

JEL classification: F14, N44, N74

УДК 77(47)"1914/1917"

DOI 10.17150/2308-2488.2024.25(4).717-736

Н.А. Станулевич

Музей антропологии и этнографии

им. Петра Великого (Кунсткамера)

Российской академии наук,

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Рынок фотографических товаров в России в годы Первой мировой войны (по публикациям в профессиональной периодике)

Аннотация. В статье исследуются тенденции на рынке фотографических товаров в России в годы Первой мировой войны. Влияние военного положения на производство и продажу фототоваров не являлось ранее предметом научных изысканий. В то же время в имеющейся литературе по истории фотографии данный период рассматривается в качестве переломного в истории журналистской фотографии. Для объективной оценки данного культурного наследия, а также технических возможностей фотографов начала XX в. необходимо комплексное исследование фотографического рынка второй половины 1910-х гг. Источниковой основой данной работы послужили материалы журналов «Фотографические новости», «Вестник фотографии» и «Фотографический листок», опубликованные с 1914 по 1918 г. В статье определяются категории импортных и отечественных товаров, способы преодоления дефицита товаров, а также особенности российского рынка фототоваров периода Первой мировой войны.

Ключевые слова. Первая мировая война, русские фотографические журналы, рынок фототоваров, импортозависимость, импортозамещение, фотобумага, фотоаппарат, реклама.

Информация о статье. Дата поступления 14 октября 2024 г.; дата принятия к печати 10 декабря 2024 г.; дата онлайн-размещения 16 декабря 2024 г.

N.A. Stanulevich

*Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography
(the Kunstkamera) of the Russian Academy of Sciences,
Saint-Petersburg, the Russian Federation*

The Market for Photographic Goods in Russia During World War I (Based on Professional Periodicals)

Abstract. The article explores trends in the market for photographic goods in Russia during World War I. The impact of wartime conditions on the production and sale of photographic items has not previously been the subject of academic research. Meanwhile, existing literature on the history of photography considers this period a turning point in the development of journalistic photography. To objectively evaluate this cultural heritage and the technical capabilities of early 20th-century photographers, a comprehensive study of the photographic market in the second half of the 1910s is necessary. The primary sources for this study include issues of Photographic News, Bulletin of Photography, and Photographic Leaflet published between 1914 and 1918. The article identifies categories of imported and domestic goods, strategies for overcoming supply shortages, and the specific features of the Russian photographic goods market during World War I.

Keywords. World War I, Russian photographic journals, photographic goods market, import dependency, import substitution, photographic paper, camera, advertising.

Article info. Received October 14, 2024; accepted December 10, 2024; available online December 16, 2024.

Отечественные исследователи истории фотографии рассматривают период Первой мировой войны в основном с искусствоведческой и культурологической точек зрения. Первый опыт собрания информации по истории фотографии с экономическими деталями представлен в работе Г.М. Болтянского. Несмотря на то, что автор в основном рассматривает различные

аспекты фотографического дела советского периода, в данной работе присутствуют сюжеты, относящиеся к Первой мировой войне. Начало войны рассматривается как «толчок к развитию фоторепортажа». В работе также представлен краткий обзор первых шагов советской власти в области фотографического дела [1, с. 84, 92]. Монография «Русская светопись: первый век фотоискусства, 1839–1914» [2], хотя и не касается истории фотографического дела в период Первой мировой войны, содержит ценную информацию о фотографическом деле до 1914 г., включая принципы торговли фотографическими материалами.

Иностранные исследователи включают Первую мировую войну чаще всего в повествование об истории журналистики и печатного дела. В работах этот период характеризуется как переломный для иллюстрированных изданий и статуса фотографии в новостных лентах [3, р. 369]. Исследования историко-экономического характера либо касаются смежной отрасли — кинематографии [4], производства открыток [5], либо рассматривают работу конкретных предприятий. Так эволюция личных и управленческих решений С.М. Прокудина-Горского в области фотографии и кинематографа была проанализирована с учетом опыта его работы на Гатчинском заводе А.С. Лаврова и взаимоотношений с инвесторами Акционерного общества «Биохром» [6, с. 66].

Представленное исследование опирается только на издания, выходившие в Петрограде и Москве, и базируется исключительно на информации из периодической печати без привлечения иных источников. С этой точки зрения, статья представляет собой лишь первый опыт изучения рынка фотографических товаров в Российской империи начала XX в.

