

Василий Водовозов

Захват печати капиталом и его последствия



Василий Васильевич Водовозов

Захват печати капиталом

и его последствия

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=22801142

Аннотация

«Задачей и человеческим, так сказать, смыслом исторического процесса, как он складывается в новейшее время, можно считать экономическое, политическое и духовное освобождение человека. Несмотря на такое единство тенденции в развитии трех великих областей народной жизни – пути политического и экономического освобождения в одном важном отношении отличаются от путей духовного развития человечества...»

Содержание

I	4
II	10
III	25
IV	32
V	48
VI	60

Василий Водовозов

Захват печати капиталом и его последствия

I

Задачей и человеческим, так сказать, смыслом исторического процесса, как он складывается в новейшее время, можно считать экономическое, политическое и духовное освобождение человека. Несмотря на такое единство тенденции в развитии трех великих областей народной жизни – пути политического и экономического освобождения в одном важном отношении отличаются от путей духовного развития человечества. И это различие находится в тесной связи с следующим. Политическая и экономическая области, служа главной ареной борьбы классов и других человеческих групп, охватывают сферу юридически или фактически принудительных отношений и допускают поэтому их урегулирование в интересах одних и в ущерб другим слоям общества. Область же духовной жизни объективно более индивидуальна, субъективно более свободна, не поддается строгой юридической регламентации, находится поэтому в меньшей зависимости от сильных мира сего и формально установлен-

ных учреждений и изменяется, главным образом, путем свободного взаимодействия лиц и идей.

Различие путей политического и экономического развития с одной стороны, и духовного – с другой, может быть сформулировано следующим образом.

Политическое и экономическое освобождение достигается путем не только смягчения, но и последовательной смены форм эксплуатации труда капиталом и политического господства владеющих классов. И этот процесс смены форм экономического и политического господства составляет даже главный и любимый предмет исторического исследования, в котором усматривается существо развития общственности.

Процессу духовного развития человечества приписывается иной характер. Здесь протягивается прямая нить постепенного освобождения человеческого духа от подчинения авторитету и предрассудкам; укрепления моральной природы человека в борьбе с низшими животными и её инстинктами; воспитания и дальнейшего развития естественного влечения человека к пониманию окружающего его мира, в активной работе познания и творчества; нить постепенного достижения свободного и радостного пользования продуктами научного, философского и художественного творчества гениев человечества.

Такой характер интеллектуального развития человечества предполагается обеспеченным по крайней мере с того мо-

мента, когда массы приобрели элементарное образование, печать освободилась от цензурного гнета, и установилось свободное общение массы с деятелями мысли, морального и художественного творчества. Господство авторитета и старых предрасудков будет, конечно, и тогда поддерживаться теми, кто извлекает выгоды из невежественного состояния народа. Но так как главным средством воздействия на массы на известной ступени развития общества является доступное всем свободное слово, а в свободной борьбе идей не может не победить истина и справедливость, то интеллектуальное развитие в наше время общества и представляется, как непрерывное освобождение его от старых предрасудков и традиций, как приобщение масс к тому потоку идей, образов и знаний, который не перестает создаваться и совершенствоваться вследствие работы лучших умов и характеров, и переработка в духе истины, красоты и справедливости мирозерцания и быта современных народов.

Эти представления о характере, объеме и направлении духовного развития человечества созданы были, повторяем, в предположении того, что человеку естественно стремиться к истине, красоте, справедливости и активной работе мысли, и он представляет, поэтому, созвучную почву для восприятия именно положительных, а не отрицательных сторон культуры; что развитие науки и просвещения и социальные преобразования расчищают и упрочивают пути свободного общения интеллигенции и народа и приводят к образованию бо-

лее и более растущей армии лиц, ставящих себе целью просветительное воздействие на массы; что средства идейного влияния одинаково доступны всем частным лицам и свободным учреждениям.

Действительность, однако, близка к тому, чтобы разрушить эти оптимистические предположения. Действительность эта показала, что современный средний человек вовсе не так стремится к истине, знанию и красоте, как это предполагалось; что он не ищет печатных произведений и зрелищ, дающих знание, разъясняющих истину, воплощающих настоящую красоту, а довольствуется газетой, мельком останавливающейся на этих предметах, и низкопробными романами и зрелищами. Действительность показала затем, что главное средство идейного воздействия на массы – свободная периодическая печать – совсем не такое орудие, которое доступно всякому, имеющему, чем поделиться с другими. Она почти изъята из рук бескорыстных ревнителей народного развития и попала в распоряжение капиталистов, сделавшихся вследствие этого главными поставщиками духовной пищи масс, и что, поставляя эту последнюю, издатели руководствуются не принципиальными соображениями о смысле и значении просвещения и духовного развития, а расчетом личной наживы, который направляет руку дающего не столько к просвещению и духовному возвышению приемлющего, сколько к затемнению народного сознания и культивированию более низких свойств человека; что в руки лиц, заботя-

щихся исключительно о личной наживе, копали и зрелища для народных масс, и что в интересах этих лиц – удовлетворять путем театральных представлений, и содействовать таким образом развитию не высших, а низших инстинктов человека. Действительность показала вместе с тем, что капиталистический предприниматель не испытывает недостатка в лицах, готовых за деньги отдавать ему свои литературные и артистические таланты, свои знания и образование, не забываясь о том, каковы тенденции и окончательные результаты деятельности капиталистического поставщика духовной пищи для народа.

Печатное слово и театр – главные орудия идейного и эстетического влияния на народные массы – сделались, таким образом, для читателя и зрителя средством простого развлечения, для предпринимателя – источником наживы; обратились в орудия, не столько возвышения, сколько морального унижения человеческой личности, а литературная интеллигенция в массе готова сделаться прислужником капиталиста, исполняющим заданную ей роль развлекателя, морального усыпителя и извратителя народного сознания.

Печать и зрелища являются не единственными факторами духовного принижения человека. Благоприятная для того почва создается материальной культурой того характера, какой она принимает благодаря тому, что распоряжение производством материальных благ попало в руки капитала. Но тогда как капиталистическое руководство в области мате-

риальной культуры воздействует на духовную культуру косвенно, капиталистическая печать и зрелища служат прямыми средствами духовного воспитания человека.

Перед теми, кто не мирится с таким поруганием идеалистических представлений о высоте духовного типа человека и с опасностью принижения божеской природы человека перед природой животной, встает поэтому вопрос о средствах предотвращения позорного явления – обращения человеческого общества в общество высоко-культурных животных. Но, чтобы серьезно остановиться на последнем вопросе, нужно ясно видеть грозящую опасность. Между тем, хотя факты захвата печати капиталом на Западе и печальные последствия этого явления не перестают объявляться в нашей литературе, хотя ясно виден и прогрессирующий захват капиталом русской печати – наши писатели как бы не решаются поставить этот вопрос во всей его широте и грозной опасности; и в захвате печати капиталом они готовы видеть скорее опасность для писателя, а не для читателя.

Настоящая заметка, группирующая несколько характерных фактов захвата печати капиталом в передовых капиталистических странах и культурных тенденций капиталистической печати, составлена с тайной надеждой обратить на этот вопрос то внимание, какого он по справедливости заслуживает.

II

Не станем объяснять, как это произошло, а только констатируем факт, что современный человек более и более отвращается от серьезного чтения к легкому, и от книги к газете.

«Едва ли кто-либо способен теперь убежденно повторить слова Монтескье: у меня никогда не было печали, которой не рассеял бы час чтения, – говорит французский писатель Шейнис. – И никто из читателей не ищет в книге урока жизни или утешения в тяжелую минуту. Сама внутренняя жизнь теряет права, и все сводится на нет в повседневной путанице практических интересов». И едва ли найдется теперь писатель, который повторил бы слова Шеллинга, что «нет в мире для человека более сильного и чистого удовольствия, как написать хорошую книгу». «Кому и на что нужна книга, – говорят представители издательских фирм в столице немецкого книгоиздательства, Лейпциге. – Книги теперь читают только профессора, манаки, отшельники и находящиеся в одиночном заключении». И действительно, ежегодно в Лейпциге ликвидируются десятки книжных фирм, и встречаются склады, заваленные книгами, «как дровами». Изредка удается их сбывать за бесценок в Америку для немцев рабочих и колонистов.

Это явление присуще, конечно, не одной Германии, а и другим цивилизованным государствам. «Факт, на который

указывают все учителя лицеев и профессора (во Франции) – говорит г-жа Заблудовская – это то, что молодежь почти ничего не читает и относится к книге не только с равнодушием, но и с пренебрежением». Она же цитирует французского писателя Агатона, заявляющего, что если современная французская молодежь что-либо и читает, то отдает предпочтение газете «Auto» перед журналами «Revue des deux Mondes» и скорее способна понять красоту автомобиля, чем картины или собора.

Перемена отношения читателя к книге повела к изменению отношения издателя к писателю, на что горько жалуются последние. Издатель относится ныне к писателю «равнодушно, чтобы не сказать – небрежно. Издатели часто не хотят даже выслушивать тех, кто, хотя-бы обладая почтенным именем в литературе или науке, является к ним по делам». Литературный труд в книжной области в Германию сильно понизился в цене, и 480 р. за тридцать печатных листов оригинального текста считается очень хорошим гонораром¹.

