

Арчакова Оксана Борисовна

канд. филол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет»

г. Благовещенск, Амурская область

ИЗУЧЕНИЕ ИСТОРИИ СТАНОВЛЕНИЯ АМУРСКОЙ РЕКЛАМЫ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ГАЗЕТЫ ОБЪЯВЛЕНИЙ «АМУРСКИЙ КОММЕРЧЕСКИЙ ПОСРЕДНИК»

Аннотация: в статье анализу подвергнуто дореволюционное издание – первая газета объявлений «Амурский коммерческий посредник», которая выходила в городе Благовещенске с 4 ноября 1910 г. При анализе издания были использованы экземпляры газеты, имеющиеся в хранилище ГААО. Цель статьи – показать сквозь призму объявлений условия жизни, интересы и занятия горожан.

Ключевые слова: дореволюционная реклама, газета объявлений, Амурский коммерческий посредник, Амурская область, Благовещенск.

Развитие Благовещенска в конце XIX – начале XX веков происходило достаточно быстрыми темпами и было связано с золотодобычей, сельским хозяйством, речным транспортом. По мнению Н.А. Шиндялова: «В городе располагались конторы многих торгово-промышленных фирм, филиалы международных компаний, игравших важную роль в экономической жизни не только Амурской области, но и всего Дальнего Востока: «И. Я. Чурин и К^о», «Кунст и Альберс», «В. Алексеев с С-ми», «Ф.К. Кувшинов», «Благовещенское коммерческое товарищество», «Амурское общество пароходства и торговли» и др.» [1].

Нами был проведен контент-анализ первой коммерческой газеты объявлений «Амурский коммерческий посредник», экземпляры которой находятся в хранилище Государственного архива Амурской области, в количестве 51 номера.

Русская реклама прошла достаточно долгий и в то же время насыщенный путь исторического развития. Был накоплен огромный багаж рекламных знаний, опыта, традиций. Многие рекламные образцы дореволюционного периода представляют сегодня не только рекламную, но историческую и культурологическую

ценность. Содержание объявлений характеризует условия жизни, интересы и занятия горожан. Реклама представляет собой особый способ отражения действительности.

По «Временным правилам о печати» 1865 года частные периодические издания получили право печатать платные объявления. С этого времени реклама появляется в большей части газет и журналов. К концу XIX века она выходит на первые полосы, блок рекламной информации даже в общественно-политических изданиях зачастую занимает до половины площади; наряду с объявлениями акционерных компаний, это многочисленные предложения товаров и услуг [2, с. 57].

В дореволюционный период в г. Благовещенске в течение года выходила газета объявлений «Амурский коммерческий посредник», являющаяся рекламно-информационным изданием под редакцией Я.А. Щурь. Это частная коммерческая газета, относящаяся к числу либерально-буржуазных изданий [3, с. 52]. Она выходила три раза в неделю: по воскресеньям, средам, пятницам и с разрешения полицмейстера А. Данильчук.

Редакция помещалась на Графской улице между Амурской и Иркутской, дом Клитчоглу, где находилась типография «Амурский край». Контора редактора была открыта ежедневно с 9 утра до 12 часов и с 13.00 до 17.00 часов вечера, кроме праздников. Прием объявлений производился в конторе редакции, в типографии «Амурский край» и в магазине «Обороть». Координаты редакции указывались в левом верхнем углу.

Газета «Амурский коммерческий посредник» состоит из 4 страниц. На первой странице помещалось до 20 объявлений разного характера. Лидируют в количественном отношении тексты, затрагивающие экономическую и интеллектуальную сферы рекламной деятельности. Сфера экономики преобладает в газете за счет рекламы обращений о поиске – предложений рабочей силы. Например, *«Шлюпочных мастеров, могущих самостоятельно строить гребные и сплавные суда по чертежам, приглашаются в контору затона министерства П.С. для переговоров»*, №3, 11.12.1910 г.

В каждом номере можно найти предложения от врачей и фармацевтов, рекомендуемых лекарственных препараты, студентов и опытных преподавателей, готовых помочь в подготовке к учебным занятиям и экзаменам, учителей танцев, музыки, иностранных языков, воспитательниц для детей и компаньенок, нянь и горничных. Из объявлений в №11, 27.01.1911 г. мы узнаем: *«Японский доктор В.А. Сибата. Прием больных по женским и мужским внутренним и наружным болезням. Ежедневно с 8 утра до 5 вечера»; «Желаю получить место в прислугу. Могу работать поденно, хорошо знакома с прачечным делом»; «Ищу место в няни, в пожилых летах».*

