

УДК 659.1(470)

Н.И. Шишкина, доц., канд. филол. наук
(БГТУ, г. Минск)

РЕКЛАМА В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ

«Книжный вестник» это специализированный журнал, печатный орган Русского общества книгопродавцев и издателей, который отражал интересы специалистов книжного дела. При среднем объеме одного номера журнала в 40 страниц реклама занимала в нем не более шести страниц. Размещенная в разделе «Объявления» информация носила четко выраженный адресный характер: она предназначалась для книгопродавцев, а не для простых читателей. Иногда объявления печатались в виде списков книг и брошюр; чаще объявления знакомили с несколькими книжными новинками, которые рекламировал тот или иной книгопродавец. Значительный массив рекламных текстов в журнале составляют объявления о подписке на различные периодические издания; рекламы подписки на многотомные литературные издания немного.

Оформления объявлений было разным: одно отличалось причудливым рисунком шрифта, другое — большим размером букв, следующее — своим необычным расположением по отношению к основному тексту. Многие объявления заключались в рамки, составленные из фигур и орнаментов, реже они сопровождались иллюстрациями.

С целью привлечения подписчиков решено издавать журнал в двух видах: один — еженедельный по 8 страниц (40 номеров в год) распространять большей частью бесплатно в среде интеллигенции, издавая его тиражом более 20 тыс. экз.; публиковать в нем объявления — по книгоиздательскому делу и сообщать о книжных новинках; другой — ежемесячный, в котором печатать книжные новости в систематическом порядке, объявления, библиографические отзывы о книгах, доставляемых в редакцию, хронику книжного дела и т. п. Однако данная концепция не встретила поддержку со стороны пользователей, и журнал вернулся к прежнему типу издания.

Был открыт «Отдел объявлений спроса и предложения труда». Книгопродавцы печатали информацию о вакансиях в своих магазинах, предъявляли список требований к кандидатам, а заинтересованные в этих вакансиях оставляли свои краткие резюме. В разделе «Особый отдел объявлений о книгах» информация располагалась на страницах журнала так, чтобы каждое объявление, занимая одинаковое с другим место, могло быть вырезано и, наклеенное на картон, представляло из себя карточку для подвижного каталога. Концепция журнала неоднократно подвергалась изменениям с целью привлечения книгопродавцев, не состоящих в Обществе, к активному сотрудничеству.