Выбор специализированных периодических изданий, которые составляют источниковую базу исследования, определялся тем, что из выявленных истори-

ками 33 фотографических журналов [7, с. 55] только «Фотографические новости», «Фотографический листок» и «Вестник фотографии» выпускались в обозначенный период.

Журнал «Фотографические новости» издавался владельцем склада, магазина и фабрики И.А. Стефаном ежемесячно¹ с 1907 по 1918 гг. [там же, с. 66]. Журнал «Фотографический листок» как издание о новостях выпускался с 1906 по 1917 г. в издательстве «Ф. Иохим и Компания», работавшем в составе торгового дома фотоматериалов со складами в Москве и Санкт-Петербурге [там же, с. 65]. Журнал Русского фотографического общества в Москве «Вестник фотографии» выходил с 1901 по 1918 г. [там же, с. 69]. Перечисленные журналы можно разбить на две группы: журнал «Вестник фотографии», в котором представлены аналитические статьи, рецепты, объявления в рамках деятельности фотографического общества, и «Фотографические новости», а также «Фотографический листок», являвшиеся изданиями продавцов фототоваров. В последних публиковались цены на продукцию, способы реализации товаров другие детали рынка фотографий. Они также содержат публикации специалистов, что позволяет посмотреть на ситуацию на рынке фотографических товаров в целом, как с точки зрения покупателей-фотографов, так и позиций продавцов.

В журналах содержится небезынтересная информация о фотографическом рынке Российской империи накануне Первой мировой войны, свидетельствующая о сложившейся зависимости от импортных фототоваров, а также о возможных путях ее преодоления. Так, на страницах журнала «Фотографические новости» были приведены данные из официальных немецких источников²

¹ В 1918 г. было выпущено 8 номеров журнала «Фотографические новости».

² В тексте указано, что данные были заимствованы из статьи М. Новорусского в газете «Речь» от 18 января 1915 г.

Таблица 1

**Вывоз фотографических товаров из Германии
в 1912 г., млн марок**

Наименование	Общий объем	Российская империя	Велико- британия (Англия)
Телескопы и бинокли	7,1	1,7	0,7
Другие оптические стекла, в виде отдельных частей, а также стереоско- пов и микроскопов	4,7	0,6	0,6
Фотографических аппа- ратов и фотографиче- ских линз	7,5	1,2	1,3
Аппаратов и инструмен- тов стеклянных, включая стеклянные трубки и термометры	8 342	1 334	944

Источник: Германский ввоз в Россию и Англию // Фотографические новости. 1915. № 3. С. 52.

1912 г. о закупках фотографических товаров Российской империей и Великобританией (Англией). Автор публикации отмечает, что эти данные «не вполне совпадают с данными, которые опубликованы у нас особой комиссией по пересмотру торговых договоров»³. В табл. 1, в соответствии с цитируемой статьей, приводятся данные по общему вывозу фотографических товаров из Германии и объемам поставок в Российскую империю и Англию по тем же наименованиям.

Представленные в табл. 1 данные, хотя и косвенно, демонстрируют зависимость России от закупок у Германии. Нарастить собственное производство в условиях войны не представлялось возможным. Также невозможно было заместить немецкие товары на английскую продукцию, поскольку Англия также в незначительной степени зависела от поставок из Германии.

³ Германский ввоз в Россию и Англию // Фотографические новости. 1915. № 3. С. 52.

Таблица 2

Объем вывоза фотографических товаров из Германии и Австро-Венгрии в 1912 г., р.

Страна	Германия	Австро-Венгрия ⁴
Российская империя ⁵	2 398 000	58 700
Великобритания (Англия)	2 321 500	3 700
Франция	2 143 500	7 100
Швейцария	114 500	10 800

Источник: [8, с. 273]

В табл. 2 представлены данные по поставках фототоваров из Германии и Австро-Венгрии в другие страны Европы.

Из приведенных данных видно, что объемы поставок фотографических товаров из Германии в Россию, Англию и Францию были примерно равными. Поэтому, чтобы в условиях войны заменить поставки товаров из Германии на английские, требовалось организовать производство этих товаров в самой Англии⁶. Одним из основных поставщиков товаров на фотографический рынок Российской империи являлась также Австро-Венгрия. Н. Буланже отмечает, что «из Австро-Венгрии вывозится главным образом фотографическая бумага, а остальные продукты вывозятся сравнительно на незначительную сумму» [8, с. 273].