Ежедневно «Амурский коммерческий посредник» призывает приобрести или арендовать недвижимость (комнату, дом, дачу, усадьбу, хутор), купить мебель, ковры, рояли, пианино и другие музыкальные инструменты, а также пишущие и швейные машины, велосипеды, фонографы, фотоаппараты; ткани, одежду, обувь. В рекламе недвижимости указываются не только детали и условия. Приводятся все, интересующие потенциального покупателя характеристики: вид недвижимости, место нахождения, площадь, цена и условия оплаты, адрес. Например, *«Желаю снять в долгосрочную аренду участок земли (желательно с постройками), годный для земледелия»; «Отдается в долгосрочную аренду хутор, в 3х верстах от г. Благовещенска, за Зеей, на берегу, у бойкой трактовой дороги, а именно: 30 десятин роскошного сенокоса, жилой дом, бревенчатый теплый скотный сарай, надворные службы: амбар с подвалом, завозня и конюшня», №10, 25.01.1911 г.*

Интересна благотворительная и религиозная реклама. Она не многочисленна, но отдельные объявления встречаются на страницах «Амурского коммерческого посредника». В сферу религиозной рекламы помимо воззваний православных священников, собирающих на строительство и восстановление храмов, входят публикуемые в газетах приглашения на религиозные праздники, на богослужения, посвященные чествованиям русских святых, на совершение молебна по тому или иному случаю, а также сведения о дате и месте панихид. Основную часть благотворительных объявлений составляли сообщения особого комитета

Ее Императорского Величества Великой княгини Елизаветы Федоровны, заботившегося о больных, раненных на полях сражений воинах и многих других. Можно привести пример из №16, 2011 г.: *«Постановление Св. Синода. Сбор в церквях Амурской области на молебствие о раненых и павших воинах».*

В сентябре наступает время рекламных новинок осеннего и зимнего сезона. Из объявления в №21,09.03.1911 г. мы узнаем: *«Сезонные новости: торговый дом И.Я. Чурин и К. Дамские платья: плюшевые пальто, полупальто и жакеты Детские плюшевые гарнитуры; мужское пальто, демисезонное и ватное; куртки австрийские».*

Начиная с 16 номера 07.02.1911 г. редакция газеты «Амурский коммерческий посредник» ввела следующие разделы: 1) местная жизнь; 2) местная хроника; 3) торговая жизнь; 4) вести из деревни; 5) справочный отдел; 6) объявления.

В каждом номере на третьей странице (иногда на второй) помещался фельетон. Кроме фельетонов печатались эскизы и наброски. Появились и постоянные авторы этого художественно-публицистического жанра. Такие как, Сибиряк, автор эскиза «Под звон колоколов», наброска «В глуши», фельетона «В темном царстве»; Бунчук, автор многочисленных фельетонов: «Лечись за деньги или умирай», «Помощь красного петуха», «Вдохновение» и некоторых стихотворений. О различных заседаниях городской думы и о ее работе в каждом номере рассказывал Захар Синица. К некоторым номерам, а точнее к №19, 23, 27, 28 и 52 есть бесплатные приложения, рубрики в них те же, что и в газете. К отдельным номерам прилагаются различные программы, например, №29, 12.03.1911 г.: *«Для городских подписчиков присылается программа театра Жарден Д'ивер».*

По структуре все объявления одинаковы, но по элементам содержания значительно отличаются. Это связано с видом рекламируемого товара. Построение текста большинства сообщений соответствует схеме: заголовок – текст – обозначение цены – имя и координаты рекламодателя.

Газета «Амурский коммерческий посредник» наглядно демонстрирует, как от сферы интересов читательской аудитории издания зависит состав рекламных

объявлений. Притом, что рекламные страницы рекламного издания имели свои особенности, в них публиковались объявления, охватывающие все социальные сферы. Наибольшая часть рекламных объявлений относится к коммерческому типу, поскольку большинство объявлений рассказывают об услугах процветающих банков, о требующихся займах и несостоятельных должниках, о поиске – предложении работы. Просуществовала газета «Амурский коммерческий посредник» недолго. Вышло всего 53 номера в течение одного года с 1910 по 1911. Выпуск газеты был приостановлен из-за отсутствия в городе свободной типографии, которая бы могла своевременно выпускать номер газеты.

Таким образом, анализ рекламных объявлений в периодическом издании «Амурский коммерческий посредник» позволяет утверждать, что в начале XX века в Амурской области сложился достаточно высокий уровень развития торгово-промышленных отношений.

Список литературы

1. Шиндялов Н.А. История Благовещенска. 1856–1907. Очерки, документы, материалы. – Благовещенск, 2006. – 168 с.
2. Стрюченко И.Г. Периодическая печать Дальнего Востока и Забайкалья эпохи капитализма (1861 – 1917). – Владивосток, 1983. – 236 с.
3. Арчакова О.Б. Амурский коммерческий посредник // Вестник Амурского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2010. – Вып. 50. – С. 52–56.