
РОССИЙСКАЯ ПЕРИОДИКА В НАЧАЛЕ XX ВЕКА И ЕЕ УЧАСТИЕ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ СТРАНЫ

Р.А. Савастенко

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассматривается развитие периодических изданий в дореволюционной России начала XX в. В этот исторический период происходит формирование нового политического пространства, а именно учреждение Государственной думы как нового государственно-правового института законодательной власти. Политическая борьба явилась причиной роста количества периодических изданий, их тиражей и географического распространения, а самое главное, газета стала обладать большим авторитетом, нежели книга.

Ключевые слова: периодические издания, журналы, газеты, избирательная кампания, выборы, политические партии, политическая борьба.

Важным источником изучения общественных, социальных отношений, идейно-политической борьбы определенного исторического периода является пресса — газеты и журналы. Основными центрами журналистики в конце XIX в. — первых десятилетиях XX в. были Петербург и Москва, что вполне отвечало их роли в экономической, политической и культурной жизни России. Более половины периодических изданий публиковались именно в этих городах, а затем рассылались по стране. Свыше $\frac{1}{4}$ всех периодических изданий приходилось на Петербург, а на обе столицы — более $\frac{1}{3}$ [1. С. 262]. В 1890 г. в России выходило 796 периодических изданий разного типа, различных направлений. За период 1891—1900 гг. возникло 794 новых газет и журналов. В 1900 г. выходило 1002 периодических издания, а в период с 1901—1916 гг. в стране выходило более 14 тысяч СМИ, из них свыше 6 тысяч приходилось на долю Петербурга и Москвы [2. С. 7].

В конце XIX в. популярны были «толстые» журналы, которые любили за то, что в них часто появлялись новинки художественной литературы. «Толстые» журналы имели различную политическую направленность. «Русский вестник» придерживался идей самодержавия, «Вестник Европы» был сторонником либеральных идей, радикальным изданием считался сборник «Русское богатство», другие под влиянием веяний общественно-политической жизни нередко меняли политическую идеологию издания. Данные издания освещали общественно-политические события в жанре хроники или обзора, отличались проблемными статьями, часто проводили социологические опросы. Не каждый читатель мог справиться с публикациями «толстого» журнала, и поэтому предпочтение отдавал иллюстрированным еженедельникам, которые отличались новостями развлекательного и сенсационного характера. Заметное место начал занимать «тонкий» журнал, достоинством которого была высокая оперативность печати. Рост промышленности, торговли, банковского дела повлек за собой увеличение количества газет и журналов. В 1890 г.

издавалось 29 иллюстрированных еженедельников, в 1900 г. — уже 41, а их подписчики составляли около 500 тысяч человек [3. С. 33]. В это время большинство изданий еще не имели четкой политической направленности.