Серьезная книга, повторяем, постепенно забрасывается культурным читателем, и к ней мало обращаются читатели из простого народа.

Девять десятых грамотного люда цивилизованных государств читает почти исключительно газеты и приложения к ним. Газеты и бульварные романы, по словам г. Смирно-

¹ «Запросы Жизни», 1911 г., № 10, с. 681; «Рус. Ведомости», 1904 г. № 200, ст. Буквы; «Северные Записки», 1913, № 5–6, стр. 253.

ва, составляют единственное чтение даже 95 % французов; а ведь французский рабочий считается очень интеллигентным. Он знает много и находится «в общем курсе всего мира, всей политики и культуры, – говорит русский наблюдатель парижской рабочей жизни. Но напрасно бы вы стали здесь искать тех развитых на философский манер наших одиночек, которыми нас наградила эпоха революции. Все, что знает французский рабочий, о чем он ожесточенно спорит, – все это почерпнуто им из бульварных или революционных газет; нет почти ничего, что бы он взял из большой или даже маленькой книжки. Уличная жизнь, уличная газета, уличное чтение». То же следует сказать о французском крестьянине. «Крестьянин не покупает книг. Альманахи и календари – это единственные книги, на которые иногда раскошеливается крестьянин». Зато «газету читают все, люди абсолютно всех социальных положений, всех возрастов (за исключением малолетних) и обоих полов». «Серьезная книга по общественным вопросам в Испании почти не имеет читателя... Ежедневная пресса представляет единственное чтение интеллигентных кругов». – «В Северо-Американских Соединенных Штатах, – говорит г. Тан, – из книг наибольшим успехом пользуются рассказы о сыщиках и другая литература для чтения в трамваях. Зато сильно распространены газеты». По словам г. Тверского, большинство граждан С.-А. Соед. Штатов выписывают даже 2–3 периодических издания².

² «Периодическая печать на Западе», с. 328; «Жизнь для всех» 1910 г., № 8–

Итак, газета, – вот обычное и преимущественное «серьезное» чтение современного среднего человека. Что же представляет собой это главное в настоящее время блюдо духовной пищи? Кто его готовит, какие употребляет материалы, и какими целями при этом руководствуется?

Характер ответа на этот вопрос предугадывается уже тем фактом, что газета почти полностью захвачена капиталом. И прочность этого захвата кажется тем более непреложной, что он не был результатом искусственных мер с целью воздействия на общество, а явился, как естественное последствие стихийного развития капитализма, как системы личной наживы.

Господство капиталистических принципов и интересов, возникнув и первоначально организовавшись в области экономических отношений, мало-помалу распространилось затем на другие сферы и дало, наконец, себя знать в той области общественной деятельности, которая казалась наиболее самостоятельной и наименее подверженной внешнему и внутреннему порабощению – в литературе. Наше внимание обращает на себя не тот весьма естественный факт, что капиталистические интересы, наряду со всеми прочими, находят защиту и представительство в печати. Мы говорим о тенденции захвата капиталом всех органов печати, о проникновении в литературную работу приемов и принципов капита-

9 ст. Зорина: «С парижского завода», «Запросы Жизни», 1910 г. № 10, с. 604; «Рус. Ведомости», 1912 г. 23 августа; Озеров: «Куда мы идем?», с. 61.

листической продукции, о грозящем цивилизованному миру руководительстве капитала в области распространения идей и об осуществившемся уже деморализующем влиянии печати на читателя.

Соответственно тому, что в экономических отношениях капиталистический режим полнее осуществился на Западе, – и его влияние на литературу сильнее проявилось там же. А в зависимости от зрелости, так сказать, капитализма и от некоторых бытовых и исторических условий, властная рука капитала неодинаково придавила литературу во Франции и Северо-Американских Соединенных Штатах, с одной стороны, и в Германии или Англии – с другой.

В книжном деле капитал господствует пока во внешней, хозяйственной организации. Вы не можете распространить во Франции или Германии при посредстве книжных магазинов составленного вами труда, если книга, его содержащая, не будет носить марки одной из издательских фирм; но вы можете, кажется, найти издателя для труда всякого содержания, если, конечно, заплатите расходы по изданию и комиссионный процент. В книжном деле, поэтому, капитал еще не наложил руку на внутреннее содержание литературы. В газетном же деле его влияние гораздо больше.

Издание газеты требует крупного капитала и может приносить большой доход, и, вследствие этого газетное дело все больше и больше попадает в руки дельца-капиталиста. Пока газетное чтение составляло привилегию немногочислен-

ных образованных кружков – издание газет не представляло интереса для крупного предпринимателя, и газетное дело могло оставаться в руках лиц, преследующих не столько материальные, сколько более высокие интересы. Характер коммерческий газетное дело стало приобретать преимущественно по мере того, как росли города, и образовывались новые слои населения, утратившие старые интеллектуальные и моральные устои и не успевшие приобрести определенного идейного, научного и художественного вкуса. Появление массовой городской читателя открывало возможность развития крупной газетной промышленности, а освобождение души этого читателя от традиционных моральных, интеллектуальных и эстетических вкусов и понятий деревни и старого ремесленного сословия развязывало предпринимателю руки относительно того, чем наполнять страницы затеваемого им издания, и как образовать потребителя новой отрасли капиталистической промышленности, наиболее отвечающего стремлению предпринимателя к личной наживе.

Попав в руки капитала, газетное издание естественно подчинилось законам капиталистической экономики. Так как единственную цель частного-хозяйственного предприятия составляет получение дохода, а сумма последнего – при прочих равных условиях – определяется размерами сбыта производимого товара, то к возможному расширению продажи газеты и направлены усилия издателя. Широкий сбыт, как

известно, имеет не лучший товар, а тот, который, при низкой цене, наиболее соответствует хотя бы испорченному или неразвитому вкусу покупателей. И вот, газетный предприниматель заботится, с одной стороны, о дешевизне своего изделия, с другой – чтобы оно отвечало «вкусу, или безвкусию» (по удачному выражению одного писателя) читателя. Есть, конечно, небольшая группа читателей с чистыми политическими, художественными и интеллектуальными вкусами, и эти читатели могут иметь желаемую газету, если, впрочем, согласятся платить за нее втридорога, потому что производство в малом размере – в век господства крупной промышленности – может дать только дорогой (сравнительно) продукт. Но чистые и возвышенные вкусы встречаются не часто; в массе читателей такие вкусы должны быть воспитываемы печатью, а это не составляет задачи капиталистического предприятия, которое само приспособляется «к безвкусию» потребителя.

Стремление к такому приспособлению в газетном деле покоится на лишнем мотиве, отсутствующем в других отраслях промышленности. Всякий товар продается по цене, превышающей издержки его производства. Это – непреложный закон капиталистического производства материальных благ. Но газетное производство избежало такого ограничения цены изделия. Цена номера газеты окупает лишь часть расходов, и тем меньшую, чем шире распространено издание. Ежедневный расход по изданию, напр., «Münchene Neueste

«Nachrichten», при тираже в 95 тысяч экземпляров, ценою 10 марок в год, равняется 7400 марок в день: из них только 2612 марок, или с небольшим $\frac{1}{3}$ часть, покрывается продажей газеты. Более дешевые издания не получают и такого относительного дохода от продажи газеты, и цена 5-тисантимной (11 коп.), напр., парижской газеты едва окупает стоимость бумаги. Остальная часть расходов, равно как и предпринимательская прибыль, покрывается из других источников, каковыми, по характеру данного дела, могут быть только печатаемые в газетах, в чьих-либо интересах, сообщения (объявления, рекламы, и т. д.) и статьи.

Реклама составляет теперь необходимую принадлежность всякого широкого коммерческого предприятия, и формы этого средства популяризации какого-либо «дела» постоянно разнообразятся. Простейшим средством рекламы является объявление; к нему затем присоединяется откровенное расхваливание своего товара; а венчается эта тактика привлечения потребителя печатанием статей, под видом беспристрастной оценки рекламирующего данное дело. По вполне понятным причинам последнего рода рекламы особенно уместны относительно ценностей духовного характера; а так как с течением времени эти ценности становятся предметом коммерческого оборота, подобно произведениям материальной техники, то область рекламы расширяется более и более, формы её разнообразятся, она замаскировывается и получает вследствие этого еще большее значение и достигает более

существенных с коммерческой точки зрения результатов.

Но к печатным произведениям рекламирующего характера прибегают не из коммерческого только расчета. Огромное значение печати, как фактора, формирующего общественное мнение, побуждает обращаться к ней, как светлые, так и темные силы общества для внушения читателям тех или других идей, сведений и характеристик.

Услуга, оказываемая таким образом печатью, требует, конечно, оплаты. И так как газета является наиболее удобным путем доведения чего-либо до сведения публики и средством общественного влияния, то, помимо платы читателя за покупаемый номер, газетный предприниматель имеет обильный источник дохода в суммах, взимаемых им за помещение объявлений, реклам, разного рода сведений и статей, отвечающих интересам какого-либо коммерческого предприятия, политического деятеля, правительственного лица, или учреждения, литературного или художественного произведения, театрального представления, спорта, великосветского бала, модной кокетки и т. п.

