом: «Товарищи, надо очистить ж/д пути от красновских банд и чехословацких мятежников! Надо обеспечить возможность спокойной работы на благо страны!» [1]. Советское правительство, которое летом 1918 г. наряду с организацией обороны на Восточном фронте проводило кампанию по отправке в провинцию продовольственных отрядов и организацию комитетов деревенской бедноты, в кризисное для себя время в очередной раз решило обратиться к женщинам, ставя задачу направить «энергию женщин-хозяек и матерей» на решение злободневной и болезненной именно для них проблемы – дефицита продовольствия. В статье «Что делать работнице», опубликованной в этом же номере газеты, Е. Блонина предлагала выход из создавшейся ситуации: создавать отряды «для отобрания хлеба у богатеев и передачи его рабочим и бедноте для борьбы с чехословаками» [Там же].

С августа 1918 г. «женская страничка» под названием «Работница» стала регулярно издаваться в «Красной газете», печатном органе Петроградского комитета РКП(б) и Совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов. Историк А. Рабинович связывает вновь обозначившийся интерес Петроградского комитета к работе среди женщин потребностью партии в новых кадрах взамен покинувших Петроград, а также катастрофическими для большевиков результатами выборов в Советы на «женских предприятиях» в июне 1918 г. [23, с. 372]. Третьего ноября 1918 г. страница «Работница-Коммунистка» вышла в газете «Коммунар».

Ввиду критической ситуации на фронте весной 1919 г. Петроградский комитет посчитал необходимым возродить издание «Работницы», но не в форме журнала, а в газетном варианте. В первом номере газеты, вышедшей 15 мая, прозвучал отчаянный призыв Г. Е. Зиновьева к работницам: «Сестра порвет с братом, жена порвет с мужем, мать порвет с сыном, если этот брат, муж или сын белогвардейцы, если они идут против советской власти, если они идут изменять рабочему классу. <…> Презирайте дезертиров, женщины рабочего класса! Презирайте меньшевиков и эсеров, работницы. Гоните изменников, бойкотируйте желтых» [10].

Процесс оформления жесткой партийной вертикали, инициированный новой властью со второй половины 1918 г. [21, с. 28], повлек с ее стороны еще более пристальное внимание к проблемам развития периодической печати. Состоявшийся в марте 1919 г. VIII съезд РКП(б) вынужден был констатировать: «Общее ослабление партийной работы за время гражданской войны в высшей степени вредно отразилось на состоянии нашей партийной и советской печати» [5, с. 436]. В специальной резолюции отмечалось: «Считая, что без хорошо поставленной печати немыслимо здоровое, крепкое партийное и советское строительство, съезд предлагает всем партийным организациям выделить для обслуживания печати наиболее стойких, энергичных и преданных работников» [Там же, с. 437].

В соответствии с решениями съезда, созданная Комиссия по агитации и пропаганде среди работниц ЦК РКП(б) в марте 1919 г. обсудила вопрос об издании журнала «Коммунистка» [25, д. 8, л. 13]. Однако задуманное не удалось реализовать опять-таки по причине экономии бумаги. Вместо журнала было решено издавать в «Правде» специальные «странички», которые носили бы «методологически-инструментальный» характер и рассматривались бы как самостоятельный печатный орган [Там же, д. 23, л. 3]. С апреля 1919 г. «Странички женщины-работницы» стали регулярно печататься в центральном органе РКП(б).

С переходом к мирной жизни возрастала необходимость в поддержке социальных проектов большевиков со стороны масс, соответственно возрастала и роль пропаганды, которая по их замыслу должна была охватить все сферы общественной жизни, изменить картину мира российского населения. Однако митинговая риторика газетных «страничек», уместная в ситуации военного времени, все менее удовлетворяла рядовых работниц женотделов, что прозвучало в отдельных выступлениях на III Всероссийском совещании губернских организаторов работы среди женщин, проходившем с 1 по 4 декабря 1920 г. Так, представительница от Алтайской губернии заявила, что «женские странички», печатаемые в газетах центральных губерний, вызывают «стыд и позор»: «Они отнимают средство на бумагу, а бумаги у нас нет…» [Там же, д. 3, л. 15]. Делегатки совещания требовали от центрального отдела инструкций: «…на все отчеты мы должны получать ответы, мы должны чувствовать, что кто-то следит за нами» [Там же, л. 16].

