

УДК 070

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖЕНСКОЙ ПРЕССЫ В НАЧАЛЕ XX в.

Смеюха В. В.

*Ростовский государственный университет путей сообщения, Ростов
E-mail: smeuha@yandex.ru*

Статья посвящена изучению женских журналов, издававшихся в начале XX в. Трансформация социума в указанный период определила активное развитие сегмента женской периодики и степень ее влияния на женскую аудиторию. Используя историко-типологический и описательный методы исследования, автор выявляет типологические, тематические и функциональные особенности женской прессы, выявляет спектр возможностей данного типа периодики, определяемых условиями развития социальной среды. По заключению автора, женская пресса представляла эффективное средство массовой коммуникации, позволявшее учитывать характеристики читательских групп, способствующее развитию их интересов и интеграции в трансформирующийся социум.

Ключевые слова: женская пресса, женский журнал, начало XX в., типология, функции, тенденции.

ВВЕДЕНИЕ

В конце XX – начале XXI вв. обозначился научно-исследовательский интерес к сегменту женской прессы: ученые стали активно изучать как современную женскую периодику [1–5], так и женские периодические издания в историческом контексте [6–9]. Необходимо признать, что наименее исследованными остаются женские журналы дореволюционного периода, что не связывается с их качественными и количественными показателями, а отражает специфику отечественной гуманитарной науки: «...основная масса периодических изданий общедемократического, либерально-буржуазного и монархического характера не исследовалась, хотя на рубеже веков издавалось несколько тысяч газет и журналов. Известное высказывание В. И. Ленина о том, что после 1895 г. в истории освободительного движения демократизм русской интеллигенции уступил место пролетарскому демократизму привело к одностороннему, тенденциозному изучению истории русской журналистики 1900–1917 гг.», – отмечает С. Я. Махонина в своей работе «История русской журналистики начала XX века» [10]. В советский период были рассмотрены некоторые дореволюционные женские журналы, творчество журналистов, публицистов, сотрудничавших с редакциями женских изданий XIX в. [11–15], однако интерес ученых к сегменту женской периодики и ее авторам мотивировался необходимостью изучения революционно-демократической тематики в истории русской журналистики.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В начале XX в. женская пресса демонстрировала типологическое многообразие, определяемое социально-политическими, экономическими и культурными трансформациями общества. Как справедливо отмечает М.В. Шкондин, «средой системы средств массовой информации являются окружающие ее материальные и духовные образования в общественной сфере, которые являются необходимыми условиями существования, формирования и функционирования различных компонентов системы» [16, с. 35], инновационные преобразования общества в начале прошлого века вели к изменению образа жизни населения, выявлению новых интересов и потребностей читательской среды, вследствие чего происходила типологическая трансформация системы СМИ, расширение тематической составляющей периодики. **Целью** данной статьи является исследование типологии, функций, тематики женской прессы начала прошлого века, что позволит определить вектор ее типологических модификаций, специфику реализации информационно-коммуникативных стратегий в условиях преобразования социума.

Под типологическим методом изучения средств массовой информации принято понимать исследование, направленное на выявление типов и видов изданий, представление классификаций, описание типологических характеристик СМИ [17; 18]. По мнению ученых факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, «типология помогает понять место изданий в системе СМИ, способствует их взаимодействию, развитию здоровой, нормальной конкуренции, высвечивает место СМИ в рамках географического, информационного, экономического, социального пространства. ... Тип определяется как разновидность, форма, модель, которая характерна для той или иной группы предметов как единица расчленяемой в типологии» [19]. К основным типоформирующим факторам принято относить признаки, оказывающие первостепенное влияние на разработку (утверждение) модели СМИ. М.В. Шкондин считает, что главными типологическими признаками являются: характер аудитории, целевое назначение издания, характер передаваемой информации [20]; Ю.А. Головин к основным типоформирующим признакам периодического издания относит: аудиторную направленность, цели и задачи издания, издающий орган [21].