«Беру на удачу номер газеты «Journal», – говорит г. Белорусов. – Нахожу в нем на второй странице, среди разнообразных по содержанию статей, статейку о вакцине Эрлиха – оплаченная; о приюте хирурга Дойена – оплаченная; о миколезине – оплаченная; о двадцати-сильном автомобиле Клерман-Бояра – оплаченная». – «В передовой статье газеты, – говорит исследователь французской печати, Фонсгрив, – вы

находите статью о романе. Она стоила автору или издателю романа по меньшей мере 2000 франков, из коих 1000 фр. пошла в карман автора статьи, а другая – в кассу газеты. Вот светская хроника, – каждая вещь имеет свой тариф: художники, музыканты, актеры, великосветские дамы и дамы низкого света, иностранцы сомнительной знатности и знатные господа, упомянутые в газете, – все внесли плату за честь увидеть свои имена напечатанными в большой газете... Вы читаете рассказ о свадьбе или обеде, описание туалетов с именами цветочников, ювелиров и портных: хозяйка дома уплатила за рассказ; цветочница, ювелир, портной – все или почти все уплатили щедро и жирно». Приблизительно то же самое наблюдается и в политическом отделе газеты. Есть газеты, в которых даже самый известный экономист не мог бы напечатать статьи, если она предварительно не принята банком, купившим в этих газетах соответствующую рубрику.

Яркой иллюстрацией того, какое обширное поле человеческой деятельности захватила реклама, может служить положение в французских газетах литературной критики. Верный своему призванию из всего извлекать барыш, от каждой статьи своей газеты издатель ожидает или нового подписчика, или новый доход. Так же относится он к литературной критике, и так как порицать книгу значит часто тоже рекламировать ее, то вполне естественно «хозяева» газет дошли до заключения, что говорить о книге – значит способствовать её продаже. В таком случае заинтересованный в этой

продаже – издатель – должен платить за отзывы о книге, как платят за рекламу их товаров всякие купцы, торговцы и др. И вот в последние 10–15 лет вошла в моду платная литературная критика, и, кроме, одной-двух газет, сохранивших по традиции свои литературные еженедельники, все влиятельные газеты помещали литературные отзывы за деньги! Посвященные люди знали, что в такой-то газете литературный отзыв о книге на такой-то странице стоит столько-то, а в другой газете столько-то. Издатели постепенно нашли для себя более выгодным заключать годовые договоры, по которым такая-то газета должна в течение года дать об их изданиях столько-то статей, столько-то заметок, и т. п.

Нет ничего удивительного в том, что издатель книги платит за помещение в газете благоприятных отзывов о своем товаре. Но что сказать, когда к тому же средству рекламы прибегают авторы художественных произведений, и недавно прогремевший Ростан, поднявший на-днях на очередном банкете «Association de la critique» бокал «за здоровую критику» и высказавший при этом убеждение, что «каждый писатель, обладающий чувством гордости», хотя и «принужден мириться с тем, что его осыпают брызги слишком интенсивной похвалы, счастлив, когда его очищает от этого справедливая оценка», – этот самый Ростан в первые годы своей деятельности затратил на рекламирование себя 200 тысяч франков! Какого рода статьи – по мнению идеального редактора широко распространенной современной французской га-

зеты – не принадлежат к отделу рекламы, приносящей газете доход – видно из интересной беседы Октава Мирбо в редакции газеты «Journal». Мирбо предложил издателю статью о применении в целях общественной пользы одного нового научного открытия.

«Да ведь это реклама! – воскликнул редактор – Реклама на первой странице! Я мог бы получить за вашу статью пять тысяч франков!»

– Семь тысяч, – поправил управляющий конторой.

Мирбо попросил его объяснить, какие же сюжеты не соприкасаются с властью рекламы.

«Господи Боже мой, – ответил редактор. – Вы можете говорить о литературе... конечно, не называя авторов, или названия книг... И искусство! Конечно, искусство вообще!»

И вдруг, хлопнув себя по лбу, воскликнул:

«Да вот что... Порнография!.. Великолепно. И без всяких ограничений... Порнография для читателя с воображением... Так ног я вам нашел отличный сюжет!»

Плата за объявления, рекламы и инспирированные статьи становится в конце-концов главным источником доходов газетного предпринимателя, и все усилия последнего направляются на обеспечение своего издания этого рода матерьялом. Это становится даже предметом его гордости: «Сегодня мы выпускаем лучший номер за время существования нашей газеты, – сказал однажды своим сотрудникам известный основатель «Figaro», Вилльмесон, – в нем нет ни одной не

оплаченной (конечно, «сотрудниками», а не газетой) строчки».

Но обилие такого доходного для газеты матерьяла, равно, как и цена, какую за него можно требовать, зависит от распространенности газеты. Это обстоятельство еще более побуждает предпринимателя по возможности популяризировать свое издание, что и достигается путем понижения продажной цены номера и, главное, наполнением последнего наиболее привлекательным для невзыскательного читателя содержанием.

Реклама-объявления и реклама-статьи не одинаково распространены в периодической печати разных стран; и тогда, как, напр., в Германии господствуют объявления, во Франции преобладают рекламы-статьи.

Плата, взимаемая газетами за помещаемые объявления и статьи, конечно, весьма разнообразна в зависимости от популярности газеты и от важности интереса, защищаемого статьею. Иногда, такой платой является сдача газете объявлений. «Сплошь да рядом, – говорит бывший журналист, ныне профессор политической экономии, хороню известный русским читателям, Карл Бюхер – хвалебные редакционные отзывы ставятся условием при сдаче дорогих объявлений; иногда же объявление является платой за молчание».

По сообщению журнала «Zeitschrift» об условиях помещения статей в больших парнасских газетах, продажная цена коих – 15 сантимов за номер, «сведения о жизни боль-

шего света, заметки о балах, собраниях и т. п. принимаются от абонентов газеты gratis... Все театральные предприятия и выставки поддерживают с газетами правильные коммерческие отношения, время от времени внося известную мзду. Интервью оплачивается интервьюируемым, смотря по важности запрашиваемого вопроса, от 200 до 2000 франков». За другие статьи авторы уплачивают газетам от одной до четырех тысяч франков. Это – обыкновенный гонорар газеты среднего распространения. Другие издания предлагают желающим свои страницы за более высокую плату, а наиболее распространенная парижская газета «Le Petit Journal», получила за некоторые статьи 50 тысяч и даже до 140 тыс. франков. Некоторые отделы газет, напр., финансов и биржи, сдаются в аренду за определенную годовую сумму. Так, «Petit Parisien» получает от одной финансовой группы 600 тысяч франков в год, «Echo de Paris», – 500 тыс. франков и т. д.

Как велика общая сумма доходов печати от реклам и инспирированных статей, можно судить по тому, что, по данным германского проекта обложения газетных объявлений, от одних только объявлений немецкие газеты и журналы получали в 1908 г. более 400 милл. марок. А одна из комиссий французского парламента выяснила, что биржевые аферисты среднего ранга затрачивают на газетные рекламы 40 % барыша от устраиваемых ими в большинстве случаев дутых предприятий³.

³ «Вестник Европы», 1011 г., № 7, «Большая пресса» Белорусова. «Периодиче-

Первоначально идейные писатели протестовали против обращения газеты в средство рекламирования предметов торговли и требовали, по крайней мере, ответственности газеты за помещаемые в ней объявления. На почве того или другого отношения к газетным объявлениям возникло некогда столкновение между двумя французскими знаменитостями, стоившее жизни Арману Каррелю. Вопрос относительно газетных объявлений подымается среди идейных людей и в настоящее время; но трудность обойтись без этого источника дохода доказывается уже тем фактом, что допустимость объявлений на страницы социалистических изданий признана была на XI заседании международного социалистического бюро (с резолюцией о некоторой регламентации этого дела); а в бюджете органа немецкой социал-демократии, «Vorwärts», за 1910 г., доход от объявлений (ок. 500 тыс. марок), составлял почти половину выручки от продажи издания (1188 тыс. марок).

ская печать на Западе», с. 314–16. «Наша Жизнь», 1905 г., № 116, «Речь» 1910 г., № 335 1913 г., № 75 «Рус. Ведомости», 1904, № 6; 1912 г., № 234, 287. «Современный Мир», 1811 г., № 1, «Реклама» Цыперовича.

III

Итак, типическая современная газета есть прежде всего коммерческое предприятие, торгующее своим изделием – печатным словом, – как торгует фабрикант ситцем или велосипедами.

О беспринципности и продажности современных капиталистических газет имеются многочисленные сообщения русских и иностранных наблюдателей и исследователей заграничной жизни.

