

Н. Ю. Стоюхина, В. А. Мазилев

Д. И. Рейтынбарг: основатель психологии воздействия в советской психотехнике

О психотехнике очень часто говорят в целом, не выделяя вклада отдельных ученых, не раскрывая детали их биографии, что, несомненно, тормозит научное освоение этого важного для истории психологии материала. В статье авторы рассказывают о психотехнике 1920–1930-х гг. Д. И. Рейтынбарге – специалисте и основателе психологии воздействия. Приводятся биографические данные о Д. И. Рейтынбарге. Начало его научной деятельности было посвящено методологическому и методическому основанию новой для советской науки отрасли – психологии рекламы. В дальнейшем он перешел к изучению воздействия через плакат по технике безопасности труда, предложив множество методов для изучения его эффективности. История психотехники в СССР скрывает еще много белых пятен, непроясненных моментов, непроанализированных источников, неописанных биографий, без которых ни составление истории психотехники в полном объеме, ни разработка объективной истории психологии в СССР невозможны.

Ключевые слова: психология воздействия, психотехника, психология рекламы и плаката, изучение эффективности воздействия.

N. Ju. Stojukhina, V. A. Mazilov

D. I. Reytynbarge: a Founder of Impact Psychology in the Soviet Psychotechnics

It is very often when psychotechnics is spoken about in general, not allocating a contribution of certain scientists, not describing biographic data of scientists and that, undoubtedly, slows down scientific development of this material, important for psychology history. In the article the authors tell about psychotechnics of the 1920–1930-s D. I. Reytynbarge, an expert and a founder of impact psychology. Biographic data on D. I. Reytynbarge are provided. The beginning of his scientific activity was devoted to the methodological and methodical basis of new to the Soviet science – advertizing psychology. Further he went on to study influence by means of the poster on labour safety, having offered a set of methods to study its efficiency. The history of psychotechnics in the USSR hides a lot of blank pages, moments which are not clear, sources which are not analysed, undescribed biographies without which neither drawing up of history of psychotechnics, nor development of objective history of psychology in the USSR are impossible.

Keywords: psychology of influence, psycho, psychology of advertising and posters, study of effectiveness of impact.

История отечественной психологии XX столетия, несмотря на то что хронологически отстоит не так уж далеко от наших дней, еще скрывает немало загадок, лагун, белых пятен [5, 6, 27, 28]. Причины этого хорошо известны, не станем здесь их анализировать. Отметим только, что наибольшая концентрация белых пятен приходится на 20–30-е гг. минувшего столетия, когда, в частности, интенсивно развивалась, а потом фактически прекратила свое существование отечественная психотехника. Богатую пищу для размышлений и сопоставлений дает книга Н. С. Курека, в которой выявлены очевидные параллели между историей психотехники в СССР и Германии (История ликвидации педологии и психотехники в СССР, 2004). Очень важно, что о психотехнике часто говорят в целом, не выделяя вклада отдельных ученых, не описывая биографических данных ученых, что, несомненно, тормозит научное освоение этого важного для истории психологии материала.

В истории отечественной психотехники

1920–1930-х гг. выделяется несколько фигур, имеющих, безусловно, ключевое значение для развития отрасли. Это И. Н. Шпильрейн, С. Г. Геллерштейн, Д. И. Рейтынбарг, А. М. Мандрыка, Н. Д. Левитов, А. А. Толчинский, П. А. Рудик, И. Н. Дьяков и пр. У нас до сих пор нет возможности подробно познакомиться с судьбой даже заметных исследователей-психотехников. Число индивидуальных биографий, как ни удивительно, единично: замечательный исторический очерк об основателе психотехники И. Н. Шпильрейне, статьи о С. М. Василейском, А. А. Гайворовском, С. Г. Геллерштейне, И. Н. Дьякове, А. П. Нечаеве, Н. В. Петровском и словарные статьи в тех немногих словарях, где история психологии раскрыта «в лицах».

Давид Исаакович Рейтынбарг (1899–1977) – «российский психолог, специалист в области психологии труда, психологии воздействия» [4] – ученый, безусловно, заслуживающий широкого освещения его научной биографии и драматиче-

ской судьбы. Психология воздействия была одним из направлений психотехники, изучавшим разнообразные возможности психологических средств, содействующих практике влияния на людей – как на исполнителей работы, так и на потребителей товаров [24]. Д. И. Рейтынбарг руководил «разработками, направленными на выявление эффективности визуальных способов воздействия (плакатов) в целях профилактики производственного травматизма и аварийности» [4], в Московском институте охраны труда. Частично это направление в деятельности ученого мы уже освещали [24, 25], но в данной статье хотелось бы остановиться на многогранной психотехнической деятельности Д. И. Рейтынбарга – основателе психологии воздействия и психологии рекламы в СССР.

Теплые, сердечные воспоминания о Давиде Исааковиче Рейтынбарге в своей книге оставила его дочь – Прима Давидовна [23].

Он родился в Ровно (Украина) в семье служащего, мать вела домашнее хозяйство. Давид был старшим сыном, были еще сестра и брат. По окончании городского училища, затем гимназии в Екатеринославе (сейчас – Днепропетровск), учился в педагогическом институте (там же), где, по словам П. Д. Рейтынбарг, познакомился с С. Г. Геллерштейном, ставшим его коллегой и другом на всю жизнь. Первым рабочим местом стала колония для беспризорных еврейских детей в подмосковной Малаховке, где Рейтынбарг был учителем¹. Там он познакомился со своей будущей женой – Нехамой Самуиловной Геллер, тоже учительницей. Жительница г. Ковно (Каунас), одна из семи детей в семье, она получила хорошее образование для девушки – учительница рукоделия. Как отмечает Прима Давидовна, родители как педагоги были последователями идей С. Т. Шацкого.

В Москве семья жила на Никитском бульваре, д. 15, но у каждого из родителей была своя жилплощадь – крохотные комнатки в разных квартирах, комната Д. И. Рейтынбарга была в квартире 7. Дочь ходила к отцу в гости, там всегда было интересно; к тому же он хорошо пел, знал и любил еврейский язык, вообще, придавал большое значение знанию иностранных языков и хотел, чтобы его дочь каждый день слышала дома разноязыкую речь и говорила на разных языках, был очень работоспособен, дружил со многими психотехниками (И. Н. Шпильрейном, С. Г. Геллерштейном, В. М. Коганом, Ю. И. Шпигелем, А. А. Нейфахом, А. И. Розенблюмом).

