# Самый популярный российский журнал XIX века «Нива» и его издатель Адольф Маркс

Елена Пушкарская

В ситуации, сложившейся в России в середине XIX века, появление нового периодического издания, удовлетворяющего требованиям широкой читательской аудитории, стало назревшей необходимостью. Однако реализовать такую задачу было сложно, это оказалось по плечу лишь Адольфу Марксу. Еженедельный журнал объемом номера в два печатных листа с двумя-тремя рисунками вышел в свет 18 декабря 1870 года и очень быстро приобрел популярность среди всех слоев общества. Издателю удалось выполнить поставленную задачу - создать журнал для семейного чтения, охвативший интересы массовой аудитории.

Адольф Федорович Маркс начал осуществлять свою издательскую идею в 1869 году, когда «приобрел у Адольфа Плюшара право на издание ежемесячного журнала «Живописный сборник замечательных предметов из наук, искусств, промышленности и общежития» и обратился в главное управление по делам печати с просьбой издавать новый еженедельный журнал» [1, 270]. После получения этого разрешения А.Ф. Маркс решил выпускать иллюстрированный семейный журнал. Так в истории российской печати появился первый журнал, предназначенный для семейного чтения, - «Нива». Во второй половине XIX века существовали издания, подобные «Ниве». Но именно грамотная издательская политика Маркса смогла вывести журнал на лидирующие позиции. Так, например, Герман Гоппе выпускал консервативное издание «Всемирная иллюстрация» (с 1869 по 1885 года) - «дорогостоящий, издававшийся на меловой и веленевой бумаге (стоимость годовой подписки с пересылкой в провинцию 18 рублей)» [1, 278]. Как цена, так и оформление показывают, что журнал адресовался состоятельному читателю. Маркс решил ориентироваться на среду, более ему близкую в социальном отношении и более перспективную в качестве читающей публики. «Тонкий» иллюстрированный журнал очень хорошо подходил для интересов данной аудитории.

В 1860-х годах печать все больше начинает ориентироваться на массового читателя, обращает внимание на еженедельник как тип издания. «Еженедельная периодичность ставит издание в особое, по сравнению с ежемесячным журналом и ежедневной газетой, положение по отношению к объекту информации, к аудитории» [2, 36]. С одной стороны дает время для накопления и углубленного анализа информации, для выделения главных событий, а с другой стороны дает достаточно времени для осмысленного восприятия. Наконец, с третьей стороны, не очень проигрывает в оперативности и является адекватным, имеющимся на тот момент способом распространения печатных изданий.

Все дореволюционные русские еженедельники делились на «большие» подтипы: «семейный, общественно-литературный, литературно-художественный, сатирико-юмористический и научно-популярный» [2, 16]. Самой большой широтой охвата отличался еженедельник семейного подтипа. В нем отражались буквально все стороны жизни, которые только могли заинтересовать членов одной семьи разного возраста и разной степени образованности. «Еженедельники этого типа ориентировались, в основном, на обывательскую, мещанскую аудитории, но наиболее удачливые из них достигли огромных тиражей, проникая во все сословия общества – от крестьянства до высшего дворянства» [2, 18]. Роль иллюстрированных журналов в культуре XIX века была далеко не однозначна: «с одной стороны, в условиях интенсивного социального и культурного развития, когда и условия быта, и представления менялись с чрезвычайной быстротой, иллюстрированный журнал, с его апелляцией к семье, историческому прошлому, четким моральным нормам служил целям культурной стабилизации, смягчения и примирения (в сознании читателей) существующих в культуре противоречий. Однако в условиях старого, религиозного мировоззрения он помогал читателю найти себе новую опору – мир науки и культуры» [3, 104]. Кроме того, подобные журналы способствовали росту аналитичности и рационалистичности сознания читателей в такой непростой исторический период времени. «Превращая зрителей в читателей, а читателей случайных в читателей регулярных, он способствовал возникновению массовой читательской аудитории в стране, и, тем самым, ускорению процессов социального и культурного развития» [3, 108]. Одним из ярких иллюстрированных журналов XIX века, который в значительной степени повлиял на просвещение и формирование культурного вкуса у своего читателя стал журнал для семейного чтения «Нива» Маркса. Характерно, что первое время своего существования в России еженедельник ни разу не издавался продолжительное время. Первая половина XIX века ознаменована попытками различных издателей сформировать и выделить у еженедельников особые, свойственные именно такой периодичности, черты содержания и структуры, то есть сформировать иллюстрированный еженедельник как тип издания. Так, к середине века были выделены первые черты, отличающие еженедельник: иллюстрации, краткие обзоры событий, беллетристика. Наличие иллюстрации, на наш взгляд, было веянием времени и технологий, которые начали использоваться в журналистике. С одной стороны, издание, выходящее раз в неделю, может более строго отбирать факты, чем ежедневная газета, может более осмысленно их представлять. С другой стороны, еженедельное издание значительно оперативнее, чем ежемесячный журнал. Самая же главная особенность еженедельных изданий заключается в том, что период их выпуска определен значительно точнее, ведь ежедневную газету малообразованная часть могла не читать каждый день. Ежемесячные газеты, были, как правило, сложны для восприятия массовой аудитории, а еженедельный иллюстрированный журнал, как ни одно другое издание, способствовал развитию грамотного населения (подбор и легкая подача фактов и достаточное время для прочтения номера). Еженедельный выход значительно увеличивал момент ожидания у читателя, создавал устойчивые привычки, приучал к более строгой регулярности в освоении материала издания. Кроме того, особенности структуры (иллюстрации, обзор событий и беллетристика «с продолжением») вырабатывали своеобразный «темпоритм» восприятия, заставляя читателя вновь и вновь возвращаться к изданию. Все это «воспитывало» и организовывало массового читателя. «Иллюстрированный еженедельник, благодаря особенностям своей структуры и содержания, в большей степени воздействует на эмоционально-образное мышление, которое представляет собой сочетание сознательных, подсознательных и даже бессознательных элементов» [2, 37] - отмечает исследователь А.С. Воронкевич.

