

ИСТОРИЯ

УДК 070.1:655.11 (420-25) «18/19»

ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ РОССИИ КАК ОТРАСЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (НА ПРИМЕРЕ МОСКОВСКОЙ ПРЕССЫ РУБЕЖА XIX-XX вв.)

С.П.Костриков, Ю.П.Надёхина

Государственный университет управления, Москва, S.Kostrikov@mail.ru

Рассмотрены объективные предпосылки и ход процесса превращения русской периодической печати в отрасль предпринимательства на рубеже XIX-XX веков, показана его противоречивость. В качестве объекта исследования выступает московская печать этого периода. Она представляла собой один из наиболее ярких примеров превращения периодики в разновидность бизнеса.

Ключевые слова: *московская пресса, периодическая печать, журналисты, журналистика, предпринимательство*

The article is devoted to the problem of transformation of Russian periodicals into a business branch at the turn of XXth century. Objective preconditions and a course of this process are considered, its discrepancy is shown. The Moscow press of this period acts as the object of research. It represented one of most vivid examples of transformation of periodical press in one of the business versions.

Keywords: *the Moscow press, periodicals, journalists, journalism, business*

На рубеже XIX-XX вв. в России разворачивается процесс, который современные исследователи называют «коммерциализацией» прессы. Он отражал социально-экономические преобразования 90-х гг. XIX в. и заключался в превращении газетного дела в доходную отрасль. Несмотря на то, что многие авторы занимались этими сюжетами [1], всеобъемлющего исследования об отечественной прессе как отрасли предпринимательства пока нет.

С конца XIX в. при успешном ведении дел и понимании общественных запросов выпуск газет и журналов начал приносить их владельцам прибыль. На периодическое издание стали смотреть как на коммерческое дело и занимались им с целью разбогатеть. С.И.Васюков, известный публицист того времени, замечал: газета становится таким же предприятием, «как добывание угля или фабрикация спирта» [2]. Благодаря техническому прогрессу выпуск периодических изданий значительно ускорился и удешевился. На рубеже XIX-XX вв. в России растет число подписчиков, увеличиваются розничные продажи. Но наибольшую прибыль пресса получала не от подписки, а за счет рекламы. Публикация платных объявлений в периодических изданиях становится весьма популярной. В крупнейших газетах появляется особая должность ответственных за рекламу. Они уже не ждали заказчиков, а стали их искать. Некоторые российские купцы и фабриканты создавали собственные газеты исключительно для расширения сбыта своих товаров. К подобным изданиям относится газета «Русский курьер» фабриканта «шипучих вод» Н.Ланина, газета «Минута» Е.Добродеева и некоторые другие [3], печатавшие рекламные объявления своих предприятий. Многие органы периодической печати отводили целые листы под платные объявления. Это явление распространилось по всей России. По подсчетам совре-

менника, на одной строке объявления периодические издания могли заработать до 50 коп., что составляло по тем временам солидный доход [4]. Автор называет подобное явление «газетным ростовщичеством». Таким образом, с конца XIX в. издавать газеты и журналы стало выгодно.

Подобные процессы наблюдались во всех странах, где развитие периодической печати сопровождалось техническим прогрессом. В 1892 г. немецкий исследователь периодики К.Бюхер замечал: «Каждый номер большой ежедневной газеты, выходящей сегодня, является чудесным произведением капиталистически организованного народно-хозяйственного разделения труда и техники машинного производства, средством духовного и научного общения, в котором, как в фокусе, соединяются все другие средства сообщения: железная дорога, почта, телеграф, телефон. Но, как ни на одной точке, где капитализм соприкасается с духовной жизнью, наш глаз не может остановиться с удовлетворением, так и это детище современной культуры радует наше сердце лишь наполовину» [5].

Многие российские общественно-политические деятели, да и сами журналисты задумывались над этими же проблемами и высказывали различные мнения по поводу проникновения в периодику крупного капитала, поскольку это неизбежно несло с собой снижение нравственного и культурного уровня издания. Вслед за рекламой в целях повышения тиража пресса наполнялась криминальными сюжетами, сомнительными сенсациями, низкопробными литературными поделками. Все это потом назвали «бульварностью». Но сильнее всего передовую общественность заботило то, что пресса становится продажной. За большие суммы банк, владелец предприятия был «вправе рассчитывать на любезное внимание и участие данной газеты, которая не откажется вовремя тиснуть нужную статейку и

пустить в обращение нужную идейку в передовице, хронике или корреспонденции» [6].

