

Рынок подписных изданий города Перми, на примере объявлений в газете «Пермские Губернские Ведомости».

Кузнецова Елена Александровна

Студент

*Пермский государственный университет им. А.М. Горького,
историко-политологический факультет, Пермь, Россия*

E-mail: opyat-26@yandex.ru

Рекламные объявления в одной из главных газет губернского города Перми позволяют увидеть особенности и изменения экономической, культурной и социальной жизни города, трансформацию нравов в городской среде, динамику предложения различных товаров и услуг. В рамках данного исследования обратимся к довольно узкой теме – объявлениях, посвященных подписке на периодические издания.

Объявления о подписке являются одной из постоянных тем, представленных в газете «Пермские губернские ведомости». Они занимают небольшой процент от общего количества объявлений в год, поскольку в основном публикуются в начале и конце года. Максимальное количество объявлений приходится на 3 месяца – ноябрь (25%), декабрь (45 %) и январь (14 %) [6]. Но важность этого блока подчеркивается его постоянным присутствием на страницах газеты, начиная с первых лет издания.

Цель исследования – выяснить, как формировался рынок подписных изданий в г. Перми, на примере объявлений в газете «Пермские Губернские Ведомости»

Задачи:

1. Определить географию объявлений по данной тематике.
2. Провести количественный анализ типов подписных изданий, представленных в объявлениях.
3. Оценить тематику периодических изданий, представленных в объявлениях газеты «Пермские ведомости».

Анализ произведен на основе полнотекстовой базы данных «Объявления 1910 г.»

В рамках данного исследования были проанализированы объявления, расположенные в 280 номерах газеты «Пермские ведомости» за 1910 г.

Анализ данных показал, что в пермской губернской газете подавляющее число объявлений о подписке на периодические издания принадлежит не пермским, а столичным изданиям (Таблица 1). Это подтверждает высказанную некоторыми учеными ([2] Галанин С. Ф., 1999) мысль о способе распространения объявлений в провинциальных изданиях. Специальные конторы объявлений, появившиеся в конце XIX века, поставляют заранее установленное количество объявлений в губернские газеты, которые финансово заинтересованы в размещении большего объема объявлений. В Перми такого рода услуги оказывала широко известная в то время контора «Метцль и Ко».

Среди типов подписных изданий, представленной в объявлениях газеты доминирующее положение занимают газеты и журналы (Таблица 2.) Из этого следует, что газетные объявления о подписке являются важным инструментом формирования прессы. Но, кроме этого, важное место занимают справочные издания. Читателям предлагались исключительно пермские справочники, что связано с их утилитарной функцией.

Тематика периодических изданий, представленных в объявлениях достаточно широка. Наибольшее число объявлений - 35 % [6] предлагает подписку на ежедневные газеты, освещающие политические, экономические, литературные вопросы. Кроме этого представлены узкоспециализированные издания: направленные на социальные группы - женские, детские, для взрослых; связанные с различными видами деятельности: охота и спорт, мода, лесопромышленность, торговля, медицина, политика.

Таким образом, содержание объявления о подписке определяли:

1. Тема издания
2. Социальная группа
3. Возраст
4. Интересы
5. Потребности читающей публики

Развиваясь в рамках губернской периодической печати, объявления как одно из средств коммуникации отражали протекающий в начале XX века процесс модернизации в социо-культурной жизни города и страны. Объявления отражают сезонность такой услуги как подписка на периодические издания, показывают географию авторов объявлений, а также типы и тематику предлагаемых изданий. Объявления являются важным источником для изучения рынка подписных изданий.

Источники и литература

1. Боханов А. Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал к. XIX - 1914 г. М., 1984.
2. Галанин С. Ф. Газетная реклама как исторический источник :По материалам казанских газет второй половины XIX века: диссертация ... кандидата исторических наук : 07.00.09, Казань, 1999, 322 с.
3. Гарскова.И. М. Количественный анализ историографии исторической информатики// Информационный бюллетень Ассоциации "История и компьютер". № 36, 2010 г.
4. Есин Б. И. Русская газета и газетное дело в России. М., 1981.
5. Киселев А.П. История оформления русской газеты (1702 - 1917). М., 1990.
6. Кузнецова Е.А. Особенности сохранения, документирования и изучения объявлений в газете "Пермские губернские ведомости"на основе информационных технологий./Информационные технологии и письменное наследие Е1'Manuscript-10. Материалы научной конференции. Уфа, 28 - 31 октября 2010г.-Уфа, Ижевск 2010,- с. 140 – 144.
7. Кузнецова Е. А. Один месяц из жизни губернского города (по объявлениям в газете «Пермские губернские ведомости») // Россия и мир в конце XIX– начале XX века: материалы Пятой всерос. Науч. Конф. Молодых ученых, аспирантов и студентов (Пермь, Перм. Гос. Нац. Иссл. Ун-т, 1 – 5 февраля 2012 г.)/ гл. ред. И. К. Кирьянов; Перм. Гос. Нац. Иссл. Ун-т. – Пермь, 2012. – с. 76 - 84.

8. Пермские губернские ведомости, 1910 г. №№ 1 – 280.
9. Полнотекстовая база данных «Объявления 1910 г. Создана Кузнецовой Е. А. на основе коллекции объявлений газеты «Пермские Губернские Ведомости» за 1910 г., СУБД Microsoft Access.
10. Сальникова М. В. Рекламная деятельность в русской провинции в конце XIX-начале XX вв., на примере Тамбовской и Воронежской губерний : диссертация ... кандидата исторических наук : 07.00.02 / Сальникова Мария Вячеславовна; [Место защиты: Орлов. гос. ун-т], Тамбов 2007.
11. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. СПб.: Питер, 2002. 304 с.

Иллюстрации

Таблица 1.

Город	Доля объявлений в %
С.-Петербург	39
Пермь	17
Москва	15
Вятка	12
Екатеринбург	5
Варшава	5
Не указан	7

Рис. 1: Таблица 1. Географические рамки.

Таблица 2.

Тип издания	Доля в %
Газета	49
Журнал	37
Справочник	7
Стенографические отчеты	2
Другое	5

Рис. 2: Таблица 2. Типы изданий.