Для понимания состояния фотографического рынка до и во время Первой мировой войны большое значение имеет конкретизация импортируемой Россией продукции и характер ее потребления. Российская империя покупала в Германии в основном «фотохимические продукты, объективы и фотографическую светочувствительную бумагу» [там же, с. 274]. Струк-

⁴ Экспорт фотографических товаров в Австро-Венгрии в 1913 г. достигал суммы 423 900 р. [8, с. 272].

⁵ 13 % всего германского экспорта [8, с. 273].

⁶ Германский ввоз в Россию и Англию // Фотографические новости. 1915. № 3. С. 52.

тура закупаемых товаров из Германии в 1912 г. выглядела следующим образом: химико-фотографические продукты на сумму 799 500 р., фотографические пластинки на сумму 136 500 р., фотографическая бумага на сумму 473 000 р. В 1912 г. Германия экспортировала химико-фотографической продукции на сумму 3 693 500 р., фотографических пластин на 1 234 000 р., фотографической бумаги на 2 331 000 р. [8, с. 272–278]. Доля России в экспорте Германии данной продукции являлась весьма значительной по этим товарам: 21,6 %, 11,1 %, и 20,3 %, соответственно. Следует также отметить, что Россия импортировала аналогичные товары также из Франции, Бельгии, Австро-Венгрии, Швейцарии и США.

Фотографические аппараты для российского рынка закупались «главным образом из Германии и преимущественно от дрезденских фирм» [там же, с. 274]. Французские и английские поставки фотоаппаратов были незначительными. По мнению Н. Буланже, причина большого распространения немецкий фотографических аппаратов заключается не в качестве аппаратуры, а в стратегии французских и английских фирм в области распространения своих товаров: «...они слишком редко посылают в Россию своих вояжеров, не рассылают по русским фирмам образчиков своих товаров, не учреждают своих отделений и представительства. Кроме того, англичане не любят торговать в кредит, у них принята система немедленного наличного расчета, между тем как немцы допускают самые широкие условия кредита. Наконец, немецкие фирмы облегчают расчет тем, что назначают цены применительно к русскому курсу и франку чуть ли не до Тулы» [там же, с. 274–275].

Фотографические объективы поступали также в основном из Германии, хотя Н. Буланже отмечает наличие французских и английских марок в этом сегменте рынка [там же, с. 275]. Химико-фотографи-

ческие продукты поставлялись России почти исключительно из Германии. Возможной замене на рынке подлежали многие продукты, кроме «органических проявителей, которые являются побочным продуктом при производстве анилиновых красок, а производство анилиновых красок развито только в Германии и, отчасти, в Швейцарии. Если вырабатывать органические проявители не как побочный продукта, то они в значительной степени удорожают и выработка их усложняется» [8, с. 275]. При этом к концу 1914 г. некоторые английские фирмы начали выпуск органических проявителей. Современники ожидали, что тщательность английского производства могла обеспечить качество выше, чем у немецких продуктов.

Поставки немецких пластинок по словам Н. Буланже, были соизмеримы с поставками из Франции и Англии. Специалисты ожидали, что российский рынок не особенно пострадает от прекращения ввоза немецких пластинок, и уменьшение ввоза их из Германии может быть компенсировано увеличением ввоза из других стран, а также расширением русского производства. Относительно российского производства он отмечал: «...в России очень распространены пластинки русских фирм, в особенности в среде фотографов-профессионалов, ввиду дешевизны этих пластинок, которая объясняется отсутствием переплаты за пересылку» [там же, с. 275–276].

Фотографическая светочувствительная бумага ввозилась в Россию из Германии, Бельгии, Австрии. Причем изделия бельгийской фирмы «Геверт» были «распространены буквально по всей России». Бумаги австрийских фирм также имели в России довольно большое представительство. Кроме того, фотографические бумаги производились и в самой России. Эксперты утверждали, что они не уступали по качеству заграничным.

Из публикаций Н. Буланже следует, что германская фотографическая продукция была распространена и

в ряде других регионов. В частности, он отмечает, что в Сибири получили распространение немецкие фотоаппараты и объективы к ним. Данный факт в литературе объяснялся высокой ценой на английские фотоаппараты. При этом российские фотоаппараты выпускались в незначительных объемах и их распродавали в провинции и на окраинах России. Пластинки и бумаги поставлялись за Урал главным образом из Европейской России и Германии [8, с. 276].

