

Установление побратимских связей с Юджином знаменует собой переход на новый качественный уровень, на второй этап. Официальные отношения позволили рассматривать возможности установления торгово-экономических контактов. Однако общеизвестные политические события в нашей стране, произошедшие в 1991 г., помешали осуществлению этих грандиозных планов.

С.В. МАЛЫХ

РЕКЛАМА В СФЕРЕ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ НА СТРАНИЦАХ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ ВОСТОЧНОЙ СИБИРИ НА РУБЕЖЕ XIX–XX ВВ.

На рубеже XIX–XX вв. реклама постепенно становилась непременным атрибутом жизни горожан. Рекламные объявления стали занимать от 30 до 50% газетной площади. Реклама всевозможных заведений сферы услуг составляла 50–70% от общего объема рекламируемых услуг и товаров в 1900–1905 гг.

Реклама на страницах периодических изданий Восточной Сибири предлагала широкий спектр мест и заведений для отдыха, проведения досуга и развлечений. В их числе были гостиницы, рестораны, биллиардные залы, курорты и санатории, театральные представления, выставки, иллюзионы и т.п.

В Иркутске в 1881 г. насчитывалось 4 буфета, 5 гостиниц, 2 номерные квартиры, 76 постоянных дворов, 10 торговых бань, 5 купален, трактиров и харчевен — 109, кабачных заведений — 36.

В 1882 г. в Иркутске находилось 6 гостиниц, имеющих доход в размере 14 500 р. в год; 3 буфета с доходом в 3600 р.; 84 постоянных двора вместимостью на 7620 лошадей с экипажами; 11 торговых бань; 5 купален (Романов Н.С. Летопись города Иркутска за 1881–1901 гг. Иркутск. 1993. С. 61).

Со второй половины XIX в. Иркутск стал часто посещаться приезжими из России и других стран. Количество временного населения города заметно возросло, особенно после того, как через Иркутск прошла железнодорожная магистраль. Возрос спрос на различные услуги бытового обслуживания — гостиниц, ресторанов и трактиров, бань, парикмахерских и т.д. К концу XIX в. Иркутск располагал уже несколькими десятками неплохих гостиниц, мебелированных комнат и постоянных дворов. Во всяком случае, А.П. Чехов, называл Иркутск «превосходным городом, совсем интеллигентным», отмечая среди прочего и его «хорошие гостиницы».

Газеты рекламировали крупные гостиницы и рестораны Иркутска, Красноярска и Читы, привлекая посетителей различными способами.

21 июня 1881 г. на углу Большой и Амурской улиц Иркутска в доме Брянцева открылась «Сибирская гостиница» в 30 номеров. При гостинице

располагался ресторан, столовая, бильярдная, читальный зал, в который выписывали 17 журналов и газет. Сразу после открытия, в прессе началась массовая реклама этого заведения, предлагающая его услуги по цене от 1 до 3 р. в сутки (Иркутские губернские ведомости. 1881. № 24. С. 16).

В конце 1890-х гг. количество гостиниц и ресторанов в Иркутске значительно возросло, в частности, в связи с увеличением числа приезжих после открытия железнодорожного сообщения. Реклама всех этих заведений в полном объеме была представлена на первых полосах газет Восточной Сибири.

При гостинице «Россия» был разбит сад, в котором в обеденное и вечернее время играл дамский оркестр до 2 часов ночи, ежедневно в меню предлагались шашлыки. При ресторане «Бристоль» тоже располагался сад с музыкальным оркестром и торговлей до 2 часов ночи. Летний сад «Циклодром» предлагал своим посетителям «гулянья, цыганский хор и разнохарактерный дивертисмент» (Сибирь. 1903. № 43. С. 4).

Гостиница «Феодосия» предлагала обновленную и удешевленную кухню «под личным наблюдением хозяина», пиво всех заводов по цене 18 копеек за бутылку, бильярд, кавказский шашлык (Енисейские губернские ведомости. 1911. № 212. С. 2). Кроме того, свою рекламу в прессе размещали иркутские гостиницы «Империаль», «Деко», и «Арт-деко».