Справедливым в этой связи представляется замечание обер-прокурора Святейшего Синода К.П.Победоносцева. В статье, посвященной печати, он писал: «Одна из язв печати состоит в том, что она производит и плодит до безмерности целое сословие журналистов, предпринимателей и писателей, “кормящихся и богатеющих пером”. Самые серьезные деятели серьезной печати не перестают горько жаловаться на умножение числа этих собратий, с которыми стыдно, но приходится считаться в составе одного учреждения» [7].

Действительно, многие известные публицисты того периода с болью отзывались о сращивании журналистики и капитала. Так, С.Васюков замечал: «Изначально печать несла правду и добро. Но развитие печатного дела привело к тому, что печать разделяется на два в сущности противоположных течения: одно продолжает служить делу человеческого развития, другая часть, недавно народившаяся, преследует частные цели, приобретя промышленный, даже коммерческий интерес» [8].

Другой современник оценивал эти процессы еще категоричнее: «Одной из характернейших и, прибавим, печальнейших черт переживаемой нами эпохи является процесс постепенного втягивания в область капиталистического хозяйства самых различных фактов и отношений, до сих пор не носивших не только капиталистического, но и вообще экономического характера... Так называемое литературное поприще в настоящее время довольно густо застроилось литературными фабриками и лавками, торгующими печатным словом распивочно и на вынос» [9].

Тем не менее, в течение XIX в. российская журналистика бурно развивалась. Росло количество и качество газет и журналов, появлялись новые жанры, существенно выросло число читателей и самих журналистов. За прошедший период четко разграничились функции издателя, редактора и автора периодических изданий. Усилилось размежевание между журналистикой как проводником общественного мнения и журналистикой как отраслью предпринимательства.

Наиболее ярко эти процессы проявили себя в Москве. «Мнение о том, что пресса учит и руководит толпой, едва ли справедливо. Для этого необходим или уж очень большой авторитет, или продолжительная затрата времени, а с ним и капитала... В большинстве случаев газета подлаживается под вкусы читающей публики, стараясь этим обеспечить себе возможно большее количество подписчиков. Сказанное мной нигде так ясно не выступает как в Москве», — писал петербургский журналист того периода [10].

Безусловно, между московской и петербургской прессой всегда наблюдалось некое соперничество. Но о том, что периодическая печать Москвы все более превращается в отрасль предпринимательства и все меньше выступает проводником культуры и просвещения для народа, писали и московские журналисты. С.И.Васюков отмечал: «Да, московская печать занимает по своей нелитературности первое место в России, провинциальная и петербургская никогда не

спускалась и не дойдет до такого ужасного уровня неблагопристойности» [11].

Известнейший репортер того времени В.А.Гиляровский, рассуждая о периодике как о прибыльном предприятии, в своей книге «Москва газетная» вспоминал о редакторе-издателе газеты «Новости дня» А.Я.Липскеров: «Затевая издание газеты, он не задавался никакими высокими идеями, а смотрел на газету как на коммерческое дело с конечной целью разбогатеть по примеру Н.И.Пастухова, а что писалось в газете, его занимало мало. Его интересовали только доходы» [12]. Здесь же он пишет о самом Н.И.Пастухове, редакторе-издателе известнейшей бульварной газеты «Московский листок»: «Это — яркая, можно сказать, во многом неповторимая фигура своего времени: безграмотный редактор на фоне безграмотных читателей, понявших и полюбивших этого человека, умевшего говорить на их языке... Мало того, что Н.И.Пастухов приучал читать газету, — он и бумагу для «Листка» специально заказывал, чтобы она гонимась на курево. Из-за одного этого он конкурировал с газетами, печатавшимися, может быть, на лучшей, но негодной для курева бумаге, даже это было учтено им!» [13].