Несмотря на оптимистичные публикации «Вестника фотографии» на предмет замены немецкий товаров на российском рынке, публикация в журнале «Фотографические новости» за ноябрь 1914 г. ярко отражает панику продавцов и беспокойство фотографов: «На фотографическом рынке в настоящее время созданся тяжелый кризис: с одной стороны, небольшой запас фотографических принадлежностей, имевшийся на складах, оказался использованным, с другой — нового подвоза, как выяснилось, ждать неоткуда, ибо почти все предметы для фотографии — немецкого производства»⁷.

В то же время, по мнению А.М. Донде, недостаток товаров ощущался в магазинах, а не на складах. Профессионалы-фотографы сделали закупки впрок, а фотографы-любители испытывали недостаток бумаги только больших форматов от 24 x 30 см и «некоторых химических препаратов» [9, с. 282–284]. Тем не менее уже в начале 1915 г. читатели журналов в переписке с редакциями отмечали, что «в настоящее время бумагу “Утоколор”⁸ едва ли можно получить»⁹. К середине 1915 г. заявлялось об отсутствии в продаже готовых проявителей в патронах и в жидком виде¹⁰.

⁷ Смесь // Фотографические новости. 1914. № 11. С. 200.

⁸ Оригинальное название Utocolor — первый субтрактивный процесс получения цветных фотографий.

⁹ Вопросы и ответы // Фотографический листок. 1915. № 2. С. 36.

¹⁰ Рецепттура // Фотографические новости. 1915. № 6. С. 98.

Исчезновение со складов и магазинов немецких товаров возможно проследить через анализ рекламных объявлений в журналах второй половины 1914 г. Публикации до августа 1914 г. и позднее содержали большое количество позиций, произведенных в Германии. Анализ рекламных объявлений журналов «Фотографические новости» и «Фотографический листок» позволяет уточнить производителей и конкретные наименования продукции из Германии, которая продавалась на рынке Российской империи в течение 1914 г. Фотографические пленки листами, упакованные в пакеты¹¹, складная камера «Тернах»¹² поставлялись оптическим производством Герц (С.Р. Goerz). В сентябрьском номере журнала «Фотографические новости» продукция этого производителя представлена в рекламе лишь биноклями¹³. Отделение Акционерного общества «Фохтлендер и сын» (Voigtländer) в Брауншвейге в 1914 г. рекламировало проекционные и увеличительные аппараты¹⁴ и стереоскопическую зеркальную камеру «Стерефлектоскоп»¹⁵.

Производство «Конрад А. Мюллер и Ко»¹⁶ в Нюрнберге поставляло двойные анастигматы¹⁷, как и оптический завод Г. Роденштока в Мюнхене¹⁸. Фабрика «Трапп и Мюнх» производили матовую альбуминовую бумагу¹⁹, которую использовали профессиональные фотографы для фото-эскизов²⁰. На эту бу-

¹¹ Фотографические новости. 1914. № 1.

¹² Там же. 1914. № 3.

¹³ Там же. 1914. № 9.

¹⁴ Там же. 1914. № 1.

¹⁵ Там же. 1914. № 2.

¹⁶ Там же. 1914. № 1.

¹⁷ Объектив, в котором исправлены практически все аберрации оптических систем, в том числе астигматизм и кривизна поля [10, с. 26].

¹⁸ Фотографические новости. 1914. № 2, 3.

¹⁹ Там же.

²⁰ Там же. 1914. № 3.

магу в журнале был размещен также лестный отзыв одного из крупнейших фотоателье Петербурга — фотоателье «Боассона и Эгглер». Акционерное общество «Д-р К. Шлейссер» поставляло пластинки, бумагу, химические продукты.²¹ Еще одно производство под маркой Гауфф (Hauff) выпускало пластинки различных свойств.²² А бумага с проявлением для разных типов освещения выпускалась фабрикой фотографической бумаги «Крафт и Штейдель» в Дрездене.²³

Компания «Агфа» («Agfa-Gevaert») предлагала разнообразную продукцию, публикации о которой встречаются в дореволюционной периодике до октябрьского номера 1914 г.: фотографические пластины²⁴; пленки листами, упакованные в пакеты²⁵; фотографические проявители «родинал»²⁶ и пирогалловая кислота²⁷ или иначе пирогаллол; любительскую лампу для вспышек²⁸; проявители — метол²⁹; гидрохинон³⁰ и не обозначенные отдельно проявители³¹; таблицы экспозиции³².

