

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ СОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА

Д.М. Фельдман

ЛИТЕРАТУРА И ПОЛИТИКА: РОССИЙСКИЕ ПИСАТЕЛЬСКИЕ СООБЩЕСТВА 1890–1920-х ГОДОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ

Аннотация. В статье речь идет об отношениях литературы и власти в России и СССР конца XIX – начала XX в. Анализируются рекламные технологии, которые использовали досоветские и советские литературные объединения. Автор доказывает, что после создания советского государства менялась традиционная издательская модель, т.е. характер связей основных элементов литературного рынка, и сообразно ее эволюции менялись рекламные технологии.

Ключевые слова: Литературные группировки, символизм, футуризм, акмеизм, ЛЕФ, ЛЦК, «Перевал», издательская модель.

Фельдман Давид Маркович – доктор исторических наук, профессор Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ). E-mail: dmfeld@inbox.ru

D.M. Feldman. Literature and Politics: Russian Literary Community of 1890–1920-ies in Political Context

Abstract. The article studies the connection of literature and power in Russia and the Soviet Union of the late 19th – early 20th century. Advertising techniques used by the pre-Soviet and Soviet literary associations are analyzed. The author argues that after the creation of the Soviet state the traditional publishing model (the nature of basic elements of the literary market) has changed and according to its evolution the advertising technics has also evolved.

Keywords: literary groupings, symbolism, futurism, acmeism, Left Front of the Arts (LEF), Literary Center of Constructivists (LTSK), «The Pass», publishing model.

Feldman David Markovich – Doctor of Historical Sciences, Professor of Russian state humanitarian University (RGGU). E-mail: dmfeld@inbox.ru

Кризис методологии

Различные подходы к истории советской литературы обсуждаются издавна. Попытки же большинства литературоведов определить, в чем ее отличие от досоветской, сводились обычно к суждениям *pro et contra*.

Иной подход был предложен Б.М. Эйхенбаумом, В.Б. Шкловским и Ю.Н. Тыняновым: речь шла о создании инструментария, позволяющего анализировать специфику именно советскую. Как известно, они с 1924 г. обсуждали перспективу издания коллективной монографии «По истории “литературного труда” в России» [подробнее см., напр.: 50, с. 520].

Тематика выглядела по-советски: история «труда». Интерес к современности замаскирован ссылкой на изучение прошлого. Такой подход и методологически целесообразен. «Что стало с литературой и писателями» – вопрос сложный. Поиск ответа подразумевал сопоставление. Значит, требовалось выяснить, «что было».

Для начала – указать объекты изучения. Определить, что считать «литературными фактами».

После этого характеризовать изменения. Определить, какие именно следует рассматривать в качестве результатов «литературной эволюции».

Выпустить коллективную монографию не удалось. Но в девятом номере 1927 г. журнал «На литературном посту» опубликовал программную статью Эйхенбаума «Литература и литературный быт» [здесь и далее цит. по: 55].

Это не могло остаться незамеченным. К теме «литературного быта» обратился один из создателей так называемой «формальной школы». Ранее «формалисты» декларировали необходимость исследования поэтики вне политики или биографий писателей, из статьи же Эйхенбаума следовало, что необходим анализ материала, считавшегося нелитературным: доходов, расходов, договоренностей с издателями и т.д.

Базовые установки формулировались жестко. Эйхенбаум утверждал: «Вне теории нет и исторической системы, потому что нет принципа для отбора и осмысления фактов».

Ценность теоретических установок зависела от степени инструментальности. Эйхенбаум настаивал, что «нужда в этих или других фактах, самая потребность в том или другом смысловом знаке диктуется современностью – проблемами, стоящими на очереди».

Главное было сказано. Постигание современности определялось как цель, исторические методы – в качестве средств: «История в этом смысле есть особый метод изучения настоящего при помощи фактов прошлого».

Эйхенбаум не отрекался от «формальной школы». По его словам, уже решены прежние задачи, на очереди новые: «Вопрос о том, “как писать”, сменился или, по крайней мере, осложнился другим – “как быть писателем”».

Иначе говоря, проблема литературы, как таковой, заслонилась проблемой писателя».

Эйхенбаум избегал эмоциональных оценок. Вместо них предлагалась ретроспективная характеристика ситуации: «Можно сказать решительно, что кризис сейчас переживает не литература сама по себе, а ее социальное бытование. Изменилось профессиональное положение писателя, изменилось соотношение писателя и читателя, изменились привычные условия и форма литературной работы – произошел решительный сдвиг в области самого литературного быта, обнаживший целый ряд фактов зависимости литературы и самой ее эволюции от вне ее складывающихся условий».

Значит, «внелитературные условия» изменили «соотношение писателя и читателя». Обозначен и другой фактор: «Положение осложнялось встречей двух литературных поколений, из которых одно, более старшее, смотрело на смысл и задачи своей профессии не так, как другое, младшее».

Для читателей-современников намек вполне прозрачный. «Младшее» поколение – те, кто уяснил «как быть писателем» в советских условиях.

Эйхенбаум, словно невзначай, отметил: закономерности, обусловленные спецификой эпохи, прослеживаются и на уровне писательских объединений. Соответственно, «литературные группировки, если они и есть, образуются по какому-то “внелитературным” признакам, – по признакам, которые можно назвать литературно-бытовыми».

Это суждение выглядело эпатирующе. Организаций, официально именуемых «литературными группировками», было в 1927 г. немало.

Примечательно, что и журнал, где помещена статья о новом подходе к истории литературы, регулярно публиковал материалы о борьбе писательских сообществ. А год спустя вышла книга В.М. Саянова «Современные литературные группировки» [см.: 43].

К несовременным были отнесены, к примеру, символисты и футуристы. Ну а «современные» – объединения, формировавшиеся после Гражданской войны. Саянов не описывал дифференциальные признаки такого объекта, как «литературная группировка». Но два обязательных можно выделить, суммируя его суждения:

- **опубликованный программный документ, содержащий определение критериев общности и теоретическое обоснование литературной деятельности;**
- **литературно-издательская деятельность как реализация теоретических установок.**

По Саянову, при новом режиме гораздо больше стало «литературных группировок». Эйхенбаум же, напротив, употребил оборот «если они и есть». Не столько усомнился в существовании указанных объектов, сколько акцентировал, что неуместно использование одного и того же термина примени-

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ СОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА

тельно к советским и досоветским сообществам: критерии объединения разные.

Эйхенбаум так и не объяснил, какие же критерии объединения считает «литературно-бытовыми». Лишь обозначил направление исследований.

Они уже велись. Два года спустя коллеги и ученики Эйхенбаума опубликовали монографии, где анализировалась история литературных сообществ XVIII–XIX вв. Выявлялись в первую очередь критерии объединения [см., напр.: 2; 13].

После решения таких задач оставалось только сопоставить критерии объединения в прошлом и настоящем. Однако это не было сделано.

Рекламные технологии

Нет нужды доказывать, что сама процедура создания литературных произведений не подразумевает необходимость объединения литераторов и публикацию манифеста. Программный документ – элемент рекламы. Если в современной терминологии, то средство продвижения товара.

Как известно, в досоветскую эпоху создать программно объединенные сообщества пытались символисты. Рынок литературы в России тогда был вполне насыщен, привлечь внимание к себе непросто – слишком широк выбор. Для быстрого успеха нужны были эффективные рекламные методы. Пользуясь более поздней терминологией, можно сказать, что требовались «бренды».

На европейском литературном рынке методы подобного рода уже давно были в ходу. Понятно, что в Российской империи усвоили заграничный опыт. Экспансия русских символистов – характерный пример использования комплексной рекламной технологии.