В июле 1920 г. наконец вышел первый номер журнала «Коммунистка», рассчитанный на активисток женского движения, которые в столицах и на местах являлись проводниками идей большевиков в ряды женщин-работниц. Главным редактором на протяжении всех лет была Н. К. Крупская. В редакцию в разное время входили Н. И. Бухарин, А. М. Коллонтай, П. В. Виноградская, К. И. Николаева, М. С. Ольминский.

В воспоминаниях, посвященных трехлетию журнала, его организаторы указывали на трудности, с которыми им пришлось столкнуться при его основании: «Мы должны признаться, что время отнюдь не благоприятствовало таким начинаниям, как издание периодического журнала, к тому же еще специально посвященного вопросам теоретической подготовки авангарда коммунисток и организации женских масс… Писать было некому, ибо все наши лучшие партийные силы были заняты ответственейшей работой, печатать было не на чем (не хватало бумаги), и печатать было почти негде, с типографиями тогда дело обстояло очень печально» [4, с. 13].

В этих же воспоминаниях содержался ответ, раскрывающий причину появления журнала в столь сложных и неподходящих условиях. Его издание было приурочено к открытию Второго конгресса III Интернационала в Москве, и, соответственно, Первой Международной конференции коммунисток. «Первый номер “Коммунистки”, родившейся как раз в это время, полностью отражает стоявшие тогда перед партией задачи» [27, с. 7], – подчеркивала заведующая женотделом ЦК С. М. Смидович. Если в свое время журнал «Работница» (1914 г.) должен был поднять престиж большевиков в глазах международного социал-демократического движения, «Коммунистка» претендовала на роль главного печатного органа одного из частей этого движения,

а именно женского (в рамках III Интернационала): «По примеру РКП компартии капиталистических стран должны были применять по отношению к женскому пролетариату особые методы» [Там же].

Таким образом, журнал «Коммунистка» явился тем печатным партийным органом, на страницах которого освещалась генеральная стратегия власти по построению коммунизма в стране, в отношении решения женского вопроса во всем мире, в преддверии «мировой революции» в идеологически правильном ключе вырабатывались методы политико-воспитательного воздействия на женское население.

Одним из наиболее ярко выраженных принципов психологии масс в условиях, когда необходимо принять то или иное решение, выступает стремление последовать примеру общепризнанного авторитета. Незаменимую роль в решении проблем, связанных с привлечением женщин к решению встававших перед партией большевиков проблем, выполняли признанные политические лидеры, выступавшие на страницах прессы и способные оказывать воздействие на групповое сознание [3, с. 46]. Во многом благодаря печати, к началу 1920-х гг. в российском женском движении сложилась устойчивая группа политических лидеров, которые олицетворяли власть для сотен и тысяч своих последовательниц. Среди них, в первую очередь, можно назвать Александру Коллонтай, Надежду Крупскую, Инессу Арманд, Конкордию Самойлову, Злату Лилину, Клавдию Николаеву и др. Их публикации в прессе, в том числе на страницах «Коммунистки», встречали поддержку женщин-активисток, им верили, за ними готовы были идти. Имея возможность оказывать влияние на лидеров женского движения, партия большевиков распространяла свое воздействие на часть женского населения России.

