

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА НА СТРАНИЦАХ РОССИЙСКИХ ДОРЕВОЛЮЦИОННЫХ ЖУРНАЛОВ В ПЕРИОД ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

В статье рассматриваются и анализируются особенности социальной рекламы периода Первой мировой войны, представленной на страницах российских дореволюционных журналов. Данная работа может быть полезна всем тем, кто интересуется, как историей отечественной журналистики, так и историей Первой мировой войны.

Ключевые слова: социальная реклама, рекламное сообщение, российские дореволюционные журналы, Первая мировая война.

V. V. Frolov

SOCIAL ADVERTISING ON THE PAGES OF RUSSIAN PRE-REVOLUTIONARY JOURNALS DURING THE FIRST WORLD WAR

This article discusses and analyzes the characteristics of social advertising during the First World War presented in the pre-revolutionary Russian magazines. This work can benefit those who are interested in both the history of the Russian journalism and the history of the First World War.

Key words: social advertising, advertising message, Russian pre-revolutionary journals, the First World War.

Социальная реклама как явление — один из потоков массовой информации, который ориентирован на гуманизацию общественных отношений. Это информационное ответвление социальной работы в современной форме появилось и профессионализировалось в культурах государств Западной Европы и США относительно поздно: в конце XIX — начале XX вв.

В настоящее время в ФЗ «О рекламе» РФ (2006 г.) представлена следующая трактовка данного понятия: **социальная реклама** — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства [10 ст. 3, п. 11].

В данной статье мы рассмотрим и проанализируем особенности социальной рекламы периода Первой мировой войны, представленной на страницах российских дореволюционных журналов. Обращение именно к этому хронологическому отрезку времени обусловлено, прежде всего, тем обстоятельством, что в 2014 г. Россия отмечает 100-летие начала «Великой войны» (именно так называли в Российской империи Первую мировую войну — В. Ф.) — одного из самых масштабных вооруженных конфликтов в мировой истории. В качестве источниковой базы нашего исследования выступают такие, периодические издания 1914–1917 гг., как «Всемирная панорама»,

«Нива», «Новый сатирикон», «Огонёк», «Природа и люди», «Синий журнал» и «Хуторянин».

В сентябрьском номере «Нового сатирикона» (№ 39, 1914 г.), на одиннадцатой странице издания напечатано обращение Скобелевского комитета (благотворительная организация, учрежденная 26 ноября 1904 г. в результате начала русско-японской войной — В. Ф.), активно занимавшегося в годы Первой мировой войны открытием госпиталей-санаториев для лечения военнослужащих, ко всем гражданам Российской империи «внести свою посильную лепту на пользу тех, кого так горячо любил незабвенный генерал М. Д. Скобелев и кто боготворил его» — русских солдат. «Ни суммой, ни количеством жертвуемого просят не стесняться, так как всякое пожертвование, как вещами, так и деньгами, будет принято с благодарностью» [4, с. 11]. В конце данного обращения указывается точный адрес места, где можно сделать пожертвование.

В еженедельном журнале «Хуторянин» (№ 46, 1914 г.) на девятнадцатой странице содержится совместное обращение-призыв Московского Общества борьбы с алкоголизмом и Московского отделения Российского медицинского общества врачей-трезвенников к русскому народу отказаться на время войны от питья алкогольных напитков. «В такой момент необходимо не потерять способность быть трезвым в создающихся неотложных вопросах, необходимо беречь силы, чтобы каждую минуту быть в состоянии принести их на поле брани» [11, с. 19]. Эти два общества по борьбе с алкоголизмом полностью поддерживают решение властей продлить временный запрет на торговлю спиртными напитками на территории России. «Трезвые месяцы уже принесли достойные плоды. Нет опьянений, нет и несчастий от них, резко сократилось число преступлений. Из всех больших городов поступают подсчёты, которые свидетельствуют об уменьшении краж, мошенничества, хулиганства и бесчинства. Количество судебных дел понизилось почти на половину. Камеры для вытрезвления с 18 июля пустуют. С другой стороны, производительность рабочих, по данным фабрикантов, возросла чуть ли не вдвое» [11, с. 19].

16 ноября 1914 г. вышло в свет специальное бесплатное приложение периодического издания «Хуторянин», целиком посвященное событиям «Великой войны». В нём на первой и второй страницах опубликовано воззвание к читателям с призывом оказать материальную помощь русским солдатам, сражающимся с ненавистным врагом. «Спешите же связать себя с нашими доблестными защитниками. Шейте, не теряя времени, тёплые рубахи, жилеты на вате, повязки на голову с наушниками (шлемы), вяжите тёплые рукавицы, готовьте тёплые портянки... Если к жилету, или тёплой рубахе вы присоедините кисет с табаком, спичками, солью, куском мыла, иголкой и нитками, несколько листов почтовой бумаги и конверты, то вы доставите большую радость нашему солдату...» [12, с. 1].