Свою профессиональную деятельность Давид

Исаакович начал в 1923 г. в качестве внештатного сотрудника лаборатории промышленной психотехники НКТ СССР, которой руководил И. Н. Шпильрейн, в дальнейшем, с 1925 по 1935 г., заведовал кабинетом по борьбе с промышленным травматизмом в Московском институте охраны труда [4].

Одна из близких знакомых семьи Рейтынбаргов оставила словесный портрет Давида Исааковича: «Сутулый, невысокого роста, с выпуклыми серо-зелеными глазами, опущенными рыжеватобелесыми ресницами, с вольтеровски-ироничным выражением рта, который всегда был готов к улыбке. Давид даже внешностью выделялся в компании. В основе, конечно, лежало его необычайное обаяние, талант общения с людьми. Давид прямо-таки излучал незаурядность. Энциклопедист, всезнайка, он любил щегольнуть эрудицией и делал это с блеском. О чем бы Давид ни говорил, это всегда было интересно, ярко, во всем чувствовалась работа мысли» [23, с. 115].

Д. И. Рейтынбарг – методолог рекламы в СССР. Первая статья Д. И. Рейтынбарга, которую мы находим, посвящена сравнительному анализу организации профпригодности в Германии и в СССР. Он критикует Г. Мюнстерберга за слова о нейтральности психотехники, так как, по его мнению, жизнь показывает ошибочность такой постановки вопроса: «... никакая другая наука не нейтральна, поскольку она имеет дело с живыми людьми. А тем более психотехника – испытание профессиональной пригодности рабочих, лежащая на самой грани межклассовых отношений» [11, с. 158].

Д. И. Рейтынбарг представляет психотехническую работу в СССР, состоящую из 1) научно-методической работы, учитывающей весь местный научный опыт, экспериментально-психотехнические достижения, составление профессиональных карточек, публикации проработанного материала; 2) практически-организационной работы, где в жизнь внедряются достигнутые результаты и доводится до различных лабораторий единый план работы. Важными являются вопросы о связи психотехники со школой, о подготовке самих работников-психотехников, о пропаганде самой науки через публичные лекции, брошюры, выставки, периодические издания, перевод иностранной литературы [11].

Пожалуй, эта короткая статья – единственная по общим вопросам психотехники в рассматриваемый период, но нельзя не упомянуть в этом аспекте о рецензиях Д. И. Рейтынбарга на самые

значительные книги ученых-психотехников, известных во всем мире (Г. Мюнстерберг, Ф. Баумгартен, Г. Э. Бэрд, Г. А. Кристиен, Г. де Ман).

В дальнейшем Д. И. Рейтынбарг сосредоточится на психологии воздействия через рекламу и плакаты.

Впервые интерес к психологии рекламы у Рейтынбарга обозначился в хрестоматии по организации труда «Организационный труд», написанной для внешкольного чтения, где в разделе «психотехника» он дает общее понятие психотехники рекламы через короткие тексты: «Условия успешности рекламы», «Воздействие на чувство», «Воздействие на память», «Воздействие на волю», «Условия действия рекламы» [22].

В этом же 1925 г. появляются его небольшие заметки о рекламе. Например, в докладе, прочитанном на заседании сотрудников психотехнического отдела Государственного института экспериментальной психологии и психотехнической секции Государственного института охраны труда (май 1925 г.), он делится опытом «летучего опроса» – «простейшего эксперимента» – со слушателями курсов НОТ при постоянной показательной выставке ВСНХ и таких же курсов МГСПС (Московского городского совета профессиональных союзов) [15, 16]. Курсанты в течение 3 минут писали по два названия рекламы, вспоминаясь без усилий. В статье отчетливо слышится романтический энтузиазм молодого ученого (ему всего 26 лет), когда он замечает, что этот опрос – «начало для регулярного изучения воздейственного эффекта нашего рекламирования» [15, с. 67].

По форме наиболее выгодны «рекламы звучащие», так называет Д. И. Рейтынбарг стихотворные строки, далее – лозунги, плакаты, вывески, похожие на плакаты, и афиши. Газетная и журнальная реклама запоминается, если она оригинальна. Автор делает выводы: дифференцировать рекламу, приспособив ее к той группе населения, для которой она предназначается, для чего следует изучать различные социальные группы потребителей; продвигая товар к потребителю, больше использовать рекламу кино; насытить рекламой окраину, а не ждать, что потребитель поедет за рекламой; объединить методически работу по общественно-политическому и торгово-промышленному воздействию. Он предлагает создать хозрасчетную организацию для изучения эффективности рекламы, и ей могла бы стать, например, опытная станция при каком-нибудь культ- или хозучреждении с быстрой выгодой [16].

Рейтынбарг рассматривает газету как наиболее

распространенную форму общения власти и народа, «коллективный пропагандист, агитатор, политический воспитатель, коллективный организатор», несущую функцию информационного и эмоционального удовлетворения читателя. Различные определения газеты во многом совпадают с определениями рекламы, «перед нами внутренне однородный тип деятельности, цель которой – известное воздействие, направленное на определенный объект – группу или массу людей» [9, с. 25]. Психологическая цель газеты – это привить читателю известную систему оценок и отношений к окружающему его миру явлений, главным образом общественного порядка, что совпадает с определением идеологической рекламы. Газету можно изучать с разных сторон: социологической, технической, организационной, экономической, и психотехнику открываются большие методологические возможности, еще мало использованные для изучения прессы, для изучения политико-культурного воздействия, при исследовании психотехнического подхода к газете: нужно обратить внимание на процессы, происходящие между газетой – суммой воздейственных средств, и читателем – объектом этого воздействия.

Д. И. Рейтынбарг не обошел вниманием и те короткие тексты, «микроскопические элементы плаката», которые могут усилить эффект воздействия, а могут поставить потребителя в тупик своим смысловым несоответствием [14]. Проанализировав надписи на русском (революционном), немецком и американском (по пропаганде охраны труда и безопасности) плакатах и размеры этих надписей, автор выяснял оптимальные: средний размер надписи на плакате; синтаксический строй надписи (типы соединений предложений, чередование синтаксических элементов, состав предложений); размер плаката; красочность плакатов; расположение надписи относительно рисунка; внутренний смысл надписей. По результатам исследования Д. И. Рейтынбарг утверждает, что есть максимальный объем внимания, равный 4–5–6 элементам; примерная формула надписи в плакате: 1–2 предложения; 1–6 слов, или 3–15 слогов, или 5–30 букв [14, с. 46]. Вопрос изучения внутреннего смысла надписи только намечается им для изучения.