Так, в 1892 г. Д.С. Мережковский выпустил сборник «Символы» и прочел для Русского литературного общества лекции, ставшие основой изданной на следующий год книги «О причинах упадка и о новых течениях современной русской литературы» [см.: 32].

Акции взаимосвязанные. Опубликовав сборник, Мережковский ввел на русский литературный рынок новый «бренд». Подразумевалось, что современники знакомы с наследием европейских символистов, заглавие обозначало соотношенность с ним, русский же символизм – новинка. Стихи должны были восприниматься как реализация теоретических установок, изложенных в книге.

Она и была сочтена манифестом. Автор объявил «причинами упадка» стремление писателей к жизнеподобию, понимавшемуся как реализм. Вот этому и противопоставил символизм – «новое течение».

Мережковский утверждал, что лишь символисты могут преодолеть «упадок». И не рассудочными средствами, но создавая мистически обусловлен-

ные символы как своего рода лестницу, поднимаясь по которой поэт буквально прорывается к откровению: постижению мира «сверхчувственно».

Отсюда следовало, что восприятие символистской поэзии – сотворчество с поэтом. Вслед за ним, поднимаясь по лестнице символов, читатель тоже постигает мир «сверхчувственно».

Вместе с «брендом» вводились новые – применительно к русскому литературному рынку – принципы осмысления конкуренции. Из тезисов Мережковского следовало, что символистов нельзя оценивать по критериям, привычным в оценке реалистов. Посредством символизма решаются другие задачи, да и в иной области. Классики реализма здесь не при чем, прочие тоже, если принять во внимание значение слова «классический», выводимое из латинского «образцовый» – *classicus*.

По Мережковскому, новые образцы постижения мира даны символистами. В силу чего они – классики в своей области.

Описывалась и совокупность преимуществ, обретаемых теми, кто способен воспринять символистскую литературу. В современной терминологии – формулировалось «**уникальное торговое предложение**».

Прагматика его – приглашение в элиту. Интеллектуальную и духовную.

Это логически подразумевалось. Если символистская поэзия элитарна по определению, значит способные воспринять ее – элита.

Однако рекламные акции были еще недостаточно координированы. Сборник заметным событием не стал, принципиальной новизны в его содержании критики не усмотрели. А вот книга «О причинах упадка и о новых течениях современной русской литературы» вызвала крайне резкие отзывы. Их обусловило декларированное Мережковским неприятие реализма [см., напр., 46].

Критики-либералы полемизировали не только с Мережковским. Его лишь обвинили в измене традиции русской литературы. Что закономерно: в Российской империи понятие «реализм» традиционно ассоциировалось с описанием социальных противоречий, а это интерпретировалось как протест против сословного неравенства, защита «интересов народа».

Мережковский знал, что в российских условиях идея отказа от реализма – эпатирующая. Вот и эпатировал либералов, привлекая внимание.

Рекламная технология Мережковского – система, а не сумма приемов. Она включает пять основных компонент:

- использование «бренда»;
- соотнесение уже сформулированных или подразумеваемых «брендом» теоретических установок с образцами их реализации;
- адресованное розничным покупателям «уникальное торговое предложение»;

- **выход за рамки конкуренции, т.е. декларирование принципиальной несопоставимости нового направления со всеми предшествующими;**
- **эпатаж.**

Неважно, планировал ли Мережковский рекламную тактику, или же его технология – совокупность интуитивно найденных решений. Важно, что она была усвоена современниками.

В рамках этой технологии действовал В.Я. Брюсов. И тоже был признан основоположником русского символизма.

Начал Брюсов с реализации подразумеваемых теоретических установок. В 1894–1895 гг. выпустил три коллективных поэтических сборника «Русские символисты» [41].

Правда, большинство стихотворений в сборниках написал сам Брюсов – под разными псевдонимами. Но суть не менялась. Заглавие указывало: группа русских поэтов, акцентируя связь с иностранными символистами, объявила о создании в России нового литературного направления. Что сообщалось и в предисловии к первому сборнику.

«Уникальное торговое предложение» осталось прежним. Читателей приглашали в элиту, а каждый следующий сборник подтверждал, что элитарное сообщество «русских символистов» продолжает реализовывать свою программу. Акцентировался и выход за рамки конкуренции с предшественниками и современниками.

Определение «русские» позже стало лишним. Раз уж «бренд» утвердился на рынке, можно было именоваться просто символистами.

Брюсов, подобно Мережковскому, использовал европейский «бренд», но модифицировал его. А затем вернулся к исходному. Рекламную атаку продолжал, эпатируя критиков. Бравировал эгоцентризмом, эротической тематикой, создавал обстановку литературного скандала.

В рамках традиции действовал и К.Д. Бальмонт. Такова, например, его публичная лекция о символизме, читавшаяся в 1900 г. Четыре года спустя она была опубликована в сборнике «Горные вершины» – как статья «Элементарные слова о символической поэзии» [4].

По мере утверждения «бренда» на литературном рынке теоретические положения в статьях символистов формулировались и аргументировались все подробнее. Агрессия же постепенно умерялась. Не было необходимости самоутверждаться в противостоянии чему-либо.

Именно в этот период особенно заметны разногласия символистов. Лидеры соперничали, расторгая прежние союзы, формируя новые и т.д. Шла борьба за пока что общий «бренд». Но в целом успех был несомненный. И журналы символистские появились, и даже издательства.

Однако на исходе 1900-х годов «бренд» утратил обаяние новизны. Многим он помог в дебюте, ну а дальше – обычная конкуренция.

Виды инерции

С точки зрения рекламы прилежнейшими учениками символистских теоретиков были футуристы. Потому неважно, как они относились к символизму. Важно, что использовали апробированную технологию.

Прежде всего, базовый прием – присвоение уже известного «бренда». Так, в 1910 г. Игорь Северянин печатно объявил себя футуристом.

В России уже знали об эпатажных акциях итальянских футуристов. «Бренд» подразумевал и «уникальное торговое предложение» – приглашение в элиту.

Критерием элитарности была современность. Футуризм позиционировался как единственное направление в искусстве, соответствовавшее современным требованиям, из чего с необходимостью следовало, что способные воспринимать поэзию футуристов – элита. Духовная и, конечно, интеллектуальная.

«Бренд» модифицирован в 1911 г., когда возглавленная Северяниным петербургская группа печатно заявила о сообществе эгофутуристов. В названии прослеживалось и брюсовско-бальмонтовское влияние: как поэт Северянин эпатировал читателей эгоцентризмом и эротикой, акцентировал скандальность литературного поведения [см.: 24].

Рекламная атака развивалась. Едва ли не главным теоретиком сообщества стал К.К. Олимпов. В 1912 г. выпущен и манифест сообщества – «Скрижали эгопоэзии. Манифест Вселенского эгофутуризма» [37].

Правда, теоретическая база эгофутуристов была не так основательна, как символистская. Да и период единства недолог: создавались автономные группы, конкурирующие друг с другом и прочими сообществами.

Тем не менее эгофутуризм сразу привлек внимание читателей, значит рекламные задачи были решены. Дальше начиналась индивидуальная конкуренция, здесь решающую роль играли качества личные.

Успех петербуржцев использовали москвичи. Они себя объявили «кубофутуристами».

Не касаясь весьма сложных вопросов, связанных с генезисом кубофутуризма, следует отметить, что инициатор нового сообщества – Д.Д. Бурлюк – изначально занимался не столько подготовкой теоретической базы, сколько поиском тех, кто мог бы реализовать какие-либо теоретические установки. Он был, можно сказать, состоявшимся художником, к своим поэтическим экзерсисам относился с иронией, планировал же деятельность коммерческую, а здесь основа – «реализаторы» [см.: 42].

Бесспорно, авторитетен в литературных кругах был Велимир Хлебников. Но оказался непригодным для публичных акций.

