

ловий для работы коллектива, в распределении молодых выпускников в строгом соответствии с учебным планом и с реальной потребностью, в совершенствовании деятельности кафедр по организации самостоятельной работы студентов в межсессионный период, в постановке тщательного контроля за успеваемостью студентов и принятии мер к своевременному отчислению лиц, утративших с вузом связь.

### **Литература**

1. Документы, представленные в Иркутский ОК КПСС (докладные записки и статистические отчеты) // ГАИО. Ф. Р-71. Оп. 1. Д. 1005.

2. Отчет о работе юридического факультета ИГУ за 1954-1961 гг. // ГАИО. Ф. Р-71. Оп. 1. Д. 757.

*МАЛЫХ С. В.*

## **РЕКЛАМА КНИГОПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ НА СТРАНИЦАХ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ ВОСТОЧНОЙ СИБИРИ В 1880-Е ГГ.**

В 1880-е гг. реклама печатной продукции занимала лидирующие позиции в общем потоке рекламы на территории Восточной Сибири, составляя от 50 до 100 % от общего объема рекламируемых товаров и услуг. В данную категорию включены газеты и журналы, открытки, художественные произведения, научно-популярная литература, учебные пособия, различные виды типографских бланков, литографии, портреты и пейзажи печатного вида и т. п.

Основную часть рекламируемой печатной продукции предлагалось приобрести покупателю по подписке или почтовым переводом на дом. В связи с чем в 90 % случаях реклама печатной продукции являлась «привозной», из Москвы и Санкт-Петербурга. Оставшуюся часть занимала реклама книжных магазинов, типографий Красноярска, Иркутска, Забайкальска и некоторых других городов Восточной Сибири.

Покупателям предлагалось приобрести годовую подписку на разнообразные виды общеполитических, литературно-художественных, семейных, технических, юмористических журналов и газет: «Свет в картинах», «Иллюстрированный мир», «Шут», «Нива», «Технический обзор», «Детский отдых», «Будильник», «Москва», «Свет», «Женский труд», «Московский телеграф», «Сибирский вестник», «Литературный сборник», «Развлечение» и мн. др.

Кроме изданий периодической печати, широко рекламировались произведения художественной литературы. Существовали литературно-художественные журналы (например, журнал «Европейская библиотека»), в которых публиковались отрывки или целые тексты художественных произведений русских или иностранных писателей.

Одной из особенностей рекламы газет, журналов, литературно-художественных произведений являлась так называемая «бонусная» система, или система поощрений. Часто, при подписке на год или оформлении заказа на многотомные сочинения писателей, предлагались «премии» (бонусы).

Например, при подписке на 15 томов литературно-художественных произведений Г. Борна высылалась премия – «Летний ландшафт» (большая олеографическая картина размером  $8\frac{3}{4}$  на  $11\frac{1}{2}$  в.) [5, с. 16]. Подписчикам журнала «Иллюстрированный мир» предлагалось 12 премий (копий художественных произведений русских и иностранных художников). Ежемесячным бесплатным приложением к журналу являлся журнал новейшей парижской моды, включающий в себя 300 выкроек в натуральную величину [6, с. 22]. К журналу «Вокруг света» (еженедельный иллюстрированный журнал путешествий и приключений на суше и море) предлагалась «небывалая роскошная премия» – две большие художественные картины («Перед бурей» художника Штеффена и «Над горным озером в лунную ночь» художника Мальмана) [3, с. 25].

Помимо литературно-художественных произведений, поданным Российской империи предлагалось приобрести по почте портреты представителей императорской фамилии. Портрет императрицы Екатерины II в рост в натуральную величину в богатой, золоченой раме стоил 600 руб., доколенный портрет – 300 руб., поясной портрет – 150 руб. Кроме того, предлагались портреты государя императора Александра III, государыни императрицы Марии Федоровны [7, с. 24].

По своему внешнему, эстетическому оформлению рекламные объявления литературно-художественных произведений и периодических изданий выгодно отличались от рекламы остальных видов товаров в 1880-е гг. Рекламное объявление, как правило, занимало от 25 до 50 % площади рекламной полосы, всегда было оформлено в одну или несколько фигурных рамок. Использовалось от 3–4 до 7–9 видов и размеров шрифтов. Внутреннее содержание объявлений, к сожалению, не отличалось оригинальностью.

нальностью, включало в себя лишь необходимую информацию о названии периодического издания, его разновидности, основных разделах и тематике статей, стоимости, информацию о «премиях» и т. п.

Редко можно было увидеть объявление, рекламирующее периодическое издание, привлекающее внимание нестандартным подходом:

**«О СИХ ПОР НЕ ДАЛ**

*еще ни один журнал в России так много интересного... как иллюстрированный журнал «Радуга» [11, с. 28].*

Местные книжные магазины или литографии давали рекламу как самому магазину, указывая его адрес или новый адрес в случае переезда магазина, имя владельца магазина, а также рекламу товарам, имеющимся в наличии.

К праздникам Рождества и Пасхи рекламировался широкий ассортимент поздравительных открыток по 5 и 6 коп. за штуку, поздравительных писем и билетов с конвертами в литографии Н. Н. Сеницына в Иркутске [13, с. 11]. Кроме Н. Н. Сеницына, книготорговлей в Иркутске занимались А. Захаров (магазин на Пестеревской улице), Макушин и Михайлов (на улице Большой) и другие предприниматели. В магазине Н. Н. Сеницына продавались географические карты Балканского полуострова Н. И. Зуева, большая карта Европейской России, Азиатской России, Царства Польского, Афганистана, географическо-статистическое таблицы Российской империи, карты пяти частей света [14, с. 14].