Однако события начала 1921 г. убедительно продемонстрировали большевикам, что широковещательные программы, наподобие электрификации, могли увлечь далеко не всех, а подавляющее большинство людей «жили не будущем, а настоящим» [31, с. 64], не собираясь бесконечно терпеть голод, нищету, бытовую неустроенность. В ситуации кронштадтского мятежа, повсеместных крестьянских волнений, «волынок рабочих» власти в срочном порядке пришлось не только менять экономический курс, но концептуально пересматривать содержание и способы пропаганды средствами печати. В опубликованной в марте 1921 г. в газете «Правда» дискуссионной статье заявлялось: «…надо, чтобы каждый лист и весь лист каждой газеты действительно служил бы нужным и предназначенным целям», что «прошло то время, когда каждой газете для того, чтобы существовать, для того, чтобы давать руководящим лицам и группам средства к наживе, карьере и т.п. – необходимо нужно было иметь свою физиономию» [6]. Другими словами, пропагандистская работа, оказывающая непосредственное влияние на мнение, установки и поведение жителей страны, должна была иметь однозначное толкование и укреплять модель общественного устройства, предложенную большевиками. Для этого информационные каналы должны быть в руках проверенных людей (о чем В. И. Ленин говорил еще летом 1920 г.), а партийные организации должны с особой тщательностью подходить к подбору, расстановке и воспитанию кадров редакторов и журналистов: «Повседневная пропаганда и агитация должны носить действительно коммунистический характер. Все органы печати, находящиеся в руках партии, должны редактироваться надежными коммунистами, доказавшими свою преданность делу пролетарской революции» [15, с. 205].

Свои коррективы в агитационно-пропагандистскую политику большевиков внесла новая экономическая политика. Создание массовой пропагандисткой сети посредством периодической печати столкнулось с рядом трудностей. В 1922 г. стали очевидны последствия перевода издательств газет и журналов на хозрасчет, их тиражи повсеместно упали. Центральный женотдел пытался протестовать против решения Бюджетной комиссии ЦК о сокращении бесплатной рассылки «Коммунистки», «Работницы», «Крестьянки» с 9000 экземпляров до 800 в месяц и настаивал на увеличении до 4000 тыс. в месяц [25, д. 105, л. 23].

Действительно, у женотделов не было денег выкупать необходимое количество пропагандистской литературы (до этого они пользовались бесплатной рассылкой из центрального отдела), в то же время индивидуальных подписчиков (работниц и крестьянок) сложно было заинтересовать изданиями «инструктивно-руководящего характера», как, например, «Коммунистка» [19, с. 59].

Установления жесткого политико-идеологического контроля над средствами информации еще не является залогом их популярности в массовой аудитории. «Проблема обеспечения внимания со стороны читателя ни коим образом не сводится к проблеме подачи новостей в духе религиозного учения или какой-нибудь формы этической культуры, – отмечал известный американский социолог и политолог У. Липпман. – Это проблема того, как возбудить эмоциональную реакцию у читателя. Как создать у него ощущение личного участия в событиях, о которых он читает. Новости, не обеспечивающие этой возможности, не могут быть привлекательными для широкой аудитории. Аудитория должна участвовать в новостях, точно также как она участвует в театральной драме, идентифицируя себя с героями борьбы» [16, с. 330].

Именно для активизации читательского внимания в Советской России активно начали создавать сеть рабкорок и рабкоров и уделять большое внимание их политико-идейной подготовке. При помощи корреспонденций с мест партийные органы пытались сформировать обратную связь с читательницами, «возбудить эмоциональную реакцию у читателей», заинтересовать аудиторию, тем самым повысить качество информационного воздействия, в том числе и «женских страничек» в газетах.

Так, в инструкции, разработанной Московским женотделом для специального работника, курирующего издание «страничек», отмечалось: «Записывать со слов неграмотных работниц и крестьянок наиболее интересные факты из их жизни и работы…. Побуждать работниц и крестьянок писать также о всех наблюдаемых, замеченных ими беззакониях или несправедливостях, прививая мысль, что писать должно не только о том, что хорошо, но и том, что плохо, и что за правильное сообщенные факты никто наказанию не подвергнется… Организатор литработы заводит себе особую тетрадь, в которой отмечает, сколько в день или неделю

поступило корреспонденций, статей, стихов от работниц и крестьянок, сколько записано со слов товарищей, сколько материала привезено инструкторами и организаторами» [19, с. 59].