«В Вене существует можно сказать только два типа изданий, – говорится в местной газете «Die Zeit», – богатые газеты, живущие подкупом, и честные, умирающие от истощения». Почти то же самое выражает русский экономический журнал, говоря, что «вся политическая пресса Австрии, за весьма небольшими исключениями, находится в руках бойких журналистов и талантливых мастеров делать шум вокруг того, чего совсем не было. Эти господа находятся в полном вассальном подчинении правящей бюрократии». Более детальную характеристику австрийской печати мы находим у г. Звездича. Эта печать фальсифицирует общественное мнение ради партийных или своекорыстных целей; при оценке общественных явлений руководствуется не желанием разъяснить их, а сторонними соображениями; она подкупна, продажна, «готова за деньги замалчивать то, о чем обязана гово-

ритель, как выразительница общественных интересов, и способна погубить хорошее дело если ее не расположили в его пользу теми или иными средствами». Новейшей иллюстрацией беспринципности австрийской периодической печати служит её поведение во время последней балканской войны, когда, в угоду сильным шовинистическим элементам, эта печать писала воинственные статьи, измышляя то один, то другой предлог (дело Прохаски, «предательство» Эссад-Паши, и т. д.), чтобы расположить общественное мнение Австрии к военным выступлениям. И хотя активную роль в этом разжигании воинственных чувств играла не вся печать, но «во всей Вене, – говорит г. Звездич, – не находилось, кроме «Arbeiter Zeitung», ни одной газеты, которая разоблачила бы эту пагубную деятельность официозов».

Парижский корреспондент журнала «Zeitschrift» сообщает как мы видели, что все большие парижские газеты, кроме четырех, помещают на своих страницах статьи, взимая с авторов, от одной до четырех тысяч франков, за статью. Новейший французский писатель, Lysis, утверждает, что, за исключением некоторых органов рабочей печати, почти вся французская пресса «куплена, продана и поработилась владычеству денег. Подкуп прессы представляет организованную и даже централизованную промышленность». А бытописатель французской печати, Фонсгрив, указывает на подкуп французских газет, как на самое обыкновенное явление.

«Жонглирование убеждениями является самой характерной чертой американского журнализма», – говорит корреспондент, «Русск. Ведомостей», – и такое мнение подтверждается самими американцами. Большинство американских крупных газет, по утверждению одного американского критико-библиографического издания, «ищет лишь сокровенной тропы к карманам публики». «Их основатели и руководители готовы на что угодно, лишь бы удовлетворить тому, в чем они видят вкус или безвкусию публики... Способные люди готовы протуировать свои таланты; люди, по-видимому почтенные, продают свою совесть и убеждения, чтобы найти эту извилистую тропу». «Напрасно было бы думать, – говорит г. Диеренталь, – что испанская пресса играет роль воспитательницы широких масс. Цель её двояка: обслуживать чисто личные интересы издателя (в этой роли часто фигурируют политические деятели) и приобретать, как можно больше подписчиков». Ежедневная печать в Болгарии, по характеристике г. Богучарского, «типа почти поголовно желтой прессы»... «крикливой, рекламной, безыдейной, гонящейся исключительно за сенсациями, обвиняющей друг друга в подкупности... в сущности никакого общественно-го мнения не отражающей, никого не уважающей и в свою очередь решительно ничьим уважением не пользующейся». «Некогда газета связана была с тем или другим политическим учением, с той или другой партией – говорит новейший исследователь газетного дела во Франции; теперь она

принадлежит синдикату, пускает в ход или сама делает различные дела». Многие акционерные газеты и теперь выкидывают знамя той или другой партии, но в этом они руководствуются не принципиальными соображениями, а коммерческим расчетом. Одна из лучших немецких газет «Berliner Tageblatt» умудряется примирять свободомыслящую политику с коммерческими интересами своего хозяина, говорит г. Гроссман. «Если в передовице печаталась резкая оппозиционная статья, то в местном отделе того-же номера наверняка можно прочитать трогательную историю про какую-нибудь принцессу или призыв к теплой поддержке евангелического союза. Немножко оппозиции и немножко подхалимства идут рука об руку»⁴.

Коммерческому расчету приносится в жертву все то, что мы «читали важнейшей задачей печати, как руководителя общественного мнения в духе истины, справедливости и общей пользы. Капиталистическая печать стремится упразднить те блага, какие приобретены обществом вследствие освобождения литературы от юридических пут. Она ограничивает свободу широкого распространения идей и сведений и опровержение тех идей, какие соответствуют интересам власти или сильных плутократических организаций.

Бельгийская пресса, говорит один русский корреспон-

⁴ «Периодическая печать на Западе» (изд. журнала «Образование»), стр. 102; 303, 316. «Новый Экономист» 1913 г. № 1–2. «Речь» 1910, № 385. «Современный Мир», 1910, № 11, стр. 7 «Вестник Европы», 1911 г. NoNo, 4 и 7. «Русские Ведомости», 1912 г., 23 августа; 1913 г. № 101, 104.

дент, «в виде общего правила не выносит сора из избы. Здесь вы не найдете газеты, которая стала бы обличать кого-либо из власть имущих или занимающих хотя бы самое скромное положение, и тем более богатых буржуа. Бюрократия и буржуазия в Бельгии фактически безответственны перед обществом. Ни одна бельгийская газета не примет частной жалобы, хотя бы представляющей общественный интерес. Это не значит, конечно, что она не возьмет с вашего противника «за молчание». Что касается специальной сферы русско-бельгийских дел, то ни одна бельгийская газета никогда и ни при каких условиях не напечатает чего-либо, могущего повредить бельгийским интересам. Бельгийские гешефтмахи могут спать совершенно спокойно за спиной своей прессы». «Долго убивали армян в Турции, а французское общественное мнение ровно ничего не знало об этом, и не потому, что решительно вся пресса была подкуплена, а главным образом потому, что агентствам (телеграфным и информационным, организованным частными предпринимателями с субсидией от правительства) было «рекомендовано» молчать; «Temps» не печатал статей своего константинопольского корреспондента; «Journal des Débats» известен своими «симпатиями» к Турции; «Matin», орган банкиров, заинтересованных в финансах Порты, старательно замалчивал турецкия зверства; некоторые другие газеты имели тоже свои резоны молчать; остальная пресса или часть её, не располагающая иностранными газетами или не имеющая соб-

ственных корреспондентов, находилась в полном неведении относительно того, что происходило в Армении». «В провинции (Франции) могут происходить очень важные события, но если правительство или господствующие классы заинтересованы в том, чтобы они не дошли до сведения общества – им нужно лишь постараться, чтобы о них не заговорили ни информационные агентства, ни несколько крупных газет, а остальная пресса, пользующаяся лишь известиями этих агентств и газет, и»? будет говорить о них просто потому, что они ей неизвестны».

В Сев. Американских Соединенных Штатах телеграф находится в частных руках, и образовался трест новостей для печати, «пользующийся своим положением вполне тиранически». Стоит только войти в соглашение с этим трестом промышленным синдикатам, говорит г. Озеров, «и новости для них неприятные, не будут передаваться, печать будет молчать о том, о чем хотят промышленные тресты, и будет сообщать сведения, какие предпишут эти последние».

Всем известны приемы, помощью которых общественное мнение Англии было подготовлено к войне с бурами. Потерпев неудачу в попытке захвата южно-африканской республики силой (нашествие Джексона в 1895 г.) частным, так сказать, путем, английские плутократы «приступили к медленной систематической работе, чтобы подготовить общественное мнение к войне. Они постарались захватить большие газеты. Одно и то же лицо писало передовые статьи в иоганнес-

бургской газете, основанной с специальной целью, и передавало потом по телеграфу эти статьи, как выражение мнения британских колонистов» в крупные лондонские газеты; а для приготовления ниже-средних классов была основана газета «Daily Mail». Такими приемами кучка плутократов заставила культурную и свободную нацию затеять войну для подавления свободы зависимого от неё народа и на долго покрыть себя в глазах мира неувядаемым позором. Трудно идти далее в порабощении печатного слова. Но ведь порабощение прессы означает интеллектуальное рабство юридически свободного гражданина Франции, Англии, Америки!

IV

Величайшим злом капиталистической газеты кажется нам, однако, не открытие её столбцов для статей, оплаченных дельцами, спекулянтами, писателями, художниками и т. п., а то влияние, какое она оказывает на духовный склад читателя, статьями, за которые сама платит.

При рождении дешевой газеты, вносившей свет некоторого просвещения в массы трудящегося населения, никто не ожидал, что она выродится современем в средство развращения и затемнения народного сознания. В тридцатых годах истекшего века моралист В. Чаннинг выражал свое удовольствие по случаю появления копеечных газет, содержащих много полезного для народа материала; и его неприятно поражало лишь обилие в них реклам о патентованных средствах и характер судебных отчетов, обращающих факты проявления пороков и несчастий бедняков в средство развлечения читателей. Он выражал тогда уверенность в том, что такой характер отчетов в газетах для зажиточного населения возбудил бы негодование читателей⁵. Но если бы Чаннинг дожил до наших дней, он бы с ужасом отнесся к тому, во что обратилась газета предназначенная для современного среднего читателя.

⁵ В. Чаннинг. «О самовоспитании, самоотречении и духовной свободе», стр. 47–48.

Обилие доходного для газет матерьяла в виде статей, реклам и т. п., равно, как и цена, какую за него можно требовать, зависит от распространения газеты. Это обстоятельство побуждает предпринимателя по возможности популяризировать свое издание путем понижения продажной цены номера и, главное, наполнения последнего наиболее привлекательным для невзыскательного читателя содержанием.