К осени 1914 г. отмечается использование определенных лингвистических приемов для маскировки продаж немецких товаров. Так, в рекламе фотокамер место производства — Германия заменялось Европой без каких-либо других изменений рекламного блока, например, вместо «Ика-камеры самое солидное про-

²¹ Фотографические новости. 1914. № 2.

²² Там же. 1914. № 3.

²³ Там же. 1914. № 8.

²⁴ Там же. 1914. № 1, 3, 6, 8, 9, 10.

²⁵ Там же. 1914. № 2.

²⁶ Там же. 1914. № 2, 3, 5.

²⁷ Там же.

²⁸ Там же. 1914. № 2.

²⁹ Там же. 1914. № 3, 5.

³⁰ Там же. 1914. № 9, 10.

³¹ Там же. 1914. № 8.

³² Там же.

изводство в Германии»³³ печаталось: «Ика-камеры самое солидное производство в Европе»³⁴.

Уже после первых месяцев войны получение многих материалов было затруднено не только из-за прекращения торговых отношений с Германией и Австро-Венгрией, но и из-за затруднения импорта из других европейских стран. Из публикаций Н.П. Петрова следует, что разнообразные матовые фотобумаги немецкого и бельгийского производства (фабрика «Геверт») стали недоступны в том числе из-за разрушений промышленной инфраструктуры Бельгии. При этом в ноябре 1914 г. констатировалось, что «торговля с остальными странами, из которых можно было бы получить подходящие светочувствительный бумаги, затруднена, русским фотографам приходится круто...» [11, с. 295].

С начала 1915 г. на 25 % были повышены цены изготовителями пластинок «Илфорд» английского производства и французских — «Люмьер», «Жугла» и «Империял», что привело к соответствующему повышению цен в российских магазинах³⁵. Увеличившиеся в цене материалы предлагалось использовать взамен немецких товаров и бельгийской бумаги³⁶.

С наступлением 1915 г. в журналах стала появляться новая рубрика «Вновь получено»³⁷ или «Вновь получены»³⁸, в которой почти ежемесячно публиковались привозы иностранных товаров на склады и в магазины. При этом особенности продажи таких товаров также описывались на первых страницах периодики следующим образом: «С начала военных действий заграничный товар получается от заграничных фирм

³³ Фотографические новости. 1914. № 8.

³⁴ Фотографический листок. 1914. № 9.

³⁵ Из торгово-промышленного мира // Фотографические новости. 1915. № 2. С. 35.

³⁶ Вопросы и ответы // Вестник фотографии. 1915. № 2. С. 51.

³⁷ Вновь получены // Вестник фотографии. 1915. № 1.

³⁸ Фотографические новости. 1915. № 3.

союзных и дружественных с нами держав по мере представляющейся к тому возможности. Поэтому, впредь до восстановления правильных торговых отношений, заказы на заграничный товар исполняются без замедления только на предметы, имеющиеся в запасе в складах Товарищества Ф. Иохим и К^о»³⁹.

Как показывает анализ одного из объявлений о поставках⁴⁰, в них входили преимущественно товары, которые до начала войны можно было найти свободно через рекламу, например, объективы «Тессар», матовые и глянцевые целлоидиновые бумаги⁴¹, бром-серебряные открытые письма⁴², матовая альбуминная бумага, проявители «родинал», метол и амидол, кристаллический сернистокислый натрий⁴³, вспышки магния и другие фотографические материалы.

К 1916 г. редакция журнала «Фотографический листок» убрала с первой страницы журнала объявление о продаже иностранных товаров из наличия на складе или в магазине⁴⁴. К концу года констатируется отсутствие на рынке конкретных позиций, но читатель уведомляется о наличии разнообразных вариантов замены, использования других рецептов приготовления растворов⁴⁵. Еще в конце 1914 г. начались публикации забытых или альтернативных рецептов. Так, предлагалось заменить «общераспространенных в последнее десятилетие органических проявителей: метологи-дроксинона, глицина, пирогаллола и проч., т.е. проя-

³⁹ Фотографический листок. 1915. № 1. С. 1.

⁴⁰ Вновь получены // Вестник фотографии. 1915. № 2.

⁴¹ Целлоидиновые бумаги изготавливались обливанием бумаги с баритовым слоем эмульсией хлористого серебра в коллоидии [12, с. 815–816].

⁴² Открытки, на лицевой стороне которых можно было печатать собственные фотографии.

⁴³ Сульфит натрия, использовавшийся для изготовления проявителей.

⁴⁴ Фотографический листок. 1916. № 1. С. 1.