Охватившая мир «эпидемия танца», по мнению ученого, отразилась и на ритмическом оформлении плаката. Ритм, как «универсальнейшее средство для повышения производительности или... уменьшения затраты энергии» [21, с. 59], возможно применить к психологии масс через восприятие ею рекламы, увеличив эффек-

тивность, так как затраты пока не оправдываются. Ритмическое оформление рекламы возможно, если «в каждом случае найти систему колебаний, которая могла им покрыть все составляющие рекламу элементы» [21, с. 60]. Надо заметить, что Д. И. Рейтынбарг не предлагает что-то принципиально новое (в чем и признается), так как принцип ритма был известен еще издавна. Смысл своей работы автор видит в том, что «он впервые применил этот принцип и практически его осуществил в специальной области рекламы. Ритм повышает производительность. Восприятие рекламы – работа. Значит, и производительность этой работы может быть повышена, если рекламу оформить ритмически» [21, с. 60].

Одно из направлений психологии воздействия – психология рекламы – набирало силы. Об этом писали психотехники А. А. Гайворовский, И. Н. Дьяков, психологи А. Б. Залкинд и В. И. Смирнов, инженер М. А. Мануйлов, искусствоведы В. П. Полонский и Я. А. Тугендхольд и др., поэтому закономерно, что в августе 1927 г. в Москве на территории сельскохозяйственной выставки открылась «Полиграфическая выставка» со специальным отделом рекламы и пропаганды, к устройству которого привлекли членов Ассоциации работников рекламы при Доме печати (АРР).

Сама по себе Ассоциация работников рекламы при Доме печати была связана с Обществом работников научной организации труда Москвы, кабинетом по изучению рекламы и пропаганды при Государственной академии художественных наук и с Центральным музеем охраны труда и социального страхования Москвы. О том, что состоялось организационное собрание АРР в Москве, был помещен отчет в майском номере журнала «Die Reklame» – печатном органе Союза германских работников рекламы.

В Центральном музее охраны труда и социального страхования проходили экскурсии для членов АРР, слушались доклады работников музея о постановке пропаганды охраны труда и безопасности в СССР. В Совете съездов торговли и промышленности состоялся доклад т. Дрюбина (АРР) о социально-экономических предпосылках капиталистической и советской рекламы. Присутствовали на докладе и принимали участие в прениях представители торговых и промышленных организаций. Постановлено: 1) вопрос о рационализации рекламы подвергнуть подробному рассмотрению; 2) создать при Совете съездов специальную конвенцию по вопросам рекламы. На объединенном заседании АРР с кабинетом рекламы и пропаганды ГАХН было за-

слушано сообщение Д. И. Рейтынбарга «Ритм и резонанс как экономический принцип в рекламе (работа Паули, Германия)». С критическими замечаниями об учении Паули выступили проф. М. А. Рейснер, Н. А. Попов, В. Ю. Гаус, Б. Н. Познанский, В. М. Каабак, Ю. Н. Халтурина, Д. И. Рейтынбарг и др. Постановили подробный протокол заседания послать в Германию самому Ф. Паули.

В 1928 г. выходят три книги о труде пожарных: «Изучение профессии пожарного» (в соавт.), «Полундра. Жизнь пожарных», «Труд и утомляемость пожарных», две из которых написаны Д. И. Рейтынбаргом. Такое детальное изучение опасной профессии, нам кажется, сыграло значительную роль в дальнейшей деятельности ученого, когда он посвятил себя пропаганде техники безопасности в различных профессиях.

В 1929 г. Д. И. Рейтынбарг предпринимает важный методический шаг, публикуя библиографический список литературных источников по рекламе и пропаганде безопасности труда [13] из 92 источников на русском языке и 409 – на иностранных, заодно проясняя основные термины. Ученый выделяет три группы подходов к понятию «реклама»: первая, идущая от самих работников рекламы, ориентирована на практическую или теоретическую установку автора, на объем понятия; вторая – определения частнопсихологические, указывающие на один психофизиологический механизм, к которому адресуется реклама и от удачного воздействия на который зависит ее успех; третья, самая правильная, по мнению автора, выдвигает ряд механизмов, подлежащих воздействию рекламы. Термин «реклама» синонимичен термину «торговая пропаганда»; это самая литературно разработанная область пропаганды. Ядром всей области пропаганды является политическая пропаганда – «наука об организации общественного мнения», с ее важнейшей частью – газетоведением (журналистика), но есть другие виды пропаганды: антирелигиозная, противоалкогольная, санитарно-гигиеническая, пропаганда безопасности (самая молодая отрасль) и т. д. [13].

После постановления ЦК ВКП (б) «Об улучшении библиотечной работы» в октябре 1929 г., направленного на «формовку» советского читателя, Д. И. Рейтынбарг придает большое значение рекламе книги.

В работе о рекламе книги он вводит определение «свободной воздейственной деятельности»² [20, с. 55], в отличие от воздействия принудительного³. Он разделяет понятия «плакат» и «реклама» (что делали не все) именно при опи-

сании воздействия через книгу: под коммерческой рекламой он понимал «преднамеренную деятельность, направленную на группу или массу людей, с целью побудить эту группу или массу приобрести данный товар или воспользоваться предлагаемыми платными услугами» [20, с. 55]; второе определение рекламы – «обозначение совокупности рекламных средств» [20, с. 55].

Процесс продвижения книги от издательства, книжного магазина, агентства, библиотеки к покупателю, читателю нуждается во внешней помощи, в качестве которой рассматривается воздействие на покупателя, читателя со стороны издательства, библиотеки, со стороны многих других политпросветучреждений. При этом воздействующие усилия библиотеки наталкиваются на сопротивление «со стороны других источников воздействия, например, пивной, кино и пр., и со стороны самого адресата воздействия» [20, с. 56]. Библиотечное воздействие сможет иметь успех только в том случае, если оно будет интенсивнее, вызовет больше доверия, чем другие, конкурирующие воздействия. В рамках политической, классовой борьбы, где наивысшей точкой является революция, и экономической борьбы с конкуренцией между отдельными предпринимателями в капиталистическом обществе, Д. И. Рейтынбарг призывает применять богатый арсенал политического и коммерческого воздействия. Психотехник также разработал методы учета эффективности библиотечной рекламы (прямые и косвенные), которых в то время не было ни за границей, ни в СССР.