История отечественной женской прессы началась в последней четверти XVIII в., однако массовое распространение женских периодических изданий пришлось именно на начало XX в., что было связано с популяризацией образования (а, значит, увеличением численности женской читательской аудитории), научно-техническим прогрессом, позволившим повысить качество издательского процесса, благодаря чему стало возможным выпускать издательскую продукцию большими тиражами, использовать цветную полиграфию. Развитие транспортных коммуникаций, в частности железнодорожного транспорта, упростило доставку печатной продукции из Москвы и Санкт-Петербурга в регионы.

В конце XIX – начале XX вв. наблюдалось не только увеличение численности читательской аудитории, но и изменение ее характеристик: чтение становилось доступным различным слоям населения [22], что определяло развитие читательских

практик, формирование типов массовой периодики, получившей широкое распространение и превратившейся не только в источник информации, но и в средство социализации, рекреативный компонент, чтение «становится универсальным и доминантным способом вхождения субъекта в мир» [23, с. 44].

В начале прошлого века отечественная женская пресса дифференцировалась на несколько подтипов: литературно-общественные журналы («Женщина», «Дамский мир», «Женское дело», «Журнал для женщин»); журналы мод, домоводства и рукоделий: «Ворт» (1905–1913), «Домашняя портниха» (1906–1908), «Парижанка» (1908–1910), «Женский мир» (1909–1911), «Белье и вышивки» (1909–1916), «Моды для всех» (1910–1914) и др.; политические: «Женский вестник» (1904–1917), «Союз женщин» (1907–1909), «Работница» (с 1914). В начале XX в. продолжил свою работу педагогический журнал «На помощь матерям» (был открыт в 1894 г.), однако в 1904 г. он прекратил свое существование, потому в рамках данной статьи мы не будем рассматривать его деятельность.

Первые два подтипа – экономически эффективные модели массовой периодики – были направлены на привлечение внимания широкой читательской аудитории. Изменение образа жизни женского населения, привело к появлению «женщины нового типа» [24] – женщины, имевшей возможность самостоятельно реализовывать образовательную, профессиональную, общественную, личностную, семейную, досуговую деятельность. В условиях трансформации типов гендерной идентичности женская пресса начала формировать тематические направления, способные привлечь как семейных женщин, так и современниц, ведущих самостоятельный, экономически независимый образ жизни. Редакции литературно-общественных журналов свою основную цель сводили к оказанию практической помощи и поддержке женщины, в соответствии с чем строилась структура изданий. Так, например, в «Журнале для хозяек» действовали следующие отделы: «Общественные статьи по вопросам правового, экономического, морального и семейного положения», «Вопросы домашнего хозяйства», «Кулинарный отдел», «Модный отдел», «Отдел рукоделий», «Ручной труд», «Юридический отдел», «Отдел воспитания и образования детей», «Вопросы гигиены и домашней медицины», «Косметический отдел», «Красота в повседневной жизни женщины», «Комнатное цветоводство», «Отдел беллетристики» и др.

Журналы мод привлекли внимание отечественной аудитории на этапе своего становления. Периодические издания, распространявшие информацию о тенденциях развития моды, помогали читателям конструировать визуальные репрезентации, что позволяло им идентифицировать с себя с соответствующими социальными классами. В силу низкой скорости распространения информации о модных тенденциях и разных финансовых возможностей женщины, проживавшие в провинции, отличались по внешнему виду от столичных дам. Так, А.В. Белова указывает, что провинциальная горожанка называла столичную дворянку «петербургской франтихой» и с иронией отзывалась о ее чрезмерном увлечении модными нарядами, при этом, встречая гостей у себя дома, она меняла повседневную одежду на более праздничную [25]. Изучая особенности женской одежды в российских регионах, исследователи отмечают, что большая часть

зажиточных семей следовала моде, сведения о которой получала именно из модных журналов [26]. Население покупало готовые наряды, заказывало модные фасоны одежды у портних: «... фабрики готового платья обслуживали в основном средние и малосостоятельные слои, тогда как богатая клиентура, не терпящая шаблонности и требующая выполнения субъективных капризов, долгое время оставалась верной портному. Заказчицы обычно шили у постоянного портного, некоторые портные, обслуживавшие зажиточную публику, имели у себя в мастерских манекены, специально сделанные по фигуре заказчицы, что давало возможность шить без примерки и обслуживать иногородних клиентов. В крупных портновских мастерских хозяин был и закройщиком, а шили наемные мастера» [27]. Таким образом, модная пресса формировала потребительский спрос на модную продукцию и создавала соответствующие вкусы и интересы аудитории.