Безусловно, Н.И.Пастухов добивался популярности своей газеты для извлечения прибыли. Но, как верно замечает Гиляровский, «безграмотный редактор приучил читать безграмотную свою газету охотничья, лавочника, извозчика, трактирного завсегдатая обывателя, мужика из глухих деревень». Об этом пишет и С.И.Васюков: «образовались кучки более или менее зажиточных крестьян, которые сообщая выписывали газету на трактир или кабака, куда подписчики и ходили наслаждаться занятым чтением о том, “как и чем люди живы”» [14]. Таким образом, с одной стороны, обыватель начинал свое знакомство с прессой с «желтого» листка. Но, с другой стороны, подобные газеты приобщали людей к чтению, некоторым образом поднимали их статус в собственных глазах и в глазах других людей. А насытившись легким чтением, человек мог перейти к более серьезной прессе и литературе. В этом заложена социокультурная противоречивость газеты как капиталистического предприятия.

И в начале XXI в. СМИ также тесно связаны с капиталом, предпринимателями и с политикой. «1890-е годы — время промышленного подъема в России. С процессами капитализации всей русской жизни связано дальнейшее развитие периодической печати», — констатирует в своей монографии Б.И.Есин [15]. Другой исследователь замечает: «В издании периодики центральное место стали занимать вопросы прибыли, издательских издержек и рентабельности. Однако наряду с предпринимателями-миллионерами, такими, как А.С.Суворин, Н.И.Пастухов, видевшими главную цель в извлечении максимального дохода из издательского дела, в прессе трудились подлинники подвижники, для которых коммерческая сторона была второстепенной» [16].

Действительно, в 1890 — 1905 гг. в Москве выходили издания, не приносящие своим владельцам никакой прибыли, а служившие лишь трибуной для

выражения определенной системы взглядов. Типичным примером является газета «Кремль», издававшаяся в Москве с 1897 г., редактором, издателем, а также автором всех статей которой был историк Д.И.Иловайский. Широкоизвестной серией популярных учебников по русской истории для разных возрастов, он по своим взглядам был сторонником самодержавной власти, опиравшейся на православие, единение сословий. К концу 90-х годов XIX в. не осталось ни одного периодического издания, с которым мог бы примириться Иловайский. Это побудило его выпускать собственную газету. Издание приносило владельцу только убытки, но он все равно продолжал тратить на нее средства, полученные от продажи учебников.

К подлинным подвижникам можно отнести и редактора-издателя журнала «Русский архив» П.И.Бартенева, и супругов Тихомировых, издававших журналы «Детское чтение» и «Педагогический листок», и ряд других московских редакторов и журналистов, стоявших на передовых позициях в отечественной периодической печати рубежа XIX-XX вв.

Но куда чаще органы печати открывались в Москве в надежде на извлечение прибыли. Заметим, что лишь малая их часть становилась популярной. Примеров, когда выходил только один-два номера газеты или журнала, великое множество. Прежде чем приносить владельцу прибыль газета требовала не только значительных денежных вложений, но и хорошо продуманной оригинальной программы и рекламы.

Так, 10 июня 1901 г. в Москве вышел первый номер газеты «Московский посредник» — бесплатное издание справок и объявлений. Редактором-издателем был крестьянин Ярославской губернии Н.В.Верховой. Предполагалось, что газета будет ежедневной, но до 8 июля вышло всего пять номеров. Верхового к выпуску газеты подтолкнула «необходимость кормить семью» [17]. Издание не выдержало конкуренции с аналогичными московскими органами печати. Газета была перенесена в Ярославль под названием «Ярославский посредник». Там Верховому удалось добиться тиража в 2 тысячи экземпляров. Однако ему приходилось работать по 20-22 часа в сутки в одиночку, не имея сотрудников. И в феврале 1906 г. газету все же пришлось закрыть из-за материальных проблем [18].

Какие же издания приносили больше прибыли — газеты или журналы? По этому поводу известный русский фельетонист А.В.Амфитеатров писал одному из коллег по цеху журналистики И.И.Ясинскому: «Журнал — пирожное, бросьте; а газета — вот хлеб, вот обед!» [19]. Газеты выходили ежедневно. Естественно, что они и печатали основные платные объявления. Газеты хорошо зарабатывали на розничных продажах.

У владельцев журналов не было таких широких возможностей. Издания выживали за счет подписчиков. Поэтому они чаще, чем газеты, издавались с целью освещения важных проблем, отстаивания своей точки зрения, влияния на общественное мнение.