На фронте охраны труда и техники безопасности. Давид Исаакович был исследователем сотрудников отделения психологии труда и кабинета психологии воздействия института охраны труда (Л. Бурлюк, С. Г. Геллерштейн, Л. Красновская, Д. И. Рейтынбарг, Ю. И. Шпигель), впервые опубликовавших работу о роли личного фактора в несчастных случаях. Хотя работа носила только ориентировочный характер, она подчеркивала всю важность проблемы и подтверждала необходимость проведения дальнейших экспериментов [1]. На основе обобщения мирового опыта о причинах несчастных случаев на производстве авторы отметили сохранившуюся тенденцию трактовать вопрос о несчастных случаях в промышленности с технической и статистической точек зрения. Для выбора оптимального варианта борьбы с несчастными случаями необходимо создать классификацию их причин, но нет разработанной методологии изучения причин несчастных случаев.

Впервые вопрос о роли личного или психологического фактора в происхождении несчастных случаев возник в связи с профессиональным подбором на профессии «движенцев»: вагоновожатых, шоферов, железнодорожных машинистов и летчиков. Стремясь найти связь между пригодностью работника к профессии и подверженностью его несчастным случаям, который виделся как прямой индикатор профессиональной пригодности, профессиональный подбор рассматривался как средство борьбы с несчастными случаями. Авторы хотели дифференцировать психологические причины несчастных случаев, когда источник их коренится или в недостаточном развитии у работника некоторых психофизических функций, или в чрезмерной лабильности и неустойчивости ряда психических функций, или когда «одновременно различные психофизиологические факторы – профессиональная непригодность, профессиональная утомляемость и другие – создают условия, делающие наиболее вероятным факт травматизации» [1, с. 655]. Перед ними стояла задача исследования профтравматизируемости как функции профпригодности и профутомляемости, но в дальнейшем актуальными должны стать «специальные вопросы психологии травматизма: о связи несчастных случаев с ритмом движений, с соотношением скорости и точности движений, о влиянии системы заработной платы на травматизм, о связи травматизма с монотонной работой и т. д.» [1, с. 656].

Таким образом, коллектив психотехников из института охраны труда данной работой обосновал методологический подход к изучению травматизма, чем обусловил развитие психологии воздействия в области плаката по технике безопасности (ТБ) и охраны труда (ОТ).

Работая с плакатами по ТБ, Д. И. Рейтынбарг обозначил существующие зарубежные методы изучения эффективности плаката: массовая оценка плаката рабочими и служащими предприятий, экспертная оценка плакатов санитарными или техническими инспекторами, лабораторное изучение, одновременно предложив расширить тематический круг плакатов по безопасности за счет увеличения плакатов, пригодных для всех отраслей промышленности; подбирая темы, используя статистику несчастных случаев, соотносить издаваемые плакаты с реальной частотой и тяжестью несчастных случаев; привлекать работников на местах к конкурсам на проекты плакатов; привлекать самых разных художников-плакатистов, приветствуя самые разные формы: карикатуру, фотографию, лубок и т. д.; согласовывать необходимость темы какого-то плаката с

организацией; издавать плакаты на национальных языках; четко просчитывать стоимость плаката; выпускать уменьшенные плакаты в виде марок; выпускать стандартные рамы и доски для плакатов и т. д. [10].

Он провел масштабное исследование на выставке советских и иностранных плакатов по гигиене и безопасности труда, где были показаны плакаты Австрии, Англии, Германии и Голландии, Канады, Норвегии, США, СССР, Франции, Чехословакии, Японии (всего около 700). Выставка проходила в разных местах: в Музее охраны труда, в рабочем клубе им. Кухмистерова, в Политехническом музее, на заводе «Парострой», а также в Иваново-Вознесенске, Шуе, Кинешме и Костроме и проходила в 1929 и 1930 гг. Посетители должны были ответить на вопросы «Что вы думаете о нашей выставке?», «Плакаты какой страны вам кажутся наиболее удачными?» Мнение публики изменилось за два года: от утилитарного восприятия зрители перешли к конкретным и детальным замечаниям. Автор отметил, что с 1929 г. плакатное дело в СССР начало освобождаться от германского влияния, «влияние иностранной продукции на нашу станвится не больше влияния нашей продукции на иностранную». И зрители на выставке отмечали, что «плакаты СССР просты и наглядны», «лучше и понятнее для нас», «русских плакатов плохих нет», «наши плакаты не хуже, но во многом лучше иностранных», «русские плакаты яркие, наглядны, животрепещущи» [17, с. 259].

В 1930 г. вышла книга Д. И. Рейтынбарга «Социалистическое соревнование на снижение несчастных случаев в производстве», где он провозглашает основной принцип соревнования – метод массовой работы, следует привлекать как можно больше народу в это движение за счет премирования рабочих, широкого информирования рабочих о положении дел, интенсивного и постоянного поощрения интереса и контроля воздейственными над материалами. «Вообще привлекать и останавливать внимание заинтересованных должно и можно новизной, изобретательностью, остроумием и безусловной художественностью оформления материала» [2], в то время как зачастую на производствах встречается куча висящих вниз головой плакатов, они не меняются месяцами.

В 1931 г. Д. И. Рейтынбарг – ассистент отдела психологии труда Государственного научного института охраны труда НКТ, НКЗ и ВСНХ СССР (директор института – профессор, врач-гигиенист С. И. Каплун) – выпустил уникальную книгу о плакате по технике безопасности труда в СССР и

за границей [18], в которой было представлено его диссертационное исследование [23]. Рейтынбарг предлагает уточненное определение плаката, исходя из трех его свойств: «Плакат произведение изобразительного (включая и фото, и набор) и словесного (может быть одного изобразительного, или одного словесного, или комбинации этих двух видов искусств) искусства, посвященное одной теме и рассчитанное при помощи открытого воздействия практически изменять поведение людей» [18, с. 20]. Есть и другие особенности: четкость изображения, яркость, различимость на расстоянии, объективность, «эпичность», в отличие от лиричности и субъективности картины.