Подтип женской политической прессы был представлен тремя журналами. Их появление обуславливалось активизацией женского движения, включением женщин в политическую борьбу, а также усилением значимости политической периодической печати. Издания «Женский вестник» и «Союз женщин» выступали за предоставление женщине гражданских и политических прав, что отражало идеи отечественного феминистского движения. Журнал «Работница», созданный по инициативе РСДРП, пропагандировал привлечение женщин к борьбе пролетариата. Издания выходили на взносы и пожертвования, не имели больших тиражей.

Можно выделить несколько значительных событий, оказавших влияние на трансформацию женской прессы. В-первую очередь, это феминистское движение. Расширение его деятельности привело к изменению типологии, функций и тематики изданий. Так, журнал «Женский вестник», организованный в 1904 г. врачом М.И. Покровской, первоначально позиционировался как «общественно-научно-литературный журнал, посвященный женскому вопросу»: освещал положение женщины в образовании, профессиональной деятельности, описывал случаи гендерной дискриминации в обществе и семье, выступил с инициативой организации женского санитарного общества в Санкт-Петербурге. По мнению редактора-издателя и автора «Женского вестника» М.И. Покровской, открывая журнал, редакция обращалась к «женщинам и женской молодежи, которая сознавая ненормальность современного строя, стремится к свету, к знанию, к самостоятельному труду, пытается бороться с невежеством» (Покровская М.И. Возражение рецензенту «Русской мысли» // Женский вестник. 1905. № 3. С. 86–87). Издание отличалось от массовой женской периодики, в нем превалировала общественная тематика. В 1905 г. редакция «Женского вестника» инициировала создание Женской прогрессивной партии, которая была учреждена в 1906 г., после чего журнал превратился в ее периодический орган. Помимо хроники женского движения, информации о дискриминации женского населения издание публиковало теоретические статьи о феминизме. Масштабные события общественно-политического характера находили отображение на страницах журнала, так как, по мнению редакции, оказывали непосредственное влияние на положение женщины.

Открывшийся в 1907 г. общественно-политический журнал «Союз женщин» намеревался способствовать достижению равноправия женщин, предоставлению

избирательных прав женскому населению. Первоначально, согласно объявленной программе, издание разрабатывало вопросы феминистского движения, публиковало хронику женского движения. Однако усиление политической и социально-экономической конфронтации в обществе отразилось на деятельности «Союза женщин»: в его редакции обозначились разногласия идеологического характера, из-за чего часть статей не была допущена к печати, затем коллектив издания принял решение отказаться от разработки теории феминистского движения: «...все это содействовало тому, что журнал в скором времени отказался почти совершенно от агитационной роли» (Несколько слов о задачах журнала // Союз женщин. 1909. № 1. С. 1), и вскоре он был закрыт.