Почти все еженедельники декларировали отсутствие четкого направления издания и выдвигали на первый план развлекательный и нравоучительный характер. Важно отметить, что до 1856 года известны только две попытки издания иллюстрированного еженедельника. С 1856 по 1874 года число иллюстрированных еженедельников не превышало 10. А через 50 лет, к 1904 году их было в России уже 65. Такая популярность обуславливалась в первую очередь тем, что именно в такой форме подачи материала, можно было затронуть и решить многие поставленные временем задачи. Кроме этого, причиной роста числа еженедельников было стремление их издателей удовлетворить те или иные интересы аудитории, не охваченной другими изданиями, аудитории «читателей в первом поколении», численность которых выросла именно в этот момент. При схожести целей различные иллюстративные еженедельники решали различные задачи и разделялись на подтипы: семейные, литературно-художественные, сатирико-юмористические, спортивные (к ним относятся и издания, посвященные охоте, автомобилизму и военному делу), научно-популярные, театральные, музыкальные, религиозные.

Краткие обзоры событий – это была яркая черта газетной периодики, а беллетристика сближала иллюстрированный еженедельный журнал с ежемесячниками «Двуединая задача печати – формировать и выражать общественное мнение – находится в сложном диалектическом единстве. Исторически, то одна, то другая черта выходит на первый план» [4], справедливо замечает исследователь. Кроме того, наиболее адекватной тому времени формой подачи материала являлся журнал. Этому способствовал ряд причин:

сложившиеся в России политические, экономические и социальные тенденции (подробнее о них мы говорили в первой главе исследования);

социальные преобразования, следствием которых являлось формирование массовой аудитории;

исторические традиции развития журналистики в России.

Одним из ярких семейных еженедельных журналов стал журнал Адольфа Федоровича Маркса «Нива». В основу программы нового журнала, на наш взгляд, были положены пять принципов, которые становятся очевидными при изучении журнала: научность, популярность, занимательность, доступность и разнообразие материалов. В еженедельнике «Нива» задачи издания распределялись по степени важности, как правило, следующим образом: эстетический, популярно–познавательный или научный, нравоучительный, обобщающе–информационный, что воплощалось в структуре еженедельника. Открывала журнал беллетристика, затем шли материалы познавательного и научно-популярного характера (исторические, географические и др.). «Смесь» выполняла познавательную и развлекательную функции: там печатались полезные советы, шарады, ребусы, находилось место юмористическим материалам. Иллюстрации были обязательны в каждом номере, они были важнейшим элементом структуры и располагались на одних и тех же страницах, будучи неодинаковы по содержанию или технике исполнения. Таким образом, наряду с понятностью и дешевизной преимуществом «Нивы» как типа журнала являлась его энциклопедичность. Здесь умело сочетались разнохарактерные и разнотемные материалы, поэтому, все его отделы были равнозначны и формировались в расчете на целостное восприятие.