Большая часть грамотного населения проживала в городах, но в связи с тем, что крестьянство представляло собой большой слой социально-политической силы, который охватить массовыми пропагандистскими мероприятиями не всегда удавалось, возникла необходимость корректировать общественное мнение при помощи периодических изданий. «Печать давно стала уже у нас силой — иначе бы правительство не тратило десятков тысяч рублей на подкуп ее и на субсидирование разных Катковых и Мещерских» [4. С. 93]. Редакции стали появляться на периферии, где начали выходить газеты и журналы различных типов: официальные и частные, органы партий, организаций, общественных групп. Рост активности провинциальных изданий увеличивался. Например, в регионе Поволжья «Самарская газета», «Астраханский вестник», «Саратовский листок», «Голос Самары», «Жизнь Черноземного края» и многие другие сумели выдержать конкуренцию со столичной печатью. Около 40% провинциальной прессы составляли официальные издания («Губернские ведомости», «Епархиальные известия») [5. С. 329]. Общеизвестным провинциальным изданием была «Вятская газета», которая поддерживалась не только Вятским губернским земством, но и администрацией ряда других земств и была широко распространена среди грамотных крестьян, за что удостоилась медали Вольного экономического общества [6. С. 9]. Партия кадетов, например, располагала значительным числом провинциальных изданий [7. С. 76]. Роль периодической печати в общественно-политической жизни страны возрастала благодаря повышению уровня грамотности населения, который в 1897 г. в европейской России составил 22,9%, а среди мужчин — 32,6% [8. С. 327]. И все же провинциальная пресса не получила широкого распространения, которое напрямую зависело от уровня грамотности населения. Большинство населения страны составляли крестьяне, и именно от того, как они относятся к чтению, зависело распространение газет. Получив навыки писать и читать, нередко крестьяне утрачивали их, так как не было возможности применить их на практике, поэтому значительная часть неграмотного населения могла быть отнесена к категории «читателей из вторых рук», т.е. слушателей. «Относительно чтения и выписки газет крестьянами Саратовской губернии большинство корреспондентов сообщает или о полном отсутствии газеты в деревне, или о малой распространенности чтения, а тем более выписки периодических изданий на собственные средства» [9. С. 29]. В деревне круг изданий ограничивался одним или двумя изданиями, поэтому что читать, выбирать не приходилось. «Правительству, сосредоточившему в своих руках губернскую прессу, несмотря, может быть, на самые благие побудительные намерения, не удалось сделать из нее влиятельных и руководящих органов печати, и вся их роль сошла на роль справочных изданий по части официальных объявлений, полицейских распоряжений и казенных объявлений на разные торги» [5. С. 305].

Существенное отличие газет друг от друга заключалось в идеологической составляющей и ориентации на тот или иной социальный слой. Периодические издания четко сегментировали свою целевую аудиторию, что выражалось не только

в подаче информации, средствах, методах, языковых особенностях, но и в содержательности тех или иных событий. Такие издания, как «Русские ведомости» и «Московские ведомости», часто использовали в своих публикациях фразы на латыни, английском и французском языках, при этом перевод не давали. Издания ориентировались на высокообразованную публику, которая владела иностранными языками, интересовалась международными отношениями, имела интересы и связи в деловых кругах. Вряд ли бы крестьянин смог читать такую газету. Сельские газеты, наоборот, старались изъясняться простым языком, да и круг рассматриваемых проблем касался лишь той или иной губернии. Такая газета не вызывала интереса у образованного делового человека. Наиболее читающая аудитория в то время — столичная и провинциальная интеллигенция, учащиеся, чиновники, помещики. Следовательно, они формировали мнение определенных социальных групп.

Исключительно большую роль играла периодическая печать на арене общественно-политической борьбы. На страницах печати велись ожесточенные сражения материализма против идеализма, революционного мировоззрения против идеологии реакционных и мелкобуржуазных взглядов, реалистического искусства против декадентства и мистики. Благодаря чрезмерному развитию периодической печати руководство общественным мнением перешло в ее руки, тогда как ранее главным средством воздействия на общественную мысль служила книга [10. С. 16]. К началу XX в. периодические издания стали обладать большим авторитетом. Несмотря на широкое распространение географии периодических изданий, на селе выбор был небольшой. Зачастую преобладали дешевые газеты, которые не стремились объективно освещать общественно-политическую жизнь страны.

В начале XX в. общественно-политические органы печати составляют примерно $\frac{1}{5}$ часть всей периодики. Значительное количество периодических изданий выражало и поддерживало правительственный курс, внешнюю и внутреннюю политику правительства. К числу таких изданий можно отнести официальные газеты типа «Губернских ведомостей». Охранительным духом были проникнуты многие частные издания, выражавшие интересы дворянства и чиновничье-бюрократических кругов, — это газеты «Московские ведомости», «Русское знамя», «Гражданин», «Новое время».

Для этого периода истории русской печати характерно проникновение в прессу капитализма, появление крупных газетных предприятий. «Русское слово» И.Д. Сытина, газеты «Копейки», бульварные «Листики», многие юмористические еженедельники — все это были издания, проникнутые коммерческим духом [2. С. 9].

Достаточную оппозиционность русской буржуазии выражала весьма распространенная в начале XX в. либеральная журналистика — газеты «Русские ведомости», «Речь», журнал «Русская мысль». В этих изданиях идеалом провозглашалась конституционная монархия, а реформы объявлялись единственным законным путем достижения необходимых преобразований.