Женские массовые литературно-общественные журналы и издания мод стали размещать на своих страницах хронику женского движения, следили за деятельностью женских организаций (в большей степени это относилось к литературно-общественной периодике). Но, несмотря на внешнее одобрение работы феминисток, направленной на получение женщинами гражданских прав и свобод, авторы массовых женских изданий не поддерживали полностью феминистских концепций, например, «Журнал для хозяек» охарактеризовал отношение редакции к феминизму следующим образом: «Вполне признавая высокие задачи феминизма, как борьбы женщины за свои права и самобытное существование, журнал стоит, однако, на той точке зрения, что умелое руководство женщины как матери, жены и хозяйки есть дело не менее важное, имеющее огромное общественное значение, от которого в большей мере зависит наше благосостояние» (Журнал для хозяек. 1913. № 1. С. 1). Журналы мод также поддерживали традиционные роли женщины. Информирова о достижениях феминисток, авторы модной прессы допускали критику в их адрес. Например, журнал «Модный курьер» опубликовал отчет об одной из акций Русского женского взаимно-благотворительного общества в период Первой мировой войны, в котором сообщалось следующее: «12 января Русское женское взаимно-благотворительное общество устроило в зале Петровского училища публичное собрание на тему «Война и женщина». Послушать доклады на эту благодарную тему явилось много публики – зал был полон. Ожидания публики, однако, не оправдались. Два докладчика не явились: а из делавших доклады об одном лучше не говорить; а другой больше сказал о себе, чем о женщине» (Война и женщина // Модный курьер. 1915. № 11/12. С. 102–104).

Во-вторых, на тематику женских периодических изданий оказали влияние развитие женского образования и интеграция женщин в профессиональную среду. Изменение форм деятельности женского населения было поддержано женской прессой. Издание «Женщина» выпускало тематический номер «Женщина-гражданка», в программу «Женского дела» были включены материалы о положении женщины (общественная жизнь, наука, трудовая деятельность, образование). «Журнал для женщин» разделил тематику издания на две группы, ко второй группе были отнесены публикации о правах женщин, хроника женской жизни. И если литературно-общественная периодика социальные, профессиональные, образовательные трансформации жизни женщин отображала в информационных заметках, информационной хронике, обзорах, статьях, письмах, то модные издания

ограничивались публикацией новостной хроники: «Говорят, что вопрос о женщинах-врачах решен в утвердительном смысле, но практика их будет ограничена лечение только женщин и детей» (Модный свет. Приложение. 1915. № 10. С. 109), «Первая женщина приват-доцент петроградского университета, магистр по кафедре русской истории г-жа Мария Островская известила студентов историко-филологических факультетов, что в будущем учебном году она будет читать им лекции на тему “Московская правительственная среда во второй половине XVII века”», «22 и 23 мая на высших женских курсах состоялась защита слушательницами дипломных проектов по электротехническому и инженерно-строительному факультету» (Вестник моды. 1915. № 25–26. С. 260).

Изменение характера деятельности современниц не всегда положительно оценивалось прессой – менялся традиционный уклад жизни женщины, ее интересы больше не ограничивались сферой дома и семьи, она отказывалась от привычных для нее занятий, что вызывало нарекания со стороны периодики. Например, «Вестник моды» писал следующее: «В чем можно упрекнуть молоденьких девушек XX века? В том, что они совсем не интересуются домашним хозяйством... И это нелестное мнение о хозяйственных талантах наших дочерей происходит, без сомнения, оттого, что жизнь их проходит больше вне дома и семьи, не то, что прежде, когда выходить из дома каждый день считалось для барышни даже не совсем «приличным». ...программа научных занятий для девушек стала настолько обширной, что теперь почти не остается свободного времени для таких тонких и кропотливых работ, над коими терпеливо трудились наши бабушки» (Сделаем из наших дочерей хороших хозяек // Вестник моды. 1915. № 29–30. С. 266).

В-четвертых, значительные изменения в женских изданиях происходили под влиянием общественно-политических событий. С началом Первой мировой войны в женских журналах наблюдались структурные преобразования: появились разделы, рубрики, посвященные хронике военных действий. Редакция издания «Журнал для хозяек и женская жизнь» начала выпуск журнала под названием «Женская жизнь», при этом «Журнал для хозяек» продолжил свою работу, в нем был сохранен отдел «Женская жизнь». Новый журнал был посвящен военным событиям и особенностям жизни женского населения в военный период. Издатели намеревались открыть ежедневную женскую газету, однако в связи с началом военных действий они отказались от реализации данного проекта (От редакции // Женская жизнь. 1914. № 1. С. 1).

