

Журнальная реклама в первых российских женских изданиях

Глухова Ксения Сергеевна

Аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,

факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: gluk8484@mail.ru

Первые женские журналы в России издавали и редактировали мужчины. В 1779 году в Петербурге крупный русский издатель Николай Иванович Новиков выпускает в свет первый женский русский журнал под названием «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета», и в обращении к «милым читательницам» издатель рассуждает о том, что именно они своим вниманием могут «сделать журнал модным». Журнал открывался модной рекламной картинкой «Щеголиха на гулянье», содержал еще несколько картинок, представлявших либо полный наряд, либо только головной убор. Наряды и шляпы носили довольно претенциозные названия: шляпы — «Рог изобилия», «Чепец победы», «По-драгунски», платья — «Расцветающая приятность», «Прелестная простота». В большинстве своем картинки демонстрировали дамские моды, лишь один лист представлял «Счастливого щеголя». Помимо этих картинок в журнале не было ничего, относящегося к моде. Это было литературное издание, предлагающее читательницам стихи и прозу, анекдоты и загадки, песни, эпиграммы.

Настоящий журнал мод (в нашем современном представлении) вышел двенадцать лет спустя, в 1791 г. Околоколов, новый арендатор университетской типографии, приступил к изданию модного журнала «Магазин английских, французских и немецких новых мод, описанных ясно и подробно, представленных гравированными рисунками с присовокуплением описания образа жизни, публичных увеселений и времяпровождений в знатнейших городах Европы, приятных анекдотов и пр.» (magazine — фр. журнал). В этом издании мы находим уже большее число модных рисунков рекламного характера, причем на них изображена не только модная одежда, но и модные экипажи, уборы лошадей, модная мебель. Подписи к картинкам, как и в журнале Н.И. Новикова, предельно кратки: «Парижская дама в Экономической робе», «Англичанин в новом фраке для верховой езды».

Именно в этом издании мы встречаем пример первой специализированной рекламы, предлагающей оборудование и адресованной общественным учреждениям (госпиталям, смирительным и рабочим домам, казармам и пр.). Рекламный текст с рисунками и чертежами занимает две страницы и называется: «Новоизобретенная английская машина для мытья белья». Речь идет о стиральной машине, сконструированной англичанином Битамом. По принципу действия машина Битама похожа на современную механическую стиральную машину, имеет даже механизм отжима («жемец»), что наглядно представлено на рисунках: общий вид, вид сбоку и чертеж внутреннего устройства. В тексте рассказано, во-первых, о назначении машины: «Полезь от сего изобретения госп. Битама велика, быть может, не только для частного хозяйства, но и для госпиталей, смирительных и рабочих домов, казарм, кораблей и вообще там, где множество белья должно вымыть с меньшими издержками». Во-вторых, перечислены достоинства новой машины: 1) простая конструкция, не может испортиться; 2) простота эксплуатации («девочка четырнадцати лет может исправлять работу»); 3) экономичность («великое сбережение сил, огня, мыла»); 4) универсальность («можно мыть самую тонкую кисею и батист»). В конце рекламного текста напечатан экономический расчет издержек на мыло, дрова, который сопоставляется с платой за ручную стирку. Указана также цена на машину.

В 1804 году увидел свет сентиментальный «Журнал для милых», редактором и издателем которого стал М.Н. Макаров. Издатели обещали, что будут стараться доставлять любезным читательницам все, что приятно их сердцу «ежели сверх чаяния огонь в каминах погаснет, то пылкое воображение наших сочинителей и сочинительниц

согреет нас... Будем мыслить только, чтобы угодить прекрасному полу», – читаем мы в первом номере.

В 1823 году в московской университетской типографии родился «Дамский журнал», издаваемый князем П. И. Шаликовым. В своих редакторских отступлениях П. И. Шаликов обещал включать в свое издание новейшие повести, приятные стихотворения, разные прозаические отрывки, библиографические и другие достопримечательные известия, а также любопытнейшие анекдоты, объявления с описанием столичных праздников, публичных и частных концертов, домашних спектаклей.

Каждый номер также заканчивался разделом «Парижские моды», в котором давались модные советы, носящие рекламный характер, и помещалась цветная картинка мод. Большое место отводилось литературным портретам выдающихся женщин прошлого и настоящего.

В ноябрьской книжке 1833 года (№ 47, ч. XLIY) на странице 127 читаем: «„Дамский журнал” прекращается...». П. Шаликов обещал возобновить издание только на следующий год. Однако обещание автора не было выполнено, журнал прекратил свое существование.

Но начало было положено. В особую категорию была выделена женская читательская аудитория. Благодаря использованию красивых рекламных картинок было признано существование специфических интересов женщин. Дальнейшее свое развитие издания женского типа получают в конце 40-х и в 50-е годы XIX века. Один за другим начнут появляться самые разные женские журналы, а вместе с ними и новые рекламные объявления, основной задачей которых станет формирование у читательниц определенных женских потребностей в модной одежде, в средствах и способах ухода за внешностью, а также в формах времяпрепровождения.

Научный руководитель: Ученова Виктория Васильевна, доктор филологических наук, профессор

Литература:

- 1) Есин Б.И. История русской журналистики XIX века. – М.: Аспект Пресс, изд-во МГУ, 2003. – 287 с.
- 2) История русской журналистики XVIII-XIX веков. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1973. – 189 с.
- 3) Коммуникативные проекты в контексте современной теории моды. – М.: Изд. центр РГГУ, 2005. – 139 с.
- 4) Филонов М.М. Журнальная история // Мир библиографии. – 2003, № 5. – С.38-44.