

Секция «Литературный процесс и журналистика: история, критика, публицистика»

**Особенности размещения рекламы фирмы "Н.Л. Шустов и сыновья" в
региональных изданиях разного типа**

Научный руководитель – Жилякова Наталия Вениаминовна

Тарасенко Анастасия Викторовна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет
журналистики, Томск, Россия

E-mail: anast.tarasenko2014@yandex.ru

Рекламное дело в Сибири часто становится предметом исследовательского внимания (см. напр.: [2-4]). Реклама продукции фирмы «Н.Л. Шустов и сыновья» анализировалась в работах Даниеляна Т.Р. и Тадевосяна Т.В [1]. Однако до сих пор исследователи не ставили задачей выявление особенностей размещения рекламы в нескольких региональных изданиях.

Для анализа был выбран 1913 год, когда рекламное дело в Сибири достигло одной из наивысших точек своего развития. Материалом исследования были выбраны три издания разного типа: газеты «Сибирская жизнь», «Утро Сибири» и «Жизнь Алтая».

«Сибирская жизнь» – ежедневная общественно-политическая газета, которая издавалась в Томске с 1894 по 1919 г. Она была самым влиятельным органом печати в дореволюционной Сибири. Тираж – до 25 тыс. экз. Издание придерживалось либерального, конституционно-демократического направления.

«Утро Сибири» – ежедневная общественно-экономическая, политическая и литературная газета, издавалась также в Томске с 1911 по 1917 г. Тираж – 7500 тыс. экз. Издание придерживалось демократического направления.

«Жизнь Алтая» – ежедневная газета, издававшаяся в г. Барнауле с 1911 по 1918 г. Самое крупное и авторитетное издание в Барнауле и на Алтае. Издание придерживалось либерально-демократического направления, разделяло идеи областничества [6].

Особенно в выбранных изданиях выделялась реклама продукции товарищества «Н.Л. Шустов и сыновья»: она была яркой, разнообразной, отличалась творческим подходом к созданию рекламных текстов и изображений.

Шустовская компания к 1913 году была одной из самых известных и динамично развивающихся в России. Основателем компании «Н.Л. Шустов и сыновья» был Николай Леонтьевич Шустов. Производство началось в 1863 году с одного небольшого водочного завода, а к 1914 году фирма владела уже семью винными заводами в Москве, Ереване, Варшаве, Одессе, Кишинёве, Кюрдмире [5]. К началу XX века производительность предприятий составляла более 4,5 миллионов рублей в год.

О том, что товарищество «Н.Л. Шустов и сыновья» с особым вниманием подходило к распространению рекламы своей продукции, можно судить по количеству рекламных объявлений в региональных изданиях, в которых относились исследуемые «Сибирская жизнь», «Утро Сибири» и «Жизнь Алтая».

В «Сибирской жизни» в 1913 году вышло 286 номеров, из которых 278 было доступно к изучению. Реклама алкогольной продукции товарищества «Н.Л. Шустов и сыновья» встречалась в них 367 раз. Она всегда размещалась на первой – самой дорогой – газетной полосе. В визуальной форме рекламировались ликёры и наливки, коньяк же Шустова рекламировался исключительно в текстовом формате, при этом рекламные тексты ни разу не повторились в течение всего 1913 года. Обращает на себя внимание и постоянное размещение рекламы в одном и том же месте: в конце рекламного блока на первой полосе,

перед рубрикой «Месяцеслов». Благодаря этому читатели могли легко найти шустовскую рекламу и узнать, какую уникальную форму придумала фирма на этот раз для рекламы своей продукции. С уверенностью можно предположить, что эта рекламная политика повышала узнаваемость шустовских напитков и служила как для коммерческих, так и для развлекательных целей.

«Утро Сибири» в 1913 году вышло в количестве 284 номеров. В каждом из них публиковалась как визуальная, так и текстовая товарищества «Н.Л. Шустов и сыновья». Текстовая реклама шустовского коньяка, как и в издании «Сибирская жизнь», встречалась в каждом номере, располагалась на первой полосе, перед рубрикой «Месяцеслов» (Примечание: в газете «Сибирская жизнь» текстовая реклама отсутствует в №184 от 22 августа, в «Утро Сибири» – в №186 от 25 августа). Однако рекламные тексты были разными по содержанию, ни разу не совпав.