В «Синем журнале» (№ 46, 1914 г.) напечатана небольшая заметка «10-летняя сестра милосердия», в которой рассказывается о десятилетней девочке Нине, ставшей, не смотря на свой юный возраст, медицинской сестрой в одном из лазаретов общества Красного Креста в Санкт-Петербурге. В этой небольшой статье Нина ставится в пример другим девушкам и женщинам России ещё не вставшим на путь милосердия [9, с. 9].

В издании «Природа и люди» (№ 16, 1915 г.) на последней странице редакцией журнала опубликован список пожертвований, поступивших с 19 по 25 января 1915 г.

на счет лазарета имени Его императорского Высочества принца Александра Петровича Ольденбургского. В нём указаны фамилии благотворителей, их родной город и точная сумма взноса. Этой публикацией редакторы издания хотели призвать своих читателей принять участие в данной благотворительной акции, а значит и самим попасть в число достойных людей. В конце этого списка указан адрес, куда можно было направить пожертвование: Петроград, Стремянная, д. 12. [6, с. 19]. В последующих номерах издания «Природа и люди» традицию печатать подобный список-призыв сохранили [7, с. 20; 8, с. 20].

В № 43 «Огонька» за 1915 г. в самом начале журнала, в рубрике «Реклама», среди огромного количества сообщений коммерческого толка присутствует реклама «Не кури». В ней предлагается бесплатная помощь всем желающим бросить курить [5, с. 2].

В периодическом издании «Всемирная панорама» в № 396–47 за 1916 г. содержится на семнадцатой странице небольшая заметка редакции «Помощь семьям запасных», в которой говорится, о том, что российские правительственные и частные благотворительные общества делают всё, чтобы «русский солдат, призванный из запаса, со спокойным сердцем сражался за родину». В этой публикации её авторы призывают жён, воюющих солдат, долго не думая, обращаться в ближайшее от них попечительство за помощью. При необходимости «жены запасных» могут совершенно бесплатно отдать своих детей на время рабочего дня в специальное учреждение на попечение воспитателей. В таких учреждениях дети находятся под присмотром и их кормят за счет государства два раза в день [1, с. 17].

В иллюстрированном журнале литературы, политики и современной жизни «Нива» (№ 31, 1917 г.) в разделе «Реклама», на второй странице издания, среди коммерческой рекламы присутствует одно сообщение социальной направленности: обращение Всероссийского центрального исполнительного комитета Совета рабочих и солдатских депутатов к населению России (уже не монархического государства, так как после февральских событий 1917 г. данная форма правления была заменена на республику — В. Ф.) «собирать и отчислять средства в распоряжение [данного] органа» для «укрепления духа нашей армии, поднятия её боеспособности и подготовки к выборам в Учредительное Собрание» [3, с. 2]. На двух последних страницах этого номера «Нивы», выделенных специально под рекламу, нет ни одного рекламного сообщения социальной направленности [3, с. 15, 16]. Похожая ситуация характерна и для современной России: в настоящее время для рекламодателя «обязательно распространение социальной рекламы в пределах 5 % годового объема распространяемой им рекламы» [10, ст. 10, п. 3].

В периодическом издании «Всемирная панорама» (№ 413–12, 1917 г.) на последней странице среди коммерческой рекламы есть сообщение-призыв «сделать доброе дело»: помочь нашим воюющим солдатам, кто чем может (деньгами, вещами, продовольствием) [2, с. 20].

Все рассмотренные нами сообщения социальной рекламы на страницах российских дореволюционных журналов периода Первой мировой войны представлены в текстовом виде. В то же время в рекламных сообщениях коммерческого толка активно используются рисунки или их элементы [13]. Во многом это объясняется тем обстоятельством, что коммерческая реклама направлена на принесение прибыли, а поэтому её заказчики при необходимости были готовы раскошелиться для того чтобы

повысить эффективность своего сообщения. Тратить лишние деньги на социальную рекламу никто не хотел.

В заключение вышеизложенного можно сделать вывод о том, что на страницах российских дореволюционных журналов периода Первой мировой войны можно обнаружить социальную рекламу, но в незначительном объёме. При этом следует учитывать то обстоятельство, что в 1914–1917 гг. Россия принимала участие в «Великой войне» и большая часть рекламных сообщений данной направленности была так или иначе связана с событиями и последствиями этого глобального военного столкновения.

Литература

1. Всемирная панорама. 1916. № 396–47.
2. Всемирная панорама. 1917. № 413–12.
3. Нива. 1917. № 31.
4. Новый Сатирикон. 1914. № 39.
5. Огонёк. 1915. № 43.
6. Природа и люди. 1915. № 16.
7. Природа и люди. 1915. № 17.
8. Природа и люди. 1915. № 18.
9. Синий журнал. 1914. № 46.
10. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.01.2014) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». [Электронный ресурс]: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_75554/?frame=7
11. Хуторянин. 1914. № 46.
12. Хуторянин (приложение). 1914. № 48.
13. Frolov, Vasilii Vladimirovich. Коммерческая реклама периода Первой мировой войны на страницах российских дореволюционных журналов. (Commercial Advertising during the First World War in the Pages of Russian Pre-Revolutionary Journals) (October 16, 2014) // Social Science Research Network [Электронный ресурс]. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2510739>.