



13. ДАХО. – Ф. Р-766. – Оп. 2 – Спр.2.
14. ДАХО. – Ф. Р-926. – Оп. 1 доп. – Спр. 4.
15. *История Всесоюзной Коммунистической партии (большевиков). Краткий курс.* – М., 1953.
16. ДАХО. – Ф. Р-766. – Оп. 2 – Спр. 28.
17. ДАХО. – Ф. Р-766. – Оп. 2 – Спр. 14.
18. ДАХО. – Ф. Р-337 сч. – Оп. 3. – Спр. 22.
19. ДАХО. – Ф. Р-337 сч. – Оп. 3. – Спр. 26.
20. ДАХО. – Ф. Р-337 сч. – Оп. 3. – Спр. 24.

Oliynyk M.P. The documents about depriving of the election right as the source for the investigation of the social and political situation in the period of the New economic policy (on the bases of the Podillia materials). There is investigated the list of the persons who were deprived of the election right in Podillia in the 20th of the XX century as the historical source.
Key words: election deprived, Councils, enemies.

О. В. Лабур

МАСОВІ ЖІНОЧІ ВИДАННЯ «КОМУНАРКА УКРАЇНИ» ТА «СЕЛЯНКА УКРАЇНИ»: ДЖЕРЕЛОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ

Розглянуто жіночі журнали «Комунарка України» і «Селянка України» як історичне джерело. В центрі уваги мотиви створення, умови функціонування та інформативні можливості журналів. Доказано їх джерельну репрезентативність у вивченні історії радянського «звільнення» жінок.

Ключові слова: «Комунарка України», «Селянка України», радянські жіночі журнали, комунікативні канали спілкування.

Існування перших радянських жіночих журналів республіканського підпорядкування «Комунарка України» і «Селянка України» припадає на період активного розвитку масових видань для жінок як в Наддніпрянській, так і в Західній Україні. Сучасні науковці навіть визначають його найвищим рівнем розвитку жіночої преси [1]. В міжвоєнний час у Західній Україні виходили «Жіночий вісник», «Жіноча доля», «Жінка», «Українка», «Жіночий голос», календарі-альманахи «На новий шлях», «Наш світ», «Наша книга», «Для неї – все!», в Наддніпрянській – офіційні радянські всеросійські жіночі видання «Комуністка», «Делегатка», «Робітниця», «Батрачка», «Робітниця і селянка», місцеві – «Робітниця і домогосподарка» (Дніпропетровськ, Одеса), «Модний журнал» (Київ), «Робітниця й Селянка» (Миколаїв). Однак означені журнали виділяються з поміж інших, перш за все, пошуком дієвих комунікативних каналів спілкування влади з масами жіноцтва для популяризації своїх гендерних ініціатив. Вже на VIII з'їзді РКП(б) 1919 р., зі зміною партійної програми, й її гендерної платформи зокрема, підносилися роль преси в «жіночому комуністичному рухові» як «могутнього знаряддя пропаганди, агітації і організації, незамінним засобом впливу на ширші маси» [2, 314]. Тому вихід 1920 р. першого номеру журналу «Комунарка» не випадково збігся із організацією при КП(б)У Центрального відділу роботи з жінками та проведенням I-го Всеукраїнського з'їзду робітниць і селянок. «Селянка України» як «молодша сестра» «Комунарки» (так називали його в редакції) виокремилася внаслідок рішень XIII партз'їзду (1924 р.) щодо «зміцнення періодичних видань для робітниць і селянок» [3, 74].

Інтерес науковців до вивчення «Комунарки» і «Селянки» викристалізувався в останній чверті XX ст. із актуалізацією жіночої історії й її складової – «жіночої преси». До аналітичної практики у своїх роботах зверталися О. Пода, Н. Олійник, О. Сушкова, Т. Дашкова, Н. Сидоренко, С. Луцька [4]. Проте, вони розглядали названі журнали в сукупності з іншими жіночими виданнями, звертаючись до джерелознавчого аналізу лише фрагментарно. Втім, вже утвердилася думка, що перший гендерний канал влади – газетні «жіночі сторінки»

були орієнтовані на ширшу аудиторію, ніж зазначені журнали. Так, О. Пода зауважує, що «партія свідомо звужувала об'єкту зону комунікативного впливу, замінюючи спеціалізовані «сторінки» в газеті, розраховані майже на все населення (і в першу чергу чоловіче) країни, на спеціалізовані видання для жіночого – жіночий журнал» [5, 156]. Безперечно відбувається звуження гендерного сегменту видань, але комунікативна функція журналів від того не стає простішою. Проведений аналіз показує, навпаки, ускладнення комунікативних технологій, ще більш усталений і масовий їх характер. Більше того логіка формування ідеї «усуспільнення» жінок, процес «проштовхування» її більшовичками серед партійців як «роботи серед жінок», риторика трактування жінок як відсталі групи населення неминуче звужували аудиторію видань, а перехід від «сторінки» до жіночих журналів робили цілком закономірним. Виходячи з цього, метою дослідження визначимо такі джерелознавчі аспекти, як інформативні можливості журналів, умови їх функціонування (видання, підписка), використання комунікативних і кореспондентських технологій.