Тем не менее, не следует переоценивать степень объективности информации, которая требовалась от корреспондентов с мест. «То, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря массмедиа», [17, с. 8] – утверждал крупнейший немецкий социолог Н. Луман, и он же рассматривал массмедиа как обособленную социальную систему, в которой происходит «удвоение или конструирование реальности».

Применительно к рассматриваемой проблеме обратная связь через печать партийным органам нужна была не столько с целью получения объективной информации о происходящем в стране (хотя такую функцию, безусловно, добровольные информаторы выполняли), сколько с целью укрепления через тщательно отобранный материал фундамента конструируемой в рамках медиасредств реальности под названием «общество, строящее коммунизм». Труд же профессиональных «проверенных» журналистов и работников редакций при этом сводился не столько к написанию собственных статей, сколько к редактированию материалов, поступающих от народных корреспондентов.

Расширение корпуса периодики и все большая ее специализация также служили цели наиболее эффективного влияния на разные социальные группы. В данном случае речь идет об издании центральным женотделом периодических изданий, предназначенных для разных слоев женского населения. В 1922 г. начал выходить журнал «Крестьянка», отличавшийся наличием большого количества визуального материала, что, безусловно, было связано с низкой грамотностью женщин крестьянок и репрезентацией журнала не только в качестве источника политической информации и пропаганды, но и своеобразного «учебника» жизни.

«Коммунистку» с ее «сухим, формальным языком» в этом же 1922 г. пытались реорганизовать «в направлении приближения к интересам и запросам работниц». С пятого номера в журнале появился литературно-художественный отдел (стихи, рассказы), был усилен отдел «Переписка с читательницами», внесено оживление в раздел «Среди книг», сделана пытка вести «Дискуссионный отдел». В октябрьском номере появилась «сатира с иллюстрацией, язык популярный, статьи короткие, шрифт четкий, компоновка материала более живая» [22, с. 16]. В конечном результате, ЦК РКП решает все же издать совершенно новый массовый журнал «Работница», а «Коммунистку» оставить в качестве журнала руководяще-инструктивного.

«Работница» стала издаваться с января 1923 г. и позиционироваться как журнал для городских жительниц, в нем, помимо статей политического содержания, печатались литературные произведения, существовали рубрики о кино и книгах, обсуждались бытовые проблемы. Московский женотдел в этом же году начал издавать журнал «Делегатка», рассчитанный на работниц и крестьянок с активной жизненной позицией, потенциальных представительниц делегатских собраний и непосредственно делегаток. Петроградский женотдел к 1 мая 1923 г. приурочил выпуск журнала «Работница и крестьянка», предназначенный для «подготовленных» работниц и представительниц формирующейся новой советской интеллигенции. «Женские странички» в газетах в 1923 г. почти повсеместно перестали выходить.

Однако обозначившаяся специализация в женской периодической печати не решила всех проблем, связанных с ее распространением. Отделу по работе среди женщин ЦК РКП(б) пришлось несколько раз в 1923 г. давать объяснения Агитподотделу ЦК по поводу «неувеличения тиражей». Заведующая отделом С. М. Смидович, например, с горечью сетовала на то, что журналы «Коммунистка», «Крестьянка», «Работница» «в типографии были на последней очереди, всегда есть что-нибудь срочное, хотя и не периодическое. Были случаи с “Крестьянкой”, когда журнал снимался с машин, чтобы дать место какой-нибудь книге. Ясно, что издательство смотрит на журналы как на второстепенное дело, от которого нет больших доходов, а при такой постановке печатания и плюс еще задержка журналов на почте журналы приходят через два месяца, а то и больше. Конечно, массовый журнал не будет ходким. Отсутствие рекламы также оказывает влияние на популярность журнала» [25, д. 105, л. 23].