Как известно, роль главного «реализатора» в области поэзии досталась В.В. Маяковскому. Вслед за ним на литературный рынок прорывались бывшие символисты и эгофутуристы, не успевшие эффективно использовать прежние «бренды».

Новому сообществу не хватало «резерва новизны». Самый простой, т.е. дешевый способ усилить воздействие рекламы – усиление эпатажа.

Инициированное Бурлюком сообщество вполне сознательно доводило эпатаж до крайностей. Что и отразил сборник «Пощечина общественному вкусу», где был опубликован и манифест, датированный именно декабрем 1912 г. [8].

Ранее с читателями большей частью заигрывали, изредка – дерзили, но весьма осторожно. А новое литературное объединение начинало с «пощечины общественному вкусу», отвергая тем самым публику.

Далее отвергнута была русская литература – целиком и поименно. В приводимом списке писателей каждое имя, как сказали бы позже, знаковое.

Отвергнуты были и реалисты, и символисты, и вообще популярные писатели, на статус классиков не претендовавшие. Это еще и подразумевало выход за рамки конкуренции: не с кем уже конкурировать.

В том, что авторы манифеста отвергали традиции, новизны не было. Необычной выглядела агрессия, стремление вновь и вновь оскорбить.

Прием, посредством которого демонстрировалась позитивная часть программы, тоже казался необычным. Авторы манифеста употребляли оборот, противоречащий контексту «мы приказываем чтить права поэтов».

Ранее читателям не приказывали. Им предлагали. Авторы же манифеста провоцировали отторжение, настаивая, что намерены «стоять на глыбе слова “Мы” среди моря свиста и негодования».

Однако негодование одной части публики заранее компенсировалось одобрением другой. Идея «пощечины общественному вкусу» подразумевала бунтарство. Значит – революционность. Что и вызывало предсказуемое сочувствие интеллектуалов, настроенных оппозиционно.

Политические факторы обуславливали своего рода инерцию протеста. Мережковский некогда пренебрег ею, Брюсов и Бальмонт поступали осторожнее. А футуристы ее использовали для рекламы.

Отвергая всё сразу, даже и публику, авторы манифеста ориентировались на читателей, предсказуемо сочувствовавших протесту в столь агрессивной форме – революционной.

Как водится, «уникальным торговым предложением» было приглашение в элиту. Но элитарность идентифицировалась по двум критериям. Первый, как прежде, современность. Второй – оппозиционность.

Далее же авторы манифеста опять использовали опыт предшественников. Модифицировав чужой «бренд», затем вернулись к исходному: себя именовали просто футуристами.

О масштабах успеха позволяют судить хотя бы завистливо-пренебрежительные отзывы критиков. С ними отчасти можно согласиться: напечатали футуристы мало. Зато турне по городам России в 1913–1914 гг. принесло доходы, несоизмеримые с инвестициями.

Футуристам пришлось расширить пределы допустимого в области «литературного поведения». Они постоянно дерзили в ходе публичных выступлений: яркие кофты вместо пиджачных пар, раскрашенные лица, перебранки с залом, даже выплеснутый из стакана почти в партер чай и т.д. Однако подобно рода акции большинством зрителей не воспринимались как пренебрежение или оскорбление. Тут видели «общественный протест».

Вне скандального антуража рекламная кампания утрачивала эффективность, соответственно, футуристы искали опору в скандале. Провоцировали его. Необходима была полемика [см., напр.: 40; 27; 53; см. также: 33, с. 82–83; 28, с. 366, 432–437].

В.Г. Шершеневич, примкнувший к футуристам, описывал их рекламную технологию почти 30 лет спустя – в мемуарах «Великолепный очевидец», опубликованных еще через полвека. Определил прагматику: «Скандал в дореволюционной России был одним из легальных способов “протеста”. Скандал был и способом саморекламы» [здесь и далее цит. по: 54].

Итак, одна из важнейших компонент рекламной технологии – обозначение «протеста». А скандал, соответственно, «легальный способ». Эффект был достигнут. Тот же Шершеневич вспоминал, что осенью 1913 г., когда в самом дорогом ряду престижного театра кресло стоило 5 руб., за вход в артистическое кафе, где планировалось выступление футуристов, «платили баснословно дорого: чуть ли не по 25 рублей!».

Неизменным остался и прием выхода за рамки конкуренции. Он подраزمевал самоутверждение в противопоставление чему-либо.

С противопоставления начали также Н.С. Гумилёв и С.М. Городецкий, когда осенью 1911 г. создавали новое литературное сообщество. Оппонирующей символизму «бренд» – «Цех поэтов».

Понятие «цех», вызывавшее ассоциации с европейской традицией, указывало, что речь идет о ремесле. Мастерстве, а не мистике.

Рекламную кампанию начали в марте 1912 г. Программной акцией «Цеха поэтов» стал выпуск сразу двух сборников: «Вечер» А.А. Ахматовой и «Дикая порфира» М.А. Зенкевича [3; 22].

«Цеховое единство» подчеркивалось еще и полиграфически. Оба сборника – в почти идентичных обложках, сделанных по эскизу Городецкого.

Дебютантам основатели «Цеха поэтов» уступили первенство добровольно. Подразумевалось, что сборники Гумилёва или Городецкого читатели не сочли бы доказательством какой-либо новизны [подробнее см.: 26].

Третий «цеховой» сборник, «Аллилуиа» В.И. Нарбута, изданный в апреле 1912 г., вновь доказывал: Цех поэтов – действующая организация [34].

В 1913 г. журнал «Аполлон» опубликовал в первом номере сразу два манифеста нового сообщества. Заглавием гумилёвской статьи – «Наследие символизма и акмеизм» – вводился новый «бренд». Аналогичным образом Городецкий, обозначив идею новизны, актуализовал тему противостояния: «Некоторые течения в современной поэзии» [14; 12].

Не касаясь вопросов, связанных с генезисом акмеизма, стоит отметить, что акмеистские программные документы строились иначе, нежели символистские, да и футуристские. Это обусловлено рекламной прагматикой.

Вряд ли удалось бы превзойти символистов на уровне философской основы, а футуристов – в эпатаже. Нужен был новый подход.

Теоретики акмеизма, инкриминировав символистам избыточный мистицизм, вежливо от них дистанцировались. А футуристов зло высмеяли за непомерную агрессивность в отрицании предшественников.

Логически подразумевалось, что фундамент нового сообщества – идея гармонического синтеза. Она и была «уникальным торговым предложением». Читателя опять приглашали в элиту – интеллектуальную и духовную. Элитарность подразумевалась качествами, считавшимися положительными: мудростью, честностью, силой, жадной познания.

Как известно, акмеисты добились в издательской деятельности много большего успеха, нежели футуристы. Но и вкладывали больше.

Опыт акмеистов – проявление кризиса рекламной технологии. Как развивалась бы, трудно судить. Мировая война началась, в итоге империя распалась, создавалась новая – советская.

Кризис технологии

В советском государстве, если пользоваться осторожными эйхенбаумовскими определениями, «изменились привычные условия и форма литературной работы». Потому как негде стало печататься.

Советское правительство декретировало закрытие газет и журналов. К исходу 1918 г. окончательно закрыто более 500 российских периодических изданий [см., напр.: 36; 6, с. 34–36; см. также: 47, с. 41–53].

Закрыто и большинство издательств. Литературные проблемы мало интересовали правительство. Хватало других.

Такой поворот событий интеллектуалы не предвидели: как неизменную они воспринимали традиционную издательскую модель, т.е.

систему взаимосвязей основных элементов литературного рынка – писателя, издателя, читателя.