Так, в журнале «Нива» размещались характеристики выдающихся лиц современности и исторических деятелей. Только за первые 30 лет существования в журнале была опубликована 2131 биография: очерки о В.Г. Белинском, Т.Н. Грановском, И.А. Крылове, Л.Н. Толстом, М.Ю. Лермонтове, А.С. Пушкине, У. Шекспире.

В географическом и этнографическом отделах публиковались иллюстрированные статьи по археологии, естествознанию, астрономии, медицине. Существовали также отделы «Технические изобретения и открытия», «Политическое обозрение», традиционная для русских журналов «Смесь». Был в журнале и своеобразный раздел «К рисункам», где комментировались помещенные в номере репродукции с картин русских и европейских художников или иллюстрации к художественным произведениям, рассказывалось о биографиях художников, истории создания картин, объяснялось их содержание. Качество репродукций было для того времени хорошим. Осваивал журнал и фотоиллюстрации: «Нива» одной из первых в русской журналистике начала печатать фоторепортажи с театра военных действий во время русско-японской войны.

Одним словом, информация и иллюстрация в «Ниве» была очень разнообразна, для возможности охвата не просто массовой, но и разноплановой (по возрасту и интересам) семейной аудитории. Основными жанрами научно-популярных отделов были биографические и научные статьи, а также заметки. Стиль изложения был легким и непринужденным, скорее дружеским, без назидательности.

Многие, писавшие раньше и пишущие сейчас о «Ниве», ставят в вину журналу его развлекательный характер и умеренно-монархическое направление. Однако «Нива» с публикацией романа «Воскресение», и полного собрания сочинений Л.Н. Толстого в качестве приложения вряд ли может считаться журналом однозначно монархическим, так как в конце XIX века имя Л.Н.Толстого воспринималось как прямой противовес монархии. «Два царя у нас, – писал А.С. Суворин в «Дневнике». — Кто из них сильнее? Николай II ничего не может сделать с Толстым, не может поколебать его трон, тогда как Толстой, несомненно, колеблет трон Николая и его династии» [5]. Эта запись сделана в мае 1901 года.

Значение журнала, которое издатель и сотрудники «Нивы» могли оценить по росту числа читателей, всё же волновало их, тем более на фоне упреков в легковесности содержания и эксплуатации авторов. Поэтому творческий коллектив журнала задумал публичное подведение итогов своей работы, чему был посвящен юбилейный, дополнительный № 53, подготовленный по случаю 25-летия издания, который вышел в начале января 1894 года. Его можно расценивать как коллективное заявление о программе журнала и творческой позиции его авторов и редакторов. В нем были опубликованы как публицистические, так и литературные произведения: стихи А.Н. Майкова, Я.П. Полонского, К.К. Случаевского, Д.С. Мережковского, отрывки из произведений В.И. Немировича-Данченко, Д.В. Григоровича, П.Д. Боборыкина, П.П. Гнедича, отрывки из воспоминаний редакторов и других литераторов. Художником, иллюстрировавшим этот праздничный номер, стал И.Е. Репин. Участие видных деятелей литературы и искусства в юбилейном номере и праздничных торжествах, проводимых широко и тщательно планируемых, говорит о том, что это было крупное событие не только для издателя и сотрудников журнала, но и для литературно-журнальной и художественной общественности. 25 лет издания означали не только юбилейную дату, но и этап в развитии издательского дела вообще, в котором одну из главных ролей играл популярный массовый журнал для семейного чтения «Нива».

Юбилейные мероприятия приняли такой размах, что не могли остаться без внимания современников. На страницах одиннадцати петербургских газет появились материалы, посвященные юбилею «Нивы» и оценке значения его в русской журналистике. «Биржевые ведомости», «Неделя», «Новое время», «Новости и биржевая газета», «Петербургская газета», «Петербургский листок», «Санкт-Петербургские ведомости», «Русская жизнь», «Русь», «Свет» и «Сын отечества» высказали свое отношение к этому событию. Журнал «Всемирная иллюстрация» напечатал биографию и портрет А.Ф. Маркса, указав, что «деятельность его была награждена орденом Станислава II-й степени, Анны II-й степени и пожаловано ему звание потомственного почетного гражданина» [6].

