

УДК 94(575.2):659.1.012.12

ИСТОРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГАЗЕТНОЙ РЕКЛАМЫ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА НА ТЕРРИТОРИИ КЫРГЫЗСТАНА

Е.С. Лужанская

Анализируется реклама в газетах дореволюционного периода на территории Кыргызстана.

Ключевые слова: газета; реклама; товары народного потребления; услуги; реклама техники; подписка на журналы и газеты; реклама книг.

HISTORICAL ANALYSIS OF NEWSPAPER ADVERTISING IN THE EARLY XX CENTURY ON THE TERRITORY OF KYRGYZSTAN

E.S. Lujanskaya

The article is dedicated to analysis of advertisings in newspapers of prerevolutionary period distributed on the territory of modern Kyrgyzstan.

Key words: newspaper; advertising; consumer goods; services; advertising art; subscription to magazines and newspapers; book advertising.

Интерес к рекламе в печатных изданиях был всегда. Особое значение в продвижении товаров народного потребления имели рекламные тексты.

Рекламный текст, по мнению Л.А. Кочетковой, возник как разновидность газетного текста, целью которого было доведение информации о товаре\услуге до потенциального потребителя. Постепенно он выделился в самостоятельный тип институционального дискурса, ориентированный на убеждение или управление человеческим поведением посредством речевой информации [1, с. 111].

В настоящей статье мы рассмотрим вопрос о рекламном тексте в печати Туркестана в период с 1900 по 1917 гг. Основным принципом изложения материала является исторически-хронологический принцип.

Еще Екатерина II вела речь о том, что ее реформам “очень нужна реклама”. В газетах же реклама, в том виде, в котором мы привыкли ее видеть, появляется с 1756 г., когда в газетах “Санкт-Петербургские ведомости” и “Московские ведомости” появляются популярные рубрики: “Продажи”, “Подряды”, “Отъезжающие” и др. Постоянное увеличение количества рекламных объявлений приводит к тому, что их начинают публиковать в специальном приложении (“Санкт-Петербургские ведомости” печатались с приложением с 1775 г.) [2]. Что касается языка газетных объявлений, то во второй половине XVIII в. наблю-

дается переход от сухого официоза к более живому разговорному стилю рекламы.

Материалом исследования в данной статье являются печатные издания: “Туркестанские ведомости”, “Туркестанские епархиальные ведомости”, “Ташкентский листок телеграмм и объявлений”, “Листок телеграмм и объявлений”, “Туркестанская торгово-промышленная газета”.

В условиях низкой грамотности населения газета не могла быть массовым средством распространения информации. Ссылаясь на перепись 1895 г. [3, с. 22], отметим, что количество грамотных было крайне мало, в основном это были переселенцы. Газеты, распространяемые до 1913 г. на территории Кыргызстана, были не многочисленны и выпускались в Ташкенте, соответственно местной рекламы там не было. Несколько позже на территории Туркестана распространяется радио, для этого канала коммуникации не нужна особо подготовленная аудитория.

В библиографическом указателе литературы “Русская периодическая печать в Туркестане 1870–1917 гг.” отмечено, что в 1893 г. начал издаваться “Ташкентский листок телеграмм и объявлений”, но он был малотиражный, и выпускался с 1905 по 1907 гг. [4, с. 59]. В 1904 г. в Самарканде издавался “Листок телеграмм и объявлений”, который выходил с начала русско-японской войны. О выходе упоминается в газете “Туркестанские ведомости” [5]. В 1906 г. в городе Асхабад (Ашхабад) вместо при-

остановленной газеты “Асхабад” с 21 по 26 ноября выходил листок объявлений и телеграмм. Выпускались и специализированные газеты: “Туркестанская торгово-промышленная газета” (Ташкент, 1908 г.). Газета много внимания уделяла освещению вопросов, имеющих существенное значение для торговли и промышленности Туркестана. С 1912 по 1913 гг. издавался “Листок объявлений, телеграмм и местной хроники” [4, с. 29], где печатались регулярно объявления, что свидетельствует о довольно развитой системе печатной рекламы, а в 1914 г. начал издаваться “Самаркандский листок объявлений”, который рассылался подписчикам бесплатно [4, с. 52].

Но самой распространяемой газетой в Кыргызстане являлось издание “Туркестанские ведомости”. Газета печаталась в Ташкенте с 1870-х гг., сначала раз в неделю (с 1873–1893 гг.), затем два раза (с 1893 г.) и три раза (1903–1904 гг.), ежедневно она начала издаваться с 1907 по 1917 гг. Газета также имела приложение, которое с 1870 по 1883 гг. выпускалось на узбекском и кыргызском языках. В 1883 г. “Туркестанская туземная газета” [4, с. 66] стала самостоятельным изданием. В газете “Туркестанские ведомости” рекламные объявления делились на “казенные” и “частные”, была представлена реклама частных предпринимателей как Туркестана и России, так и Франции и Англии.