Российская издательская модель в основе своей не отличалась от мировой. Издатель, покупавший у автора право на тиражирование рукописи, был продавцом в отношениях с читателем.

Да, писатель мог выпустить и порою выпускал книгу за свой счет или с меценатской помощью, но любая полиграфическая единица оставалась товаром, который следовало продать. Литератор-профессионал вынужден был ориентироваться на профессионального издателя. А тот умерял свой произвол сообразно условиям конкуренции: приходилось ориентироваться на розничного покупателя, буквально «голосующего рублем».

Относительная независимость писателя зиждилась на его узаконенном праве выбирать издателя – среди многих.

Посредством цензуры правительство влияло на литературный процесс, однако не управляло им. Цензор мог лишь запрещать, а не предписывать.

Относительная независимость издателя от правительства зиждилась на узаконенном праве не работать себе в убыток.

Российское правительство не пыталось монополизировать издательскую деятельность. Советское же такую задачу решало. Почти все издательства стали государственными. Даже считавшиеся общественными.

Сохраняя функции цензора, правительство оказалось почти монопольным издателем и оптовым покупателем литературной продукции, устранив тем самым экономическое влияние читателя.

Экономическая оценка роли не играла. Главное, что информационная монополия обеспечивала эффективность пропаганды.

К 1919 г. изменения на уровне быта очевидны. Большинство литераторов считало удачей найти в советском учреждении службу за мизерный паек, лишь бы выдавали хотя бы хлеб из муки пополам с травой.

На литературном рынке были введены принципиально новые правила. Яркий пример их осмысления – идея создания партийного сообщества писателей и художников. Сформулировал ее О.М. Брик, используя свой почти трехлетний опыт теоретика-организатора в сообществе футуристов.

Если верить многочисленным свидетельствам, именно он первым увидел возможности, открывающиеся на службе у власти. Понятно, что Брику, Маяковскому и другим футуристам, проявившим конформность, не раз пришлось оправдываться перед коллегами-литераторами [см.: 51; см. также: 23; ср.: 52].

Вскоре оправдания стали излишними. Об интенсификации сотрудничества сообщила в восьмом (январском) номере 1919 г. издававшаяся Народным комиссариатом просвещения газета «Искусство коммуны»: «При Выборгском райкоме РКП (большевиков) сорганизовался коллектив коммунистов-футуристов – Комфут» [38].

Это был именно проект в современном понимании термина: ставилась цель, формулировались задачи, решаемые для ее достижения, описывались необходимые организационные формы, кадровая основа и, конечно, обозначался источник финансирования.

Цель – на декларативном уровне – выбиралась в области идеологии. Разумеется, официальной: «Все формы быта, морали, философии и искусства должны быть пересозданы на коммунистических началах».

Средства выбирались соответствующие. Это акцентировалось формулировкой первого же уставного пункта: «В число членов коллектива Комфута может вступить каждый член РКП (большевиков), признающий культурно-идеологическую программу коллектива, принимающий устав его и согласный активно участвовать в его работе».

Наличие партийного билета оставалось условием обязательным и после вступления в Комфут. Что тоже фиксировалось уставом: «Каждый переставший быть членом РКП (большевиков) тем самым автоматически выбывает из коллектива».

Определена и подчиненность. Разумеется, по большевистскому образцу: «Каждый член коллектива в работе своей подчинен постановлениям и руководству коллектива в лице общего собрания или президиума».

Комфут, подобно большевистской партии, должен был стать средой обучения администраторов и организационным инструментом одновременно. Эти задачи фиксировались уставом: «Каждый вновь вступающий в коллектив должен изучить программные основы культурной коммунистической идеологии, преподаваемые в партийной школе коллектива».

Декларируемые программные установки отражают специфику проектно-мышления. Главное отличие здесь – на уровне адресации.

Программные документы прежней эпохи адресовались читателям, т.е. розничным покупателям литературной продукции, у комфутовских же адресат – руководство большевистской партии.

Ему же надлежало проект финансировать, вот почему Комфут создан при райкоме партии. Большевистскому руководству адресовано и «уникальное торговое предложение»: распространять коммунистическую идеологию в области культуры.

В остальном программные документы соответствовали традиции. По-прежнему использовался «бренд», предложены теоретические установки, известны были образцы их реализации, выход за рамки конкуренции тоже предусмотрен: согласно декларации, комфутам не с кем было конкурировать.

Что до эпатажа, то и он подразумевался. Комфуты, объявили ненужной деятельность уже созданных «культурно-просветительских органов».

Они, по заверениям комфутов, не распространяли коммунистическую идеологию. Чем и были плохи.

Бриковский проект – своего рода синтез прежней рекламной технологии литераторов и большевистской организационной практики.

Рекламный прием нового футуристского сообщества можно определить как **ребрендинг**, т.е. изменение прежнего «бренда» и «уникального торгового предложения» сообразно рыночным условиям.

Однако инициатива оказалась неудачной. Потому что новаторы не учли именно партийную административную специфику.

Брик и единомышленники ориентировались на так называемую партийную демократию. Этот принцип с необходимостью подразумевал одобрение «инициативы снизу».

Комфуты предлагали нужное правительству, а взамен хотели получить главенствующую роль в управлении культурой. Власть, пайки. Не учли же, что проект их противоречит базовому принципу – централизации.

В отделах Наркомпроса важные посты и так занимали футуристы. Они предложили свои услуги первыми. Лидерство изначально было обусловлено и покровительством наркома А.В. Луначарского. Это вызывало, как известно, возражения коллег, но «ветеран партии» не уступал.

Комфуты нарушили административный порядок. Регистрацией объединений занимался в первую очередь Наркомпрос, авторы же декларации сообщили, что их «коллектив» регистрировал Выборгский райком партии. Луначарского обошли, да еще и дискредитировали, пренебрежительно характеризую действовавшие тогда «культурно-просветительские органы».

Но в административных механизмах нарком разбирался лучше Брика. Регистрация Комфута была дезавуирована, а вскоре закрылась газета «Искусство коммуны». Беспартийным футуристам предложили вступить в партию на общих основаниях, и от этого они уклонились. Что понятно: вероятной была отправка на фронт «в порядке партийной дисциплины».

Однако главной причиной неудачи стали претензии идеологического характера. Преподавать «культурную коммунистическую идеологию» футуристам не доверили бы в любом случае.

Контрпроект

С поражением комфуты смирились не сразу. Пытались спорить, обосновывать претензии.

Но пока они спорили, С.А. Есенин инициировал новый проект. 10 февраля 1919 г. в газете «Советская страна» была опубликована декларация, подписали которую литераторы и художники, назвавшие себя «группой имажинистов» [16; ср.: 15].

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ СОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА

Базовая теоретическая установка – в самом названии сообщества. Каждый, знавший термин *image*, мог догадаться, что речь пойдет о роли «художественного образа».

Понятно, что «бренд» новым не был. Это, как известно, модификация именованья англо-американского литературного сообщества 1900-х годов.

Но анализ истории имажинизма не входит в задачу работы. Важно, что авторы декларации модифицировали уже известный «бренд».

Формально декларация была адресована не только розничным покупателям имажинистской продукции. Названы такие группы адресатов, как «поэты, живописцы, режиссеры, музыканты, прозаики».

Авторы манифеста начали с агрессии. Утверждали: «Скончался младенец, горластый парень десяти лет от роду (родился 1909 – умер 1919). Издох футуризм».

Характерно, что теоретик имажинизма – Шершеневич. У прочих тоже не было причин выступать под лозунгом: «Футуризму и футурию – смерть».

Имажинисты действовали по футуристским образцам. Отвергали еще и «лысых символистов».

Реализация теоретических установок подразумевалась. Среди подписавших манифест – известные литераторы и художники.