Революционная печать издавалась нелегально и не могла на равных соперничать с легальными СМИ. В.И. Ленин говорил, что «газета — не только кол-

лективный пропагандист и коллективный агитатор, но и коллективный организатор» [11. С. 165]. Поэтому в 1986 г. им был организован за границей выпуск сборника «Работник», затем в 1900 г. появился первый номер газеты «Искра», которая сыграла решающую роль в создании российской социал-демократической рабочей партии. Тираж «Искры» колебался от 6 до 8 тысяч экземпляров, а отдельные номера перепечатывались в типографиях на территории России [12. С. 90]. Позже стали появляться такие издания, как «Волна», «Вперед», «Эхо», «Борьба». Оппозиционная печать подвергалась жестким репрессиям и гонениям. Возможности легального распространения отсутствовали, степень влияния на формирование общественного мнения была в разы меньше, чем у любой официально издаваемой газеты. Большевистская печать критиковала программы и тактику не только своих оппонентов, но и других противостоящих правительству партий — эсеров, трудовиков, анархистов.

Наиболее эффективными при проведении избирательной кампании являются следующие типы печатных изданий.

Непосредственную роль в формировании общественного сознания играют массовые издания, ориентированные на обывателя. Массовые издания характеризует большой по местным меркам тираж, они склонны к броской подаче информации. Массовые издания могут быть ежедневными или еженедельными. Ежедневники больше уделяют внимания событийным жанрам, но еженедельники имеют более долгую жизнь. Встречается распространенное мнение, что официальное издание является качественным изданием, т.е. газетой влияния [13. С. 186].

Качественные издания — это издания, проявляющие деловой подход к информации, ориентирующиеся на местную, экономическую, бюрократическую, интеллектуальную элиты и, как следствие, имеющие небольшой тираж. Эти газеты сами зарабатывают деньги на рекламе или др. побочных проектах, способны отражать и формировать общественное мнение.

Еще один тип издания — бесплатные рекламные газеты. Они имеют по местным меркам тиражи, дают хороший рекламный эффект. Их влияние на общественную жизнь минимально, так как журналистики там нет или почти нет.

В связи с этим хотелось бы дать характеристику некоторым изданиям, которые играли ведущую роль в общественно-политической жизни страны.

«Русское знамя» — русская национально-монархическая газета, центральный печатный орган «Союза русского народа», издавалась в 1905—1917 гг. Планировалось выпускать газету еженедельно, однако огромная популярность довольно скоро обусловила ежедневный выпуск газеты, в понедельник не выходила. Тираж газеты составлял от 3 до 14,5 тысяч экземпляров. Газета провозглашала лозунг «За Веру Православную, Царя Самодержавного, Отечество нераздельное и Россию для Русских». Газета последовательно выступала за неограниченное самодержавие, против Государственной думы, либералов и левых радикалов, занимала ярко выраженную антисемитскую позицию. На газету неоднократно налагались штрафы, редакторам было сделано тринадцать предупреждений, восемнадцать номеров было изъято. С 1906 г. издателем был А.И. Дубровин, пользовавшийся всемерной