Газета «Жизнь Алтая» в том же году была выпущена в количестве 287 номеров. Реклама фирмы «Н.Л. Шустов и сыновья» встречалась в ней и в текстовом, и в визуальном формате, иногда в одном и том же номере. Текстовая реклама располагалась на первой или второй полосе в конце рекламного блока перед разделом «Телеграммы». Однако, в отличие от «Сибирской жизни» и «Утра Сибири», в газете «Жизнь Алтая» она реклама Шустова печаталась не в каждом номере. Текстовая реклама коньяка Шустова не встречается в выпусках газеты с №154 по №237, при условии, что визуальная реклама продолжала появляться.

Результаты сравнительного анализа текстовой рекламы фирмы «Н.Л. Шустов и сыновья» представлены в таблице 1.

Таким образом, на всем протяжении 1913 года не было выявлено ни одного случая совпадения рекламных текстов: и в «Сибирской жизни», и в «Утре Сибири», и в «Жизни Алтая» публиковались разные произведения, которые объединяло только одно – они рекламировали шустовский коньяк.

В результате, размещение шустовской рекламы в региональной газетной периодике начала XX века имело свои особенности. Во-первых, визуальная и текстовая рекламная продукция могла публиковаться в газетах одновременно. Во-вторых, рекламу размещали на самом заметном месте – на первой полосе. В-третьих, текстовая реклама Шустова в изданиях разного типа размещалась неравномерно – в газетах губернского центра печаталась постоянно, а в алтайской газете «Жизнь Алтая» – нет. В-четвертых, текстовая реклама шустовского коньяка была содержательно разной, не повторяющейся в региональных изданиях разного типа.

Источники и литература

- 1) Даниелян Т.Р., Тадевосян Т.В. Стихотворный текст как формат рекламы (на примере рекламы коньяка фирмы «Н.Л. Шустов и сыновья» в газете «Кавказ») // Вестник Том. гос. ун-та. – 2023. – № 488.
- 2) Дворцова О.В. Коммерческая реклама сибирских купцов в местной печати // Сибирское купечество: истоки, деятельность, наследие: материалы Второй Всероссийск. научн. конф. 2017. С. 238-244.
- 3) Дмитриенко Н.М. В городе торговом жили: продажи и покупки в Томске во второй половине XIX – XX в. // Города Сибири XVII – начала XX в. 2004. Вып. 2. С. 102–112
- 4) Жиликова Н.В. Журналистика города Томска (XIX – начало XX века): становление и развитие. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011. - 446 с.
- 5) Шаркань Х.В. Москва питейная. История винокурения, водочного производства и виноторговли в лицах. М. Студия Вольфсона, 2018. С. 173–202.

6) Яковлева Н. А. Жизнь Алтая. Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 2000. - С. 113.

Иллюстрации

	«Сибирская жизнь»	«Утро Сибири»	«Жизнь Алтая»
12.01.1913	Небольшой рассказ под заголовком «История одной истории»	Реклама в виде диалога с тремя звёздочками вместо заголовка	Стихотворение под названием «Сила привычки»
18.01.1913	Стихотворении под заголовком «Я счастлив»	Пять диалогов, отделенных друг от друга чертой, под общим названием «Диалоги»	Стихотворение под заголовком «Вальс Шопена»
31.05.1913	Под заголовком «1001 совет даром» было описано семь советов	Реклама коньяка в стихотворной форме с заголовком «?» – пародия на стихотворение А. Фета «Я пришел к тебе с приветом...»	Реклама в виде двух четверостиший под названием «Правдивый»
23.11.1913	Реклама коньяка Шустова в виде стихотворения под заголовком «Полная чаша»	Стихотворение, но с заголовком «Два мужа»	«Словарь для иностранцев (Из записок веселого скрипача К'аламбуря)» – небольшой текст
13.12.1913	Крупная реклама в виде семи небольших стихотворений с заголовком «Записки из "желтого дома" (стихи сумасшедших)»	Стихотворная реклама Шустова под заголовком «Верхи»	«Мысли будто бы философа» – восемь высказываний, в одном из которых упомянут коньяк Шустова

Рис. : Таблица 1