Приемы манифеста воспроизведены и лексически. Авторы манифеста тоже «приказывали»: «42 сантиметровыми глотками на крепком лафете мускульной логики мы, группа имажинистов, кричим вам свои приказы».

Выход за рамки конкуренции тоже подразумевался. Авторы манифеста утверждали: «Мы не только убеждены, что мы одни на правильном пути, мы знаем это. Если мы не призываем к разрушению старины, то только потому, что уборкой мусора нам некогда заниматься».

Завершалась же декларация, обращением к потенциальным единомышленникам. Профессионалам, которым предлагали стать имажинистами – «музыканты, скульпторы и прочие: *ау?*».

Но при обращении к литераторам, художникам и музыкантам заведомо неуместна такая форма, как «приказы». А призывать розничного покупателя стать имажинистом было попросту нефункционально.

При всем сходстве с футуристским манифестом имажинистская декларация от него качественно отличается. Футуристы рекламировали свой «товар», имажинисты же, обращаясь к другим «товаропроизводителям», рассуждали о **технологии** производства.

В имажинистской декларации эксплицитно не определялось главное: какова суть «уникального торгового предложения», что за преимущества должен получить принявший его.

Энергия и агрессия теряли смысл. Обозначенным группам адресатов предлагалось как раз то, что для них ценности не имело.

Авторы декларации не могли не заметить противоречия. Они поступали вопреки логике, потому как не считали уместным назвать истинного адресата. Но современникам он был очевиден.

Манифест адресован партийному руководству, т.е. власти.

С учетом новых идеологических установок авторы манифеста и объявили себя рабочими. Буквально – «мастеровыми искусства».

Это опять влияние футуристского опыта. Например, 15 марта 1918 г. в Москве по стенам домов были расклеены экземпляры листовки, так называемой «Газеты футуристов» с новой декларацией, авторы которой характеризовали себя: «Мы, пролетарии искусства...» [30].

Комфутовское фиаско имажинисты тоже учли. Истинный адресат получил возможность оценить, насколько они тактичны – по сравнению с футуристами. Готовы сотрудничать, но ничего не требуют взамен. Обходятся без идеологических установок, признавая монополию партии в данной области. Все это играло роль «уникального торгового предложения».

Целесообразен был и выбор главных противников. Да, футуристы первыми заявили о своей лояльности, но их попытки решать коммерческие задачи, опираясь на авторитет власти, постоянно вызывали ее раздражение. Так что имажинисты не посягали на партийные установки. Лояльность демонстрировали – Луначарскому.

Сам факт появления «группы имажинистов» подтверждал, что выбранная Луначарским политика в области культуры вполне эффективна: не только футуристы, но и другие интеллектуалы готовы сотрудничать с новым режимом.

Имажинисты заменили футуристов – на знаковом уровне. Луначарский теперь покровительствовал новому сообществу.

«Мастеровые искусства» получили больше, чем футуристы. Практически все издательские планы их финансировались, разрешалось открывать литературно-художественные кафе, торговать своими изданиями. В общем, позволили имажинистам жить литературой, чего они и добивались.

Скандальность же не требовалась. Так, Шершеневич сетовал: «После революции мы, имажинисты, попробовали “по традиции” пойти по этому пути. Но в изменившейся ситуации факт скандала стал давать уже другой резонанс. Реклама получалась печальная, протеста не получалось совсем» [54, с. 461].

Да, «не получалось». Так ведь и «протест» лишь имитировался. А все остальное удавалось, пока в сообществе оставался главный «реализатор» – Есенин. Более двух лет успех возрастал. На больший срок и не рассчитывали.

Если верить мемуарным свидетельствам имажинистов, бытовые проблемы вскоре минимизировались. Теоретики и «реализаторы» пользовались услугами лучших портных и сапожников, жили в хорошо отапливаемых

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ СОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА

квартирах, платили кухаркам, готовившим, как повествовал, например, А.Б. Мариенгоф, не только свиные отбивные, но и «рябчиков, глухарей, пломбиры, фруктовые муссы, золотые ромовые бабы» [см., напр.: 31].

Уместно подчеркнуть: комфутовский проект и контрпроект имажинистов не были исключениями. Это лишь наиболее яркие примеры, отражающие суть новых условий «литературного быта».

Магистраль

Ситуация несколько изменилась в феврале 1921 г. Гражданская война заканчивалась, и правительство объявило о так называемой новой экономической политике.

В аспекте «литературного быта» принципиально важно, что открывались частные издательства, значит, у литераторов появились новые заказчики. Но главным все равно оставалось правительство, контролировавшее периодику. И в новой ситуации оно учитывало мнение читателей, т.е. розничных покупателей: не продано, значит – не прочитано [47, с. 117–134].

Власть по-прежнему субсидировала вполне лояльные писательские организации. Однако для получения статуса надлежало печатно объяснить, на каком основании сообщество было создано и что намерено делать.

С этой точки зрения примечательна статья Л.Н. Лунца, опубликованная в третьем номере журнала «Литературные записки» за 1922 г. Прагматику обозначал заголовок: «Почему мы Серапионовы братья» [29].

Как известно, группа сформировалась еще в 1921 г. Сначала – в качестве студии начинающих литераторов под руководством Е.И. Замятина. Поддержал ее и М. Горький. К моменту издания программного документа был выпущен сборник. Однако для его издания потребовалось столько усилий и ухищрений, что принято было решение начать рекламную кампанию [см.: 45; см. также: 48].

Название группы отсылало к циклу новелл Э.Т.А. Гофмана. Однако автор манифеста заявил: имеется в виду не ученичество, а отношение к художественному вымыслу, тут главное, «чтобы голос не был фальшив, чтоб мы верили в реальность произведения, какого бы цвета оно ни было» [29].

Критерий политического единства был отвергнут. Постулировалось: «Каждый из нас дорог другому как писатель и как человек».

Однако и без критерия не обошлось. Все же сначала – «как писатель». И только потом речь идет о «братской любви».

На уровне формализации мало что изменилось. Обозначены и критерий объединения, и теоретические установки, сказано, что они реализованы в публикациях. Эпатаж налицо: отрицается общность политическая и эстетическая. «Уникальное торговое предложение» – искренность.

Правда, неясен адресат. Если читатели, так они сами решали вопрос об искренности каждого автора, ознакомившись с его публикациями. Декларативные заявления тут не нужны. Значит, нефункционально «уникальное торговое предложение».

На самом деле манифест был вполне функционален. Потому как адресован партийному руководству, причем Лунц учитывал и комфутовское фиаско, и успех имажинистов.

Да, Лунц отрицал политическую общность участников объединения. Но в том же номере «Литературных записок» опубликованы автобиографии «серапионовых братьев», где лояльность новому режиму подразумевается, а в ряде случаев акцентируется [44].

Мало того, Лунц оставил на усмотрение партийного руководства вопрос о верности идеологических установок каждого из «серапионовых братьев». Выбор идеальный: подразумевалось, что только большевистские идеологи могут решать, кто прав или ошибся.

Эпатаж тоже оказался вполне функциональным. Критики инкриминировали сообществу уклонение от политических требований, Лунц с ними полемизировал, и главная задача была решена: партийное руководство поддерживало новое сообщество, помогая утвердиться на литературном рынке. Лояльность, конформность, подразумевавшееся само собой признание главенствующей роли партии в области идеологии, наконец писательское мастерство – вполне достаточные тогда основания [см.: 21; 20; 39].

В дальнейшем сообщество распалось, каждый из участников действовал самостоятельно. Рекламная же технология «серапионовых братьев» отражает тенденцию. Две компоненты стали обязательными:

- **обозначение лояльности советскому режиму;**
- **обоснование деятельности сообщества в аспекте ценности для партийного руководства.**

Сообразно правилам действовали и недавние комфуты. Вновь использовали ребрендинг: в январе 1923 г. Маяковский обратился в ЦК партии с письмом, где просил субсидировать издательство и журнал «Левого фронта искусства» [см.: 19; см. также: 7].