Анализируя рекламные тексты начала XX в., мы можем предложить следующую классификацию рекламных объявлений:

1. Продвижение товаров для женщин.
2. Предложение о подписке на газеты и журналы.
3. Реклама рабочих мест, частные объявления.
4. Купля-продажа недвижимости.
5. Реклама медицинских услуг и препаратов.
6. Социальная реклама красного креста.
7. Реклама товаров народного потребления.
8. Реклама техники.
9. Реклама угля и строительных материалов.
10. Реклама сельскохозяйственных товаров.
11. Реклама типографских услуг.
12. Реклама аукционов.
13. Объявления о собрании обществ.
14. Реклама необходимости страхования жизни.

Так, реклама товаров для женщин: в модуле с изображением лебедей (товарищество “Брокеръ и К^о”) предлагает пудру “Лебяжий пух” [6]. В этой рекламе можно отметить довольно удачную композицию рекламного объявления и логотип товарищества. В рекламе техники подробно описываются преимущества ручного сепаратора фирмы “Людвиг Нобель” [6], структура рекламного текста данного модуля популярна и на сегодняшний день. Отметим удачный рисунок с логотипом, а внизу,

по всем правилам оформления рекламного модуля, подпись с уточнением, что это высококачественные велосипедные шины и камеры, которые можно приобрести: г. Ташкент, ул. Московская 46 [7].

Реклама техники иностранного происхождения довольно популярна в газете Туркестанские ведомости, встречаются и смелые заявления: “1000 рублей награды тому, кто докажет, что мы в настоящее время продаем граммофоны дороже петербургского фабричного преискуранта. Депо роялей Граммофонов и волшебных фонарей Е.М. Пилсудской [8]. Рекламные модули в газете поражают своим дизайном, который выполнен на профессиональном уровне и разными техниками, что в современных газетах встречается не часто. Техника рекламируется очень разнообразными способами: от подробной инструкции до простого названия. Так, например, в нескольких выпусках газеты “Туркестанские ведомости” выходил модуль с надписью: “Комнатные ледники” в рамке из цветочков [9] и без описания. По-видимому, так называли кондиционеры. Реклама техники разнообразна и часто встречается на страницах газет.

Реклама магазинов также довольно обширна. Так, реклама магазина П.С. Дорожнова очень часто описывает новое поступление товаров, распродажи [10], рекламируются магазины торгового дома Филип Капланъ и Сыновья [8].

В дореволюционные годы заметен подъем печатного дела в Туркестане, в частности, на территории Кыргызстана. В 1913 г. основан и издан “Пржевальский Сельский хозяин” в объеме 16–18 страниц, тиражом в 1 тыс. экземпляров. Выпустив четыре номера, журнал прекратил свое существование [11, с. 319].

Реклама в газете была полосная. Первая частная полиграфия в Кыргызстане открывается в 1914 г. и выпускает газету “Пишпекский бюллетень”. В этой газете давались объявления по вопросам купли-продажи, спроса и предложения товаров, а также публиковались новости о внутренней и внешней политике царской России, о политике, проводимой ею в Центральной Азии. Находилось место и для рекламы товаров народного потребления.

В 1916 г. П.А. Васильев основывает издательство “Прогресс” [11, с. 319] и выпускает газету “Окраина”, которую в начале 1918 г. передает в дар Совету народного хозяйства г. Пишпека. В 1919 г. она переименовывается в “Красное знамя”. Первая газета Кыргызстана на кыргызском языке – “Эркин Тоо” – публиковала с самых первых номеров рекламные объявления и смешные карикатуры на капиталистический строй, тем самым пропагандируя советскую власть.

Стоит отметить еще одну газету, издаваемую на территории Кыргызстана с 1900 по 1918 гг., – “Туркестанские епархиальные ведомости”, где реклама занимает довольно значительное место. Здесь исполь-

зуется только рекламный текст, оформленный определенным образом. В этой газете печатается реклама только нескольких направлений: предложение о подписке на газеты и журналы и социальную рекламу. Например, книги рекламировали через подписки на журналы. В 1909 г. журнал “Вокруг света”, предлагая подписку, публикует следующий рекламный текст: “Юбилейный 25-й год издания, и в эту честь увеличивается объем журнала, и подписчики получают в течении года: 52 номера журнала, где будут “1200 столбцов обильно иллюстрированного текста... по образцу лучших заграничных иллюстрированных журналов” [12, с. 18] и 12 книг иллюстрированных сочинений Р. Киплинга, 12 книг Г. Уэльса. Ниже в рекламном тексте дается краткое содержание некоторых произведений этих авторов “Киплинг: “В Джунглях”, очерки и рассказы из индейской природы... Уэлс является как бы приемником Жюль Верна в области фантастической литературы, но он значительно шире и глубже последнего. Он описывает будущее человечества... романы и повести: “Война миров”, “Человек-невидимка”...” [12, с. 19].