Широко обсуждалось известие, что по случаю юбилейного торжества А.Ф. Марксом были награждены сотрудники и служащие журнала, сделаны пожертвования в кассы взаимопомощи сотрудников при журнале «Нива» и взаимопомощи литераторов, а также была внесена сумма в Академию художеств – на учреждение стипендии имени А.Ф. Маркса начинающим художникам. Многие журналисты отметили, что Маркс, ставший чрезвычайно богатым человеком, благодаря успеху своего издания, всегда был заботливым и щедрым предпринимателем, старавшимся сделать лучше жизнь сотрудников.

Юбилейные торжества приковали внимание к журналу и заставили современников дать оценку его деятельности. Так, например, «Петербургский листок» отмечал, что 25 лет для русского периодического издания являются огромным сроком и видел главную заслугу «Нивы» перед русским обществом в том, что все это время «она неизменно оставалась отзывчивым, художественным журналом и истинным другом семьи» [7]. В «Русской жизни» подчеркивалось «неизменное следование традициям, установленным при его возникновении, в особенности служение народному просвещению, а также постоянное техническое усовершенствование» [8]. «Петербургская газета» в статье «Юбилей «Нивы» отмечала, что этот праздник является крупным событием в истории русского журнального дела как коммерческого предприятия русского порядка. «Следует безусловно признать заслуги человека, выработавшего тип журнала, который имел к тому времени тираж до 170 тыс. экземпляров <…> Отказавшись 25 лет назад от защиты либеральных или консервативных идей, он обратил свое внимание на нового читателя и дал на своих страницах материал для чтения среднему интеллигенту, не имевшему необходимого развития для понимания и оценки статей, напечатанных в толстых журналах. Если мы добавим к этому собрание сочинений русских классиков, которые получали подписчики «Нивы», то и при непременном наличии развлекательных материалов в журнале, средний интеллигент получал возможность за свои небольшие деньги приобщаться к большой литературе, собирая библиотеку для себя и своих детей» [9].

Таким образом, широко обсуждавшийся в прессе юбилей «Нивы» был значимым событием для всей русской журналистики, которая в истории одного массового журнала нашла повод для раздумий о собственной судьбе и об интересах русского читателя. И даже негативные материалы не могли ничего поменять: «Нива»- полюбившийся публике журнал - играл важную роль в распространении культуры и искусства в массах, он заслужил народную любовь и признание. Кроме того, к этому времени у «Нивы» появились приемники и подражатели, что способствовало о признании успешном и избранного типа журнала, и редакционной политики. Наиболее ярким примером разработки модели «Нивы» являлся журнала «Север» И.Д. Сытина.

Журналу «Нива» не довелось торжественно отпраздновать следующий юбилей. Пятидесятилетие издания должно было отмечаться в декабре 1919 года, но в 1918 году, вместе со многими другими газетами и журналами, «Нива» была закрыта. Тем не менее, за время своего существования, «Нива» доказала свой статус массового семейного энциклопедического журнала. Подробнее на анализе журнала и его идейно-тематических приоритетов мы остановимся в третий главе нашего диссертационного исследования.

В заключение отметим, что журналы для семейного чтения были самыми популярными среди еженедельников во второй половине XIX века, именно такая подача информации была наиболее адекватна и продуктивна для этого периода. «Нива» стала в этом ряду особым изданием, так как ее издателю удалось выйти за рамки просто иллюстрированного еженедельника, сформировав издание семейного энциклопедического типа, благодаря чему «Нива» обрела такую популярность. По ее типу были созданы многие другие журналы, например, «Родина», «Север». Роль журнала «Нива» для русской журналистики сложно переоценить. А идейную направленность и творческую программу иллюстрированного журнала задавал и контролировал исполнение издатель – А.Ф. Маркс. Именно он смог успешно сочетать маркетинговую и творческую политики издания, что привело к небывалому успеху издательской деятельности.