Принятая в марте 1923 г. и затем опубликованная журналом лефовская декларация – синтез отрицания досоветского искусства и доказательств ценности группировки для правительства. Лидеры сообщества настаивали: они знают, что нужно сейчас государству. Предлагалось содействие в организации пропаганды, торговой рекламы и т.д. Завершался документ обозначением покорности: «Сейчас мы ждем лишь признания верности нашей эстетической работы, чтобы с радостью растворить маленькое “мы” искусства в огромном “мы” коммунизма» [9].

Пять лет спустя Б.Л. Пастернак в редакционной анкете, которую просил не публиковать, характеризовал Леф неслестно. Был, по его словам, удручен «избыточной советскостью, т.е. угнетающим сервильизмом, т.е. склонностью к буйствам с мандатом на буйство в руках» [1; ср.: 5, с. 256–257; 47, с. 128–129].

На самом деле рекламная лефовская стратегия типологически идентична футуристской – досоветской. Раньше считался неуместным сервильизм, и футуристы обозначали «протест», а в СССР легально протестовать можно было лишь против недостаточной лояльности, вот и приходилось «буйнить» сервильно, т.е. предварительно запасшись «мандатом на буйство». Инерция налицо, однако – с учетом специфики эпохи.

Пытались «буйствовать» и теоретики Литературного центра конструктивистов. Сформировавшееся весной 1922 г. сообщество тоже начинало с отрицания эстетических принципов досоветской эпохи. И если лефовцы утверждали, будто знают, **что** правительству **нужно**, то их конкуренты приписали себе знание технологии, посредством которой достигаются **нужные** результаты. Группа осталась верна схеме и после ряда изменений в составе. Эпиграфом к декларации стал эффектный лозунг: «Конструктивизм – этап к искусству социализма» [см., напр.: 49; 18, с. 142].

Да, «бренд» использован уже известный. Конструктивизм ассоциировался, прежде всего, с архитектурой. Новое сообщество экстраполировало ассоциации на литературу [см., напр.: 11].

«Уникальное торговое предложение» – писательская технология, не только современная, но и соответствующая политическим установкам. Авторы манифеста утверждали, что «“конструктивизм” – упорядоченные в систему мысли и общественные умонастроения, которые подчеркнута отражают организационный натиск рабочего класса».

Такова была теория. Десятилетия спустя Е.И. Габрилович, вспоминая о товарищах по ЛЦК, отметил: «Каждый писал по-своему, и уже потом наши главари разясняли, в чем и как тут конструктивизм» [10, с. 96; ср.: 25].

У групп Леф и ЛЦК, пользовавшихся субсидиями официально, хоть и негласно, был конкурент, получавший гласное субсидирование. «Бренд» соответствовал: Российская ассоциация пролетарских писателей.

Как известно, «бренд» предложен был до Гражданской войны. Однако его значение модифицировалось в начале 1920-х годов, что обусловлено модификацией термина «пролетарская литература» [см.: 47, с. 125–134].

Согласно декларациям воспользовавшихся прежним «брендом» теоретиков нового сообщества, «пролетарская литература» вовсе не обязательно создается рабочими. Главное, чтоб выражала идеологию пролетариата».

Разумеется, право решать, что же выражает идеологию пролетариата, оставалось за большевистскими идеологами. Теоретики нового сообщества

объявили себя инструментом партии. К этому и сводилась прагматика «уникального торгового предложения» рапповцев. Оно было заранее согласовано, что подразумевало установку на гегемонию.

В рамках внутривнутрипартийной конкуренции соперником рапповцев был А.К. Воронский. Как создатель и руководитель первого советского «толстого» журнала он получал официальное и весьма щедрое субсидирование. Авторитет редактора «Красной нови» считался к началу 1920-х годов бесспорным – «ветеран партии».

Сформировав группу «Перевал» из литераторов, печатавшихся в его журнале, редактор обходился до поры без программных документов. Около четырех лет минуло, прежде чем декларация была опубликована в февральском номере «Красной нови» за 1927 г. [здесь и далее цит. по: 17].

Характерно, что о «пролетариате» там нет упоминаний. Перевальцы – в противовес рапповцам – именовали себя «рабоче-крестьянскими писателями». Но суть не менялась: обозначение полной лояльности.

Далее это акцентировалось – наряду с противопоставлением рапповцам. Авторы декларации утверждали: «Писатели “Перевала” не присваивают себе права на гегемонию, несмотря на то, что они опираются на свою органическую принадлежность к революции, в которой большинство из них получило свое общественное воспитание».

Перевальским «уникальным торговым предложением» было сочетание высокого качества литературной продукции с большевистской программой и дисциплиной Синтез деклараций «Серапионовых братьев», ЛЦК и РАПП.

Таковы примеры, наиболее четко отражающие тенденцию. Соответственно, в 1927 г. Эйхенбаум отметил, что досоветские писательские объединения не тождественны советским. Как формально, так и функционально.

Изменения на уровне «литературного быта» обуславливались эволюцией издательской модели. Это и выявилось бы при сопоставлении «литературных фактов» в контексте «литературной эволюции». Работа шла.

Но в 1931 г. завершилось так называемое сворачивание нэпа. Все частные издательства были закрыты, правительство реализовало полностью вариант издательской модели, определенный в период Гражданской войны.

В 1932 г. декретивно были упразднены все «литературные группировки». Началась подготовка к Первому съезду Союза советских писателей [35].

Он состоялся в 1934 г. И основой единства было признано беспрекословное подчинение руководству партии. Критерий, понятно, «внелитературный».

После этого исследования в области специфики «литературного быта» стали крамольными. Оно и понятно: исследование прошлого оказалось нежелательным именно в силу возможности сопоставления с настоящим.

