

2. Рычков П.И. Топография Оренбургской губернии // Оренбург: 1887 (инвентарные номера 13535, 299651, 231162).

3. Пекарский П.П. Жизнь и литературная переписка Петра Ивановича Рычкова // СПб: 1867 (инвентарный номер 59882).

4. Каратаев Н.К. П.И. Рычков — выдающийся русский экономист XVIII в. // Вестник Академии Наук СССР, N3, 1950., стр. 84–93 (инвентарный номер 28437).

5. Матвиевский П.Е., Ефремов А.В. Петр Иванович Рычков // М.: Наука, 1991 (инвентарный номер А 480971).

Л.С. Любимов

ИЗ ИСТОРИИ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ, КОММЕРЧЕСКОЙ И ДЕЛОВОЙ ПРЕССЫ СИБИРИ

Экономический фактор был одним из главных во время колонизации Сибири русскими. В России это время знаменуется зарождением буржуазных товаро-денежных отношений. Первые робкие шаги делает и русская журналистика. Но в отличие от Западной Европы она создаётся не частными интересами, а государством. Петровские «Ведомости» носят государственный, общенациональный характер. Первая попытка завести в 1703 г. печатное дело в Сибири (по инициативе церкви) потерпела неудачу.

Поэтому почти до конца XVIII века экономическая тема, экономическая публицистика, посвященная сибирской проблематике, развивается лишь усилиями русских учёных-просветителей в журналах «Ежемесячные сочинения» (1755–1764 гг.) М.В. Ломоносова и «Древняя российская вивлиофика» (1773–1775 гг.) Н.И. Новикова. В них был собран значительный материал по экономике и географии Сибири.

Собственно сибирская журналистика начинается лишь в 1789 г. в Тобольске, где с 1789 г. возникают единственные в то время провинциальные журналы «Иртыш, превращающийся в Ипокрену», «Журнал исторический», «Библиотека». Они были созданы при поддержке богатейшего купца, владельца первой частной типографии и писчебумажной фабрики, щедрого мецената образования и культуры

Любимов Леонид Степанович — кандидат исторических наук, доцент, зав. кафедрой журналистики Иркутского государственного университета

В. Корнильева (дементы деловой прессы в журнале «Библиотека» здесь нет. можно было издавать в местности населенные, обладание натуральной газетой, а журнал. читателей-подписчиков, крестьяне брали подписки (от 3 до 10) изданиями совершались

Просветительских журналов о Великой французской революции запрещены и на территории журналы. Любые даже ходатайства Набирающая сила поддерживает не мизирующую с обществом только в Востоке органов оппозиции

Сибирская буржуазная экономическая прессы танники Казанской губернии из Сибири по

Постоянно раб печати, особенно в Тобольске, створ создало первый журнал «Северная Россия» в России частную рекламу». Однако сибиряков. Они аргументы го «Сибирский вестник», особенно, в «Московский вестник» в России анти-П.А. Словцов, Н.И. в защиту купцов, кие права и свободы «Московский телеграф» изданий Сибири к

В дореформенной журналистики стал «Отечественные» «Русская речь», «Азиатическое направление

В. Корнильева (деда Д.И. Менделеева). Здесь мы встречаем только элементы деловой прессы, например, в виде экономического отдела в журнале «Библиотека». Но никакой рекламы или экономической информации здесь нет. Купцы и мещане редко брали в руки прессу. Невозможно было издавать частные доходные газеты из-за массовой неграмотности населения. Слабая профессиональная дифференциация, преобладание натурального хозяйства побуждают издателей выпускать не газету, а журнал. Но даже при тираже номера в 300 экз. почти 90 % читателей-подписчиков были чиновниками и помещиками, а купцы, мещане, крестьяне были в ничтожном меньшинстве. Высокая дороговизна подписки (от 3 до 15 руб. в год) делала первые сибирские журналы изданиями совершенно недоступными основной массе населения края.

Просветительский, антикрепостнический характер первых сибирских журналов объективно способствовал распространению идей Великой французской революции. В 1796 г. частные типографии были запрещены и на протяжении 60 лет в Сибири не печатались газеты и журналы. Любые просьбы об этом отклонялись. Иркутску не помогло даже ходатайство в 1849 г. генерал-губернатора Н.Н. Муравьева. Набирающая силу сибирская буржуазия вместе с интеллигенцией поддерживает нелегальную рукописную журналистику, полемизирующую с официальной монархической прессой. Таким образом только в Восточной Сибири возникло свыше десятка рукописных органов оппозиционного демократического направления.

Сибирская буржуазно-либеральная оппозиция использовала для экономической пропаганды казанскую прессу. Публицисты — воспитанники Казанского университета направили свыше 150 корреспонденций из Сибири по краеведческой, экономической тематике.