«Комунарка» і «Селянка» були підпорядковані Центральному відділу робітниць і селянок КП(б)У, виходили в різні часи російською і українською мовами. У 1931 р. «Селянка», із впровадженням колективізації, змінила назву і до кінця свого існування (1941 р.) була «Колгоспницею України». Періодичність видань також була нестабільною і в найкращі часи доходила до 24 видань на рік. Хоча «Комунарка» вперше з'явилася 1920 р., її розквіт припав на 1924 р., коли владою було визнано і посилено значення періодичних видань для робітниць і селянок. Тираж її збільшився з 600 до 25 тис. примірників, а також була створена у вересні її «молодша сестра» – «Селянка України». Наприкінці 1924 р. остання мала наклад 13 тис. примірників, на відміну від першого номера в 5 тис. штук [6]. Змінився також і зовнішній вигляд «Комунарки». Перший її номер 1920 р. видрукований на сірувато-синьому товстому папері, у який «до революції загортали цукрові голови», а з 1924 р. – «папір наблизився до нормального» [3, 61-62]. Суттєво змінився й зміст журналу. Якщо перший номер був присвячений і «обслуговував I Всеукраїнський з'їзд робітниць і селянок, носив керівний характер», то невдовзі «вже віяло життям жіночих пролетарських мас, їх боротьбою зі старим побутом за нове соціалістичне суспільство» [3, 62]. Самі ж працівники редакції пояснювали зміни в журналі з переходом до видавництва «Пролетарій» [7, 7].

В організації перших жіночих журналів звертає на себе увагу поділ цільових груп за класовою ознакою на робітниць і селянок. Відома більшовичка, організаторка більшовицької жіночої преси Л. Сталь вважала такий розподіл в Україні не просто виправданим, а й професійно вірним. З її погляду, є різниця між «задоволенням попиту висококваліфікованих робітниць» і особливістю «писати для селянок» [3, 77]. Безумовно, для кожної групи потрібен був свій підхід, хоча вони не були рівноцінні за силою й впливом. Створювалося враження у читача і дослідника щодо «прогресивності» трудящих жінок міста як поборниць та носіїв «великого усупільненого господарства», на протиположність селянкам як представницям «дрібного одиночного домашнього виробництва» [8, 108].

Організація жіночих журналів за всієї підтримки й контролю «згори» мала серйозні проблеми, насамперед із фінансуванням, яке залежало від їх поширення. Враховуючи ж тодішні умови нестачі грошей у населення й зростання жіночого безробіття, зробити це було надзвичайно важко. На цьому наголошувала редакція журналу «Комунарка» у пік свого розвитку. Зауважимо, що спочатку журнал був безкоштовним, а з розгор-



танням НЕПу, перейшов на госпрозрахунок. З цього моменту й «почалися митарства журналу» за підпискою [7, 6-7]. Зазвичай журнали виписувалися «за рахунок заробітку» [9, 11] або у фонд майбутньої «зарплати для колективної виписки» [10, 19], тоді як журнал «Селянка України» іноді оплачували Комітети незаможних селян. Однак для нормального існування журналу була потрібна підписка мінімум на три місяці наперед, що не завжди досягалося редакцією. Тоді зверталися до жінвідділів із проханнями щодо «проведення відповідної роботи зі збільшення підписки журналів». Жінорганізаторів зобов'язували «провести колективну й індивідуальну підписку». У свою чергу була дана обіцянка «вжити заходів щодо врегулювання своєчасного постачання журналами», яке затримувалося на декілька місяців і надходило не в повному обсязі [11, 213].