Среди причин неудач в распространении журналов указывалось и наличие местных интересов партийных комитетов крупных регионов. Так, в объяснительной записке отмечалось, что «Московский комитет издает журнал “Делегатка” и совсем не агитирует за “Работницу”. Было бы конечно лучше, если бы издавался один журнал» [Там же, л. 79]. Неоднократно критиковалось содержание, например, «Работницы», не пользующейся достаточным спросом у читательниц: «Контрагентство, торгующее журналом “Работница” на станциях железных дорог жалуется, что журнал не идет и нам приходится заставлять» [Там же]. Перед редакцией журнала на заседании центрального женотдела в ноябре 1925 г. ставилась задача «в трехдневный срок разработать практические предложения по улучшению техники издания и распространения журнала, по улучшению содержания журнала» [Там же, д. 140, л. 69].

Очевидно, с целью популяризации женских журналов, приближения их содержания к запросам рядовых женщин, а также обечпечения массовой поддержки кампании по преобразованию быта, журналы «Работница» и «Крестьянка» с 1924 г. начинали помещать на своих страницах рубрики «Полезные советы», «Об одеждах и модах» и пр.; в 1926 г. в «Работнице» появилась постоянная рубрика «НОТ в домашнем хозяйстве» [12, с. 19].

Рост тиражей женских журналов за счет индивидуальных подписчиков наметился с 1924 г. Так, журнал «Крестьянка», имевший изначально тираж в 5000, в 1924 г. повысил его до 35000. Число рабкорок-крестьянок возросло соответственно с 58 до 450 человек. Тираж «Работницы» с 6000 экземпляров вырос до 100000. Число рабкорок составило 250 человек. Тираж «Делегатки» достиг 35000, «Работницы и крестьянки» – 33000, «Красной Сибирячки», издания отдела работниц при Сибобкоме – 15000 [19, с. 59-60].

«Массовые журналы, достигшие значительных успехов в деле привлекательности формой, иллюстрациями, художественными отделами», однако еще не в полной мере отвечали задачам, которые перед ними ставила партийная власть. «Политическая часть часто излагается слишком сухо и слишком отвлеченно. Далее – они еще слабы в деле борьбы с успешно распространяемыми женскими журналами мод, сомнительного, а чаще всего вредного, вульгарного направления. Для успешной борьбы с ними наши массовые журналы должны поставить на должную высоту отделы практических советов по таким вопросам, как шитье, рукоделие, кулинария, санитария, воспитание детей, домоводство», – отмечалось в обзоре, посвященном состоянию печати, ориентированной на женское население, в «Коммунистке» [7, с. 11] .

В 1925 г. вышел журнал «Батрачка», издаваемый ЦК Союза Всеработземлеса. С апреля 1926 г. начал издаваться «Женский журнал» «не теоретический, но, прежде всего, практический, *журнал повседневной жизни*». «Правовое, служебное, семейное и имущественное положение женщины, семья и брак, воспитание и образование детей, здоровье и гигиена, общественное и домашнее хозяйство, питание и одежда, жилище и обстановка, ремесла и рукоделие, культура и искусство в повседневной жизни, мелочи быта» [9, с. 1] – круг вопросов, на которых редакция предполагала сосредоточить внимание женского населения. Он свидетельствовал, что проблемы «мировой революции» отошли на задний план. Внимание российских женщин акцентировалось на внутренних проблемах, прежде всего, в сфере «созидания нового быта», который должен был противостоять как «старому», так и распространявшемуся «нэпмановскому».

Наметившиеся новые приоритеты власти в отношении женской политики к концу 1920-х гг. изменили и политику в отношении женской печати. Курс на индустриализацию страны требовал внушительного притока рабочих рук на производство, а женщины, безусловно, рассматривались одним из важнейших резервов этого процесса. Излишнее акцентирование их внимания на приватных проблемах не входило в расчет государства. В 1930 г. «Женский журнал» был закрыт, как, впрочем, и все негосударственные женские журналы. Женотделы, претендовавшие на активную роль в реализации государственной политики по женскому вопросу, также утратили актуальность для государственных структур: к началу 1930-х гг. они были ликвидированы. В январе 1930 г. вышли последние номера «Коммунистки», в 1931 г. – «Делегатки».