Кроме магазинов Восточной Сибири, рекламу в газеты помещали и книжные магазины других регионов: книжный склад «Посредник» в Санкт-Петербурге, Сибирский книжный магазин Михайлова и Макушина в г. Томске, книжный магазин А. А. Дубровина в г. Казани и др. [13, с. 12; 10, с. 23].

Реклама учебных пособий – учебников, самоучителей, сборников программ и правил для поступления в мужские, женские учебные заведения, а также похвальных листов, аттестатов, свидетельств, предлагаемых типографиями, – является одним из индикаторов развития образования в государстве.

Вообще некоторые печатные издания или учебные пособия, изданные на рубеже XIX–XX вв., могут иллюстрировать развитие, интерес широкой публики к той или иной отрасли, проблеме.

В Енисейской губернской типографии продавались брошюры условий пользования Красноярской городской телефонной сетью. Брошюры высочайше утвержденных Правил о найме ра-

бочих на частные золотые и платиновые прииски, расчетные книжки для приисковых рабочих, разнообразные типографские бланки, книги для ведения бухгалтерии, «Руководство для поисков золота» И. В. Андерсона (пер. с английского, 1887 г., цена 1 руб. 75 коп.), журнал «Вестник золотопромышленности и горного дела», книга «Месторождения золота (извлечение из книги Локка)» – все эти издания свидетельствуют о развитии золотодобывающей промышленности [9, с. 14; 11, с. 28].

Реклама таких видов печатной продукции, как календарь-указатель торгово-промышленных фирм Российской империи (с отдельным приложением по Сибири), счета для магазинов, циркулярные письма, квитанции, извещения, фактуры, ордера, накладные, торговые и промышленные, конторские, канцелярские книги и ведомости, прейскуранты, меню, этикетки, «Спутник по Сибири», «Иллюстрированный путеводитель по г. Иркутску и его окрестностям в связи с великим Сибирским рельсовым путем», «Спутник пассажира по Забайкальской железной дороге», брошюра «Временные правила для привлечения арестантов и ссыльных на работы по постройке Сибирской железной дороги», указатели и брошюры о климате, почве, правилах переселения для привлечения переселенцев из Европейской России в Сибирь во время аграрной реформы – свидетельство экономического развития региона на рубеже веков, особенно после строительства железнодорожной магистрали.

Книга «Теория бильярдной игры», продажа игральные карты в магазине С. С. Кальмеера (покупающим дюжину и более предлагались 5%-ные скидки) – свидетельство распространения определенного вида отдыха и развлечений на рубеже веков [4, с. 14; 10, с. 28].

Реклама книг для водочных и винокуренных заводов и оптовых складов, этикеток для винных изделий свидетельствовала о спросе на данный вид продукции, развитии винокуренной промышленности.

В 1890-е и 1900-е гг. отмечают более четкая специализация периодических изданий, распространение научно-популярных, развлекательных, семейных журналов и газет.

Выходит реклама периодических изданий для семьи и дома: журнал «Домострой» (о благоустройстве дома, одежде, домашнем досуге, играх, домашних животных, оранжерее и т. д.), иллюстрированный журнал «Семья» и др. [1; 2].

Расширяется ассортимент периодики, ориентированной на детскую аудиторию – «Детское чтение», «Детский отдых» [1; 2].

Одна из событий того времени – это рождение журнала для обсуждения вопросов, касающихся улучшения быта слепых «Слепец», доходы от издания которого поступали в пользу слепых [12].

Появляются специализированные издания для отдельных профессиональных групп: золотодобытчиков, юристов, бухгалтеров («Счетовод», «Юрист», «Вестник золотопромышленности и горного дела»). Особую нишу заняли периодические издания медицинского назначения, ассортимент которых представлен наиболее широко: «Врач», «Зубоврачебный вестник», «Русская медицина», «Медико-педагогический вестник», «Международная клиника», «Вестник судебной медицины и общественной гигиены», «Медицинская беседа» [1; 2; 12].

О развитии медицины, интересе к здоровью может свидетельствовать реклама следующих изданий: «Книга о здоровом и больном человеке (настольная книга и руководитель семьи)» профессора К. Э. Бока, «Советы матерям о физическом воспитании детей», «Холера. Предохранительные и противохолерные меры и средства. Санитарная обстановка сел и городов» и др. [4, с. 17; 8, с. 24; 9, с. 14].

В целом же в 1890–1900-е гг. процентная доля книг, периодики и печатной продукции в общей доле рекламируемых товаров и услуг значительно снизилась, в некоторых случаях до 0 %. На первое место вышла реклама другой продукции, которая приносила более высокий доход.

### **Литература**

1. Восточное обозрение. – 1900, 1904, 1905.
2. Енисейские губернские ведомости. – 1892, 1895, 1899.
3. Енисейские губернские ведомости. – 1892. – № 15.
4. Енисейские губернские ведомости. – 1898. – № 27.
5. Иркутские губернские ведомости. – 1881. – № 10.
6. Иркутские губернские ведомости. – 1881. – № 44.
7. Иркутские губернские ведомости. – 1885. – № 1.
8. Иркутские губернские ведомости. – 1885. – № 33.
9. Иркутские губернские ведомости. – 1885. – № 24.
10. Иркутские губернские ведомости. – 1886. – № 5.
11. Иркутские губернские ведомости. – 1886. – № 5.
12. Иркутские губернские ведомости. – 1892, 1894, 1896.
13. Сибирь – 1885. – № 42.
14. Сибирь. – 1885. – № 50.