Постоянно расширяется экономическая информация в столичной печати, особенно отделы частных объявлений. В 1811 г. правительство создало первый официальный информационно-коммерческий журнал «Северная почта». В 1825 г. Ф.В. Булгарин выпустил первую в России частную газету «Северная пчела» и завёл в ней «скрытую рекламу». Однако одиозная фигура издателя не очень привлекала сибиряков. Они активнее корреспондируют в журналы Г.И. Спасского «Сибирский вестник» и «Азиатский вестник» (1818–1827) и, особенно, в «Московский телеграф» (1825–1834) Н.А. Полевого — первый в России антидворянский, буржуазный журнал. Н.А. Полевой, П.А. Словцов, Н.С. Щукин и другие публицисты-сибиряки выступали в защиту купцов, предпринимателей, за экономические и политические права и свободы против феодально-бюрократического аппарата. «Московский телеграф» — духовный предтеча крупнейших деловых изданий Сибири конца XIX–начала XX вв.

В дореформенную эпоху своеобразной школой для сибирских журналистов стало участие в демократических изданиях «Современник», «Отечественные записки», «Русское слово», «Вестник Европы», «Русская речь», «Морской сборник». В изданиях консервативно-монархического направления участие сибиряков почти не замечено.

Реформы 50-х–60-х гг. сократили цензурные ограничения, расширили свободу печати, способствовали расширению круга изданий. В Сибири появились первые официальные газеты — губернские и областные «Ведомости», в которых печаталось, помимо официальной, много частной информации, объявлений и рекламы. На первых порах они обладали полной монополией и на общественно-политическую и экономическую публицистику, яркими образцами которой были выступления декабристов, петрашевцев и областников в Иркутске и Томске. Но с развитием капитализма новый массовый читатель (торговцы, приказчики, мелкие служащие, извозчики) стал ориентироваться на частные издания. В 1860 г. на средства купцов Белоголового, Попова и Пиленкова в Иркутске возникла первая частная сибирская газета «Амур». Она глубоко разрабатывала экономическую тематику.

Иркутские власти пытались с помощью субсидий изменить оппозиционное демократическое направление «Амура», сделать его репутильным органом, но не вышло. В 1862 г. в Кяхте возникло первое коммерческое, деловое издание — газета «Кяхтинский листок». Она сосредоточилась на освещении русско-китайской торговли, обслуживая нужды кяхтинского купечества. В 1864 г. в Иркутске возникла ещё одна независимая газета «Сибирский вестник». По оформлению и содержанию (огромные отделы хроники, торговли и промышленности, коммерческой информации и объявлений) он максимально приближался к типу деловых газет Европейской России.

В 70–80-х гг. XIX в. ведущая роль в Сибири сохранялась за идейными, областническими газетами «Сибирь» (Иркутск) и «Сибирская газета» (Томск). Хотя они возникали при поддержке местных предпринимателей (А.М. Сибирякова в Иркутске и П.И. Макушина в Томске), издатели совсем не стремились превратить их исключительно в средство спекуляции, наживы, информации и развлечения. Сибирский читатель того времени враждебно относился к слишком беспардонной торговле печатным словом. Вот почему редакторы-издатели постоянно демонстрировали образцы бессеребренничества, благотворительности, заботы о родном крае. Этому способствовали высокие тиражи, реклама, частные субсидии. Появившаяся в Томске первая в Сибири литературная рептилия — частная газета «Сибирский вестник», слишком явно хапавшая правительственные субсидии и тесно связанная с «бубновыми тузами», криминального мира вызывала у сибиряков чувство брезгливости. Можно отметить, что нравственные, религиозные нормы соблюдались в деловой сибирской прессе вплоть до революции 1905–1907 гг.

Бурное развитие капитализма в крае и, особенно, строительство Транссиба, сопровождалось глубокими качественными и количественными изменениями в системе сибирской прессы. По нашим подсчётам, в 1894 г. в Сибири (без Дальнего Востока) издавалось уже 45 газет и журналов, в том числе 25 — по экономике, торговле, информации и рекламе. Они выходили в 11 городах: по 5 в Иркутске и Томске, по 3 — в Тобольске, Омске и Красноярске, 2 в

Якутске, по 1 — в
объявления в них

Контент-анализ
литературные газеты
ме и объявлениям
и уступали в этом
(там около 42–43
ежедневная газета
жизнь»), который
влекла и необычные
4–5 раз ниже, чем
типографии, ма
корреспондентов п
издатель «Восточн

К ним подтягив
«Енисей» (Красно
торговая газета»
тивности два выпу

После револю
Сибири упала с 70
вало ослабление ц
другой стороны, н
ных проблем» пуб
Такая информация
пространился тип
роких слоев горо
просвещении в так
лимитировались ли
В XIX в. тираж хор
в начале XX в. он
«Восточное обозре
был равен пример
чале XX в. для сол
Ведь «Сибирская
более 16 тыс. руб
Иркутске в средне
Поэтому всё чаще
онерных обществ
коммерческие, ко
кие конторы объя
низацию рознично
ное право на киос

Доход от рекл
пример, «Иркутски
иллюзиях, рестор
дениях и на вокзала
сионалами, идущим

Якутске, по 1 — в Тюмени, Барнауле, Нерчинске и Чите. Реклама и объявления в них занимают от 50 до 75 % газетной площади.