Из массовых женских журналов долгожителями оставались в меру политизированные, идеологически выдержанные, но в то же время доступные, понятные, воспринимаемые «Работница и крестьянка» (издавался до 1941 г.), «Крестьянка», «Работница» (издающиеся вплоть до сегодняшнего дня). Журналы, названия которых символически обозначали достойное место женщины как в экономической сфере, так и в социальной стратификации советского государства. Их содержание пропагандировало идеальные с точки зрения государства жизненные ориентиры: самоотверженный труд на благо строящего коммунизм общества, политическую и общественную активность в жестких рамках объявленных государством кампаний, скромность и неприхотливость в быту.

Список литературы

1. **Беднота.** 1918. 22 (9) июня.
2. **Там же.** 3 (20) июля.
3. **Бернейс Э.** Пропаганда / пер. с англ. И. Ющенко. М., 2010. 166 с.
4. **Виноградская П.** К трехлетнему юбилею журнала «Коммунистка»: беглые воспоминания // Коммунистка. 1923. № 7. С. 13-15.
5. **Восьмой съезд РКП(б). Март 1919 г.:** протоколы. М.: Госполитиздат, 1959. 602 с.
6. **Газеты Советской России** // Правда. 1921. 5 марта.
7. **Гопнер С.** Ко «дню печати» // Коммунистка. 1926. № 4. С. 10-15.
8. **Гражданская война и военная интервенция в СССР:** энциклопедия / гл. ред. С. С. Хромов. М.: Сов. энциклопедия, 1983. 704 с.
9. **Задачи женского журнала** // Женский журнал. 1926. № 1.
10. **Зиновьев Г.** Работницы, презирайте изменников! // Работница. 1919. № 1.
11. **К истории издания журнала «Работница»** // Исторический архив. 1955. № 4. С. 25-53.
12. **Карина.** НОТ в домашнем хозяйстве // Работница. 1926. № 14.
13. **Коллонтай А. М.** Работница за год революции. М., 1918. 31 с.
14. **Красная газета.** 1918. 4 августа.
15. **Ленин В. И.** Тезисы к II конгрессу коммунистического интернационала // Ленин В. И. Полное собрание сочинений. Т. 41. С. 159-212.
16. **Липпман У.** Общественное мнение. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
17. **Луман Н.** Реальность массмедиа. М., 2005. 256 с.
18. **Маркс К.** Извещение о выходе «Neuen Reinischen Zeitung. Politisch-okonomische Revue» // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Изд-е 2-е. Т. 7.
19. **Нюрина Ф.** Печать работниц и крестьянок к 7-й годовщине // Красная печать. 1924. № 35. С. 58-61.
20. **О республиканском Союзе женских организаций при Лиге Равноправства** // Работница. 1917. № 5. С. 9-10.
21. **Павлюченков С. А.** «Орден меченосцев». Партия и власть после революции. 1917-1929. М., 2008. 463 с.
22. **Путиловская.** Наш Путь // Коммунистка. 1923. № 7. С. 15-17.
23. **Рабинович А.** Большевики у власти. Первый год советской эпохи в Петрограде. М.: АИРО-XXI; Новый хронограф, 2008. 624 с.
24. **Работница.** 1917. № 7.
25. **Российский государственный архив социально-политической истории** (РГАСПИ). Ф. 17. Оп. 10.
26. **Самойлова К. Работницы и Учредительное собрание** // Работница. 1917. № 11. С. 5-6.
27. **Смидович С.** Значение «Коммунистки» для работы среди женщин // Коммунистка. 1923. № 7. С. 7-9.
28. **Стайтс Р.** Женское освободительное движение в России: феминизм, нигилизм и большевизм, 1860-1930. М., 2004. 616 с.