Для этого нужно играть на легко возбуждаемых струнках человеческой души; и так как чувственные и более низменные стороны человеческой природы легче поддаются воздействию, то стремящаяся к наживе газета культивирует именно эти её черты. Сенсационные известия, сплетни (американские газеты подкупают даже английскую прислугу доставлять им сведения о своих и чужих господах, так как опубликование таких сведений в английской печати, по закону, грозит газете большими неприятностями), смакование кровавых преступлений и возвеличение их героев, порнографические и бульварные романы составляют необходимую принадлежность ходкой газеты на Западе и в Северо-Американских Соединенных Штатах.

«Когда большинство английских газет подпало влиянию небольшой группы беспринципных людей, говорит г. Сатурин, добросовестность и серьезность, бывшие отличительными чертами английской прессы, начали подвергаться остракизму и вытесняться ложью и клеветами, диктуемыми корыстными вожделениями. Лица, дорожащие своими убежде-

ниями и свободой критики, стали изгоняться из редакций». Воскресные приложения к американской газете суть «настоящие магазины взрывчатых веществ, имеющих весьма смутное сродство с искусством и литературой, но обладающие некоторыми неприятными свойствами лиддита, если позволительно сравнение зловония невещественного с вещественным». Чем лучше расходуется американская газета, тем меньше внимания уделяет она политике и руководящим статьям, и тем больше места отводит хронике преступлений, скандалам и иллюстрациям. В течение первых пяти лет существования газеты «New York Journal», поставившей себе целью завоевать большое число читателей и успешно выполнившей эту задачу, газета «самым беззастенчивым образом развращала литературные и художественные вкусы толпы и пичкала ее всякой скандальной дрянью», потому что для победы над соперниками газете нужно было «еще больше влезать в частную жизнь всякого нью-иоркца, еще более беззастенчиво преувеличивать и извращать факты, еще более разжигать всякие низменные страсти малокультурных классов».

«Лучшие газеты в Германии с трудом борются за свое существование, говорит г. Коварский. Бульварная пресса, спекулирующая преимущественно на сенсации, порнографии и уголовщину, – это распространеннейшая. живая, повседневная, дешевая та же Пик Картонова литература, которой питается колоссальное количество людей, и которая воспитывает население в самом разнузданном духе, ожесточа-

ет, убивает этику, разрушает способность понимать и наслаждаться истинной изящной литературой, губит лучшие духовные интересы человека». И более приличная газета, вроде «Berliner Tageblatt», привлекающая к себе внимание образованного читателя «за бойкость и быструю осведомленность», окрашена в свою очередь таким «налетом пошлости», который «не позволяет никому из более серьезных читателей признавать подобную газету своею». Австрийская газета потворствует нездоровым инстинктам массы, «вечно гонится за сенсацией и подносит ее в пикантном виде, чтобы разжечь нездоровое любопытство читателя».

Основной признак большой парижской газеты, говорит г. Белорусов, безыдейность и беспринципность. «Она стоит на почве существующего порядка вещей и слегка кокетничает с порядком завтрашнего дня, насколько он выясняется из тумана будущего. Вне этих соображений ей глубоко безразличны роялисты и радикалы, социалисты и анархисты, католики и франкмасоны, кабинеты разных направлений и всяческие общественные движения. Или иначе – все они одинаково для неё интересны, насколько сенсационны их выступления, и тем она посвящает больше внимания, вокруг кого можно больше наделать шума, и кем можно больше заинтересовать улицу. И так как улица морально и умственно невзыскательна, то моральный и интеллектуальный уровень большой прессы упорно низмен». «Газета набивается телеграммами и отчетами об убийствах и других преступ-

лениях, о трагических любовных историях и т. п. Если где-нибудь в стране происходит выходящий из ряда скандал – он вздувается газетой до чудовищных размеров». «Каждый репортер, раскопавший в интересном деле интересную подробность, получает немедленно премию. Репортеры, поэтому, стараются изо всех сил и проявляют чудеса сыскной или розыскной догадливости».

Особым вниманием популярной капиталистической газеты пользуются из ряда вон выходящие преступления, которые они разукрашивают такими подробностями и смакуют с таким вкусом, что невольно внушают читателю сочувствие к преступнику и даже к преступлению. Английская уличная пресса, по словам Гобсона, служит для публики средством «досыта насладиться резней, убийствами, человеческими страданиями и разрушениями». Неудивительно, если рост специфической преступности в Западной Европе, учащающиеся револьверные расправы, подвиги апашей, убийства на романической почве и т. п. связываются общественным мнением с деятельностью печати, дающей «занимательные повествования о каждом новом преступнике, помещающей его портреты, смакующей пикантные детали из прошлого и настоящего своих героев, а многочисленная публика в свою очередь смакует бойкия изложения репортеров». Дело дошло до того, что выдающиеся французские писатели зывают к представителям печати об отрешении от того, чтобы преподносить публике портреты преступников, с симпатией

их описывать, и напоминают им о «громадной общественной опасности, вытекающей из существующих газетных нравов»⁶.

Необходимой принадлежностью большой популярной газеты служить роман, разрабатывающий те же темы, что и сенсационный репортаж. Невероятные события, невероятные преступления, порнография – составляют обычное его содержание. Наряду с большими романами, для массового читателя неизвестных, иногда талантливых авторов, французские газеты для более взыскательной публики печатают мелкие рассказы крупных известных писателей. И хотя, платя громадные гонорары, они привлекают к себе звезды разного цвета, но на страницах бульварной газеты они все более или менее равняются под одно, и очень редко в такой газете, говорит г. Белорусов, попадаетея рассказ, кем бы он ни был написан, без порнографии.

Заполняя свои страницы отчетами о мелких сенсационных событиях дня и всячески разукрашивая последние, популярная капиталистическая газета уже мало заботится о том, чтобы держать своих читателей в курсе более важных, но не так занимательных для праздного любопытства событий внутренней и иностранной жизни. Ни одна парижская газета, говорит г. Смирнов, не интересуется жизнью провин-

⁶ Периодическая печать на Западе, с. 211, 353, 355, 161. «Русские Ведомости», 1900, № 303; 1912 г., № 120; 1913 г., № 104. «Вестник Европы», 1911 г. № 7 «Большая Пресса» Белорусова.

ции и повествует лишь о таких событиях внутренней жизни, которые почему-либо остановили на себе всеобщее внимание. По этим газетам, говорит г. Смирнов, нельзя получить сколько-нибудь правильного понятия не только о том, что происходит в Германии, «которую они, однако, как врага, должны были бы знать», в Англии, «на которую некоторые правящие сферы и патриоты-шовинисты очень долго направляли общественное мнение, и с которою в настоящее время происходит сближение», или в России, «которую, как союзницей, они, казалось бы, должны особенно интересоваться», – вы ничего не найдете в французских газетах даже об отторгнутых у Франции провинциях – Эльзасе и Лотарингии, – с потерей которых французы никак не могут примириться и мечтают об их возвращении, хотя бы силою оружия, «Вы можете несколько лет сряду читать парижские газеты и не иметь никакого представления о том, чем живет, болеет и радуется французская провинция».

Иностранные известия американских газет состоят из одних телеграмм и не дают никакого понятия об иностранной жизни. «Из получаемой мною второстепенной русской газеты, говорит г. Гурвич, я узнаю больше о том, что делается в З. Европе, нежели из нескольких больших нью-иоркских и вашингтонских газет, которые я просматриваю ежедневно». И «чем лучше расходуется газета, тем меньше внимания она уделяет политике и руководящим статьям, и тем больше места отводит хронике преступлений, скандалам и иллюстра-

циям».

Известие о всеобщей забастовке в сентябре 1911 г. в Испании, закончившейся кровавым восстанием в Валенсии, одна из распространеннейших мадридских газет поместила мелким шрифтом в отделе происшествий, а всю первую страницу посвятила дамским прическам в Париже за истекший сезон. Другая большая и очень читаемая мадридская газета «El Munde» во время знаменитой стачки английских углекопов, грозившей крахом испанской же промышленности, питающейся исключительно английским углем, печатала корреспонденции из Лондона не об этой стачке, а о флирте, английском бифштексе, преимуществе испанской кухни и испанского характера над английскими и т. д.⁷

Давая читателю пустое, несерьезное чтение, избавляющее его от всякого напряжения мысли, популярная капиталистическая газета стремится облечь этот материал в форму, сокращающую еще более «труд читателя, его интеллектуальное напряжение. Отсюда большие заголовки, подзаголовки, резюмирующие содержание статей, рисунки и карикатуры, составленные так, чтобы, посмотрев на них, можно бы не читать комментирующего их текста. Цель всех этих приемов – дать читателю возможность, бросив на газетный лист взгляд, знать все, что делается на свете»⁸. Такая забота об экономии

⁷ «Периодическая печать на Западе», стр. 326-8, 355. «Русские Ведомости», 1912 г., 12 августа.

⁸ «Вестник Европы», 1911, № 7. Письмо из Парижа Белорусова.

зировании времени читателя полезна, если сохраненное время будет затрачено в умственном отношении более производительно. Но если газета составляет почти единственную духовную пищу читателя, то описанные приемы изложения статей способны развить лишь поверхностное и легкомысленное отношение к тому, что заслуживает совершенно иного приема.