В г. Красноярске рекламировалась гостиница «Метрополь», предлагающая «самый доступный ресторан со значительно сниженными ценами (Енисей. 1902. № 36. С. 1).

Кроме местных гостиниц, газеты Восточной Сибири рекламировали и гостиницы других регионов Российской империи, желая привлечь своих потенциальных клиентов из Восточной Сибири во время их поездок или путешествий.

Гостиница и ресторан с 60 номерами, электрическим освещением, центральным отоплением, «всеми удобствами» в центре г. Омска была рада принять гостей из восточно-сибирских городов.

Гостиница «Кокоревское подворье» (Hotel Kokoreff) в Москве предлагала 340 номеров по цене от 70 к. до 4 р. в сутки, 450 кладовых по цене от 7 до 75 р. в месяц, и готова была принять как российских, так и иностранных подданных.

В г. Чита Забайкальской области свои услуги предлагали и рекламировали ресторан «Даурия», гостиница «Метрополь», ресторан — кабаре «Аквариум».

Индустрия отдыха и развлечений, набирающая обороты в Восточной Сибири на рубеже XIX–XX вв., предлагала горожанам все новые виды проведения досуга. Начали работу первые иллюзионы.

12 марта 1987 г. в Иркутске в зале Общественного Собрания состоялся первый киносеанс. В 1914 г. в городе работали уже 13 кинематографов как в центре, так и в предместьях. Среди них «Художественный декаданс» К.С. Ягджоглу, Большой и Малый иллюзионы А.М. Дон-Отел-

ло, а также «Олимп», «Вулкан», «Миража» и др. Иркутяне могли видеть художественные, видовые, документальные фильмы и даже кататься на роликовых коньках на скейтинг-рингах при центральных кинотеатрах. А.М. Дон-Отелло снимал и собственные документальные фильмы, отражающие знаменательные события иркутян.

В Чите рекламировался электро-иллюзион «Казбек» А.Е. Доева, предлагающий в числе прочих и детские сеансы. Там же ожидал своих посетителей роликовый каток в Летнем городском саду, он же предлагался в аренду вместе с коньками на летний сезон. Первое и второе Общественные Собрания г. Читы устраивали маскарады и спектакли.

В Иркутске в зимнее время действовал ежедневно каток на Тихвинской площади, рекламу которого горожане могли встречать на страницах прессы периодически в ноябре-декабре, как впрочем, и рекламу о продаже коньков.

Управление пароходством наследников Андрея Яковлевича Немчинова, осуществляющее навигацию по оз. Байкал, предлагало прогулки на комфортабельном пароходе, на котором, для удобства клиентов, имелся буфет. Реклама пароходства была размещена в каждом номере газеты «Иркутские губернские ведомости» за 1901 г., а также в отдельных номерах газет «Сибирь» и «Восточное обозрение», то есть ее можно назвать массовой.

Таким образом, анализ периодических изданий Восточной Сибири показал, насколько широко был представлен спектр заведений, предлагающих свои услуги населению в проведении досуга. Рост численности городов, экономический рост, изменение облика сибирских городов требовали новых ресурсов, хорошо налаженной инфраструктуры, в связи с чем, активно росла сеть гостиниц, ресторанов, иллюзионов и других мест отдыха. Реклама же способна отразить некоторые тенденции развития экономики, торговли, общественной и культурной жизни региона.

В.А. ШАЛАМОВ

ОСОБЕННОСТИ МЕСТНОЙ ПРЕССЫ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ В 30-е гг. XX в. КАК ИСТОЧНИКА ПО ИСТОРИИ ПОВСЕДНЕВНОСТИ

(На примере газеты «Ленинский путь» Усольского района)

При написании любой работы по истории, одним из важнейших источников всегда являлись периодические издания. Газета может дать профессиональному историку большие возможности для всестороннего изучения эпохи. Ведь она сосредотачивает в себе все жизненные импульсы конкретного общества, отражает всю информацию о его жизнедеятельности: работа и отдых, достижения и открытия, слухи и реально произошедшие события — все это находит свое место в периодике.