Модная пресса также информировала в военных событиях, публиковала военную хронику, сообщала о военных подвигах женщин. Так как у редакций модных женских журналов были свои зарубежные представительства, то издания практиковали размещение информации об участии в военных действиях женщин других стран, например, разместив на страницах «Модного курьера» фотографии Первого отряда английских сестер милосердия, авторы писали: «Мы не имеем возможности давать рисунки, изображающие наших сестер милосердия на театре войны. Мы знаем о них одно, по единогласному свидетельству очевидцев, что это – героини» (Модный курьер. 1915. № 11/12. С. 102).

Издания способствовали формированию патриотических настроений аудитории, инициировали благотворительные акции. Тема войны стала характерной не только для журналистских, публицистических материалов, но и для литературно-художественных.

Первая мировая война изменила отношение аудитории к моде и повлияла на модные тенденции. Публикация модной хроники, описание модных фасонов одежды – одно из главных тематических направлений массовой женской периодики. Однако уже в первые дни войны авторы изданий начали размышлять об этичности материалов о моде. «Вряд ли кому из наших читательниц придет в голову заботиться о модах, туалетах теперь... Да и при всем желании мы не смогли бы сказать ничего нового из области мод, так как доставка из Франции необходимого товара приостановлена», – писал журнал «Женское дело» (Вместо моды // Женское дело. 1914. № 15. С. 25). Журналы не смогли отказаться от публикации модных обзоров и отчетов, но в связи с военными событиями данные материалы могли выходить нерегулярно, а некоторым изданиям, специализировавшимся на описании развития модной индустрии, пришлось изменить периодичность выхода. Например, еженедельный «Модный курьер» был вынужден сообщить читателям о новом графике выпуска номеров издания: «Вследствие медленного сообщения с Парижем (2 недели), откуда мы получаем весь модный материал, журналы «Вестник моды» и «Модный курьер» – до окончания войны будут выходить два раза в месяц (Модный курьер 1915 № 1–2. С. 1).

Журналы констатировали изменения модных тенденций, вызванные условиями военного времени: «Историческая эпоха, нами переживаемая, отразилась, как и следовало ожидать, и на такой важной для нас области, как мода. Самым модным цветом является хаки. Темный и темно-синий также являются “военными” оттенками» (Парижская мода. Письмо нашей специальной корреспондентки // Модный свет. 1915 № 1. С. 5), «Итак, революция в области моды совершилась, и широкая юбка восторжествовала!» (Письмо из Парижа. Весенняя мода 1915 г. // Модный свет. 1915. № 6. С. 5.), «Граурные вуали», «Граурные шляпы» и др. (Модный свет. 1915).

Революционные изменения в стране были отмечены большей частью женских изданий: «Россия обновлена. Старый строй рухнул» (Гражданки свободной России // Женское дело. 1917. № 6–7. С. 1), «Мы можем и должны гордиться той удивительной красотой революции, той высокой ее культурностью, которыми ознаменовались эти святые дни» (Свободные формы жизни // Журнал для женщин. 1917. № 6. С. 8), «Свершившийся государственный переворот сделал Россию свободной страной. Отныне каждый гражданин может пользоваться своими духовными и физическими силами для личного блага и блага своей родины. Отныне и вы, русские женщины, можете пользоваться всеми вашими силами для борьбы за ваши права» (Вестник моды. 1917. № 7 (1 марта). С. 1).

Довольно скоро восторженные отклики сменились призывами к регулированию политической и социально-экономической ситуации: «Не надо больше борьбы классов, партий. Довольно пролито барской крови, довольно ужасов» (Галицкая Е. Они и мы (мысли вслух) // Журнал для женщин. № 18. С. 7). Издания акцентировали

внимание на ухудшении экономических условий жизни населения: «Жизнь полная лишений, которую мы ведем, будет ли лучше после окончания войны? Мы обносились, наголодались, настрадались – кончится ли это все с заключением мира?» (Н.А. Жизнь после войны // Вестник моды. 1918. № 2–3. С. 21).