Не все, конечно, газеты принадлежать к разряду открыто продажной, желтой или бульварной прессы. Есть периодические издания специально политического и даже партийного характера, газеты, посвященные преимущественно беллетристике, искусству, выражающие определенные религиозные или социальные воззрения. Но такие газеты имеют незначительное распространение; и тогда, как напр., «Figaro», «Temps» или Croix, говорит г. Белорусов, печатаются немногими десятками тысяч экземпляров, а «Radical» или «Lanterne» имеют еще меньший курс читателей – тираж бульварных газет определяется сотнями тысяч и даже миллионами экземпляров. В Германии, правда, социал-демократические газеты расходятся в совокупности в 1½ миллиона экземпляров; но можно ли утверждать, что такая газета удовлетворяет не только партийным, но и прочим запросам читателя, и рабочий-социалист не обращается для развлечения к газетам, которые по вышеприведенной характеристике г. Коварского «убивают этику, разрушают способность понимать и наслаждаться истинной литературой, гу-

бят лучшие духовные интересы человека». Германия, впрочем, как молодая капиталистическая нация, не подчинилась еще в данном отношении всецело господству капитала. А новейшая история её пролетариата имеет ту особенность, что руководившая последним просвещенная социал-демократическая партия поставила себе задачей не только проповедь социализма и политическую организацию рабочего класса, но и всестороннее умственное его развитие. Несмотря на тенденциозность последнего, руководство социал-демократии не могло не создать в известной части германского пролетариата более чистых и серьезных интеллектуальных стремлений. Этим, однако, не устраняется общепризнанный факт всеобщего распространения в массах передовых государств низкопробной уличной прессы. Заставить же капиталистическую дешевую газету служить высшим интересам культуры почти невозможно: это не приносит желательного дохода, да и воспитанный ею читатель потребует другого содержания. Если муж-социалист приносит домой «L'Humanité», жена презрительно осматривает ее и говорит: «И что за газета! Вот на улице Botzaris нашли отрезанную голову женщины; все газеты полны этим делом, а в твоей дурацкой «Humanité» две строчки. И фельетон о кооперативах – очень интересно! Читай, если хочешь, свою «Humanité», а я покупаю «Matin»». И чтобы не тратить лишнего су в день, рабочий заменяет социалистическую газету бульварной.

Многие молодые, умные и образованные французы, начиная журнальную карьеру в широко-распространенных газетах, пробовали обстоятельно говорить о серьезных вопросах текущей жизни, знакомить читателей с общественным и умственным движением в других странах, но их статьи бросались в редакционную корзину, потому что это «скучно», «тяжело», «ce n'est pas drôle, потому что это не интересует читателя». В это время, когда во главе бывшего органа французской рабочей партии «Petite République» (принадлежащей акционерному обществу) находился один депутат, некоторые молодые журналисты, проживавшие за границей, посылали в газету статьи о выдающихся явлениях общественной жизни в обитаемых ими странах, не требуя даже за них гонорара. «Но ни одна из этих интересных корреспонденций не была напечатана, между тем, как «Petite République» ежедневно посвящала скабрёзным анекдотам, рассказам об убийствах, воровствах и драках, скачкам и отвратительным бульварным романам по крайней мере три четверти своего содержания»⁹.

«Petite République» принадлежала, впрочем, акционерному обществу и была предоставлена в распоряжение рабочей партии по соображениям коммерческим, причем неполитическая её часть осталась в заведывании дирекции общества и наполнялась обычным для капиталистической газеты содержанием. Более характерным следует считать факт подчи-

⁹ «Вестник Европы», 1911, 7. Периодическая печать на Западе, стр. 330-1.

нения нездоровым вкусом читателя изданий, менее зависящих от капиталистических влияний. «Кто будет читать листок, в котором нет страшного романа? спрашивает г. Белорусов. И вот, почтенный «Radical», заинтересованный в возможно широком распространении политических идей радикально-социалистической партии среди избирателей, видит себя принужденным печатать крикливые и раздражительные романы, полные убийств из-за любви и денег, полные преступлений и подвигов апашей и полицейских». И даже социалистическая «L'Humanité» Жореса, одно время не печатавшая ни хроники сенсационных преступлений, ни романов, должна была отступить от этого правила¹⁰.

Начатая на страницах газеты, система развращения читателя продолжается в популярной книжке.

Известно, какое распространение получила в последнее время развращающая литература разного рода: порнографическая, сыщицкая и разбойничья. Изданием такой литературы занимаются в Германии 52 фирмы; продается она в 800 книжных магазинах, в писчебумажных, табачных лавочках и при посредстве 30-ти тысяч книгонош, проникающих во все закоулки. Оборот этой литературы в 1907 и 1908 г. достигал 60 милл. марок, а в 1910 г. оборот одного лишь берлинского издательства составлял 25 милл. марок. В 1911 г., впрочем, оборот такой литературы составлял всего 50 милл. марок. Продается эта литература выпус-

¹⁰ «Вестник Европы», 1911, 7. Письмо из Парижа Белорусова.

ками ценою в 10 пфенигов, и составляют книжки с таким расчетом, чтобы не давать остывать интересу читателя, и чтобы последний непременно требовал следующего выпуска, продолжающего рассказ. Данная литература является по этому плодом самого необузданного воображения. «Если это «кухонная» (Hintertreppengomane) литература, то её содержание – разбойничьи подвиги самого гнусного и кровожадного характера. Если это подвиги сыщика, то это – борьба ловкого преступника и еще более ловкого шпионажа. Если это эротическая литература, то это – смесь садизма, мазохизма и т. п.». «Книжки, спекулирующие на народное суеверие, представляют смесь самых невероятных явлений чародейства, вызова духов, плясок мертвецов, преступлений, совершенных трупами, и пр., и пр... любое сенсационное событие обрабатывается этой литературой под вкус самого невзыскательного читателя, без всякого внимания к действительному характеру событий». Один немецкий роман, напр., дает описание 2293 убийств и не только обычными средствами холодного и огнестрельного оружия или отравления, но и изощренными способами оскальпирования, потопления, заколачивания кулаками, зарытия в землю, отдачи на съедение крысам и т. п. Всего печальнее, что эта литература составляет самое распространенное чтение среди детей рабочего класса в школьном и послешкольном возрасте, причем главным потребителем порнографических изданий являются девочки 13–15 лет. Не менее того распространено среди

школьников и чтение газет. Согласно недавно произведенной анкете в ряде немецких школ, 90 % учеников читают газеты, причем только 40 % интересуется в них чем-нибудь другим, кроме судебной хроники и происшествий.

Отдельные группы из общества обратили внимание на развращающее влияние популярной прессы, но тщетно ищут действительных средств борьбы с нею. На съезде общества народного образования в Дортмунде в 1909 говорилось о заполнившей германские книжные рынки сенсационной и бульварной литературе, оказывающей губительное влияние на литературные вкусы среднего читателя, до учащихся включительно. В конце того же года в Германии основалось женское общество для борьбы с грязью и развратом, распространяемыми посредством литературы. В Гамбурге с тою же целью основалось «Немецкое общество памяти писателей», и борьбе с развращающей литературой посвящает в последние годы свои силы ряд культурных обществ в Берлине, Мюнхене, Кельне, Лейпциге, Висбадене. В последнее время делают попытку применения международных правительственных мер для борьбы с порнографическими произведениями. В одной из недавних книжек «La Revue» помещены мнения известных французских писателей о влиянии литературы на увеличение числа кровавых преступлений и воззваний к представителям печати не пропагандировать преступления сенсационным их описанием и симпатичным отношением к преступникам, а к читателям – не поощрять такого

рода описаний. Эта литература успела уже произвести прочные изменения в психике читателя, и гамбургское, напр., общество памяти писателей должно было во внимание к этой психике издавать криминальные же рассказы Пауля Гейзе, Мейера, Давида и др. для отвлечения читателя от уличной литературы. Мы знаем, что в угоду читателю, бульварный и сенсационный отделы должны были завести парижские социалистические газеты, и все это доказывает, что развращающая пресса покоится на твердом психическом основании, что она сеет свои зловредные семена на подготовленной для того почве, и так или иначе, удовлетворяет каким-то общим потребностям¹¹.

Газета, стоящая всего две-три копейки, может быть прямо покупаема читателем. Но сенсационного романа такой газеты недостаточно для удовлетворения последнего, и кто стесняется в средствах для приобретения бульварных романов в собственность, тому предоставляется возможность зачитываться ими в библиотеках. Большие лондонские библиотеки, напр., забирают от одной до трех тысяч экземпляров нового романа, а меньшие, находящиеся на окраинах – по 30-50-ти экземпляров, и весь этот запас зачитывается «до дыр, до выпадения листов». Уже из такой жадности к чтению читатель, конечно, догадается, что предметом его являются не лучшие произведения человеческого гения, и популярнейший сегодня роман через 6–7 месяцев погружается в

¹¹ «Русские Ведомости», 1912 г., № 120 и 166.