Библиография

1. Анкета Пастернака Бориса Леонидовича. 1928 г. // РГАЛИ. Ф. 379. Оп. 1. Ед. хр. 24. Л. 2.
2. Аронсон М., Рейсер С. Литературные кружки и салоны. Л.: Прибой, 1929. 310 с.
3. Ахматова А. Вечер. СПб.: Цех поэтов, 1912. 86 с.
4. Бальмонт К. Элементарные слова о символической поэзии // Горные вершины. М.: Гриф, 1904. С. 75.
5. Белая Г.А. Дон Кихоты 20-х годов. «Перевал» и судьбы его идей. М.: Советский писатель, 1989. 400 с.
6. Блюм А. За кулисами «Министерства правды». М., 1994. 320 с.
7. Брик О. Маяковский – редактор и организатор // Литературный критик. 1936. № 4. С. 128–129.
8. Бурлюк Д., Крученых А., Маяковский В., Хлебников В. Пошечина общественному вкусу // Пошечина общественному вкусу: [В защиту свободного искусства: Стихи, проза, статьи]. М.: Г.Л. Кузьмин, [1913]. С. 3–4.
9. В кого врывается ЛЕФ? // ЛЕФ. 1923. № 1. Март. С. 8–9.
10. Габрилович Е.И. Вторая четверть // Искусство кино. 1970. № 1. С. 96–125.
11. Ганн А. Конструктивизм. Тверь: Тверское изд-во, 1922. 72 с.
12. Городецкий С. Некоторые течения в современной поэзии // Аполлон. 1913. № 1. С. 46–50.
13. Гриц Т., Тренин В., Никитин М. Словесность и коммерция. М: Федерация, 1929. 373 с.
14. Гумилёв Н. Наследие символизма и акмеизм // Аполлон. 1913. № 1. С. 42–45.
15. Декларация [имажинистов] // Сирена. Воронеж, 1919. № 4–5. 30 янв. С. 47–50.
16. Декларация [имажинистов] // Советская страна. М., 1919. 10 февр. № 3.
17. Декларация всесоюзного объединения рабоче-крестьянских писателей «Перевал» // Красная новь. 1927. № 2. С. 233–236.
18. Декларация конструктивистов. (Конструктивизм этап к искусству социализма) // ЛЕФ. 1925. № 3. С. 142–143.
19. Динерштейн Е.А. К истории образования «Левого фронта искусств» // De Visu. 1993. № 11. С. 3–9.
20. Докладная записка заместителя заведующего отделом агитации и пропаганды Я.А. Яковлева И.В. Сталину о ситуации в писательской среде // Власть и художественная интеллигенция. Документы ЦК РКП (б) – ВКП (б), ВЧК – ОГПУ-НКВД о культурной политике. 1917–1953. М.: Международный фонд «Демократия», 2002. С. 39–40.
21. Записка Л.Д. Троцкого в Политбюро ЦК РКП (б) о молодых писателях и художниках // Власть и художественная интеллигенция. Документы ЦК РКП (б) – ВКП (б), ВЧК – ОГПУ-НКВД о культурной политике. 1917–1953. М.: Международный фонд «Демократия», 2002. С. 36–37.
22. Зенкевич М. Дикая порфира. СПб.: Цех поэтов, 1912. 105 с.
23. Ивнев Р. Поэты и политика // Анархия. 1918. 31 мар.
24. Игорь Северянин. Пролог. «Эгофутуризм»: Апофеозная тетрадь третьего тома: Брошюра тридцать вторая. СПб. 1911. 3 с.
25. Киянская О.И., Фельдман Д.М. Карьера акмеиста: Материалы к биографии Владимира Нарбута // Киянская О.И., Фельдман Д.М. Очерки истории русской и советской литературы и журналистики 1920-х – 1930-х годов. Портреты и скандалы. М.: Форум, 2015. С. 57–103.
26. Лекманов О.А. О трех акмеистических книгах. М. Зенкевич. В. Нарбут. О. Мандельштам. М.: Intrada, 2006. 128 с.

27. Лившиц Б. Дубина на голове русской критики (разоблачение клеветы) // Футуристы: Первый журнал русских футуристов. 1914. № 1–2. С. 102–103.
28. Лившиц Б. Подуороглазый стрелец. Л.: Советский писатель, 1989. 720 с.
29. Лунц Л. Почему мы серапионовы братья? // Литературные записки. 1922. № 3. С. 30–31.
30. Манифест Летучей Федерации Футуристов // Газета футуристов. 1918. № 1. 15 марта.
31. Мариенгоф А.Б. Мой век, мои друзья и подруги // Мой век, мои друзья и подруги: Воспоминания Мариенгофа, Шершеневича, Грузинова. М.: Московский рабочий, 1990. С. 339–368.
32. Мерещковский Д. О причинах упадка и о новых течениях современной русской литературы. СПб.: Типо-лит. Б.М. Вольфа, 1893. 192 с.
33. Милашевский В. Вчера, позавчера... Воспоминания художника. М.: Книга, 1989. 399 с.
34. Нарбут В. Аллилуя! СПб.: Цех поэтов, 1912. 45 с.
35. О перестройке литературно-художественных организаций: Постановление ЦК ВКП (б) от 23 апр. 1932 г. // Правда. 1932. 24 апр.
36. Окорочков А.З. Октябрь и крах русской буржуазной прессы. М.: Мысль, 1970. 416 с.
37. Олимпов К. и др. Скрижали эгопоэзии. Манифест Вселенского эгофутуризма. СПб.: Тип. «Улей». 1912. 1 с.
38. Организация «Комфатов» // Искусство коммуны. 1919. № 8. 26 янв.
39. Постановление Политбюро ЦК РКП (б) о поддержке молодых поэтов и писателей // Власть и художественная интеллигенция. Документы ЦК РКП (б) – ВКП (б), ВЧК – ОГПУ-НКВД о культурной политике. 1917–1953. М.: Международный фонд «Демократия», 2002. С. 41.
40. Ренников А. Берегите карманы! // Новое время. 1913. 10 апр.
41. Русские символисты: Вып. 1–3. М.: В.А. Маслов, 1894–1895.
42. Садок судей: [Вып. I]. СПб.: Журавль [1910]. 131 с.
43. Саянов В.М. Современные литературные группировки. Л.: Прибой, 1928. 100 с.
44. Серапионовы братья о себе // Литературные записки. 1922. № 3. С. 25–31.
45. Серапионовы братья. Альманах первый. Пг.: Алконост, 1922. 125 с.
46. Скабичевский А. Заметки о текущей литературе // Новости и биржевая газета. 1893. 18 марта.
47. Фельдман Д.М. Салон-предприятие: Писательское объединение и кооперативное издательство «Никитинские субботники» в контексте литературного процесса 1920–1930-х годов. М.: РГГУ, 1998. 244 с.
48. Хеллман Б. Предисловие. Мы – Серапионовы братья // Серапионовы братья 1921: Альманах. СПб.: Лимбус Пресс; ООО «Издательство К. Тублина», 2013. С. 7–28.
49. Чичерин А., Сельвинский Э.-К. Знаем. Клятвенная конструкция (декларация) конструктористов-поэтов. М.: К.П., 1923. 4 с.
50. Чудакова М.О. Примечания // Эйхенбаум Б.М. О литературе: Работы разных лет. М.: Советский писатель, 1987. С. 459–539.
51. Шершеневич В. Вдзур революционные // Раннее утро. 1918. 28 мар.
52. Шершеневич В. Открытое письмо поэту Рюрику Ивневу // Раннее утро. 1918. 11 апр.
53. Шершеневич В. Футуропитающиеся // Футуристы: Первый журнал русских футуристов. 1914. № 1–2. С. 86–91.
54. Шершеневич В.Г. Великолепный очевидец. Поэтические воспоминания 1910–1925 // Мой век, мои друзья и подруги: Воспоминания Мариенгофа, Шершеневича, Грузинова. М.: Московский рабочий, 1990. С. 461–511.
55. Эйхенбаум Б.М. Литературный быт // На литературном посту. 1927. С. 47–52.