В 60-х годах XIX века издательский рынок книжной продукции еще не был очень разнообразен. Происходило это по нескольким причинам, основными из которых являлась далеко не повсеместная образованность и дороговизна печатных изданий. К общественно-политическим и социокультурным факторам добавились и технологические, под влиянием которых, стало происходить развитие массовой журналистики. Новые условия труда обеспечили наличие свободного времени, досуга, которые были пусть не велики, но требовали, чтобы их чем-то заполняли. Самыми доступными в плане восприятия и материальной досягаемости в течении XIX века исследователи выделяют театр-варьете и массовую прессу. В это время стали появляться приметы массового производства, когда понижение цен на различные товары привлекало большой объем покупателей, таким образом, прибыль обеспечивалась, в первую очередь, за счет оборота. В результате, в издательском бизнесе произошли изменения, свойственные капиталистическому производству в целом. Расширение аудитории предопределяло более четкую идейную направленность журналов и газет. У каждого издания начинает складываться своя аудитория. «…к началу XIX века в издательском деле сложились две бизнес-модели, определявшиеся спецификой его двух основных сегментов. Первая из них, характерная для книгоиздания и позже перешедшая в ряд других медиаотраслей, - венчурный подход плюс достижение безубыточности за счет продаж. Вторая модель сформировалась в газетном и журнальном издательстве и была построена на изначально иных условиях ведения бизнеса – минимальном присутствии конкуренции внутри отрасли и стабильности потребления. Если издатели книжной продукции каждую новую книгу запускали как новый проект с неизвестными перспективами успешности и вероятной конкуренции между собой, то владельцы периодических изданий более 200 лет, если и вынуждены были сворачивать бизнес, то почти всегда по политическим или личным, но не экономическим причинам <…>. Особенностями их деятельности также были: почти полное отсутствие конкуренции между собой (уже потому, что предлагали продукт, рассчитанный на устойчивый набор характеристик: издатель и основной автор как персональный бренд, четкий набор политических и общественных взглядов, популярных среди конкретных групп, и т.п.) и с другими типами СМИ (хотя бы потому, что они, по сути, отсутствовали); распространение по подписке, которая для многих клиентов конкретных газет и журналов становилась семейным обычаем или личной привычкой…» [10]. Как видно из приведенной характеристики типов экономического взаимодействия издателя с аудиторией А.Ф. Маркс, прошедший школу книжного бизнеса, внес в издание периодического журнала основные черты книгоиздательской деятельности, то есть, применил нетрадиционный подход, благодаря чему смог создать большую по численности читательскую аудиторию и оказался вне конкуренции.

Именно в «Ниве», благодаря грамотной политике А.Ф. Маркса, наглядно реализовывались два, с первого взгляда противоположных обстоятельства, которые отмечались в учебнике «Основы медиабизнеса», где говорилось, что любое медиапредприятие представляет собой и экономические единицы, и культурный институт. С одной стороны, индустрия СМИ должна приносить прибыль владельцам действующих в ней предприятий и обеспечивать достаточный уровень доходов последних с тем, чтобы поддерживать определенный уровень жизни всем, занятым в этой индустрии. С другой стороны, индустрия СМИ рассматривается обществом как элемент образовательных структур и культуры.

Экономическая сторона процесса складывалась из реализации двух основных моментов: ценовая и рекламная политика издателя. Культурная же - реализовывалась творческой программой издания. Все эти процессы вместе привели к популярности доступного по цене и интересного для массы читателей журнала «Нива» и ценных приложений к нему.

Поскольку «Нива» по своей концепции была журналом для семейного чтения, отвлекать читателей посредством размещения рекламных полос на вкладках издатель считал недопустимым, поэтому в журнале реклама была сосредоточена на первой и двух последних полосах.

В «Ниве» на одной полосе была представлена реклама потребительских товаров и товаров business to business - оборудования для мельниц, сепараторов, которые тогда назывались сливкоотделителями, насосов и т.д. И точно также смешаны макеты, которые заканчиваются призывами «требуйте везде», и реклама конкретных аптек и магазинов. Из потребительских товаров на страницах «Нивы» доминируют лекарства и товары женского ассортимента, - в том числе и средства ухода за волосами. Кроме того, в «Ниве» много объявлений колдунов и магов - докторов египетских таинственных наук.