Враховуючи, що основним жіночим сегментом журналів були незаможні групи жінок, доводилося виробляти нові методи підписки. Однією з таких дій були «заклики» до жінок зробити підписку. Формою викликів було: «Я, Н (з такого-то міста), підписую журнал «Селянка України» і закликаю підписати журнал таких-то товаришок (або делегаток)» [12, 1]. Таким чином, ланцюжок влада – журнал – жінки збагачувався зворотним зв'язком, коли вже самі жінки, а не влада виступали ініціаторами поширення своїх журналів і втягувалися в їхню організацію. Щоправда ефективність цього методу виявилася незначною, тому незабаром від неї відмовляються. Ближчим для жінок, а отже, й ефективнішим було заохочення додатковими безкоштовними вкладками з викрійками й зразками вишивок. Як писалося в «Селянці», за цими викрійками «кожна селянка без допомоги може покроїти ішити жіночий та дитячий одяг» [13, 1]. Крім того, додатково до підписки 6-ти номерів надходили пакети з насінням огірків, баклажанів, буряка. Водночас таке заохочення сприяло індивідуальному сільському господарству, але суперечило офіційній політиці його колективізації. Можливо, це було пов'язано з тим, що керівництво журналу, а це були насамперед жінки, мали кращу поінформованість про стан жіноцтва на селі, де селянки були більш стурбовані проблемами побутового характеру, ніж необхідністю пізнавати ініціативи влади в справі емансипації. Не забували в редакції й про «політичне» заохочення. Подарунком за першу премію на конкурсі кращого розповсюдження журналу було погруддя В. Леніна, за другу – його роботи, а за третю – книги жіночої тематики [13, 22]. Такими методами влада намагалася заохочувати збут журналів, фактично контролюючи весь процес комунікації: від влади до споживачів.

Згодом комунікативні технології ускладнювалися. Чим далі зміцнювалася більшовицька влада, тим більше їй потрібно було пропагувати свої дії й досягнення в «розв'язанні жіночого питання». Формувалася певна стратегія комунікації, у якій спочатку йшло планування події, а потім її презентація в пресі. Особливо це важливо для аналізу виборчих кампаній, коли приходили директиви й укази щодо залучення жінок до роботи радянського апарату, що обов'язково «висвітлювалося в місцевій пресі» [14, 102]. У випадку невдалої кампанії, інформація в місцевій пресі показувалася на користь влади, незважаючи на всі зусилля «партії й радянської влади» у справі висування жінок, вони самі, «через свою відсталість і побутові забобони не використовували всіх прав, що їм дала революція» [15, 3]. Існував також і інший сценарій, де винуватцями невдачі були чоловіки-куркуль, які перешкоджали жіночій активності. Тоді жінкам протиставлявся класовий ворог – куркуль, а партія знову виходила захисником жіночих трудових мас [16, 15].

Таким чином, за допомогою преси в суспільній свідомості формувалася міф, що влада всіляко намагалася змінити соціальну роль жінки.

Привертають увагу й кореспондентські технології. Якщо штатні жінкорки були професіоналами й добре знали правила опису подій, подачу матеріалу, про що свідчать рубрики з історії й сучасності жіночого руху, а також інформативні матеріали з наукових і технічних досягнень, то аматорів намагалася організувати влада. Жінвідділи під своїм керівництвом створювали гуртки робкорок і сількорок, знайомили їх з «технікою кореспондентської справи», показували, «що і як писати, залежно від читача» [17, 201], визначали моральні й професійні норми їх роботи [10, 131]. Однак процес формування справжнього кореспондента був не простий і вимагав витрат сил і часу. У результаті багато присланих такими робкорками й сількорками повідомлень зазнавали критики: «Не піде, надсилайте інший матеріал», «годиться для стінгазети», «передали в іншу редакцію». Іноді зауваження торкалися теми повідомлень, тому що редакцію більше цікавило «як проходять перевибори і яка участь у ньому жінок», ніж повсякденне їхнє життя [18, 21]. Не настільки консервативно розглядали такі матеріали в «Коммунарці», під рубрикою «Робота й дні робітниці й селянки». В них відзначалося, що редакція «уважає цей матеріал коштовним, незалежно від рівня літературності, живим документом нашої великої епохи» [19, 58]. Тут друкувалися автобіографії жінок-активісток, спогади про роботу серед жінок, про владні кампанії, у тому числі тих, де брали участь жінки, про враження від відвідуваних виставок і навіть «простонародна» жіноча поезія. Правда, рубрики виходили рідко, так, наприклад, в 1924 р. лише кілька разів, хоча цього року була сформована найбільша кількість номерів. У той же час складно переоцінити її значення, адже це було рівнозначно одержанню свого «голосу», певного етапу в реалізації свого жіночого «я». І в цьому контексті журнали для жінок представляються особливо цінним історичним джерелом.