лету забвения. «Англичанке (клиентами описанных библиотек являются преимущественно женщины) среднего круга, говорит г. Дионео, позволяется не иметь никакого представления о континентальной литературе; разрешается не знать своих классиков, но совершенно непростительно, не читать какой-нибудь роман «The Blindness of d-r Grey», о котором говорит «весь Лондон». И романы этой категории, издающиеся в количестве сотен тысяч экземпляров, «поражают своей шаблонностью или, точнее, своим шаблонным оригинальничаньем»»¹².

¹² «Русские Ведомости», 1909 г., № 290.

V

Порабощение капиталом печатного слова осуществляется, конечно, при посредстве писателей. Писатель мало-помалу обращается в такого же рабочего в капиталистическом предприятии, каким является рабочий завода, фабрики, угольной копи и т. н. Он продает свой труд и исполняет работу, какую ему поручают, и как ему приказывают. «Газетный сотрудник и даже редактор американской газеты, говорит, напр., г. Гурвич, – литературный батрак, нанятый для того, чтобы делать всякую работу, какую укажет хозяин. О личных убеждениях литература не спрашивается; умеешь писать по заказу на заданную тему в том духе, как велют – вот и все, что нужно!». Не нужно современному газетному работнику не только убеждений, но и знаний, и широкого образования. Познакомившись из выше приведенных фактов с содержанием, напр., типичной французской газеты, мы не удивимся сообщению г. Смирнова, что «от журналистов не требуется ни знания иностранных языков, ни знания всего, что происходит вне Франции, и невежество в этом отношении парижских журналистов поражает всякого иностранца». Не нужно ему знать и своей родной страны, о которой сообщаются лишь сенсационные известия; «не нужно знать экономических и социальных вопросов, волнующих весь мир; не нужно ни научной, ни даже настоящей литературной под-

готовки». Зато он должен быть «хорошим сыщиком» и уметь по двум-трем данным ему фактам и при помощи, может быть, словаря Ларуса набросать на заданную тему легкую и занятную статейку. Он должен быть вместе с тем, говорит г. Смирнов, «хорошим сыщиком», и эволюция в данном направлении газетного работника идет так успешно, что понемногу стирается граница между газетным репортером и подлинным сыщиком-провокатором. «Два мира, говорит г. Белорусов, – мир печати и мир сыска – казалось бы, не имеющие между собой ничего общего – частично совпадают, почти сливаются». А так как сыщику приходится попадать в разные положения и брать на себя разные роли, то парижский сотрудник, напр., бельгийской, вовсе не сыскной газеты «Etoile Belge», оказался «сыщиком, подложным анархистом, коммунистом, революционером, «camelot du roi», франкмасоном, бомбистом и подлинным мазуриком».

Подчиненные отношения писателя к издателю, установившиеся в области периодической печати, переносятся на легкую непериодическую литературу. «Молодому романисту, имеющему сказать свое слово, ужасно трудно выступить в Англии, пишет г. Дионео. Я знаю случаи, когда яркое, оригинальное произведение странствует из «магазина в магазин», и от одного литературного агента к другому... Агент дает молодому автору советы: «Вот этот герой слишком порывист», злодей недостаточно черен и ускользает ненаказанным», «такая-то любовная сцена слишком shocking». И мо-

лодой автор, желающий «пристроить» свое первое детище, черкает, мажет черной и розовой красками своих героев и героинь, смягчает диалоги¹³.

Писатели, достигшие известности, избавляются, конечно, от прямого насилия. Но воспитанные в атмосфере беспринципности и литературного торгашества, они уже добровольно продают себя газетному предпринимателю; и совершенно независимые, видные политические и литературные деятели отдают свое имя газете, не справляясь ни о её репутации, ни о моральной ценности. «Во Франции почти нет ни одного художника слова, – говорить г. Белорусов, – ни одного крупного и уважаемого беллетриста, который не давал бы мелких вещей большой прессе, соблазненный громадными гонорарами». За тысячу франков, говорит тот же писатель, можно приобрести для бульварной газеты и любую «звезду» политического или литературного неба. И вследствие такого отношения представителей высшей французской интеллигенции к печатному слову – отношения, отвечающего не задаче просветительного воздействия последнего на массу населения, а стремлению капиталистич. предпринимателя к личной при посредстве этого слова наживе – «газета, угождающая самым низменным вкусам низменной публики, имеет основание с гордостью указывать на лучшие имена литературы в списках своих сотрудников», и «на то, что в ней сотруд-

¹³ «Периодическая печать на Западе», с. 327–9, 356. «Вестник Европы», 1911, 7. «Русские Ведомости», 1909. № 290.

ничают и бывшие министры, и профессора Сорбонны». Безсовестнейшая нью-иоркская газета «New York Journal» в день своего пятилетнего юбилея имела возможность опубликовать целый ряд крупных имен американских и западно-европейских писателей, до Генри Джорджа и Клемансо включительно, состоявших в числе её сотрудников, «и благодаря этим сотрудникам, газета читалась людьми, которых претитло от её сенсационных приемов, но которые не согласились бы пропустить статью Бранана или Джорджа».

Безпринципное, коммерческое отношение западно-европейских писателей к печатному слову служить причиной такого «непонятого нам, русским», по выражению г. Дионео, явления, как участие консерваторов в либеральных английских изданиях и наоборот. Даже больше того! Редактором только что народившейся большой ежедневной газеты в Манчестере, «Daily Citizen», являющейся органом социалистов и рабочей партии, сделался бывший редактор консервативной, бульварной газеты «Daily Mail»¹⁴.

Бывает, что литературная «звезда» прозревает относительно истинного смысла своего участия в продажной газете. «Я целых девять лет писал в «Journal», сообщает Октав Мирбо... Как я мог, не отказываясь от своих идей, без лицемерия и интриганства, так долго держаться в этой уличной газете... Об этом не место теперь говорить, да и в сущ-

¹⁴ «Вестник Европы», 1911 г., № 7. «Русские Ведомости», 1900 г. № 303, и 1912 г., № 239.

ности я не знаю». Мирбо «прозрел» относительно газеты «Journal» после того, как эта газета отказалась поместить его статью о практическом применении в целях общественной пользы одного нового научного открытия по тому соображению, что за такую рекламную статью, да еще на первой странице, издатель вместо уплаты за нее гонорара мог бы сам заработать 5–7 тысяч франков. Долго ли бы еще продолжалась «слепота» знаменитого беллетриста, если бы он не переступил границы отведенной ему области, помещал в «Journal'e» только рассказы и романы, и его самолюбию не был нанесен ударь отказом издателя принять его произведение. Другой известный французский писатель, публицист Урбен Гойе, «возмутился» не содержанием, общим духом и продажностью газеты «Matin», в которой он сотрудничал, а чрезмерно грязными литературными приемами этой газеты для устранения своего главного конкурента, вполне её достойного «Journal'a», приемами, сделавшимися предметом судебного разбирательства. И характерен, и обиден для достоинства работающего в газете писателя ответ дирекции газеты на возмущение Гойе! «Не вмешивайтесь не в свое дело! Для этого грязного дела у нас есть достаточно грязных рук. Вас ведь мы не заставляем заниматься им. Чего же вы хотите?»¹⁵.

До нас редко доходят известия о том, что литературные

¹⁵ «Современный Мир», 1911 г., № 1, «Реклама» г. Циперовича. «Бюллетени литературы и жизни», 1912 г., № 9, с. 373.

работники оказывают сколько-нибудь значительное сопротивление попыткам капиталистического предпринимателя поработить свободное печатное слово; и мы можем указать лишь на образование вначале текущего века в Париже ассоциации литературных критиков и библиографов, поставившей себе задачей борьбу с платной литературной рекламой и защиту свободной литературной критики. Реальные результаты деятельности этой ассоциации нам, однако, неизвестны.

Писатель отзывается не только на любой призыв газетного предпринимателя, но и на требование производителя материального предмета рекламировать его продукт. «Тысячи интеллигентных пролетариев, владеющих кистью, резцом и пером, готовы, – говорит г. Циперович, – увековечить любой товар, любую фирму в самых громких, ослепительных формах». «За несколько жалких грошей предприниматель получает стихотворение, восхваляющее замечательные достоинства какого-нибудь крема для лица или для сапог – для поэта-рекламиста это решительно все равно. Нужно что-нибудь посOLIDнее – и на смену голодному поэту является фельетонист с живым рассказом, герой или героиня которого с большой готовностью объясняют читателю, где они покупают платье, обувь, где обедают, кто их снабжает сигарами, духами, перчатками и т. д.». Наибольший же спрос со стороны рекламы предъявляется на рисовальщиков, иллюстраторов и каррикатуристов, и «над усовершенствованием плаката-рекламы в настоящее время работает целая плеяда довольно

крупных художников»¹⁶.