поддержкой царских министров и самого царя [14]. О крайне реакционном направлении газеты свидетельствует тот факт, что даже преобразования П. Столыпина рассматривались как слишком «левая» политика. Доступная газета, стоила 2 копейки, позже — 3 копейки, иногда распространялась бесплатно. Имела от 4 до 6 полос. Отличалась ярко выраженной партийной направленностью. Первая полоса всегда посвящена деятельности партии, ее успехам в регионах, пропаганде царской власти, дискредитации соперников (особенно евреев). Рекламы в газете не было, кроме прямой рекламы на первой полосе, из чего можно сделать вывод, что печатный орган финансировался из государственной казны. Все полосы использовались только для идеологической борьбы. Разнообразие жанров не знало границ: аналитические статьи, весь спектр информационных жанров, политические сказки, фельетоны и т.д. Язык текстов был простым, понятным, а местами очень грубым. Целевую аудиторию можно определить следующим образом: малообразованные русские люди, в основном христиане, консерваторы и приверженцы абсолютной власти монарха. В каждом номере встречались стихотворения, унижающие политических оппонентов. По всей видимости, они были предназначены для малограмотного населения, которое должно было заучивать их, а потом повсеместно распевать, выдавая их за народный фольклор. В периоды созыва Государственной думы по две полосы отводилось ее заседаниям. Рубрики: «Обзор печати», «Театры и зрелища», «Хроника», «Государственная дума». Образ врага народа проецировался строго на евреев. Броские заголовки «Жалкие жидочки», «Конституционная зараза», «Друзья наших освободителей в Америке», «Неблагородные дворяне», «О гнусной деятельности евреев», а также использование карикатур заставляли читателя поверить в это. Журналисты газеты спекулировали на политических убийствах, которые совершались левыми радикалами, а обвиняли в этом кадетов. Широко и постоянно анонсировали свои массовые мероприятия. «Русское знамя» — ярко выраженное партийное издание.

«Русские ведомости» — газета, издаваемая в Москве с 3 сентября 1863 г., одна из крупнейших российских газет. Изначально выходила три раза в неделю, с 1868 г. выходила ежедневно [15]. С 1870-х гг. орган либеральной интеллигенции. Имела собственный штаб корреспондентов во всех уголках России. Газета сообщала только проверенные факты, представляющие общественный или государственный интерес. С особенной любовью и вниманием следила за деятельностью органов самоуправления и проявлениями общественной инициативы. Во всех больших городах Европы и отчасти Америки «Русские ведомости» имели специальных корреспондентов, интересующихся не только внешней политикой, но внимательно следящих за жизнью масс, за рабочим движением и т.п. Жанровое разнообразие газеты было велико. Преобладали фельетоны, которые обязательно появлялись в определенные дни, газета публиковала повести и рассказы, отдельные критические, исторические или научные статьи. С 1905 г. перешла к кадетам, выступала против большевиков. Стоимость одного номера составляла 6 копеек. Публиковала от 6 до 8 полос. Содержала очень много рекламы (35—40%). Рубрики: «Телеграф и телефон», «К выборам в ГД» ($\frac{1}{3}$ полосы плюс аналитические статьи

на полполосы), «Внутренние известия», «Московские вести», «Театр и музыка», «Судебная хроника», «Биржевая хроника», «Письма в редакцию». Давала достаточно полную картину по выборам в Государственную думу со всей страны. Детально освещала внешнюю политику. В период работы Думы отводила ее заседаниям одну, а иногда и полторы полосы. Издание не гналось за сенсацией, только проверенная и качественная информация могла быть интересна ее постоянному высокообразованному читателю с устоявшимися политическими и общечеловеческими ценностями. Часто газету называли «профессорской» газетой, в которой сотрудничали известные ученые. По выражению Ленина, газета сочетала в себе «правый кадетизм с народническим налетом» [11. С. 193]. В качестве рекламодателей на полосах издания выступали известные российские и зарубежные производители, которые представляли товары премиум сегмента и рассчитывали на хорошо обеспеченных покупателей. Периодически выпускала бесплатные приложения с короткими информационными заметками. Бесспорно, это было качественное издание.