Слід зазначити, що гендерна репрезентативність журналів безпосередньо відбивалася на їхньому інформативному потенціалі. Безумовно більша частина повідомлень журналів зводилася до оперативної інформації про жіноцтво. Частими були рубрики «Робітниця в партії», «Профспілки в боротьбі з жіночим безробіттям», «Делегатки за роботою», «Робітниця й підняття кваліфікації праці», а також аналітичні замітки «Жовтень звільнив жінку-селянку від багаторічних оков», «Чи не час пробудитися?». Основним аргументом й способом переконання було протиставлення старого / темного капіталістичного миру й нового / світлого соціалістичного майбуття жінки. У той же час вони вводили нові соціальні ролі для жінки, нові поняття, що характеризують жінку: делегатка, рівноправна громадянка, комунарка, суспільниця, робітниця-партієць тощо. Окреслювали й конкретизували такі соціальні ролі, як домашні робітниця та «пролетарські господарки». Для останньої характерним було, як і раніше, економія й правильне ведення господарства (роздільне прання білизни, методи прання [7, 35], шиття дитячого одягу, чищення дзеркал, збереження продуктів, боротьба із гризунами, вирощування овочів, догляд за худобою) [20, 33]. Фактично залишалися всі традиційні «обов'язки», крім кухні. Тож, періодика відбивала конфлікт між обіцянками створити мережу установ громадського харчування й реаліями життя, коли, по суті, турботи по господарству жінок залишилися непорушними.

Відмітною рисою нової комунікативної технології жіночої преси стало створення інформаційного блоку



про те, як жінці краще використовувати ті або інші закони й нововведення радянської влади. Насамперед це стосувалося такого складного питання, як соціальне страхування й натуралізація допомоги у пологах і догляду за дитиною. Цікаво, що в Р.С. редакція просила «усіх робітниць-матерів висловитися як краще для дитини: одержати видачу натурою або грошми» [21, 6]. Такі ж «обговорення» стосувалися й проблеми сімейного законодавства: потрібна або не потрібна обов'язкова реєстрація шлюбу, як краще проводити визнання батьківства [22, 11]. Безумовно, це було гарною рекламою влади, однак на процес прийняття рішень ніяк не впливало. Водночас вони давали можливість жінкам краще зрозуміти й знати, що можна одержати від влади.

Особливу цінність представляє інформаційний блок «Мати й дитя», де в доступній формі розповідалося про причини дитячої смертності, про дитячі хвороби, про неправильність тілесного покарання дітей. Пояснювалися також вигоди й механізм створення ясель, переваги установ з охорони материнства й дитинства, їх структура й особливості роботи. Акцент робився на необхідності користуватися консультаціями, молочними кухнями й радами соціальної допомоги, які допомагали організаційно і юридично жінці при народженні дитини [22, 35]. Окремо пояснювався сам процес зачаття, показувалася структура й будова жіночих і чоловічих статевих органів [21, 30]. Треба сказати, що така освіта вперше виходила за рамки медичних журналів і в цьому була її явна прогресивність. Однак звернення було лише до жінок, а назва рубрики «Мати й дитя» сприяла підкріпленню думки, що основним вихователем дітей у родині є жінка. Таким чином, спотворювалися гендерні ролі в родині й рівноправність залишала сферу приватного.

Підсумовуючи сказане, зауважимо, що обидва журнали є репрезентативними за вивчення комунікативної функції жіночої преси у більшовицькому «звільненні» жінки, інформативними у відображенні всієї складності і суперечності «роботи серед жінок», визначенні комунікативних і кореспондентських технологій. Аналіз журналів дозволяє дослідникові отримати вірогідні наукові факти зі створення певного інформативного простору, орієнтованого на жінок, побачити введення у дискусію нових тем, нових форм взаємодії із владою. І нарешті, показують інформаційне сегментування преси для жінок в жіночих журналах і про жінок в інших, гендерно нейтральних періодичних масових виданнях.

1. Олійник Н. *Жіноча преса в Україні: минуле та сучасність* // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2007. – № 27; *Передирій В. Галицька періодика для жінок: становлення, розвиток, проблематика (1853 – 1939 рр.)* // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 1995. – Вип. 2
2. *ВКП(б) в резолюціях і рішеннях з'їздів, конференцій і пленумів ЦК / Відп. ред. М. Мітін, О. Поскрєбішев, П. Поспелов. – Ч. 1. – Вид. 6-те, доп. – К., 1949.*
3. *Сталь Л. Печать и женское коммунистическое движение. – М.: Л., 1927.*
4. *Дашкова Т. "Работницу" – в массы": политика социального моделирования в советских женских журналах 1930-х годов* // Новое литературное обозрение. – 2001. – № 50; *Луцька С. Жіноча преса в УРСР* // Сучасність. – 1974. – № 7/8; *Передирій В.А., Сидоренко Н.М., Старченко Т.В. Жіноча доля на тлі доби (Літопис жіночого руху у світлі українських видань). – К., 1998; Сушкова О.М. Періодичні видання для жінок в Україні: динаміка розвитку та концептуальні особливості. Навч. посіб. – Суми, 2009; Пода О.Ю. Роль гендерного фактору у формуванні редакційної політики журналів Радянської України 20-х рр. ХХ ст. (на прикладі «Комунарки України», «Селянки України», «Червоної преси») // Діалог:*