Около 20% московских журналов рубежа XIX-XX вв. издавались различными общественными орга-

низациями для освещения их деятельности. Например, «Бюллетень Московского общества испытателей природы» выходил в Москве с 1887 по 1917 гг.; журнал «Книговедение» в 1894 — 1896 гг. издавал Московский библиографический кружок; журнал «Московские церковные ведомости», выходивший в 1880 — 1917 гг., издавался на средства Общества любителей духовного просвещения и т.п.

Остальные московские журналы рубежа XIX-XX вв. выпускались на средства частных лиц. В 75% изданий редактор являлся и издателем. Очень часто он был еще и ведущим автором. Доходы от такого издания сосредотачивались в руках одного-двух человек. Читателей у подобных журналов было немного, а следовательно, и прибыль была небольшая. Издательница журнала для детей «Светлячок» М.Ф.Лидерт вспоминала, что за первый год существования издания число подписчиков составило всего лишь 800 человек [20].

Процесс проникновения капитала в отечественную периодику связан прежде всего с развитием промышленности, торговли и банковского дела. Именно представители купечества были владельцами промышленных и финансовых предприятий. Неудивительно, что более всего тенденция капитализации прессы проявилась в Москве. «Москва купеческая» — этот эпитет второй столицы появился благодаря писателю П.Д.Боборыкину в 70-е годы XIX в. «Это Москва, где купеческое засилье, где купец повсюду, — и в амбаре, и в городской думе, и в университете, и в театре, где без купца нельзя ничего сделать», — так пишет в своих мемуарах бытописатель московского купечества П.А.Бурьшкин [21]. По его мнению, купцы активно участвовали в общественной жизни Москвы из желания «взаправду служить своему городу, так же, как земцы хотели служить своей деревне» [22].

Издание газет и журналов — важнейшая область общественной жизни. Были целые купеческие семьи, которые покровительствовали периодической печати или издавали собственные газеты и журналы.

На рубеже XIX-XX вв. Ф.А.Куманин, представитель старейшего московского купеческого рода, издавал сразу несколько журналов: «Артист», «Театрал», «Театральная библиотека» и «Читатель». Целью последнего было «доставить небогатой интеллигенции, особенно живущей в глухой провинции, возможность составить за крайне дешевую цену собственную библиотеку появившихся в других периодических изданиях выдающихся произведений лучших современных, преимущественно русских писателей» [23]. Журнал выходил еженедельно, а подписная цена на год с доставкой составляла всего 6 рублей.

Представителями московского купечества были также издатель журнала «Весь» С.А.Поляков, редактор-издатель журнала «Двигатель» А.А.Гиллин, редактор-издатель журнала «Фотографическое изображение» А.Ф.Рейне и ряд других московских редакторов и журналистов.

Таким образом, на рубеже XIX-XX вв. в связи с развитием свободы предпринимательства и расширением рынка печатной продукции количество изда-

ний резко возросло. Развивалась провинциальная пресса. Появляются «флагианы» отечественной периодики — газеты «Новое время» в Петербурге и «Русское слово» в Москве. Обе входили в крупные объединения, связанные с изданием печатной продукции, являясь их важной доходной частью. «Русское слово» со временем превратилось в образцовое капиталистическое предприятие и приносило большие доходы. Доходность издания во многом зависела от массовости читателя. Возникает тесная связь с развитием грамотности, образования, политизации читателей и расширением периодической печатной продукции. Растет количество газет и журналов, которые стараются удовлетворить интересы разнообразных социальных групп, в том числе и малограмотных городских и сельских жителей. Коммерческая выгода побуждала выпускать массовые бульварные газеты, рассчитанные на невысокий вкус обывателя. Но одновременно возникают и более серьезные издания, рассчитанные на подготовленных и социально активных читателей, способные формировать и отражать общественное мнение.

1. См., напр., Боханов А.Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал. Конец XIX в. — 1914 г. М., 1984. 152 с.; Петров Ю.А. Московская буржуазия в начале XX в.: предпринимательство и политика. М., 2002. 145 с.
2. Васюков С.И. «Скорпионы» (Современные деятели московской прессы). М., 1901. С.84.
3. Боханов А.Н. Указ. соч. С.29.
4. Зло всей прессы. СПб., 1904. С.17.
5. Бюхер К. Происхождение газеты // История печати: Антология. М., 2001. С.27.
6. Зло всей прессы. С.23.
7. Победоносцев К.П. Московский сборник // Победоносцев К.П. Сочинения. СПб., 1996. С.306.
8. Васюков С.И. Указ. соч. С.4.
9. Берлин П.А. Очерки современной журналистики // Периодическая печать на Западе: Сб. статей. СПб., 1904. С.29-30.
10. Осипов А. Духовный мир Москвы // Северный вестник. 1897. №10. С.28.
11. Васюков С.И. Указ. соч. С.8.
12. Гиляровский В.А. Соч. в 4-х т. М., 1989. Т.3. С.74.
13. Там же. С.80.
14. Васюков С.И. Указ. соч. С.10.
15. Есин Б.И. История русской журналистики (1703 — 1917). М., 2000. С.7.