⁴⁵ Замена бисульфита сернистокислым натрием // Фотографический листок. 1916. № 10. С. 154.

вителей, являющихся по своему химическому составу производными от бензола, — щавелевокислым железом или, попросту говоря, железным проявителем» [13, с. 299].

Необходимо отметить, что именно в 1916 г. на страницах журналов наиболее активно размещается информация от военных ведомств. Так в середине года стали появляться однотипные объявления о сборе фотографических объективов для Отдела Воздушного флота. Фотографам-любителям и профессионалам предлагалось безвозмездно передать для фронта объективы, которые удовлетворяли следующим условиям: «Они должны иметь: 1) фокусное расстояние 18–40 см; 2) светосилу 1:3,5 — 1:6,3; 3) быть следующих типов и фирм: Буш — Омнары, Герц — Целлары, Пантары и Дагмары, Крайс — Тессары, Роденшток — Эйрины, Росс — Гомоцентрики, Телецентрики и Икспрессы, Фохтлендер — Гелиары и Коллинеары, Цейс — Тессары и Протары»⁴⁶.

К 1917 г. на страницах журналов стала появляться критика уже имеющейся российской продукции. Так, фотографические пластинки по мнению редакции журнала «Вестник фотографии» страдали ухудшением качества по сравнению с довоенным периодом. «А цены — сильно вздуты и, конечно, будут подниматься и еще. И все это прячется под общую ныне отговорку: “ничего не поделаешь: война”. Стыдно и совестно»⁴⁷.

Тяжелое положение на фотографическом рынке сохранялось и в апреле 1917 г. Отмечалось увеличение спроса со стороны военного ведомства, отсутствие стекол для объективов, применение практики использования старых запасов материалов. «Из химических продуктов ощущается острый недостаток в бромистом натре, бромистом калии, сернисто-кислом натре; хотя

⁴⁶ Фотографический листок. 1916. № 6. С. 82.

⁴⁷ Новогоднее // Вестник фотографии. 1917. № 1. С. 1–2.

этот последний продукт и производится на наших русских фабриках, но в очень ограниченном количестве. Гидрохинона, метола, лимонной кислоты и анилиновых красок на рынке очень мало и цены высоки. Фотографические пластинки за время войны вздорожали на 400–450 %, фотографическая бумага вздорожала на 200–300 % и находится в дальнейшем повышении»⁴⁸.

Цены на продукцию редко становились предметом обсуждения на страницах журналов, чаще помещалась стоимость подписки или прейскурант цен на фотографическую литературу. Поэтому любое упоминание о ценах или их динамике является важным для исследования истории фотографии в России. В июне 1918 г. фотографическое акционерное общество «И. Стеффен и К^о» сообщало о поступлении в продажу виража в патронах для окрашивания бром-серебряные отпечатков в тона сепии и синий по цене 1 р. 75 к. за 1 патрон⁴⁹. Тем не менее сравнение цен иногда встречается в журналах. Рассказывая о сообщении одного из читателей, редакция журнала «Вестник фотографии» отмечала, например, дороговизну фотографических аппаратов: оптовые цены на складные камеры «Эрнемана» размера 6х9 с. с тессаром 1:6,3 составляли 900 р., а камеры размером 9х12 с. с тессаром 1:4,5 по 1 500 р. за штуку. В довоенное время лучшие камеры этих типов стоили не дороже 90–150 р.⁵⁰.

На страницах журналов отмечается, что ситуация фотографического производства и сбыта продукции в Германии намного хуже, чем в России. В сентябре 1914 г. А.М. Донде на страницах «Вестника фотографии» утверждал, что «положение России бесконечно выгоднее положения Германии» [14, с. 236]. Объяснял он это тем, что Германия производит фотографиче-

⁴⁸ Фотографически рынок // Вестник фотографии. 1917. № 1. С. 72.

⁴⁹ Из торгово-промышленного мира // Фотографические новости. 1918. № 6. С. 70.

⁵⁰ Там же.

ские материалы и аппаратуру для всего мира и в условиях войны Германия потеряла рынок для реализации своей продукции. Схожую позицию высказывал Н. Буланже в своей публикации в октябре 1914 г. [8, с. 272]. Работа российских же производств была нацелена только на внутренний рынок и число покупателей не уменьшилось с началом войны.

