

## **Л.З. СЛОНИМСКИЙ**

### **(1850—1918)**

#### **Периодическая печать и капитализм**

В последнее время много говорилось у нас об угрожающем владычестве промышленного капитала в литературе и журналистике; некоторые ясно предвидят уже тот момент, когда капиталисты-предприниматели окончательно завладеют нашей печатью и устроят ее по образу и подобию других отраслей капиталистической промышленности.

Несомненно, что при современных экономических условиях материальные, промышленные интересы получают все большее преобладание в организации и судьбах периодической печати. Но — рассуждая теоретически — достигнуть окончательного и полного господства в этой области они не могут по свойству самого предмета. В том своеобразном товаре, который пускается в оборот литературно-газетной промышленностью, всегда остается нерастворимый, неуловимый для капитала, не поддающийся его захвату остаток духовного, умственного, индивидуального творчества, особенно ценный для потребителей, т.е. в данном случае для читателей.

Литературно-издательское производство, даже если оно всецело находится в руках промышленного капитала,

неизбежно сохраняет свои особые черты, резко отличающие его от других отраслей промышленности. Умственные работники участвуют и занимают видное место в каждом промышленном, техническом, фабрично-заводском деле; они являются необходимыми организаторами и руководителями предприятий, создают их репутацию, обеспечивают их успех своим умением и талантами, или, наоборот, приводят к упадку своими ошибками и упущениями; но в продуктах производства не видно их участия, не отражается их индивидуальность. Изделия той или иной фабрики представляют более или менее однородную массу товаров, имеющих известные внешние, объективные признаки; в этих товарах мы не найдем следов участия тех техников, химиков, инженеров и руководителей, которые работают в данном предприятии...

Совершенно другое мы видим в литературно-издательском деле. Здесь личность умственного работника не отделяется от продукта его работы: она неизбежно отражается в нем, и это отражение есть именно то, что придает ему цену в глазах публики. Индивидуальность литературного работника сказывается в каждом издании, в котором он участвует; в данном номере журнала или газеты сотрудник находит свои строки, лично ему принадлежащие; он видит следы своей работы в прочитанных и исправленных им статьях и сообщениях, и даже самый скромный участник может указать и определить тот уголок издания, в котором так или иначе отражается его личность. Литературно-издательская промышленность не производит и не выпускает на рынок массы однородных, безразличных товаров, которые существовали бы и имели бы ценность сами по себе, независимо от произведших их лиц. Каждый орган

периодической печати имеет свою определенную физиономию — не внешнюю, техническую, а внутреннюю, духовную, интеллигентную, неотделимую от данного издания. Эта физиономия создается редакцией и ближайшими сотрудниками журнала или газеты; сотрудники придают известный характер или оттенок изданию, публика невольно отличает их друг от друга, привыкает к их писательской индивидуальности, и читатели заранее знают, кто и что пишет в данном издании. Писатели по призванию и по профессии вкладывают свою душу в известное литературное предприятие; они налагают на него отпечаток своей личности, своего дарования, своих убеждений и идеалов; для них то издание, в котором они участвуют, вовсе не предприятие, не постороннее учреждение, с которым они связаны службой или договором; там, в этом издании, заключается часть, и может быть, лучшая часть их собственной души. Здесь, очевидно, неприменимы те отношения между хозяевами-капиталистами и умственными работниками высшего ранга, которые существуют в других отраслях промышленности. ... Когда говорят о владычестве или о предстоящем владычестве капитала над прессой, то при этом имеют в виду главным образом печать ежедневную, газетную. Журналы, особенно ежемесячные, предоставляют мало соблазна для предпринимателей-капиталистов; они существуют преимущественно для так называемой интеллигенции, для небольшой сравнительно части образованного общества; они интересуют публику только своею идейною стороною и не могут служить ни орудиями промышленного влияния, ни источником обогащения. Журналы не только у нас, но и за границей находятся обыкновенно в руках писателей и ученых; они остаются

в распоряжении более или менее тесных литературных кружков, обществ или учреждений, даже если они формально составляют собственность акционерных компаний или известных издательских фирм. Для промышленного капитализма тут мало простора. Аrenoю желанного господства для капиталистов является именно ежедневная печать, проникающая повсюду, доставляющая не только огромные денежные обороты и доходы, но и возможность значительного промышленного влияния на многомиллионные массы потребителей. Капиталисты и завладели газетой в западной Европе, но формы этого владычества неодинаковы в различных странах; вместе с тем замечаются различия и в отношениях между издателями и сотрудниками. В английской журналистике эти отношения покоятся на обоюдных коммерческих интересах и соглашениях; там применяются высокие нормы вознаграждения и возможно более выгодные условия для писателей, но зато издатели остаются полными хозяевами. Во Франции большинство газет обыкновенно составляют собственность особых акционерных компаний, и лица, владеющие наибольшим количеством акций данной газеты, являются главными и высшими ее распорядителями. Скупка акций какой-нибудь ходкой газеты для приобретения принадлежащего ей влияния на промышленном рынке считается одним из способов достижения крупного успеха в коммерческом мире. Так несколько лет тому назад известный парижский «Figaro» подвергался риску неожиданного перехода в другие руки, вследствие значительных закупок акций этой газеты известным спекулянтom... Для капиталистов газета имеет значение как орудие рекламы и публикаций, и главные доходы получаются из этого

источника, а вовсе не от читающей публики. В Германии некоторые из самых распространенных газет принадлежат крупным агентствам объявлений: так, например, Berliner Tageblatt издается торговым домом Рудольфа Моссе, по образцу которого организован существующий у нас торговый дом Метцль. Главное место — или наибольшее количество бумаги — в каждой немецкой или английской газете занимают публикации объявления; литературный или общественно-политический материал газеты превращается как бы в побочный, сравнительно незначительный привесок к обширному, подавляющему отделу реклам. В газетах французских практикуется более тонкая, менее заметная форма публикаций; там даже за небольшие биржевые или банковские бюллетени уплачиваются десятки тысяч франков, и на заурядные объявления не принято уделять много места. Публикации выгодно печатать только в очень распространенных газетах, а получить большое распространение может лишь газета, располагающая талантливыми, остроумными, компетентными и даже учеными сотрудниками. ...В Германии работа газетных сотрудников оплачивается гораздо хуже, чем во Франции, и немецкие журналисты поставлены в несравненно менее благоприятные условия...