Контент-анализ, проведённый в 1900 г., показал, что сибирские политические газеты также отводили экономической информации, рекламе и объявлениям немало места — свыше 38 % газетной площади, хотя и уступали в этом отношении другим провинциальным газетам России (там около 42-43 %). В 1894 г. в Сибири появляется первая массовая ежедневная газета «Томский справочный листок» (позднее «Сибирская жизнь»), который стал и первой иллюстрированной газетой. Она привлекала и необыкновенной дешевизной — всего 2 рубля в год, то есть в 4-5 раз ниже, чем у конкурентов. Её издатель П.И.Макушин завёл свои типографии, магазины, конторы по подписке и собственных корреспондентов по всей Сибири. С ним успешно соперничал редактор-издатель «Восточного обозрения» И.И.Попов в Иркутске.

К ним подтягивались другие крупные деловые газеты, например, «Енисей» (Красноярск), «Сибирский листок» (Тобольск). «Сибирская торговая газета» (Тюмень) первой в Сибири организовала для оперативности два выпуска — утренний и вечерний.

После революции 1905 г. доля рекламы в коммерческой прессе Сибири упала с 70-75 до 50 % газетной площади. Этому способствовало ослабление цензуры, расширение редакционного материала. С другой стороны, во многих политических газетах под видом «местных проблем» публиковались сплетни, слухи, бульварные сенсации. Такая информация позволяла быстрее и выгоднее продать тираж. Распространился тип «газеты-копейки», предназначенной для самых широких слоев городского населения. Естественно, что о культуре и просвещении в таких изданиях и речи не шло. Тиражи таких газет иногда лимитировались лишь наличием или состоянием полиграфической базы. В XIX в. тираж хорошей газеты в Сибири не превышал 2 тыс. экз., а в начале XX в. он мог достигать 20-25 тыс. экз. («Сибирская жизнь», «Восточное обозрение»). Первоначальный капитал для издания в XIX в. был равен примерно 10 тыс. руб. («Восточное обозрение»), а в начале XX в. для солидного издания нужны были десятки тысяч рублей. Ведь «Сибирская жизнь» за 10 лет только одних штрафов уплатила более 16 тыс. руб. По нашим подсчётам, типографские расходы в Иркутске в среднем составляли около 100 руб. за тираж в 1000 экз. Поэтому всё чаще газеты попадают в руки предпринимателей, акционерных обществ — паевых издательских фирм, банков. Возникают коммерческие, корреспондентские и рекламные бюро, посреднические конторы объявлений. Идёт азартная конкурентная борьба за организацию розничной продажи в многолюдных местах, за монопольное право на киоски в вокзалах и на пристанях.

Доход от рекламы был так велик, что некоторые газеты, как, например, «Иркутский листок», раздавались бесплатно в клубах, театрах, иллюзионах, ресторанах, гостиницах, конторах, банках, казённых учреждениях и на вокзалах. Реклама всё чаще делается виртуозными профессионалами, идущими на любые ухищрения ради выгоды. Заметна диф-

ИЗ ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ

ференциация рекламы в сибирской прессе. В Иркутске газета «Новости» ориентируется на солидных, известных предпринимателей, а «Иркутская копейка» — на рядовых обывателей и мелких торговцев.

Плата за рекламу зависит от уровня и качества иллюстраций, от использования шрифтовых и графических средств, от размещения впереди или позади текста, от величины и частоты повторения заказа. Солидные рекламодатели «шустовского коньяка», «смирновской водки» используют рассказы, стихи, анекдоты и т.д. При этом тексты оригинальны и не дублируются.

Но сибирские газеты много делали и для привлечения к рекламе людей бедных, малообеспеченных. Объявления о поиске работ, найме квартиры для учащихся, найме прислуги, как правило, оплачивались по самой низкой таксе. Этому способствовало то, что с конца XIX века в Сибири все более заметную роль играли редакторы и издатели из простонародья, не получившие систематического образования, усвоившие культуру путём самообразования. Это были люди добро-совестные, трудолюбивые, сочувствующие городским низам из мещан, крестьян, мелких торговцев и демократической интеллигенции.