Кроме методологических основ психологии воздействия с применением плаката по ТБ автор дал полный, исчерпывающий обзор методов определения эффективности плаката, в основном описанных зарубежными специалистами, и впервые обозначил «болеву» точку во взаимодействии заказчика, художника и психотехника, вернее, отсутствие взаимодействия, описал типичные случаи непонимания позиций, обосновал свою позицию на равноценность точек зрения. Д. И. Рейтынбарг писал о стоящих перед создателями таких плакатов задачах: «привлечение к участию в создании плакатов не только художников, но и тысяч рабочих, для которых они выпускаются; популяризация плаката как средства пропаганды; изучение читаемости и понимаемости популярной литературы по безопасности труда, изучение эффективности экскурсий и других форм пропаганды охраны и безопасности труда» [18]. Он предложил целый ряд мероприятий в рабочей среде, среди которых первое место по популярности занимают конкурсы на запоминание плакатов, где предлагалось назвать или описать плакаты по безопасности, показанные сотрудниками института на заводе в течение месяца до объявления конкурса. За наибольшее количество названных плакатов и за лучшее их описание была назначена первая премия – 15 руб., вторая – 10 руб. и подарки всем участникам конкурса, независимо от количества плакатов, которые они назовут [12, с. 10]. Особо ценно, что вокруг конкурса создается общественное мнение, о плакатах начинают говорить, интересоваться, и в связи с распределением премий можно созывать большие собрания рабочих и давать на этих собраниях расширенную программу по охране и безопасности труда. На этих собраниях можно поставить доклад, инсценировку, показать кинофильм.

Критика работ Д. И. Рейтынбарга и арест. На I Всесоюзном съезде психотехники и психо-

физиологии труда (20–25.05.1931 г., Ленинград) сотрудница центральной лаборатории по профконсультации и профотбору ВЦСПС Э. А. Рахмель, отметив небольшие успехи мировой психотехники, в то же время подчеркнула серьезные достижения советской психотехники, которые все же снижают ошибки некоторых психотехников. Так, работа по пропаганде безопасности по созданию советского плаката в этой области, осуществляемая Д. И. Рейтынбаргом, полностью переносит опыт Америки в советские условия, не делая никаких отличий; теоретические работы по пропаганде безопасности и по плакату не обосновывались, что привело к делячеству и ползучему эмпиризму как системе. Грубые политические ошибки имелись в применении тестов коллизий в армии и школе в разработке вопросов партпросветработы, что заменяло собой область политической массовой работы психотехникой. В вопросы психологии промышленного травматизма переносились «буржуазные теории Марбэ, Гильдебрандта и других, трактующих травматизм как врожденное биологическое качество. Психотехника очень мало сделала для помощи предприятиям в борьбе с травматизмом» [8, с. 175]. Психолог из ГИППа Т. Л. Коган, подводя итоги I Всесоюзного психотехнического съезда, также обвинила Д. И. Рейтынбарга в извращениях марксизма-ленинизма, выразившихся в идеалистическом и формалистическом обосновании вопросов пропаганды техники безопасности: «Классовое содержание выхолащивалось, вопросы изучения плаката по безопасности брались чуждые нашей социалистической стройке, без теоретических обоснований и изолированно от политико-просветительных задач. Грань между буржуазным и советским плакатом по безопасности была стерта. Вместо отражения социалистического хозяйства... мы имели значительную часть импортированных буржуазных плакатов» [3, с. 166].

На волне критики была развернута дискуссия, в центре которой стоял вопрос: каким должен быть плакат по ТБ: смешным или страшным? – так как трудящиеся «с мест» говорили, что они не будут работать на производстве, опасность которого натуралистично изображена на плакате (такие плакаты были признаны контрреволюционными, мешающими строить социализм). Были инициированы методически интересные эксперименты Д. И. Рейтынбарга и И. О. Макарова (Изучение эффективности положительного и отрицательного (устрашающего) плаката по безопасности, 1931), Г. А. Ротштейна (К вопросу об эффек-

тивности устрашающего и неустрашающего плаката, 1931), Ф. Н. Барановского (К вопросу о плакатах по технике безопасности, 1930), которые дали обширный материал по психологии восприятия.

На пороге второй пятилетки собирается I Уральская психотехническая конференция (март 1932), где Д. И. Рейтынбарг (теперь – работник кабинета психологии воздействия Всесоюзного центрального института оздоровления и организации труда) в своем докладе заявил о коренном пересмотре плаката по охране труда и уже традиционно покаялся в ошибках. Он признал, что пришло время сосредоточиться на «мотивах производственного поведения и о мотивации этого поведения плакатом» [19, с. 270], потому что мотивация – та ступень теоретического обобщения, на которую можно и должно поднять изучение плаката, внося в нее элементы классовой борьбы, которые раньше не замечались советскими психотехниками, наши советские плакаты по мотивировке значительно беднее, чем буржуазные; поскольку «мы не смогли использовать нашего богатейшего арсенала политических, классовых мотивов, мотивов, связанных с новым пониманием труда, с строительством нового общества и созданием нового типа человека» [19, с. 274].

Психотехник предлагает положить в основу дальнейшей работы над плакатом по безопасности труда следующие аспекты: плакат по БТ не может быть оторван от других средств агитации и пропаганды социалистической трудовой политики, поэтому он должен быть политически острым; плакат по БТ должен подаваться под лозунгом «Усвой технику своего производства»; плакат должен строиться по принципам максимальной инструктивности, покрытия конкретного технического содержания, дифференциального подхода к зрителю; плакаты следует дифференцировать по конкретным отраслям. Были обозначены трудности: оформление тем, техническое содержание которых чрезвычайно примитивно, но важно, организация плакатного дела; гигантская нужда страны в плакате; усвоение опыта капиталистических стран в рациональных организационных формах распространения плаката; исследовательская работа над плакатом должна ликвидировать разрыв между теорией и практикой. Д. И. Рейтынбарг называет следующие исследовательские задачи: подготовка плаката к печати совместно с техником, художником, редактором издательства и с оформителем текста; оформление плаката по ТБ⁴; использование плаката в агитационно-пропагандистской практике (рационализация методов экспозиции, изучение «кривой воздей-

ствия», разработка новых способов экспозиции). Но исследовательская практика в плакатной работе сильно задерживалась, потому что специалистов по психологии воздействия мало, и подготовка кадров в этой области не была предусмотрена никакими программами. Д. И. Рейтынбарг предложил включить психологию воздействия в программы курсов по психотехнике и в каждую психотехническую лабораторию, особенно там, где изучают вопросы травматизма, организовать работы по воздействию и учитывать, кроме плаката, и другие средства пропаганды.