Поставки сырья Российской империей для фотографических производств в других странах, прежде всего, платины и палладия, также влияли на экспорт зарубежных производителей [15, с. 18–20]. Анализ экспорта и импорта фотографических товаров из Германии, Австро-Венгрии, Англии и Франции был опубликован в специализированных журналах в начале 1915 г. Из него следует, что характерными для рынка Российской империи накануне Первой мировой войны являлись закупки большинства товаров в Европе, за исключением нескольких типов негативных пластин и фотографических бумаг, камер и простых приборов и аксессуаров, например, треножников или футляров, и продажа российских товаров в основном в отдаленных от столиц регионах. Объем германских поставок был больше не только в силу развитого и массового их производства, но и методов осуществления сделок с использованием торговых агентов, выпуска вспомогательной литературы и гибкой системы расчетов.

Таким образом, публикации на страницах профессиональных фотографических журналов периода 1914–1918 гг. отражают изменения на рынке фототоваров в Российской империи. Были прекращены поставки товаров немецких и австрийских производителей оптических устройств, бумаг и химических материалов. Недостаток на рынке объективов особенно остро ощутили военные, которые были вынуждены запрашивать через объявления в журналах аппаратуру у населения и специалистов. Анализ дат выхода рекламных объявлений свидетельствует о продолжении

продаж немецких товаров без маскировки производителя в некоторых случаях до середины осени 1914 г. С началом войны изменилась логистика поставок товаров из стран-союзниц, что также привело к повышению цен на фотографическом рынке Российской империи. Английские и французские товары не заместили немецкие из-за проблем с логистикой, а также их собственной зависимости от поставок от немецких производителей. Несмотря на заявления о наращивании собственного производства, роль импортных товаров весь рассматриваемый период оставалась доминирующей. Проблема во многом решалась за счет массовой продажи просроченных товаров, использования кустарных технологий и забытых рецептов, а также вторичного использования материалов.

Список использованной литературы

1. Болтянский Г.М. Очерки по истории фотографии в СССР / Г.М. Болтянский. — Москва: Госкиноиздат, 1939. — 224 с.
2. Бархатова Е.В. Русская светопись: первый век фотоискусства, 1839-1914 / Е.В. Бархатова — Санкт-Петербург : Лики России, 2009. — 399 с.
3. Frizot M. Nouvelle Histoire de la Photographie / M. Frizot. — Paris : Larousse, 2011. — 775 p.
4. Ковалова А.О. Кинематограф в Петербурге 1896-1917. Кинотеатры и зрители / А.О. Ковалова, Ю.Г. Цивьян. — Санкт-Петербург : Мастерская Сеанс, 2011. — 236 с.
5. Мозохина Н.А. Издание открытых писем в Петрограде в годы Первой мировой войны (по материалам «Книги рукописей» Петроградского комитета по делам печати) / Н.А. Мозохина. — EDN ATXTAD // Книжное дело в России в XIX — начале XX века : сб. науч. тр. — Санкт-Петербург, 2020. — Вып. 20. — С. 154-184.
6. Барышников М.Н. С.М. Прокудин-Горский: исследовательские инициативы и опыт участия в деловой жизни России / М.Н. Барышников. — EDN TNGNDP // Университетский научный журнал. — 2014. — № 9. — С. 58-75.
7. Головина О.С. Русская фотографическая периодика (1858-1917 гг.) / О.С. Головина. — EDN OMHJIT // Фотография. Изображение. Документ. — 2010. — № 1. — С. 55-75.

8. Буланже Н. Экспорт фотографических продуктов из Германии и Австрии / Н. Буланже // Вестник фотографии. — 1914. — № 10. — С. 272-278.
9. Донде А.М. Вопросы дня / А.М. Донде // Вестник фотографии. — 1914. — № 11. — С. 282-284.
10. Фотокинотехника / ред. Е.А. Иофис. — Москва : Советская энциклопедия, 1981. — 447 с.
11. Петров Н.П. Чем заменить покупные матовые бумаги / Н.П. Петров // Вестник фотографии. — 1914. — № 11. — С. 295-298.
12. Техническая энциклопедия / ред. Л.К. Мартенс. — Москва : Советская энциклопедия, 1928. — Т. 2. — 870 с.
13. Буланже Н. Железный проявитель / Н. Буланже // Вестник фотографии. — 1914. — № 11. — С. 299-306.
14. Донде А.М. Наука и промышленность / А.М. Донде // Вестник фотографии. — 1914. — № 9. — С. 236-238.
15. Идентификация, хранение и консервация фотоотпечатков, выполненных в разных техниках / сост. А.В. Максимова. — Санкт-Петербург : РОСФОТО, 2013. — 48 с.