29. Тумаркин Н. Ленин жив! Культ Ленина в Советской России. СПб.: Гуманитарное агентство «Академический проект», 1997. 285 с.
30. Шандра В. А. Газета, пропаганда, жизнь: вопросы теории и методики. М.: Мысль, 1982. 143 с.
31. Яров С. В. Горожанин как политик. Революция, военный коммунизм и НЭП глазами петроградцев. СПб., 1999. 320 с.

BOLSHEVIST WOMEN'S PRESS: TO FORMATION HISTORY (1914-THE 1920S)

Irina Viktorovna Alferova, Ph. D. in History, Associate Professor
Department of Philosophy
Bryansk State University
alferovairi@yandex.ru

The author reveals the reasons of the origin of women's bolshevist press in 1914 on the basis of periodicals and archival documents materials, shows the process of its formation and development till the end of the 1920s in the context of Bolsheviks' home and foreign policy and demonstrates some mechanisms providing women's population loyal attitude to them.

Key words and phrases: propaganda; agitation; women's press; women's departments.

УДК 395

В статье рассматриваются некоторые аспекты коммуникативной культуры народов Северного Кавказа через действие института избегания. Автор также обращает внимание на процессы самоидентификации в системе построения вербальной и невербальной коммуникации.

Ключевые слова и фразы: традиции избегания; коммуникативная дистанция; аталычество; самоидентификация.

Марьяна Хамидбиевна Аталикова
Кафедра культурологии
Северо-Кавказский государственный институт искусств
maryana.kh5@yandex.ru

КОММУНИКАТИВНОСТЬ И ПРОЦЕССЫ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ В ТРАДИЦИОННЫХ ОБЩЕСТВАХ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА©

Система этикетного общения, определяющая характер культуры коммуникации в каждом народе, имеет свои специфические проявления. Этнический стиль коммуникации зависит от сложившихся традиций и определенной системы ценностей, моральных установок данной культуры, разделяя и принимая которые человек идентифицирует себя с конкретной этнической культурой. Коммуникативность – это одна из важнейших структурообразующих характеристик социальной общности, только через ее понимание можно раскрыть глубинную сущность любой культуры. В отношении же северокавказских обществ этот аспект особенно важен, поскольку данные культуры являются лектоническими,[1] то есть непосредственно направленными именно на внутрисистемную коммуникативность.

Центром коммуникативного поведения у адыгов, по мнению Б. Х. Бгажнокова, является этикет. Отсюда присущий этим правилам этический акцент [1, с. 52]. Главенство этнических «кодексов чести» включавших универсальные общечеловеческие ценности: мужество, честь и достоинство, уважительное и почтительное отношение к старшим, родителям, женщинам, гостям и т. д., известных под названиями «апсуара», «осетинство», «чеченство» и др., – на Северном Кавказе определило содержательную основу поведения в построении вербальной и невербальной коммуникации.

Место индивида в обществе возможно понять через те этикетные нормы, которым следовал человек средневековья и при посредстве которых он был «включен» в социальные отношения. Эти нормы-правила приобретали характер постоянно воспроизводимых стереотипов межличностного взаимодействия, обязательных для всех членов общества. В числе таких традиционных культурных комплексов, с помощью которых происходило структурирование коммуникационных ролей, был институт избегания.

Традиции избегания между старшими и младшими, родителями и детьми, между мужем и женой, и т.д. сохранились в той или иной степени и сегодня в культуре народов Северного Кавказа. Так, «избегание» между супругами при старших включало в себя ряд требований: не показываться вместе, не вступать в разговор, не

© Аталикова М. Х., 2011

[1] «По сути, речь идет о некоей информационной технологии, способе организации текстов культуры на основе коллективных усилий (коллективной памяти и коллективного действа) в форме глобально-ритуализованной и тотально режиссируемой коммуникации. Иначе говоря, лектоническая коммуникация – это особая форма групповой организации, хранения, актуализации, демонстрации и обращения социального и культурного опыта, которая не только многократно увеличивает объем циркулирующей в социуме информации, но и обеспечивает (поддерживает) идентичность культурного сознания (групповую идентичность)» [4, с. 114].