«Московские ведомости». Газета издавалась в 1756—1917 гг. в Москве (до 1842 г. — 2 раза в неделю, затем 3 раза, с 1859 г. — ежедневно). До 1909 г. принадлежала Московскому университету. До середины XIX в. — самая крупная газета в России. В 1779—1789 гг. ее арендовал Н.И. Новиков. В этот период в «Московских ведомостях» наряду с материалами о внутренней жизни и иностранных известиях публиковались статьи по литературе, искусству, науке, статистические материалы, библиография. При газете выходили приложения. В 1840-х гг. «Московские ведомости» приобрели литературно-общественное значение. С 1863 г. под редакцией М.Н. Каткова (до 1887 г.) и П.М. Леонтьева (до 1875 г.) газета приняла реакционный характер и пользовалась большим влиянием в бюрократических верхах. Правительство поддерживало «Московские ведомости» казенными объявлениями. «Московские ведомости» требовали «твердой власти», защищали интересы дворянства, выступали против польского освободительного движения и всякого проявления прогрессивной мысли, нападали на реформы 1960-х гг., критиковали германскую ориентацию внешней политики правительства. При преемниках Каткова (В.А. Грингмут, Л.А. Тихомиров и др.) «Московские ведомости» стали черносотенной газетой, проповедовавшей погромы и преследования рабочих и революционной интеллигенции. С 1905 г. — орган монархической партии. После Октябрьской революции была закрыта [16]. Состояла из 8 полос, стоила 4 копейки за номер, последняя полоса была отдана под рекламу, две предпоследние полосы публиковали деловую хронику, решения судов, поправки к законам, активы банков, фабрик и предприятий, первая полоса — это воззвания к избирателям, разъяснения политических программ, пропаганда монархических идей. Несмотря на достаточный объем деловой информации, газета была проводником монархических идей. Рубрики: «Телеграф и телефон», «Театр и музыка», «Иностранные известия», «Биржевой отдел», «Дневник печати». Особое внимание уделялось внутривластным процессам, рассматриваемым сквозь призму монархических идеалов. Газета обладала большой устойчивостью взглядов. Много пуб-

ликаций против кадетов, октябристов, но, в отличие от других монархических изданий, комментарии были сдержанны и аккуратны. Преобладали информационные и аналитические жанры. Потребитель — городской житель, образованный, православный, не поддерживающий экстремизм и насилие, выступающий за правовое регулирование в обществе.

«Голос Москвы». Ежедневная политическая газета, орган партии октябристов, издававшаяся в Москве с 23 декабря 1906 г. по 30 июня 1915 г. Издатель и первый редактор, а в дальнейшем фактический руководитель — А.И. Гучков. Газету субсидировали крупные капиталисты. Она поддерживала политику царизма, хотя и требовала умеренных буржуазных реформ. Вела травлю революционеров, особенно большевиков, выступала против освободительного движения угнетенных народов России. Поддерживала внешнеполитическую экспансию и гонку вооружений, одобряла участие России в первой мировой войне [17]. Мысль об издании собственной газеты в руководящих сферах союза возникла еще на учредительном съезде в начале 1906 г. Газета публиковала общеполитическую информацию о положении в стране и за рубежом в виде сообщений телеграфных агентств, аналитических и обзорных статей, интервью с виднейшими государственными и общественными деятелями, широко освещала деятельность Государственной думы [18]. Содержала от 4 до 6 полос и стоила 3 копейки за номер. Содержала 10—15% рекламы. Первая полоса всегда была наполнена прямой рекламой, выражавшейся в воззваниях и обращениях к гражданам. Газета охватывала все сферы жизни горожанина и содержала следующие рубрики: «Телеграммы», «По телефону из Петербурга», «За границей», «В политических партиях», «Московская жизнь», «Присшествия», «Театр и музыка», «Биржа». Издание отличалось обилием аналитического материала. Газета вела сдержанную редакционную политику по отношению к левым и правым, но занимала непримиримую позицию к соседям-центристам (кадетам). Преобладали аналитические и художественно-публицистические жанры. Язык был понятен как рабочему, так и помещику, но при этом особое внимание уделялось вере в царя и непоколебимости православия, т.е. под понятие целевой аудитории мог подпадать любой православный человек, осознающий необходимость изменения конституционного строя, но постепенно и последовательно.

