

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<sup>о</sup>”) 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.