References

1. Boltianskii G.M. *Essays on the History of Photography in the USSR*. Moscow, Goskinoizdat Publ., 1939. 224 p.
2. Barkhatova E.V. *Russian Light Painting: The First Century of Photographic Art, 1839-1914*. Saint Petersburg, Liki Rossii Publ., 2009. 399 p.
3. Frizot M. *Nouvelle Histoire de la Photographie*. Paris, Larousse, 2011. 775 p.
4. Kovalova A.O., Tsiv'yan Yu.G. *Cinema in Saint Petersburg, 1896-1917: Cinemas and Audiences*. Saint Petersburg, Masterskaya Seans Publ., 2011. 236 p.
5. Mozokhina N.A. Open Letter Publishing in Petrograd During World War I (Based on "Manuscript Book" of the Petrograd Committee on Press Affairs). *Book Industry in Russia in the 19th – Early 20th Centuries. Collected Papers*. Saint Petersburg, 2020, iss. 20, pp. 154-184. (In Russian). EDN: ATXTAD.
6. Baryshnikov M.N. S.M. Prokudin-Gorsky's Research Initiatives and His Practical Experience in Russian Business. *Universitetskii nauchnyi zhurnal = University Scientific Journal*, 2014, no. 9, pp. 58-75. (In Russian). EDN: TNGNDP.
7. Golovina O.S. Russian Photography Periodicals (1858-1917). *Fotografiya. Izobrazhenie. Dokument*, 2010, no. 1, pp. 55-75. (In Russian). EDN: OMHJIT.

8. Bulanzhe N. Export of Photographic Products from Germany and Austria. *Vestnik fotografii = Bulletin of Photography*, 1914, no. 10, pp. 272–278. (In Russian).

9. Donde A.M. Questions of the Day. *Vestnik fotografii = Bulletin of Photography*, 1914, no. 11, pp. 282–284. (In Russian).

10. Iofis E.A. (ed.). *Photo and Cinema Equipment*. Moscow, Sovetskaya ehntsiklopediya Publ., 1981. 447p.

11. Petrov N.P. Alternatives to Commercial Matte Papers. *Vestnik fotografii = Bulletin of Photography*, 1914, no. 11, pp. 295–298. (In Russian).


12. Martens L.K. (ed.). *Technical Encyclopedia*. Moscow, Sovetskaya ehntsiklopediya Publ., 1928. Vol. 2. 870 p.

13. Bulanzhe N. Iron Developer. *Vestnik fotografii = Bulletin of Photography*, 1914, no. 11, pp. 299–306. (In Russian).


14. Donde A.M. Science and Industry. *Vestnik fotografii = Bulletin of Photography*, 1914, no. 9, pp. 236–238. (In Russian).

15. Maksimova A.V. (ed.). *Identification, Storage, and Conservation of Photographic Prints Made Using Different Techniques*. Saint Petersburg, ROSPHOTO Publ., 2013. 48 p.

Информация об авторе

Станулевич Надежда Алексеевна — кандидат исторических наук, научный сотрудник, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) Российской академии наук, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация; e-mail: nstanulevich@gmail.com.  <https://orcid.org/0000-0001-5726-9690>; SPIN-код: 6900-6706; AuthorID РИНЦ: 730920; ResearcherID: K-3639-2018.

Author

Nadezhda A. Stanulevich — Ph.D. in History, Research Fellow, Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (the Kunstkamera) of the Russian Academy of Sciences, Saint-Petersburg, the Russian Federation; e-mail: nstanulevich@gmail.com.  <https://orcid.org/0000-0001-5726-9690>; SPIN-Code: 6900-6706; AuthorID RSCI: 730920; ResearcherID: K-3639-2018.

Для цитирования

Станулевич Н.А. Рынок фотографических товаров в России в годы Первой мировой войны (по публикациям в

профессиональной периодике) / Н.А. Станулевич. — DOI 10.17150/2308-2488.2024.25(4).717-736. — EDN CNHOUV // Историко-экономические исследования. — 2024. — Т. 25, № 4. — С. 717–736.

For Citation

Stanulevich N.A. The Market for Photographic Goods in Russia During World War I (Based on Professional Periodicals). *Istoriko-ekonomicheskie issledovaniya = Journal of Economic History & History of Economics*, 2024, vol. 25, no. 4, pp. 717–736. (In Russian). EDN: CNHOUV. DOI: 10.17150/2308-2488.2024.25(4).717-736.