Наша ежедневная печать находится еще пока в таком положении, что чисто капиталистические начала могут быть проводимы в ней только с большим трудом. Газетное и журнальное издательство является у нас поприщем не для выгодного помещения капитала, а для самоотверженного общественного служения. Промышленные капиталы не идут в такую область, где судьба предприятий зависит от непредвидимых случайностей, где самый широкий успех в публике не

ограждает от внезапного провала, где существование наилучше обставленного издания может быть прекращено в каждый данный момент, по усмотрению посторонних для печати лиц. Всякое промышленное дело требует известных элементарных гарантий внешней безопасности, оно не может жить и развиваться под ежедневным постоянным страхом упразднения или катастрофы. Расчетливым капиталистам нечего делать там, где серьезные по существу предприятия осуждены оставаться эфемерными, где нет под ними надежной почвы даже при несомненных шансах успеха, где нет элементов прочности и постоянства в общем положении дел...

Наши газеты прекращались большей частью не от внутреннего худосочия и не от равнодушия публики. Нет надобности приводить примеры — все знают и помнят их. По странной игре случая у нас внезапно погибали именно те издания, которые пользовались наибольшим успехом и популярностью и вполне обеспечивали не только издателей, но и сотрудников. Процветал у нас когда-то «Голос» — и погиб, вопреки всем расчетам и ожиданиям своего осторожного и предусмотрительного хозяина. В последние годы существовал у нас очень распространенный и популярный «Сын Отечества», но исчез, и издатель-капиталист разорился. Была Газета Л. Ходского, достигла под разными названиями прочного успеха — и погибла не по своей вине. Естественно, что капиталы уклоняются от таких явно рискованных и опасных дел, как газетное издательство; в эту область деятельности могут идти только люди идейные, а такие редко встречаются между капиталистами.

В силу этих особых обстоятельств в русской периодической печати не мог утвердиться дух

одностороннего капитализма; между издателями, редакторами и главными сотрудниками больших газет часто устанавливались товарищеские отношения, и все эти участники общего дела нередко действительно становились товарищами по несчастью. При таких условиях было бы несправедливо и бесполезно предъявлять издателям-капиталистам какие-либо особые требования для обеспечения интересов сотрудников; ведь сами издатели абсолютно ничем не обеспечены и ежеминутно рискуют потерять все затраченные на дело средства. Тем не менее у нас давно уже делались попытки формулировать те начала, которые должны господствовать в отношениях между издателями и сотрудниками. Более тридцати лет тому назад, в феврале 1879 года, кружком петербургских журналистов выработана была программа союза, с целью «объединения литературных сил для лучшего и более целесообразного пользования тем влиянием, которое принадлежит печати», причем имелось в виду «улучшение нравственных и экономических условий литературного труда, с возможно широким применением артельного начала в редакциях и издательствах». Эта программа «союза литературных рабочих» подписана, между прочим, Юзовым-Каблицем, П. Червинским (П.Ч. из «Недели»), С. Венгеровым, Н. Виленкиным-Минским, Гр. Градовским, Евг. Раппом, Кейсслером, Л. Весиным, А. Никольским, Мих. Ивановым и другими молодыми литераторами того времени. Тем же кругом лиц был составлен проект соглашений с издателями-редакторами. По этому проекту предполагалось, что «в каждом периодическом издании, в котором члены союза в числе не менее трех, состоят постоянными самостоятельными сотрудниками, составляется

редакционная артель для соблюдения единства в направлении и в составе издания и для надлежащего охранения прав литературных рабочих», а также для обеспечения участия сотрудников в известной доле чистого дохода с издания, сообразно количеству и качеству их работы в течение года.

Эти попытки организации по обстоятельствам времени не могли привести к цели. Наши преуспевающие большие газеты подчиняются, конечно, условиям промышленного успеха, и для них главным источником и мерилom доходов служит не число подписчиков, а количество платных объявлений. Наиболее распространенные из петербургских газет находят свою главную опору не в подписчиках: ее поддерживают и обогащают публикации. Но во главе этих больших ежедневных изданий стоят большей частью старые журналисты или идейные капиталисты, и у них положение постоянных сотрудников может считаться более или менее благополучным. Так, в только что указанной богатой газете, представляющей, по выражению ее издателя, «парламент мнений» издавна применяется — хотя и без достаточной последовательности — принцип участия постоянных сотрудников в доходах издания, в качестве пайщиков. Если не в настоящем, то для будущего в высшей степени желательно стремиться к повсеместному и систематическому применению того же руководящего начала. Сотрудники невольно участвуют в риске гибели и разорения издания — и поэтому справедливо могли бы пользоваться участием в выгодах, доставляемых успехом изданий.

Твердо установившиеся традиции русской журналистики позволяют надеяться, что в ней никогда не удастся восторжествовать чисто коммерческому

капиталистическому духу, и что, избавившись от внешнего гнета, печать не подпадет под другое иго, еще худшее, отравляющее самую ее духовную сущность, ее душу.

*«Вестник Европы», 1910, № 7.*