В 1935 г. Д. И. Рейтынбарга арестовали по обвинению в контрреволюционной деятельности («знаменитая» статья 58–10) за опубликованную еще в 1928 г. в соавторстве с И. Н. Шпильрейном, Г. О. Нецким книгу «Язык красноармейца» [29], исследования к которой велись по заказу Политуправления РККА, которое хотело иметь представление о том, как влияет язык армейских газет и политических руководителей на сознание красноармейцев. Для изучения сознания 2500 красноармейцев были составлены тесты, где один ответ из 4-х был правильный. В результате тщательного и статистически значимого анализа стало очевидно «крайне примитивное состояние интеллектуального и образовательного уровня военнослужащих» [23, с. 202]. Но в представленных неправильных ответах тестов власти почудились двусмысленность и политическая неблагонадежность, или даже более – антисоветские мысли. С 27 января 1935 г. для Д. И. Рейтынбарга начался трехлетний срок исправительного-трудовых лагерей в Сегежском целлюлозно-бумажном комбинате. Как пишет Прима Давидовна, «папе не просто повезло, а сильно повезло» [23, с. 202], так же «повезло» Г. О. Нецкому – он выжил в лагерях, а вот И. Н. Шпильрейн был расстрелян.

После психотехники. Вскоре психотехника окончила свое существование [7]. П. Д. Рейтынбарг видит причину ликвидации психотехники в неоднозначных результатах тестов, применяемых психотехниками, а также в ее «нейтральности». Так закончился интересный, плодотворный период работы психотехника Д. И. Рейтынбарга.

Отца своего дочь увидела в 1939 г., в Москве ему жить не разрешили, комнату конфисковали. До самой войны он жил и работал в Красноярске, откуда его вызвал С. Г. Геллерштейн в госпиталь в Кисегач, где они проводили научную и практическую работу по восстановлению трудоспособности инвалидов войны. Множество тяжело раненых, ставших инвалидами и калеками, не имели перспектив на новую жизнь, нуждались в обслуживании, в протезах, в приобретении новой

работы с учетом их ограниченных возможностей, часто им была необходима помощь в обучении речи, возвращении памяти. «В масштабах страны было организовано грандиозное дело... Кисегачский госпиталь стал... центральной методической базой для всех тыловых госпиталей подобного рода» [23, с. 222], что отразилось в работах «Организация мастерских трудотерапии при эвакуационных госпиталях ВЦСПС» (1944), «Восстановительная трудовая терапия», (1948, соавт. с С. Г. Геллерштейном). Потом Рейтынбарг продолжил работу: он занимался пропагандой безопасности дорожного движения среди школьников и выпустил работу «Стоит ли рисковать?» (1960).

История психотехники в СССР скрывает еще много белых пятен, непроясненных моментов, непроанализированных источников, неописанных биографий, без которых ни составление истории психотехники в полном объеме, ни разработка объективной истории психологии в СССР невозможны.

Библиографический список

1. Бурлюк, Л. К вопросу о психологическом изучении несчастных случаев [Текст] / Л. Бурлюк, С. Геллерштейн, Л. Красновская, Д. Рейтынбарг, Ю. Шпигель // Промышленный травматизм и борьба с ним: Труды и материалы Государственного института охраны труда НКТ, НКЗ и ВСНХ СССР; под общ. ред. директора института проф. С. И. Каплуна. – М. – Л.: Гострудиздат, 1930. – 720 с. – С. 653–656.
2. Катц, А. Рейтынбарг Д. И. Социалистическое соревнование на снижение несчастных случаев в производстве. Популярная библиотека ин-та охраны труда. Гострудиздат, 1930 г. 64 с. [Текст] / А. Катц // Психотехника и психофизиология труда. – 1930. – № 4. – С. 348–349.
3. Коган, Т. К VII Международной психотехнической конференции [Текст] / Т. Коган // Психология. – 1931. – Т. V. – Вып. 2. – С. 161–167.
4. Кольцова, В. А. Рейтынбарг Давид Исаакович [Текст] / В. А. Кольцова, О. Г. Носкова // Психологический лексикон: энциклопедический словарь в шести томах / ред.-сост. Л. А. Карпенко; под общ. ред. А. В. Петровского. – М.: ПЕР СЭ, 2005. – 783 с. – С. 389.
5. Мазилев, В. А. Актуальные методологические проблемы современной отечественной истории психологии [Текст] / В. А. Мазилев // Ярославский педагогический вестник. – 2014. – № 2. – Том 2. – С. 202–210.
6. Мазилев, В. А. История психологии и философия психологии: необходимо взаимодействие [Текст] / В. А. Мазилев // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2014. – № 2. – С. 94–100.
7. Мазилев, В. А. Последняя осень советской психотехники [Текст] / В. А. Мазилев, Н. Ю. Стоюхина // Ярославский педагогический вестник. – 2014. – № 4. – Том 2. – С. 223–236.

8. Рахмель, Э. А. К итогам I Всесоюзного съезда психотехники и психофизиологии труда [Текст] / Э. А. Рахмель // Психология. – 1931. – Т. V. – Вып. 2. – С. 171–178.

9. Рейтынбарг, Д. И. Газета как реклама [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Журналист. – 1927. – № 6. – С. 24–25.

10. Рейтынбарг, Д. К вопросу об издании плакатов по технике безопасности, профессиональной гигиене и социальному страхованию [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Вопросы просвещения по охране труда и социального страхования : сборник материалов ; под ред. дир-ра Центрального музея ОТ и СС НКТ СССР, РСФСР и отдела труда Моссовета д-ра О. Л. Кузнецова. – М. : Вопросы труда, 1929. – 96 с. – С. 63–69.

11. Рейтынбарг, Д. И. К вопросу об организации испытания профпригодности / Д. И. Рейтынбарг // Вопросы труда. – 1923. – № 10–11. – С. 157–159.

12. Рейтынбарг, Д. Массовая работа с плакатом по безопасности труда [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Охрана труда. – 1931. – № 23–34. – С. 10–13.

13. Рейтынбарг, Д. И. Материалы к библиографии рекламы и пропаганды, в частности пропаганды безопасности [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Вестник Казанского института НОТ. – 1927. – № 2. – С. 40–45, № 3. – С. 41–44; № 4. – С. 29–34; № 5. – С. 21–29; № 6. – С. 25–28.