По нашим подсчётам, из 378 редакторов и издателей Сибири в начале XX века 115 были мещанами и мастеровыми, 32 — казаками и крестьянами, 51 — купцами, предпринимателями, 34 — мелкими чиновниками и служащими, 79 — представителями интеллигенции и только 56 — дворянами и крупными чиновниками.

Ещё убедительнее выглядело это соотношение в деловой, коммерческой, рекламной прессе. В 19 иркутских изданиях редакторами и издателями выступали 6 мещан, 1 крестьянин, 5 купцов, 1 инженер, 1 отставной поручик, 2 дворянина, 3 женщины (жёны чиновников). Новые слои буржуазного общества вытесняли из прессы представителей старого дворянства.

В канун Февральской революции в Сибири сложилась довольно развитая система коммерческой, деловой, информационно-рекламной прессы. По нашим подсчётам, в 1901–1916 гг. выпускалось 124 издания такого типа, в том числе 65 — в Западной и 59 — в Восточной Сибири. По городам это выглядело так:

Западная Сибирь: Томск — 24, Омск — 15, Курган — 7, Тюмень — 6, Барнаул — 4, Тобольск — 2, Новониколаевск — 2, Шадринск — 2, Каинск — 2, Бийск — 1,

Восточная Сибирь: Иркутск — 23, Красноярск — 11, Чита — 11, Кяхта — 3, Якутск — 2, Верхнеудинск — 2, Минусинск — 2, Енисейск — 1, Канск — 1, Нижнеудинск — 1.

В Западной Сибири газет было 35, журналов — 30. В Восточной Сибири газет гораздо больше — 42, а журналов лишь 17. Распределение газет по типу издания: губернских (областных) ведомостей — 7, деловых газет — 18, рекламно-информационных — 31, информационных — 18, коммерческих газет — 3. Среди журналов в Сибири преобладали сельскохозяйственные, кооперативные, железнодорожные, профессиональные и общезакономические (чаще промышленные).

Сопоставление
зет и журналов в
рекламно-информ
более 25 % всех
соответствовала
основным количе
издания такой пр

ОТРАЖ В ПЕРИО ПР

Передовые
как интеллектуаль
понимали ее огро
ных идей, в фор
социально-эконо
яли аграрные во
исторически при

В феодальной
логия радикальной
го права. В то же
консерваторов, в
всевластие и про

Мысль об ун
риодическую печ
кой эпохи мы нахо
было бы ожидать
умы и в правитель
шалось критикова

В 1804 году
торговлю рекрут
альном органе М
издателям из М
выражал сомнен
тонкости сего по

Никулина Але
экономических

Сопоставление этих данных с общим количеством сибирских газет и журналов в 1901–1916 гг. позволяет сделать вывод о том, что рекламно-информационная, коммерческая, деловая печать составляла более 25 % всех изданий (47 журналов из 184 и 77 газет из 308). Она соответствовала уровню социально-экономического развития края по основным количественным и качественным характеристикам. Опыт издания такой прессы является поучительным и в наше время.

А.В. Никулина

ОТРАЖЕНИЕ АГРАРНОГО ВОПРОСА В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ РОССИИ ПРЕДДЕКАБРИСТСКОЙ ПОРЫ

Передовые люди России всегда ценили периодическую печать как интеллектуальную общественно-политическую силу. Они прекрасно понимали ее огромные возможности в распространении прогрессивных идей, в формировании общественного мнения по важнейшим социально-экономическим проблемам. В центре этих проблем стояли аграрные вопросы, так как ведущая роль в экономике России исторически принадлежала сельскому хозяйству.

В феодальной России преддекабристской поры набирала вес идеология радикальной части дворянства, выступавшей за отмену крепостного права. В то же время продолжала господствовать идеология крайних консерваторов, встречавших в штыки даже скромные попытки оградить всевластие и произвол помещиков в отношении крепостных крестьян.

Мысль об уничтожении крепостного права могла просочиться в периодическую печать с большим трудом. В журналистике александровской эпохи мы находим меньше статей по аграрному вопросу, чем можно было бы ожидать. В обстановке, когда участь крепостных возбуждала умы и в правительстве, и в обществе в целом, в публичных статьях разрешалось критиковать лишь «отдельные недостатки» системы.

В 1804 году правительство издало распоряжение, запрещавшее торговлю рекрутами. И в «Санкт-Петербургском журнале» (официальном органе Министерства внутренних дел) появилось «Письмо к издателям из Москвы» о продаже людей в рекруты. Автор письма выражал сомнение в том, что в столице известны «все извороты и тонкости сего постыдного торга»: помещик, желая отдать крепост-

Никулина Александра Владимировна — аспирантка кафедры истории экономических и политических учений ИГЭА