Анализ содержания изданий показывает, что редакции женских журналов ориентировались на экономические возможности аудитории. И если в 1914 г. «Модный свет» писал, что он обращается к «русской семье со средним достатком» (1914. № 11), то уже в 1915 г. его публикации были рассчитаны на семьи с более низким уровнем достатка: «Маринование фруктов» (№ 35–36), «Домашние передники» (№ 37), «Щи кислые из свежей капусты» (№ 39–40). Издания писали о дороговизне и дефиците продуктов, бытовых товаров, давали рекомендации по приготовлению дешевых блюд, пошиву одежды из старых вещей.

ВЫВОДЫ

Таким образом, можно заключить, что в начале XX в. женская пресса являла собой многочисленный тип изданий, характеристики которого выстраивались в соответствии с изменениями политической и социально-экономической среды. Одним из главных типологических критериев, оказывавших воздействие на типологическую модель издания, была аудитория. Ее социальные интересы, типы гендерной и социальной идентичности определяли цели и задачи журналов, их типологическую структуру, тематику. Организация и выпуск женской периодики обеспечивались по инициативе издателей (частных лиц, представителей партий, движений), формирующих типологическую и тематическую концепции изданий в соответствии с информационно-коммуникативными возможностями прессы, закрепившимися в рассматриваемый период. Вследствие чего женская периодика эффективно реализовывала ряд функций: образовательную, просветительскую, рекламную, имиджевую, функцию социализации (массовая женская периодика), агитационно-пропагандистскую (политическая женская пресса).

Популяризация практики чтения периодической печати, трансформация образа жизни женского населения привели к тому, что женский журнал превратился в средство массовой коммуникации, обеспечивающее информационную компетентность аудитории, формирование ее интересов и потребностей, образа и стиля жизни.

Список литературы

1. Пленкина Е.А. Элитарный женский журнал: типологические и профильные особенности. Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Е.А. Пленкина. – МГУ имени М.В. Ломоносова. – М., 2004. – 20 с.
2. Черменская С.М. Зарубежные женские глянцевики журналы в информационном пространстве России: трансформация коммуникативных моделей в условиях глобализации. Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / С.М. Черменская. – МГУ имени М.В. Ломоносова. – М., 2006. – 20 с.
3. Шилина А.Г. Русскоязычный женский журнал Украины в аспекте теории текста (синергетический анализ): монография / А.Г. Шилина. – Симферополь: Антиква, 2012. – 280 с.