Призывая подписчика оплатить издание полностью за весь год, издание представляет новинки технического прогресса: “В виду особого интереса, который возбуждается теперь повсюду т. наз. “Живая фотография” г.г. подписчики, по внесении полной годовой подписной платы, получают особым бесплатным приложением иллюстрированную книгу: СИНЕМАТОГРАФ” [12, с. 19]. Это удачный рекламный ход, призывающий потребителя заплатить те же самые деньги и получить еще и такую модную и полезную книгу.

Успешным шагом по продвижению товаров является продолжение данного текста: “Кроме того, с приплатою одного рубля подписчики получают 12 выпусков Общедоступной зоологии, составленной под ред. английского натуралиста Чарльса Корниш: Мир животных в фотографиях с природы, изданных в виде солидного альбома, содержащего текст и до 500 снимков млекопитающих животных всего света в их природной обстановке. Это содержательное издание, стоящее в отдельной продаже 3 рубля, является ценным и полезным приобретением для каждой семьи и школы, для каждого любителя природы” [12, с. 19]. Мотив строится на рациональности и экономии двух рублей. Цена без альбома “Мир животных в фотографиях с альбомом” 4 и с альбомом 5 рублей, возможна оплата в рассрочку. Почти каждый рекламный модуль содержит упоминание о том, что 5 % дохода будет отсылаться на благотворительность. Посыл к благому делу прослеживается гораздо чаще, чем в современных рекламных объявлениях.

У современного читателя газет гораздо меньше времени на изучение печатной прессы, чем, скажем,

у среднего читателя 1900-х и 1920-х гг. Сейчас читатель бегло пробегает глазами статьи, обращает внимание на рекламные объявления в газетах по мере надобности, а возможно и вообще игнорирует их. В исследуемый нами период реклама и читатель были совсем другими, нежели сейчас.

Реклама в газетах была разнообразна, колоритна, эстетически выдержана и понятна потребителю. Некоторые рекламные приемы, например, описание целевой аудитории, которая читает рекламируемый журнал, могут быть с успехом использованы и сейчас. Размещение рекламных модулей в том ракурсе, в котором они размещались в начале века, современному читателю может показаться забавным, однако как рекламный ход его можно использовать и в современной рекламе. Таким образом, многое из рекламы начала XX в. можно использовать успешно и сейчас.

В заключение отметим, что реклама на территории дореволюционного Кыргызстана успешно осуществляет задачу привлечения покупателей к рекламируемому товарам. Культура рекламирования товаров и услуг складывается в среде местных предпринимателей с учетом российской рекламы, приобретая свой неповторимый местный колорит. Через рекламу в газетах начала XX в. мы узнаем о потребительской культуре того времени, разнообразии товаров, производимых и продаваемых на территории Кыргызстана.

Литература

1. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография. М., 2011. С. 111.
2. URL: <http://www.advertiser-school.ru/advertising-history/first-russian-ad-in-press.html> (08.11.2013)
3. Галицкий В.Я. О структуре населения дореволюционной Киргизии (XIX – начало XX вв.) / В.Я. Галицкий, В.М. Плоских // Страницы истории и материальной культуры Киргизстана (досоветский период). Фрунзе, 1975.
4. Авшарова М.П. Библиографический указатель литературы “Русская периодическая печать в Туркестане 1870–1917 гг.” / М.П. Авшарова. Ташкент, 1960.
5. Туркестанские ведомости. 1904. № 17.
6. Туркестанские ведомости. 1906. 6 января. № 2618.
7. Туркестанские ведомости. 1906. 8 января. № 2619.
8. Туркестанские ведомости. 1906. 8 декабря. № 2949.
9. Туркестанские ведомости. 1906. 4 апреля. № 2669.
10. Туркестанские ведомости. 1906. 20 октября. № 2898.
11. Энциклопедия “Кыргызстан”. Бишкек, 2001. Статья С. Станалиева.
12. Туркестанские епархиальные ведомости. 1907. 15 декабря. № 24.