А.Ф. Маркс основательно подходил и к ценовой политике издания. В одном из ранних номеров «Нивы» была опубликована статья, которая знакомила читателей с процессом выпуска журнала. Из приведенной в ней калькуляции, очевидно, что при первоначальном тираже «Нивы» в 9000 экземпляров, стоимость одного номера составляла 600 рублей, «не считая расходов на приложение, наем помещения для конторы, жалования служащим, упаковку, объявления и многое другое. Типографские расходы составляли лишь пятую часть этой суммы (115 рублей), бумага обходилась в 160 рублей, иллюстрации – в 200 рублей, гонорар авторам – 125 рублей» [11]. Приобретая типографию, Маркс смог не только снизить издержки, но и предложить читателям более высокое качество полиграфии.

Таким образом, издательская политика, проведенная А.Ф. Марксом, позволила наладить не только выпуск журнала «Нива», но и заложить хорошую основу для дальнейшего развития издательского дела в России. Многие последователи перенимали маркетинговые шаги Маркса, продолжая его начинания. «Нива», тем временем, продолжала набирать популярность, увеличивая число своих читателей, так как благодаря ценовой и рекламной политике, проведенной издателем, семейный энциклопедический журнал «Нива» находился в доступной массам ценовой категории.

Но все экономические составляющие выпуска журнала неразрывно связаны с культурной программой издания. Слой образованных, интеллигентных читателей, обращающихся к «толстым» журналам постепенно рос, к концу века вырос почти вдвое. Чуть позже «толстый» журнал начинает сдавать свои позиции, уступая место иллюстрированным еженедельникам. Процесс этот был связан в первую очередь с ростом, так называемого, среднего класса читателей, которые уже отошли от примитивного чтения, но еще не готовы для понимания аналитических публикаций или эстетического новаторства «толстого» журнала. Для удовлетворения читательских потребностей в этот период начинают расти тиражи газет и иллюстрированных журналов. Суммарная аудитория иллюстрированных журналов составляла в конце 1870-х годов примерно 100 тысяч подписчиков, а в конце XIX века – около полумиллиона, что отражало не только рост популярности «тонких журналов», но и рост их потенциальной аудитории. Популярные издания сыграли важную роль в привитии навыков читательской культуры, приобщении к художественной литературе и современным научным знаниям, а так же ознакомлении с изобразительным искусством.

Различные приложения к журналу «Нива» во многом повлияли на популярность издания. Первым приложением стал журнал мод. Далее - собрания сочинений различных литераторов-авторов «Нивы». Кроме полных собраний сочинений и различных литературных сборников, «Нива» выпускала с 1894 года «Ежемесячные литературные и научно-популярные приложения», которые публиковали серьезные, квалифицированные статьи о литературе, иллюстрированный журнал, приложения для детей, настенные календари. Начиная с 1891 года в качестве бесплатного приложения к журналу издавались собрания сочинений известных русских и иностранных авторов (обычно классиков, 12 книг литературных приложений в год в хорошем оформлении), а также 12 книг «Сборника Нивы» в год, олеографии, модные выкройки (журнал-приложение «Парижские моды», 12 номеров в год), календари и художественные альбомы. Таким образом, в приложениях выходили собрания произведений Ломоносова, Фонвизина, Лермонтова, Кольцова, Достоевского, Гончарова, Чехова, Григоровича и многих других авторов. Благодаря высокому уровню печатавшихся произведений и низкой цене на подписку журнал обрёл популярность и самый высокий тираж среди всех журналов России.

За почти полвека редакторы «Нивы» часто менялись, имена их почти забыты. Но важно отметить, что по сути, каковы бы не были общественные симпатии редакторов, издатель не давал ни одному из них возможности изменить журнал. Более того, «Нива» не претерпевала практически никаких изменений, оставаясь знакомым и близким читателям журнала. И это не было случайностью.

Стоит отметить отношение издателя и редакторов. Всего при жизни А.Ф. Маркса их было 7:

В.П. Клюшников - с 1870 по 1875 гг.; 1887 по 1892 гг.

Ф.Н. Берг – с 1875 по 1876 гг.; с 1878 по 1887 гг.

Д.И. Стахеев – с 1876 по 1878 гг.

М.Н. Волконский – с 1892 по 1894 гг.

АА. Тихонов (псевдоним Луговой) – с 1895 по 1897 гг.

Р.И. Сементковский – с 1897 по 1904 гг.

В.Я. Ивченко (псевдоним Светлов) – с 1904 по 1917 гг.