- Медіа-студії: Зб. наук. пр. / Ред. О. Александров. – Одеса, 2009. – Вип. 8; Пода О.Ю. Проблема гендерних настанов у радянській жіночій пресі* // *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки.* – 2007. – № 1.
5. *Пода О. Жіноча сторінка в газеті як канал гендерної комунікації влади* // *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації.* – 2010. – № 2.
 6. *Крестьянка Украины.* – 1924. – № 3. – С. 23; № 4. – С. 2.
 7. *Коммунарка Украины.* – 1924. – № 4.
 8. *Маркс К., Энгельс Ф., Ленин В. О женском вопросе. – М., 1978.*
 9. *Державний архів Донецької області. – Ф. 4. – Оп. 1. – Спр. 178.*
 10. *Державний архів Запорізької області (далі – ДАЗО). – Ф. 1 – Оп. 1. – Спр. 123.*
 11. *ДАЗО. – Ф. 1 – Оп. 1. – Спр. 564.*
 12. *Крестьянка Украины.* – 1923. – № 3.
 13. *Крестьянка Украины.* – 1927. – № 1.
 14. *Державний архів Миколаївської області. – Ф. 161. – Оп. 1. – Д. 548.*
 15. *Червоний плугатар.* – 1926 – № 130.
 16. *Крестьянка Украины.* – 1927. – № 5.
 17. *ДАЗО. – Ф. 1. – Оп. 1. – Спр. 162.*
 18. *Крестьянка Украины.* – 1927. – № 4.
 19. *Коммунарка Украины.* – 1923. – № 4.
 20. *Коммунарка Украины.* – 1924. – № 8.
 21. *Коммунарка Украины.* – 1924. – № 5.
 22. *Коммунарка Украины.* – 1924. – № 6.

Labur O.W. The mass women's magazines «Komunarka of Ukraine» and «Peasant Woman of Ukraine»: the aspect of the source. The women's magazines «Komunarka of Ukraine» and «Peasant Woman of Ukraine» has been considered as the historical source. The main focus was made on the motives of the creation, the operating conditions and the informative possibility of the magazines.

Key words: «Komunarka of Ukraine», «Peasant Woman of Ukraine», Soviet Women's magazines, communication channels of communication.

Л. Г. Тупчієнко-Кадирова

ІНФОРМАЦІЙНО-ПОШУКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ АФІШ ОПЕРНИХ ВИСТАВ (на прикладі архівної творчої спадщини Юлія Мейтуса)

Проаналізовано афіші оперних вистав з погляду їх інформаційно-пошукового потенціалу, виділені структурні елементи як змістовні та пошукові ознаки.

Ключові слова: афіші оперних вистав, структурний аналіз текстів, опери Ю. Мейтуса.

Дослідження та введення в науковий обіг архівних документів, у т. ч. тих, що зберігаються в музеях, є актуальним та важливим завданням і для інформатизації суспільства, і для пізнання життя та творчості видатної особи. Архівна творча спадщина будь-якого композитора (і Ю. Мейтуса зокрема), представляє собою сукупність різних за видами і змістом документів. Для того, щоб представити їх як комплекс, вірніше – систему, слід простежити особливості документування об'єктів, процесів, відносин між суб'єктами. Звичайно, документи мають певний статус і цінність для архівів, дослідників. Однак для комплексного обстеження спадщини та визначення рівня репрезентації творчого, громадського, особистого життя видатної особи, на нашу думку, не слід оминати і друковані документи, такі як афіші, програмки концертів, вистав тощо. Хоча, звичайно, за цінністю вони поступаються творчим рукописам, листам, біографічним документам та іншим (які ми розпочали досліджувати у попередніх публікаціях [1–3]). Структурний аналіз їх документної інформації дозволив нам виділити структурні елементи (СЕ) та проілюструвати їх текстовими фрагментами (ТФ), виявити специфічні для цих видів документів риси. Крім того, виділені СЕ мо-