4. Свитиц Л.Г. Женская пресса в динамике / Л.Г. Свитиц // Гендер и СМИ – 2012. – М.: Изд-во МГУ, 2013. – С. 101–137.
5. Гудова М.Ю., Ракипова И.Д. Женские глянцево-журналы: хронотоп воображаемой повседневности / М.Ю. Гудова, И.Д. Ракипова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. – 242 с.
6. Симонова О.А. Массовая беллетристика в структуре женских журналов 1910-х годов. Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01 / О.А. Симонова. – Институт мировой литературы им. А.М. Горького РАН. – М., 2008. – 23 с.
7. Минаева О.Д. Журнал «Крестьянка» в 1920 гг.: приемы формирования читательской аудитории / О.Д. Минаева // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2014. – № 6. – С. 128–149.
8. Нестерова В.Л. Культурный мир российской женщины XIX – начала XX вв. на материалах отечественных женских журналов. Дис. ... канд. ист. наук. 07.00.02 / В.Л. Нестерова. – Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь, 2014. – 193 с.
9. Подворко Н.В., Исаева В.Н. Историко-типологическое изучение женской прессы / Н.В. Подворко, В.Н. Исаева // Труды Ростовского государственного университета. – 2015. – № 1. – С. 130–134.
10. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века / С.Я. Махонина. – М.: Флинта, 2004. – 368 с. [Электронный ресурс] URL: http://modernlib.ru/books/svetlana_yakovlevna_mahonina/istoriya_russkoy_zhurnalistiki_na_chala_xx_veka/read/.
11. Занчевский А.И. Сотрудничество Д.И. Писарева в журнале «Рассвет» / А.И. Занчевский // Труды Одесского государственного университета. – Т. 152. Серия: Филологические науки. – 1962. – С. 124–135.
12. Клеветский М. Журнал «Женский вестник» / М. Клеветский // Русская журналистика. Шестидесятые годы. – М., Л.: Академия, 1930. – С. 107–129.
13. Рейфман П.С. Журнал «Женский вестник» / П.С. Рейфман // Уч. зап. Тартус. гос. ун-та. XVIII. Литературоведение. Вып. 266. – 1971. – С. 71–123.
14. Пухов В.В. П.И. Шаликов и русские писатели его времени / В.В. Пухов // Русская литература. – 1973. – № 2. – С. 160–161.
15. Чичинадзе Р. Жизнь и журналистско-литературная деятельность Петра Ивановича Шаликова / Р. Чичинадзе. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тбилисский государственный университет. – Тбилиси, 1971. – 26 с.
16. Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога / М.В. Шкондин. – М.: Пульс, 2002. – 120 с.
17. Бочаров А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов / А.Г. Бочаров // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 1973. – № 3. – С. 25–38.
18. Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий / Е.А. Корнилов. – Ростов-на-Дону: Донской издательский дом, 1999. – 224 с.
19. Система средств массовой информации России: учебное пособие / под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 243 с. [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text/61.htm>.
20. Шкондин М.В. Системные характеристики СМИ / М.В. Шкондин // Средства массовой информации России. – М.: Аспект Пресс, 2005. С. 170–205.
21. Головин Ю.А. Журнальная периодика: типологические характеристики / Ю.А. Головин // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – № 2. – С. 72–82.
22. Кононова Т.Л. Читательская аудитория и чтение в российской провинции во второй половине XIX – начале XX в. (по материалам Центрального Черноземья) / Т.Л. Кононова // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 2. – С. 265–269

23. Гудова М.Ю. Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ. Дис. ... доктора культурологии: 24.00.01. Уральский федеральный университет имени Б.Н. Ельцина / М.Ю. Гудова. – Екатеринбург, 2015. – 328 с.
24. Семенов М.Ю., Меньшикова Е.Н. Женщина нового типа в культурно-развлекательной жизни русского провинциального города конца XIX – начала XX в. (на примере театральной жизни) / М.Ю. Семенов, Е.Н. Меньшикова // Женщина в российском обществе. – 2014. – № 2 (71). – С. 29–35.
25. Белова А.В. Женская дворянская повседневность в контексте гендерно чувствительной социальной истории / А.В. Белова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: История России. – 2007. – № 2 (8). – С. 5–14.
26. Калинина Н.Ю. О воспроизводстве журнальной моды жителями Сибири на примере зимней Никольской ярмарки в конце XIX – начале XX века / Н.Ю. Калинина // Вестник Омского университета. 2014. № 4 (74). С. 112–117.
27. Гончаров Ю.М. Одежда горожанок Сибири во второй половине XIX – начале XX вв. / Ю.М. Гончаров // Вестник Нижневартговского государственного университета. – 2010. – № 4. – С. 48–57. [Электронный ресурс]. URL: http://vestnik.nggu.ru/pdf/2010/4/Vestnik_NVGU_2010-4-8.pdf.

TRANSFORMATION OF THE WOMEN'S PRESS IN THE BEGINNING OF XX CENTURY

Smyukha V.

The article is devoted to the study of women's magazines published in the early XX century, the transformation of society in the period identified active segment of women's periodicals and the degree of its influence on the female audience. Using the historical-typological and descriptive research methods, the author reveals typological, thematic and functional features of the women's press, reveals the range of possibilities of this type of periodicals, defined by requirements of development of the social environment. At the conclusion of the author, the women's press has provided an effective means of mass communication, allowing to take into account the characteristics of the reader groups, promotes their interests and inclusion in a transforming society.

Keywords: women's press, women's magazine, the beginning of XX century, typology, functions, trends.