«Речь». Газета издавалась ежедневно с 8 марта 1906 по 1917 гг. в Санкт-Петербурге. Пользовалась огромной популярностью и уважением в либерально-демократической среде. Лидер партии кадетов П.Н. Милюков был одним из редакторов газеты и автором большинства ее передовых статей, его соредактором был член ЦК партии кадетов И.В. Гессен. После Февральской революции «Речь» стремилась отражать либерально-демократический взгляд на обстановку в стране, публиковала резолюции собраний и митингов, коллективные письма и т.д. На следующий день после Октябрьского переворота газета была закрыта большевиками. Позже ее издание возобновлялось под различными названиями («Наша Речь», «Век» и др.). В августе 1918 г. газету закрыли окончательно [19]. Одна из самых сбалансированных газет того времени. Она содержала следующие рубрики: «Важнейшие известия», «Иностранные известия», «Телеграммы», «Москва по телефо-

ну», «Провинциальная хроника», «Судебная хроника», «Перед выборами», «Театр и музыка», «Биржевая хроника». Стоила 5 копеек, состояла из 6 полос. Объем рекламных объявлений достигал 20%, при этом преобладала реклама известных производителей (Нестле, Мишлен, Зингер, Клаус, Циммерман, Виши и многих других). Из этого следует, что читатель у газеты был обеспеченный и заслуживающий уважения в обществе. Основная тематика газеты — политическое устройство, причем как за рубежом, так и в России. Главной заслугой редакции являлась актуальность, содержательность и аргументированность ее статей. Они не вызывали отторжения и не отличались неприличными оскорблениями в адрес оппонента. Газета всегда реагировала на выпады в ее адрес других изданий. Излюбленным ее приемом было вести заочную полемику с оппонентами на своих страницах. Делала она это красноречиво, легко, непринужденно и интеллигентно, так как в рядах партии было много известных и выдающихся людей. «Речь» освещала избирательные кампании наиболее широко. Более подробную и полную информацию вряд ли можно было бы найти в какой-нибудь другой газете. Ей было свойственно многообразие жанров (хроника, корреспонденция, фельетоны и передовицы, некрологи, проблемные статьи). Газета публиковала глубокие аналитические статьи и умело передавала яркую картину жизни всей страны в репортажах. В отличие от большинства других газет, «Речь» не переставала писать на тему выборов и после созыва Думы. Издание имело яркую политическую окраску, но не было отдано на откуп назойливой прямой политической рекламе и пропаганде. Оно проводило четкую грань между всеми сферами деятельности в государстве, имела широкую сеть собственных корреспондентов во всех уголках земного шара. В качестве наглядных и доходчивых аргументов газета использовала различные статистические таблицы, сравнения, диаграммы.

Все перечисленные периодические издания в полной мере отражали интересы общественно-политических элит и давали объективную картину предвыборной борьбы в течение всего избирательного процесса. Следует отметить, что, говоря о ходе избирательных кампаний, столичные газеты часто перепечатывали материалы из провинциальной прессы, давая редакционные комментарии. Более полная картина вырисовывалась тогда, когда добавлялась информация от собственных корреспондентов.