14. Рейтынбарг, Д. И. Надпись на плакате (опыт статистики плаката) [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Журналист. – 1927. – № 7–8. – С. 44–46.

15. Рейтынбарг, Д. Наша реклама [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Время. – 1925. – 11 (23). – С. 66–69.

16. Рейтынбарг, Д. «Нигде кроме...» [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Журналист. – 1925. – № 10. – С. 59–60.

17. Рейтынбарг, Д. И. Отзывы посетителей о выставках советских и иностранных плакатов по безопасности труда 1929 г. и 1930 г. (230 анкет) [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Психотехника и психофизиология труда. – 1930. – Вып. 4. – С. 243–260.

18. Рейтынбарг, Д. И. Плакат по безопасности труда в СССР и за границей [Текст] / Д. И. Рейтынбарг. – М., 1931. – 240 с.

19. Рейтынбарг, Д. И. Плакат по безопасности труда на новом этапе [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Советская психотехника. – 1932. – № 4. – С. 269–278.

20. Рейтынбарг, Д. И. Реклама книги [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Прикладная психология (Психология труда и психотехника) / Д. И. Рейтынбарг ; под ред. проф. И. Н. Шпильрейна. – М., 1930. – 160 с.

21. Рейтынбарг, Д. Ритмическое оформление рекламы [Текст] / Д. И. Рейтынбарг // Советское искусство. – 1928. – № 3. – С. 59–62.

22. Рейтынбарг, Д. И. Организационный труд. Хрестоматия по организации труда для внешкольного чтения [Текст] / Д. И. Рейтынбарг, Р. М. Гейвесман, Р. В. Минц. – М. : Работник просвещения, 1925. – 488 с.

23. Рейтынбарг, П. Так мы жили [Текст] / Д. И. Рейтынбарг. – Chelstoun, SC, 2013. – 410 с.

24. Стоюхина, Н. Ю. История советской психотехники: психология воздействия [Текст] : учебное посо-

бие / Н. Ю. Стоюхина. – М. : Логос, 2012. – 324 с.

25. Стоюхина, Н. Ю. Психология рекламы глазами психотехника Д. И. Рейтынбарга [Текст] / Н. Ю. Стоюхина // Приволжский научный вестник. – 2014. – № 11–2 (39). – С. 57–62.

26. Стоюхина, Н. Ю. Рождение парадигмы воздействия в работах первых психотехников Америки и Европы [Текст] / Н. Ю. Стоюхина, В. А. Мазиллов // Методология современной психологии : академический сборник научных статей. – Вып. 4 / под ред. В. В. Козлова, А. В. Карпова, В. Ф. Петренко. – М. : МАПН, ЯрГУ, ЛКИИСИ РАН, 2014. – С. 119–130.

27. Стоюхина, Н. Ю. Забытый съезд: Первый Всероссийский съезд по психоневрологии [Текст] / Н. Ю. Стоюхина, В. А. Мазиллов // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – № 4. – Том 2 (Психолого-педагогические науки). – С. 251–260.

28. Стоюхина, Н. Ю. Неизвестные съезды: Второй психоневрологический [Текст] / Н. Ю. Стоюхина, В. А. Мазиллов // Ярославский педагогический вестник. – 2014. – № 1. – Том 2 (Психолого-педагогические науки). – С. 277–287.

29. Шпильрейн, И. Н. Язык красноармейца. Опыт исследования словаря красноармейца Московского гарнизона [Текст] / И. Н. Шпильрейн, Д. И. Рейтынбарг, Г. О. Нецкий. – М. – Л. : Госиздат, Отдел военной литературы, 1928. – 190 с.

Bibliograficheskiy spisok

1. Burljuk, L. K voprosu o psihologicheskom izuchenii neschastnyh sluchaev [Tekst] / L. Burljuk, S. Gellershtejn, L. Krasnovskaja, D. Rejtynbarg, Ju. Shpigel' // Promyshlennyj travmatizm i bor'ba s nim: Trudy i materialy Gosudarstvennogo instituta ohrany truda NKT, NKZ i VSNH SSSR ; pod obshh. red. direktora instituta prof. S. I. Kapluna. – M. – L. : Gostrudizdat, 1930. – 720 s. – S. 653–656.

2. Katc, A. Rejtynbarg D. I. Socialisticheskoe sorevnovanie na snizhenie neschastnyh sluchaev v proizvodstve. Populjarnaja biblioteka in-ta ohrany truda. Gostrudizdat, 1930 g. 64 s. [Tekst] / A. Katc // Psihotehnika i psihofiziologija truda. – 1930. – № 4. – S. 348–349.

3. Kogan, T. K VII Mezhdunarodnoj psihotehnikeskoj konferencii [Tekst] / T. Kogan // Psihologija. – 1931. – T. V. – Vyp. 2. – S. 161–167.

4. Kol'cova, V. A. Rejtynbarg David Isaakovich [Tekst] / V. A. Kol'cova, O. G. Noskova // Psihologicheskiy leksikon : jenciklopedicheskij slovar' v shesti tomah / red.-sost. L. A. Karpenko ; pod obshh. red. A. V. Petrovskogo. – M. : PER SJe, 2005. – 783 s. – S. 389.

5. Mazilov, V. A. Aktual'nye metodologicheskie problemy sovremennoj otechestvennoj istorii psihologii [Tekst] / V. A. Mazilov // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. – 2014. – № 2. – Tom 2. – S. 202–210.

6. Mazilov, V. A. Istorija psihologii i filosofija psihologii: neobhodimo vzaimodejstvie [Tekst] / V. A. Mazilov // Vestnik Vjatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. – 2014. – № 2. – S. 94–100.

7. Mazilov, V. A. Poslednjaja osen' sovetskoj psi-

hotehniki [Tekst] / V. A. Mazilov, N. Ju. Stojuhina // Jaroslavskij pedagogičeskij vestnik. – 2014. – № 4. – Tom 2. – S. 223–236.

8. Rahmel', Je. A. K itogam I Vsesojuznogo s#ezda psihotehniki i psihofiziologii truda [Tekst] / Je. A. Rahmel' // Psihologija. – 1931. – T. V. – Vyp. 2. – S. 171–178.

9. Rejtnybnarg, D. I. Gazeta kak reklama [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Zhurnalist. – 1927. – № 6. – S. 24–25.