Очень интересно было бы изучить и психологию читателя типичной современной газеты, выяснит, что его к ней привлекает, чего он от неё ожидает и насколько чтение такой газеты – единственное, как сказано выше, общение с печатным словом для 9/10 читателей – вызывается серьезным умственным интересом или только стремлением к развлечению и забаве. Не зная хорошо этой психологии и исходя из несомненного, казалось бы, положения, что печатное слово имеет назначением удовлетворять естественную потребность человека знать и понимать, что вокруг него происходит, переживать радостные и горестные события, волнующие его соотечественников и все человечество, наслаждаться произведениями человеческого гения и т. п. – серьезные люди останавливаются с недоумением перед фактом широкого распространения популярной газеты. «Нередко мне приходилось слышать, – пишет известный французский журналист, Артур Мейер, – от людей вполне образованных, что они решительно не в состоянии понять, чем объясняется тот поразительный успех, который выпал на долю «Journal'я». Где, как не во Франции – говорит русский наблюдатель парижской жизни – можно наблюдать такое явление, как огромный тираж газеток вроде «Le Petit Journal» или «Le Petit Parisien», дрянных во всех отношениях: скудость фактических известий, литературные бездарности, безталанные политические

¹⁶ «Современный Мир», 1911 г., № 1 «Реклама» Циперовича.

хроникеры».

Что привлекает уже более культурного читателя к большой парижской газете, посвященной спорту, о которой «решительно всем известно», что в ней каждый отзыв, каждая фотография, каждая строчка оплачены? «Такую газету можно бы, кажется, не читать; но это все знают и читают» (Белорусов). Или что заставляет интеллигентного парижского рабочего, хотя бы он был социалист, зачитываться газетой, которую он сам характеризует, как «публичную девку», и забрасывать свой партийный орган «L'Humanite»¹⁷.

Встречаются, правда, факты массового протеста читателей, но это относится к экстренным, так сказать, случаям и притом политических, а не общекультурных безобразий прессы. Во время, напр., парижской выставки 1900 г. и поддерживаемого газетами обострения политических неудовольствий между Англией и Францией, английские трэд-юнионы и кооперативные общества, объединявшие более двух миллионов рабочих, заявили о своем антивоинственном настроении, составив адрес к профессиональным союзам Франции и снарядив для его передачи специальную делегацию. В адресе этом, между прочим, говорится следующее:

«Новая сила появилась в мире, сила, пред которою преклоняются даже правительства, и которая возбуждает народы к взаимному недоверию и ненависти. Сила, которую мы

¹⁷ «Современник», 1911, № 1, с. 237.

вам указываем, и против которой мы поднимаем наш голос, это – пресса, которая находится в руках людей без принципов, без совести, и которую они пользуют, чтобы разжигать на наших родинах народные страсти. нисколько не преувеличивая, можно сказать, что эта новая сила – подобной которой мир еще не знал – приобрела уже такое могущество, что начинает даже захватывать в свои руки обыкновенные функции правительств». «Рев, поднимаемый этими газетами – зачастую при содействии людей влиятельных по своему положению – принимается иногда за голос народа, но ни во Франции, ни в Англии массы не имеют ни малейшего повода ненавидеть друг друга, ни малейшего желания причинять друг другу какой-либо вред. «Непосредственная опасность исходит, главным образом, от собственников и редакторов газет, которые не перестают толкать к конфликтам». «Кульм любви и братства грубо топчется ногами, и человечеству грозит возврат к диким нравам варварства».

До сих пор коммерческий интерес собственников газет не препятствовал тому, чтобы даже в капиталистических изданиях высказывались разнообразные политические и общественные взгляды. Но в последнее время намечается перспектива новой опасности для свободного слова, истекающая из идеи синдикальной организации печати. О такой организации несколько лет тому назад заговорил король уличной прессы в Англии, Гармсворт, восхваляющий объединение печати перспективами вроде того, что синдикат будет

проводить в публику определенные взгляды на религию, науку, воспитание, финансы» и «внушит ужас всем злоумышленникам, всем сторонникам взглядов, враждебных государству». «Гармсворт предвидит возникновение двух или трех газетных синдикатов, которым будет принадлежать вся пресса, издаваемая в странах, где говорят по-английски. Синдикат, издающий 60 или 70 газет, – писал Гармсворт в North American Keivew, – будет таким же королем газетного мира, как Рокфеллер в мире нефти... Синдикат купит лучших писателей, проведет собственные телеграфы и заставит капитулировать все другие газеты... Синдикат по готовому плану будет заказывать и проводить в публику статьи с определенными взглядами на религию, науку, воспитание, финансы, торговлю и пр.».

В малых размерах Гармсворт начал осуществлять свою идею: десять лет назад ему принадлежало в Англии 50 газет. Располагая огромными денежными средствами, братья Гармсворт «довели до банкротства многие независимые газеты в провинции и завладели ими вполне». Они захватили, напр., все провинциальные издания Шотландии, кроме одного¹⁸. А в последнее время появилось известие, что в Америке уже составила группа финансистов с известным миллиардером, Морганом, во главе для образования газетного треста и уже приступила к скупке газет.

¹⁸ Дионео. Очерки современной Англии, стр. 76. «Русские Ведомости», 1903 г., № 103, 1904 г. № 812.

Таковы стремления современных руководителей наиболее распространенных газет. Начав с того, чтобы пользоваться газетой, как средством личной наживы, и получив этим широкую возможность воздействия на общественное мнение в интересах отдельных лиц, групп таковых и учреждений, – капиталистические предприниматели – в тон тому, что развивается в сфере капитала, орудующего в области производства материальных благ, – стремится монополизировать производство благ духовных и в интересах коммерческих, и для систематического воспитания народных масс, соответственно интересам плутократии, систематического порабощения свободного духа человека. Здесь уже выступает не один мотив личной наживы, а и цель господства над умами и чувствами читателя. Как далеко это от осуществления наивной, как теперь оказалось, веры в юридическую свободу слова, как средства облагораживания человека, и не заключается ли много правды в словах исследователя судеб французской печати, Фонсгрива, заявившего, что «пресса является в настоящее время рабой, хотя, по-видимому, и пользуется самой широкой свободой»! или в словах американского общественного деятеля, воскликнувшего на митинге о трестах: «что значит всеобщее образование, когда характер и качества умственной нищи будут определяться трестами, как определяется ими качество сахара, который мы едим, или спирта, который мы пьем»¹⁹.

¹⁹ «Периодическая печать на Западе», стр. 316 И. Х. Озеров «Куда мы идем?».

Английские библиотеки в свою очередь налагают руку на свободу печатного слова. Лондонские библиотеки обслуживают по-преимуществу женскую часть населения, предоставляя ей возможность наслаждаться чтением новых романов, предназначенных специально для невзыскательного потребителя. Библиотеки эти являются главными покупателями таких романов; от них, следовательно, зависит успех или неуспех литературного произведения. И вот, союз владельцев библиотек выработал требования, предъявляемые издателям романов. Всякий роман за неделю до выхода в свет должен быть представлен на просмотр союза, который относит его к одной из трех категорий: удовлетворительных, сомнительных или предосудительных. Книги, признанные предосудительными тремя библиотеками, не принимаются в библиотеки; сомнительные книги могут быть приобретаемы членами союза, но последние должны препятствовать их распространению. Меры библиотекарей мотивируются интересами общественной нравственности; но ходкая книга распространяется ими без внимания к содержанию, и «безнравственными будут признаны, говорит г. Дионео, вероятно, такие книги, на которые существует небольшой запрос только со стороны высококультурных читателей». Решение союза библиотекарей вызвало негодование авторов. «Стоило ли так упорно бороться с королевской цензурой, чтобы попасть под надзор союза?» – говорят романисты.

VI

Мы брали факты для характеристики капиталистической печати из жизни Западной Европы и Северо-Американских Соединенных Штатов, а не из русской действительности, потому что в этом отношении, как и во многих других, наша страна идет позади своих соседей; русский читатель ищет в печати не только любопытное и забавное, но и поучительное и серьезное, а русский писатель еще не утвердился окончательно на позиции чужого наемника и считает еще себя призванным руководить духовным развитием масс в духе истины, красоты и справедливости. Вряд-ли, однако, кто-либо сомневается в том, что и наша периодическая печать движется в том же направлении подчинения капиталу, а литературная братия понемногу приспособляется к новым условиям работы. И если захват печати капиталом возбуждает в наших писателях попытки организованного сопротивления, то это касается главным образом эксплуатации капиталом самих писателей, а не защита достоинства печатного слова, как средства духовного развития народа. В последние годы в прогрессивных русских газетах стали постоянно даже печататься статьи, оплачиваемые не издателями, а авторами. Пока такие статьи, приняв научную личину, восхваляют только лекарственные средства и помещаются в отделе объявлений, за содержание коих редакция газеты ответ-

ственности на себя не принимает. Но уже характерен самый факт разделения газеты на ответственную и неответственную части и помещение в последней не простых объявлений, а настоящих статей. А допущение на странице порядочных изданий рекламных медицинских статей в самое время, когда врачебное сословие сочло необходимым начать организованную борьбу с распространением в публике патентованных лечебных средств и обращается за содействием в печати, – представляется даже пикантным. Молодые наши писатели и читатели, воспитывающиеся в атмосфере постепенного распространения влияния капитала на все сферы человеческой деятельности, не находят, может быть, в факте помещения на страницах порядочного органа медицинских реклам ничего предосудительного. Но ведь таким именно путем постепенного пропитывания капиталистическими тенденциями, а не силой *сюр д'État*, когда-то принципиальная и просветительная, напр., французская печать превратилась в средство развращения и духовного усыпления народа. Допустит-ли без борьбы такое поругание печатного слова русский писатель и читатель?