Самым первым редактором иллюстрированного семейного журнала «Нива» был Виктор Петрович Клюшников (1841 – 1892 гг.) – беллетрист. Он закончил естественный факультет Московского университета. Он являлся сотрудником ежемесячного учебно-литературного и политического реакционного журнала «Заря», выходившего в Петербурге (1869–1872 гг.). В 1876 году он открыл собственный иллюстрированный журнал «Кругозор», но издание оказалось нерентабельным. Позже В.П. Клюшников заведовал одним из отделов «Московских ведомостей» и редактировал «Русский Вестник», а уже в 1887 году опять стал редактором «Нивы». Многолетнее редактирование иллюстрированного журнала для семейного чтения «Нива» - одна из основных заслуг В.П. Клюшникова как журналиста перед читателями.

Следующим сотрудником, занимавшим пост редактора в журнале, стал Федор Николаевич фон Берг (1839–1909) – писатель. Он учился в Воронежском кадетском корпусе, после его окончания непродолжительное время был офицером. В 1860 году в «Современнике» были опубликованы его оригинальные переводные стихотворения. В 1863 году под его редакцией вышел первый том полного собрания сочинений Гейне на русском языке. Кроме того, Ф.Н. Берг писал и прозу под псевдонимом «Боев». На должность редактора «Нивы» Федор Николаевич фон Берг был утвержден в декабре 1875 г., но через короткое время Берг ушел с занимаемой должности. Произошло это, по предположению Динерштейна, «с упрочнением экономической позиции журнала Маркс все активнее вмешивался в дела редакции» [12], отводя редакторам функцию лишь исполнителя его воли. С этим Берг не мог мириться и ушел с занимаемой должности, начав редактировать известные издания: «Русский Вестник» и газету «Русский Листок».

В «Ниву» же вместо него пришел третий редактор - Дмитрий Иванович Стахеев (1840 – 1918) – писатель, автор ряда путевых очерков, романов, повестей, рассказов и стихотворений. До того, как прийти в иллюстрированный журнал «Нива», редактором которого он был утвержден 5 июня 1876 года, он редактировал «Русский мир» и «Русский Вестник». После отъезда Д.И. Стахеева из Петербурга редактором «Нивы» в 1878 году вновь стал Ф.Н. Берг, пробывший на этом посту около 10 лет. Затем на должность редактора «Нивы» вновь был назначен В.П. Клюшников, проработавший еще пять лет, до самой смерти. Его преемником и четвертым редактором «Нивы» стал Михаил Николаевич Волконский (1860–1917) - русский писатель и драматург, автор исторических романов и пародий. М.Н. Волконский окончил училище правоведения. Был членом и одним из руководителей Союза русского народа – правомонархической православно - консервативной общественно-политической организации, действовавшей в России с 1905 по 1917 года.

В июне 1895 года был назначен пятый редактор «Нивы». Алексей Алексеевич Тихонов (псевдоним Луговой) (1853 – 1914) – беллетрист. есмотря на полное взаимопонимание с издателем, содружество из-за болезни Лугового оказалось непродолжительным. В течение полугода А.Ф. Маркс искал нового редактора. И вот, 12 августа 1897 года на эту должность был назначен Ростислав Иванович Сементковский (1846–1918) – писатель. Он окончил курс в Санкт-Петербургском немецком Петропавловском училище и поступил на юридический факультет Санкт-Петербургского университета и выдержал экзамен на степень магистра, после чего, в начале 1870-х годов начал читать лекции по государственному праву в Училище правоведения. С 1873 года Сементковский полностью посвятил себя публицистической деятельности, сначала в «Новом Времени», затем в «Финансовом Обозрении», «Биржевой Газете», «Телеграфе», «Новостях», где в 1880-90 годах вел иностранный отдел. В 1890-х годах Ростислав Иванович Сементковский стал сотрудником сразу двух периодических изданий: «Исторического Вестника» и «Нивы», где ежемесячно помещал критические заметки под заглавием «Что нового в литературе». Осенью 1904 года болезнь заставила шестого редактора оставить «Ниву» и надолго уехать за границу.

Седьмым и последним редактором «Нивы» при жизни А.Ф. Маркса стал Валерий Яковлевич Ивченко (псевдоним Светлов). Будучи беллетристом, он сотрудничал с «Наблюдателем», «Новым временем» и другими изданиями. Был известен своими публикациями в области балета. В 1904 году В.Я. Ивченко был утвержден редактором «Нивы» и проработал в ней до 1917 года.