10. Rejtnybnarg, D. K voprosu ob izdании plakatov po tehnike bezopasnosti, professional'noj gigiene i social'nomu strahovaniju [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Voprosy prosveshhenija po ohrane truda i social'nogo strahovanija : sbornik materialov ; pod red. dir-ra Central'nogo muzeja OT i SS NKT SSSR, RSFSR i otdela truda Mossoveta d-ra O. L. Kuznecova. – M. : Voprosy truda, 1929. – 96 s. – S. 63–69.

11. Rejtnybnarg, D. I. K voprosu ob organizacii ispytaniya proprigodnosti / D. I. Rejtnybnarg // Voprosy truda. – 1923. – № 10–11. – S. 157–159.

12. Rejtnybnarg, D. Massovaja rabota s plakatом po bezopasnosti truda [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Ohrana truda. – 1931. – № 23–34. – S. 10–13.

13. Rejtnybnarg, D. I. Materialy k bibliografii reklamy i propagandy, v chastnosti propagandy bezopasnosti [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Vestnik Kazanskogo instituta NOT. – 1927. – № 2. – S. 40–45, № 3. – S. 41–44; № 4. – S. 29–34; № 5. – S. 21–29; № 6. – S. 25–28.

14. Rejtnybnarg, D. I. Nadpis' na plakate (opyt statistiki plakata) [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Zhurnalist. – 1927. – № 7–8. – S. 44–46.

15. Rejtnybnarg, D. Nasha reklama [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Vremja. – 1925. – 11 (23). – S. 66–69.

16. Rejtnybnarg, D. «Nigde krome...» [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Zhurnalist. – 1925. – № 10. – S. 59–60.

17. Rejtnybnarg, D. I. Oтыvy posetitelej o vystavkah sovetskikh i inostrannyh plakatov po bezopasnosti truda 1929 g. i 1930 g. (230 anket) [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Psihotehnika i psihofiziologija truda. – 1930. – Vyp. 4. – S. 243–260.

18. Rejtnybnarg, D. I. Plakat po bezopasnosti truda v SSSR i za granicej [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg. – M., 1931. – 240 s.

19. Rejtnybnarg, D. I. Plakat po bezopasnosti truda na novom jetape [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Sovetskaja psihotehnika. – 1932. – № 4. – S. 269–278.

20. Rejtnybnarg, D. I. Reklama knigi [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Prikladnaja psihologija (Psihologija truda i psihotehnika) / D. I. Rejtnybnarg ; pod red. prof. I. N. Shpil'rejna. – M., 1930. – 160 s.

21. Rejtnybnarg, D. Ritmicheskoe oformlenie reklamy [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg // Sovetskoe iskusstvo. – 1928. – № 3. – S. 59–62.

22. Rejtnybnarg, D. I. Organizacionnyj trud. Hrestomatija po organizacii truda dlja vneshkol'nogo chtenija [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg, R. M. Gejvesman, R. V. Minc. – M. : Rabotnik prosveshhenija, 1925. – 488 s.

23. Rejtnybnarg, P. Tak my zhili [Tekst] / D. I. Rejtnybnarg. – Chelstoun, SC, 2013. – 410 s.

24. Stojuhina, N. Ju. Istorija sovetskoj psihotehniki: psihologija vozdeystvija [Tekst] : uchebnoe posobie / N. Ju. Stojuhina. – M. : Logos, 2012. – 324 s.

25. Stojuhina, N. Ju. Psihologija reklamy glazami psihotehnika D. I. Rejtnybnarga [Tekst] / N. Ju. Stojuhina // Privolzhskij nauchnyj vestnik. – 2014. – № 11–2 (39). – S. 57–62.

26. Stojuhina, N. Ju. Rozhdenie paradigmy vozdeystvija v rabotah pervyh psihotehnikov Ameriki i Evropy [Tekst] / N. Ju. Stojuhina, V. A. Mazilov // Metodologija sovremennoj psihologii : akademicheskij sbornik nauchnyh statej. – Vyp. 4 / pod red. V. V. Kozlova, A. V. Karpova, V. F. Petrenko. – M. : MAPN, JarGU, LKIIIS RAN, 2014. – S. 119–130.

27. Stojuhina, N. Ju. Zabytyj s#ezd: Pervyj Vserossijskij s#ezd po psihonevrologii [Tekst] / N. Ju. Stojuhina, V. A. Mazilov // Jaroslavskij pedagogičeskij vestnik. – 2013. – № 4. – Tom 2 (Psihologopedagogičeskie nauki). – S. 251–260.

28. Stojuhina, N. Ju. Neizvestnye s#ezdy: Vtoroj psihonevrologičeskij [Tekst] / N. Ju. Stojuhina, V. A. Mazilov // Jaroslavskij pedagogičeskij vestnik. – 2014. – № 1. – Tom 2 (Psihologopedagogičeskie nauki). – S. 277–287.

29. Shpil'rejn, I. N. Jazyk krasnoarmejca. Opyt issledovanija slovarja krasnoarmejca Moskovskogo garnizona [Tekst] / I. N. Shpil'rejn, D. I. Rejtnybnarg, G. O. Neckij. – M. – L. : Gosizdat, Otdel voennoj literatury, 1928. – 190 s.

¹ В 1919 г. педагог Б. Шварцман на базе уже существующих в Малаховке детских домов организует детскую колонию с сельскохозяйственным уклоном под названием «Третий интернационал». Ей были выделена земля для сельхозработы, которая становится обязательной для колонистов, также дети сами готовили пищу, делали ремонт своих помещений, организовывали свой быт. Все – и взрослые и воспитанники – обращались друг к другу «товарищ», на «ты». В колонии были опробованы методы, в скором времени признанные передовыми (например, А. Макаренко). В настоящее время Малаховская колония больше известна в связи с тем, что в ней работали М. Шагал и музыкант, основатель тель-авивской консерватории Ю. Энгель.

² «Деятельность, направленная на других людей с целью склонить этих людей добровольно исполнить задачи, которые ставит перед собой субъект воздействия (лицо, учреждение, организация)» [20, с. 55].

³ Воздействие физическое, гипноз, воздействие законов природы и воздействие государственных законов.

⁴ «Изображаемая на плакатах обстановка должна говорить о высокой культуре социалистического труда. Плакаты должны внушать гордость и радость, любовь к машине и труду» [19, с. 277].