Итак, на стыке XIX—XX вв. в дореволюционной России выходило около тысячи периодических изданий, а в период с 1901—1916 гг. в стране насчитывалось уже более четырнадцати тысяч СМИ, половина из которых приходила на долю Петербурга и Москвы. Рост интереса граждан и собственное их участие в избирательных кампаниях побуждал газеты уделять больше внимания процессу формирования российского парламента. СМИ в начале века стали играть значимую роль в общественно-политической жизни страны, во многом причиной этому послужило повышение грамотности населения. Периодические издания выступили авторитетом, формирующим общественное мнение, а бедность населения и безграмотность все еще мешали дальнейшему распространению печатной продукции.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Золотарев А.М.* Заметка о периодической прессе в 1902 г. // *Русский вестник*. — 1903. — № 1.
- [2] *Русская периодическая печать (1895 — октябрь 1917)*. — М.: Государственное издательство политической литературы, 1957.
- [3] *Воронкевич А.С.* Русские иллюстрированные еженедельники в XIX веке // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. — 1984. — № 1.
- [4] *Ленин В.И.* Что делать? — М., 1966.
- [5] *Глинский Б.* Русская периодическая печать в провинции // *Исторический вестник*. — 1898. — № 1.
- [6] *Есин Б.А.* Русская легальная пресса конца XIX — начала XX вв.
- [7] *Савастенко Р.А.* Особенности применения PR-методов в политической борьбе дореволюционной России 1905—1912 гг. // *Вестник РУДН. Серия «Литературоведение. Журналистика»*. — 2010. — № 3 — С. 74—80.
- [8] *Россия. 1913 год Статистическо-документальный справочник*. — СПб.: Блиц, 1995.
- [9] *Отзывы корреспондентов текущей статистики по некоторым вопросам сельской жизни в Саратовской губернии*. — Вып. 1. — Саратов, 1902.
- [10] *Хвостов В.М.* Общественное мнение и политические партии. — М., 1906.
- [11] *Ленин В.И.* Полн. Собр. соч. Т. 6. — М., 1960.
- [12] *Литературный процесс и русская журналистика конца XIX — начала XX в. (1890—1904)*. Социал-демократические и общедемократические издания. — М.: Наука, 1981.
- [13] *Мирошниченко А.А.* Выборы: от замысла до победы. — М., 2003.
- [14] URL: <http://www.encspb.ru/article.php?kod=2804022211>
- [15] URL: <http://ru.wikipedia.org>
- [16] URL: <http://www.c-cafe.ru/words/106/10463.php>
- [17] URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/bse/article/00019/28100.htm>
- [18] URL: http://www.duma.gov.ru/100let/3006_1_prl.html
- [19] URL: <http://traditio.ru/wiki/>

LITERATURA

- [1] *Zolotarev A.* A note on the periodical press in 1902 // *Russian Gazette*. — 1903. — № 1.
- [2] *Russian periodicals (1895 — October 1917)*. State Publishing House of Political Literature. — Moscow, 1957.
- [3] *Voronkevich A.* Russian illustrated weeklies in the XIX century // *Bulletin of Moscow University. Series 10. Zhurnalistika*. — 1984. — № 1.
- [4] *Lenin V.* What to do? — M., 1966.
- [5] *Gliniski B.* Russian periodicals in the province // *Historical Journal*. — 1898. — № 1.
- [6] *Esin B.* Russian legal press late XIX — early XX centuries.
- [7] *Savastenko R.* Features of application of PR-techniques in the political struggle of pre-revolutionary Russia 1905—1912 years // *Bulletin of Peoples' Friendship University. Literature. Journalism*. — 2010. — № 3. — С. 74—80.
- [8] *Russia. 1913 Statistics and documentary handbook*. — SPb.: Blitz, 1995.
- [9] *Reviews correspondents current statistics on some issues of rural life in the Saratov province*. — Issue 1. — Saratov, 1902.
- [10] *Hvostov V.* Public opinion and political parties. — M., 1906.
- [11] *Lenin V.* Complete Works V. 6. — Moscow, 1960.
- [12] *The literary process and Russian journalism late XIX — early XX century (1890—1904)*. Social-democratic and general democratic issues. — Moscow: Science, 1981.
- [13] *Miroshnichenko A.* Elections: from concept to victory. — M., 2003.

- [14] URL: <http://www.encspb.ru/article.php?kod=2804022211>
- [15] URL: <http://ru.wikipedia.org>
- [16] URL: <http://www.c-cafe.ru/words/106/10463.php>
- [17] URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/bse/article/00019/28100.htm>
- [18] URL: http://www.duma.gov.ru/100let/3006_1_prl.html
- [19] URL: <http://traditio.ru/wiki/>

RUSSIAN PERIODICALS IN THE BEGINNING OF THE XX CENTURY AND ITS PART IN THE SOCIAL-POLITICAL LIFE OF THE COUNTRY

R.A. Savastenko

Peoples' Friendship University of Russia
Mikluho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

This article discusses the development of periodicals in the pre-revolutionary Russia in the early XX century. In this historical period is the formation of a new political space, namely the establishment of the State Duma as a new state-legal institution of the legislature. The political struggle was the cause of growth in the number of periodicals, circulation and their geographic distribution, and most importantly, the newspaper has to have more authority than the book.

Key words: periodicals, magazines, newspapers, the election campaign, elections, political parties, the political struggle.