16. Дергачёва Л.Д. Эволюция прессы в XIX в. // Очерки русской культуры XIX в. Т.3. М., 2001. С.469.
17. Таточенко В.В. Судьбы российской провинциальной журналистики начала XX в. сквозь призму судеб редакторов-издателей: деятельность Н.В.Верхового в Ярославле // Вестник Тюменского гос. ун-та. 2010. №1. С.75.
18. Там же. С.74.
19. Цит. по: Ясинский И.И. Роман моей жизни. Книга воспоминаний. М.; Л., 1926. С.292.
20. РГАЛИ Ф.1086. Крашенинников Н.А. Оп.5. Ед.хр.26. «Воспоминания М.Ф.Лидерт об издании детских журналов «Светлячок», «Путеводный огонек».
21. Бурыйшкин П.А. Москва купеческая. М., 1991. С.220.
22. Там же. С.222.
23. Читатель. 1896. №37. С.128.

Bibliography (Transliterated)

1. Sm., napr., Bokhanov A.N. Burzhuaznaja pressa Rossii i krupnyj kapital. Konec XIX v. — 1914 g. M., 1984. 152 s.; Petrov Ju.A. Moskovskaja burzhuazija v nachale KhKh v.: predprinimatel'stvo i politika. M., 2002. 145 s.
2. Vasjukov S.I. «Skorpiony» (Sovremennye dejateli moskovskoj pressy). M., 1901. S.84.
3. Bokhanov A.N. Ukaz. soch. S.29.
4. Zlo vsej pressy. SPb., 1904. S.17.
5. Bjukher K. Proiskhozhdenie gazety // Istorija pečati: Antologija. M., 2001. S.27.
6. Zlo vsej pressy. S.23.
7. Pobedonoscev K.P. Moskovskijj sbornik // Pobedonoscev K.P. Sochinenija. SPb., 1996. S.306.
8. Vasjukov S.I. Ukaz. soch. S.4.
9. Berlin P.A. Očerki sovremennoj zhurnalistiki // Periodičeskaja pečat' na Zapade: Sb. statej. SPb., 1904. S.29-30.
10. Osipov A. Dukhovnyj mir Moskvy // Severnyj vestnik. 1897. №10. S.28.
11. Vasjukov S.I. Ukaz. soch. S.8.
12. Giljarovskijj V.A. Soch. v 4-kh t. M., 1989. T.3. S.74.
13. Tam zhe. S.80.
14. Vasjukov S.I. Ukaz. soch. S.10.
15. Esin B.I. Istorija russkoj zhurnalistiki (1703 — 1917). M., 2000. S.7.
16. Dergachjova L.D. Ehvoljucija pressy v XIX v. // Očerki russkoj kul'tury XIX v. T.3. M., 2001. S.469.
17. Tatochenko V.V. Sud'by rossijskoj provincial'noj zhurnalistiki nachala KhKh v. skvoz' prizmu sudeb redaktorov-izdatelej: dejatel'nost' N.V.Verkhovogo v Jaroslavle // Vestnik Tjumenskogo gos. un-ta. 2010. №1. S.75.
18. Tam zhe. S.74.
19. Cit. po: Jasinskijj I.I. Roman moejj zhizni. Kniga vospominanij. M.; L., 1926. S.292.
20. RГАЛИ F.1086. Krashennnikov N.A. Op.5. Ed.khr.26. «Vospominanija M.F.Lidert ob izdanii detskikh zhurnalov «Svetljachok», «Putevodnyj ogonek».
21. Buryshkin P.A. Moskva kupecheskaja. M., 1991. S.220.
22. Tam zhe. S.222.
23. Chital'el'. 1896. №37. S.128.