References

- Ahmatoва A. Vecher. Saint Petersburg: Ceh pojetov, 1912. 86 p.
- Anketa Pasternaka Borisa Leonidovicha. 1928 g. // RGALI. F. 379. Op. 1. Ed. hr. 24. L. 2.
- Aronson M., Rejser S. Literaturnye kruzhki i salony. Leningrad: Priboj, 1929. 310 p.
- Bal'mont K. Jelementarnye slova o simvolicheskoj poezii // Gornye vershiny. Moscow: Grif, 1904. P. 75.
- Belaja G.A. Don Kihoty 20-h godov. «Pereval» i sud'by ego idej. Moscow: Sovetskij pisatel', 1989. 400 p.
- Bljum A. Za kulisami «Ministerstva pravdy». Moscow, 1994. 320 p.
- Brik O. Majakovskij – redaktor i organizator // Literaturnyj kritik. 1936. N 4. P. 128–129.
- Burljuk D., Kruchenyh A., Majakovskij V., Hlebnikov V. Poshhechina obshhestvennomu vkusu // Poshhechina obshhestvennomu vkusu: [V zashhitu svobodnogo iskusstva: Stihi, proza, stat'i]. Moscow: G.L. Kuz'min, [1913]. P. 3–4.
- Chicherin A., Sel'vinskij Je.-K. Znaem. Kljatvennaja konstrukcija (deklaracija) konstruktivistov-pojetov. Moscow: K.P., 1923. 4 p.
- Chudakova M.O. Primechanija // Jejhenbaum B.M. O literature: Raboty raznyh let. Moscow: Sovetskij pisatel', 1987. P. 459–539.
- Deklaracija [imazhinistov] // Sirena. Voronezh, 1919. N 4–5. 30 Jan. P. 47–50.
- Deklaracija [imazhinistov] // Sovetskaja strana. Moscow, 1919. 10 Feb. N 3.
- Deklaracija konstruktivistov (Konstruktivizm jetap k iskusstvu socializma) // LEF. 1925. N 3. P. 142–143.
- Deklaracija vsesojuznogo ob'edinenija raboche-krest'janskijh pisatelej «Pereval» // Krasnaja nov'. 1927. N 2. P. 233–236.
- Dinershtejn E.A. K istorii obrazovanija «Levogo fronta iskusstv» // De Visu. 1993. N 11. P. 3–9.
- Dokladnaja zapiska zamestitelja zavedujushhego otdelom agitacii i propagandy Ja.A. Jakovleva I.V. Stalinu o situacii v pisatel'skoj srede // Vlast' i hudozhestvennaja intelligencija. Dokumenty CK RKP (b) – VKP (b), VChK – OGPU NKVD o kul'turnoj politike. 1917–1953. Moscow: Mezhdunarodnyj fond «Demokratija», 2002. P. 39–40.
- Fel'dman D.M. Salon-predprijatje: Pisatel'skoe ob'edinenie i kooperativnoe izdatel'stvo «Nikitinskie subbotniki» v kontekste literaturnogo processa 1920–1930-h godov. Moscow: RGGU, 1998. 244 p.
- Gabrilovich E.I. Vtoraja chetvert' // Iskusstvo kino. 1970. N 1. P. 96–125.
- Gan A. Konstruktivizm. Tver': Tverskoe izd-vo, 1922. 72 p.
- Gorodeckij S. Nekotorye techenija v sovremennoj poezii // Apollon. 1913. N 1. P. 46–50.
- Gric T., Trenin V., Nikitin M. Slovesnost' i kommercija. Moscow: Federacija, 1929. 373 p.
- Gumilev N. Nasledie simbolizma i akmeizm // Apollon. 1913. N 1. P. 42–45.
- Hellman B. Predislovie. My – Serapionovy brat'ja // Serapionovy brat'ja 1921: Al'manah. Saint Petersburg: Limbus Press; OOO «Izdatel'stvo K. Tublina», 2013. P. 7–28.
- Igor' Severjanin. Prolog. «Jego-futurizm»: Apofeoznaja tetrad' tret'ego toma: Broshjura tridecat' vtoraja. Saint Petersburg, 1911. 3 p.
- Ivnev R. Pojety i politika // Anarhija. 1918. 31 March.
- Jejhenbaum B.M. Literaturnyj byt // Na literaturnom postu. 1927. P. 47–52.
- Kijanskaja O.I., Fel'dman D.M. Kar'era akmeista: Materialy k biografii Vladimira Narbuta // Kijanskaja O.I., Fel'dman D.M. Ocherki istorii ruskoj i sovetskoj literatury i zhurnalistiki 1920-h – 1930-h godov. Portrety i skandaly. Moscow: Forum, 2015. P. 57–103.
- Lekmanov O.A. O treh akmeisticheskijh knigah. M. Zenkevich. V. Narbut. O. Mandel'shtam. Moscow: Intrada, 2006. 128 p.

- Livshic B. Dubina na golove russskoj kritiki (razoblachenie klevety) // Futuristy: Pervyj zhurnal russkikh futuristov. 1914. N 1–2. P. 102–103.
- Livshic B. Polutoroglazij strelec. Leningrad: Sovetskij pisatel', 1989. 720 p.
- Lunc L. Pochemu my serapionovy brat'ja? // Literaturnye zapiski. 1922. N 3. P. 30–31.
- Manifest Letuchej Federacii Futuristov // Gazeta futuristov. 1918. N 1. 15 March.
- Mariengof A.B. Moj vek, moi druž'ja i podrugii // Moj vek, moi druž'ja i podrugii: Vospominanija Mariengofa, Shershenevicha, Gruzinova. Moscow: Moskovskij rabochij, 1990. P. 339–368.
- Merezhkovskij D. O prichinah upadka i o novyh tehcnijah sovremennoj russskoj literatury. Saint Petersburg: Tipo-lit. B.M. Vol'fa, 1893. 192 p.
- Milashevskij V. Vchera, pozavchera... Vospominanija hudozhnika. Moscow: Kniga, 1989. 399 p.
- Narbut V. Allilulua! Saint Petersburg: Ceh pojetov, 1912. 45 p.
- O perestrojke literaturno-hudozhestvennyh organizacij: Postanovlenie CK VKP (b) ot 23 apr. 1932 g. // Pravda. 1932. 24 Apr.
- Okorokov A.Z. Oktjabr' i krah russskoj burzhuaznoj pressy. M.: Mysl', 1970. 416 p.
- Olimpov K. i dr. Skrizhali jegopojezii. Manifest Vsenskogo jegofuturizma. Saint Petersburg: Tip. «Ulej». 1912. 1 p.
- Organizacija «Komfutov» // Iskusstvo kommuny. 1919. N 8. 26 Jan.
- Postanovlenie Politbjuro CK RKP (b). o podderzhke molodyh pojetov i pisatelej // Vlast' i hudozhestvennaja intelligencija. Dokumenty CK RKP (b) – VKP (b), VChK – OGPU NKVD o kul'turnoj politike. 1917–1953. Moscow: Mezhdunarodnyj fond «Demokratija», 2002. P. 41.
- Rennikov A. Bereгите karmany! // Novoe vremja. 1913. 10 Apr.
- Russkie simbolisty: Vol. 1–3. Moscow: V.A. Maslov, 1894–1895.
- Sadok sudej: [Vol. I]. Saint Petersburg: Zhurav' [1910]. 131 p.
- Sajanov V.M. Sovremennye literaturnye gruppirovki. Leningrad: Priboj, 1928. 100 p.
- Serapionovy brat'ja o sebe // Literaturnye zapiski. 1922. N 3. P. 25–31.
- Serapionovy brat'ja. Al'manah pervyj. Petrograd: Alkonost, 1922. 125 p.
- Shershenevich V. Futuropitajushhiesja // Futuristy: Pervyj zhurnal russkikh futuristov. 1914. N 1–2. P. 86–91.
- Shershenevich V. Otkrytoe pis'mo pojetu Rjuriku Ivnevu // Rannee utro. 1918. 11 Apr.
- Shershenevich V. Vdrug revoljucionnye // Rannee utro. 1918. March 28.
- Shershenevich V.G. Velikolepnij ochevidec. Pojeticheskie vospominanija 1910–1925 // Moj vek, moi druž'ja i podrugii: Vospominanija Mariengofa, Shershenevicha, Gruzinova. M.: Moskovskij rabochij, 1990. P. 461–511.
- Skabichevskij A. Zаметki o tekushhej literature // Novosti i birzhevaja gazeta. 1893. March 18.
- V kogo vgryaetsja LEF? // LEF. 1923. N 1. March. P. 8–9.
- Zapiska L.D. Trockogo v Politbjuro CK RKP (b) o molodyh pisateljah i hudozhnikah // Vlast' i hudozhestvennaja intelligencija. Dokumenty CK RKP (b) – VKP (b), VChK – OGPU NKVD o kul'turnoj politike. 1917–1953. Moscow: Mezhdunarodnyj fond «Demokratija», 2002. P. 36–37.
- Zenkevich M. Dikaja porfira. Saint Petersburg: Ceh pojetov, 1912. 105 p.