Общее количество сотрудников «Нивы» чрезвычайно велико. Кроме того, часто в журнале выходили публикации без подписи авторов. Тем не менее, отметим самых постоянных сотрудников: А.Н. Майков, Д.В. Григорович, Я.П. Полонский, К.К. Случевский, Н.В. Успенский, А.А. Фет. Разовыми публикациями поучаствовали в журнале авторы с громкими именами: Г.П. Данилевский, Н.С. Лесков, П.А. Вяземский, Д.Н. Мамин - Сибиряк, Ф.И. Тютчев.

Основными авторами «Нивы» были писатели, не носивших громких имен, которых можно отнести к литераторам второго и третьего ряда: Ф.Н. Берг, М.Н. Волконский, П.Н. Гнедич, Н.Н. Каразин, А.Я. Максимов, Вас.И. Немирович – Данченко, И.Н. Потапенко, В.С. Соловьев, Е.А. Салис, Д.И. Стахеев, К.М. Фофанов, А.А. Коринфский. «Во второй половине 90-х годов в «Ниве» произошла смена писательских поколений. Умерли некоторые старые авторы журнала – А.Н. Майков, Н.С. Лесков, В.П. Желиховская, а в 1898 году – Я.П. Полонский. В 1898 отошел от журнала Вас. И. Немирович – Данченко. Все более часто стали печататься Потапенко, Чюмина, Авсеенко и другие» [1, 288]

Таким образом, помимо перечисленных имен, А.Ф. Маркс стремился привлечь к журналу молодых писателей, некоторые стали вскоре классиками русской литературы: А.П. Чехов, И.А. Бунин, Д.С. Мережковский и др.

Поводя итог, отметим, что с 1870 по 1904 годы «Нива» пережила семь редакторов и при этом оставалась неизменной своему стилю. Это являлось еще одним доказательством того, что идейную направленность журналу задавал издатель Адольф Федорович Маркс, который четко видел концепцию «Нивы». Он проводил политику издания таким образом, что в ней весьма успешно сочетались и экономическая, и культурная сторона. Каждый новый шаг приносил изданию доход, а читатель приобретал бесценную возможность по доступным ценам знакомиться с искусством и литературой. Таким образом, составляющие успеха, такие как правильный выбор типа издания (о чем мы подробно говорили в предыдущей части диссертационного исследования), грамотная маркетинговая политика (которая благоприятно воздействовала на ценообразование), контроль над творческой программой журнала, грамотный подбор авторов и сотрудников – все это способствовало привлечению читательской аудитории и росту тиражей издания.

Все стороны функционирования журнала были под контролем издателя Адольфа Федоровича Маркса и составляли его издательскую политику. Маркс не смог бы добиться таких успехов, не будь у него такого багажа знаний и трудолюбия, которые отмечали его современники. Полностью отдаваясь работе, он смог создать не только хороший журнал, но и целое дело, собрав вокруг себя команду талантливых единомышленников.

Журнал был основой деятельности Маркса. Такого успеха не имело ни одно другое издание XIX века. «Нива» стал «теплым», «родным» иллюстрированным семейным журналом энциклопедического типа. Именно таким видел его издатель перед тем, как начал воплощать идеи по его изданию.

Список литературы

Литературный процесс и русская журналистики конца XIX – начала XX века. 1890 – 1904/ под ред. Б.А. Бялик. – М.: Наука, 1982

Воронкевич А.С. Иллюстративные еженедельники в России (1808 – 1904 гг.). - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1985

Рейтблат А.И. От Бовы к Бальмонту: Очерки по истории чтения в России во вт.половине XIX в. – М.: МПИ, 1991

Козлова М.М. История отечественных средств массовой информации. Учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2000. – С. 25

Суворин А.С. Дневник. – М.: Независимая газете, Издательство, 2000. - С. 417

Всемирная иллюстрация. - 1894, № 25. - С. 526

Петербургский листок. 1894, 19 декабря

Русская жизнь. 1894, 19 декабря

Петербургская газета. 1894, 19 декабря

Основы медиабизнеса: Учебное пособие для студентов вузов/ Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2009. – С. 19

«Нива», 1873, № 17. - С. 266

Динерштейн Е.А. «Фабрикант» читателей: А.Ф. Маркс. – М.: Книга, 1986. - С.33