Е.В. Полякова
БашГУ, Уфа, Россия
fotodarr@mail.ru

ТИПОЛОГИЯ ГАЗЕТ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ

Аннотация. В статье исследуется процесс становления российской прессы. Рассматриваются такие типы газетных изданий, как «ведомости», «вестники», «листки». Приводятся характеристики данных типов газет.

Ключевые слова: российская пресса, типология периодических изданий, «ведомости», «вестник», «листок».

TYPOLOGY OF NEWSPAPERS IN PRE-REVOLUTIONARY RUSSIA

Abstract. The article examines the process of the formation of the Russian press. Such types of newspaper editions as “vedomosti”, “heralds”, “leaflets” are considered. The characteristics of these types of newspapers are given.

Key words: Russian press, typology of periodicals, “vedomosti”, “bulletin”, “leaf”.

История российской прессы началась с первой русской газеты, которой стали «Ведомости». Последовавшие за «Ведомостями» газетные издания чаще всего содержали в названии такие нарицания, как «ведомости», «вестник» или «листок».

«Ведомости» (от «ведать» – знать) являлись официальными государственными изданиями при поддержке правительства. Издатели таких газет полагали, что именно их газета формирует общественное мнение, т.е. ведает, что требуется читателю и как подавать информацию.

Владельцами «вестников» были, чаще всего, частные лица. Вестники являлись своего рода противопоставлением официальным ведомостям. В наше время такие газеты, вероятно, при-

числили бы к либеральным или даже оппозиционным. Как говорит за себя название таких газет, они несли читателю вести.

«Листки» были газетами, рассчитанными на массового адресата, причислялись к бульварной прессе, не считались серьезными изданиями в силу своего развлекательного характера.

Следует отметить, что в более поздние периоды присутствие перечисленных компонентов в названии газеты стало, скорее, традиционным. Но в период становления печатного дела издатель, именую определенным образом газету: ведомостями, вестником или листком, давал понять будущему читателю, информация какого рода будет содержаться в его издании.

Сами журналисты предпочитали называть вышеперечисленные газеты как «большая», «малая» и «дешевая». Говоря современными терминами, речь идет о качественной, массовой и бульварной газете. Так, например, «Русские ведомости» сегодня отнесли бы к качественной прессе, газету «Россия» – к массовой, а «Газеты-Копейки» – к бульварной прессе.

Остановимся подробнее на характеристиках данных типов газет: «большие» газеты были самыми дорогими, большими по объему и влиятельными. Аудитория таких газет – люди с хорошим образованием, способные к анализу информации и критическому мышлению. «Малые» издания меньшего объема, дешевле, ориентированные на более широкую аудиторию. «Дешевые» отличаются низкой ценой и качеством. Именно в дешевых изданиях впервые появляются сенсационные заголовки для привлечения читателя, а описываемые события – это убийства, скандалы и уголовные сводки [1, с.63].

Следует отметить, что «малая» газета и «листки», или так называемые «уличные листки», являлись феноменом для журналистики того времени. Подписка на них была копеечной, содержание разнообразно, уровень материала низок, размер и формат малы.

Однако в конце XIX в. появились два газетных издания, характеристики которых не позволяли отнести их ни к одной из существующих категорий. Они моментально вышли на лидирующие позиции по степени воздействия на аудиторию. Одна из этих газет – «Новое время» под руководством А.С. Суворина, вторая – «Русское слово», с редактором В.М. Дорошевичем во

главе [3, с.21]. Обе газеты сразу же стали лидерами и по количеству выходивших в тираж экземпляров.

Но самая выдающаяся характеристика этих газет – их информационная составляющая. Материалы в данных изданиях содержали большой объем информации высокого качества. По словам современников, в газетах не содержалось частной, личной, идеологической информации. Публикации были нацелены на все население страны, издатели заботились о том, чтобы газеты были доступны и понятны для каждого. Розанов отмечает особый способ изложения материала: «Все целесообразно – и скандал, и шутка, введено в газету, чтобы она была... первой по величине, живости и подписке» [5, с.85]. Считается, что именно эти особенности способствовали тому, что газеты получили настолько массовую аудиторию. Наблюдается стремительный рост тиражей «Нового времени» и «Русского слова»: к 1917 г. газеты имели от сотен тысяч, а затем и до миллиона подписчиков – таких показателей Россия никогда не видела.

Н.Я. Абрамович, пытаясь разгадать секрет невероятного успеха «Русского слова», отмечал, что в издании нет «нервного повышенного тона» [4, с.10], которым ранее журналисты пытались привлечь аудиторию.

Автор пишет, что газете не присущ напыщенный академический язык, нет сухости изложения, которые были свойственны современным ему серьезным изданиям. В то же время в ней не содержится и скандальной информации, столь присущей для изданий малой прессы. Основной задачей, которую выполняла газета, стало осведомление населения, основная функция – информационная.

Как мы видим, на рубеже XIX и XX вв. появился четвертый тип газеты в России, который в свое время так и не был классифицирован. Согласно современной типологии, однако, этот тип назвали бы информационным. Так, рассматривая хронологический порядок, заметим, что информационные газеты появились вслед за качественными изданиями и практически в одно время с массовыми [2, с.288]. Именно с информационных газет началась эпоха ежедневной покупки периодики для того, чтобы получать информацию о том, что происходит в собственной стране и во всем мире.

Начало XX в. в истории периодической печати знаменуется появлением тревожных тенденций: в издания стали проникать капиталистические отношения. Сторонники капиталистических отношений поняли, что ежедневная газета, попадающая практически в каждый дом, не только сама по себе приносит баснословные доходы, но способна оказывать воздействие на многочисленную аудиторию.

Издатели и журналисты, выпускающие газеты с идеологическим содержанием, придерживались мнения, что журналистика в России способна противостоять проникновению капитала в прессу. Многие полагали, что духовность и творчество стоят выше денег. Однако существуют и другие аспекты: в российской прессе процветает цензура, под давлением которой издатели постоянно рискуют, что выпуск их газеты могут приостановить или закрыть.

В заключение следует отметить, что в русском сообществе наблюдалось огромное уважение к журналистике, а люди, причастные к созданию периодических изданий, верили в то, что пресса сохранит свои лучшие традиции. Но предпринимательские отношения проникали в прессу все активнее, что, несомненно, повлияло и на ее типологизацию.

Литература

1. Есин Б.И. Русская дореволюционная газета. – М., 1971. – С. 63.
2. Вестник Европы. СПб, 1910. №7. – С. 288.
3. Мельгунов С.О. О современных литературных нравах. М.: типография Вильде, 1916. – 72 с.
4. Абрамович Н.Я. Русское слово. – Петроград.: Памфлет, 1916. – С. 10.
5. Русская журналистика XX в. Тексты. М., 1990. – С. 85.

© Е.В. Полякова, 2021