

# ФИЛОЛОГИЯ

УДК 070

## ДОРЕВОЛЮЦИОННАЯ ДЕЛОВАЯ ПРЕССА НИЖНЕГО НОВГОРОДА: ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

© 2013 г.

*М.А. Толстунова*

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

l3marto@mail.ru

*Поступила в редакцию 24.09.2012*

Раскрываются типологические особенности первых деловых изданий Нижнего Новгорода, приводятся сведения об их проблематике, жанровой структуре, оформлении и формальных характеристиках.

*Ключевые слова:* деловая пресса, дореволюционная печать, типология, журналистика, Нижний Новгород.

Существует ряд монографий, посвящённых истории отечественной прессы [1–5]. Истоки российской экономической периодики можно обнаружить ещё во второй половине XVIII – начале XIX вв. Очерки по истории или «праистории» деловой прессы включены в публикации ряда исследователей [6–10]. Но А.Н. Боханов остаётся автором едва ли не единственного монографического исследования по дореволюционной деловой прессе [11]. Названные труды созданы в основном на материале прессы Москвы и Петербурга.

Региональная деловая периодика также достойна научного интереса. В конце 50-х – 60-е гг. XIX в. «справочные» или «биржевые» листки один за другим появляются в губернских городах, в том числе в Нижнем Новгороде. Таким образом, нижегородская деловая печать имеет достаточно давнюю историю.

В изучении нижегородской прессы дооктябрьского периода значительную помощь нам оказали справочно-библиографические издания С.И. Богодина, Ю.Г. Галая и Л.И. Шиян, Е.В. Курбаковой [12–14], а также ряд статей дореволюционных и современных исследователей, касающихся творческих и экономических основ деятельности редакций, взаимоотношений прессы с губернской властью [15–36].

Назрела необходимость в системных историко-типологических работах, посвящённых деловой прессе Нижнего Новгорода. Мы стараемся восполнить некоторые пробелы, опираясь на указанные источники и непосредственно подшивки газет.

**Типология дореволюционной прессы.** Одним из первых начал разрабатывать типологию российских периодических изданий Л.Н. Павленков [15]. В статье «Книжное дело в России в 1888 году» он подверг количественному и качественному анализу все периодические издания, вышедшие в России в указанном году. По «программе» (т. е. содержанию) он выделил следующие типы изданий: политические, общественные, литературные, научно-специальные, исторические, духовные, детские, справочные. Л.Н. Павленков признавался в том, что принятая им классификация условна: большинство российских изданий включали и политический, и общественный, и литературный отделы, поэтому решение о принадлежности к тому или иному типу принималось в соответствии с тем, какой из отделов преобладал в данном издании. Другие типологические признаки, по которым Л.Н. Павленков классифицировал российские издания: местонахождение, периодичность, продолжительность существования, язык издания [15].

Аналогичное исследование предпринял А.В. Пешехонов, значительно сузив его объект. В статье «Русская политическая газета» он анализировал, используя статистический метод, только частные русские политические газеты ежедневной периодичности, вышедшие в октябре 1900 года [16]. А.В. Пешехонов не делает различий между политической и деловой прессой, относя к первой газету «Биржевые ведомости». Это можно объяснить тем, что на рубеже XIX–XX вв. все деловые газеты, как правило, имели политические отделы.

По содержанию и составу аудитории А.В. Пешехонов подразделяет газеты на три типа: «большая», «малая» и «дешёвая» пресса [16]. В соответствии с современной терминологией, как справедливо отметила С.Я. Махонина, данные типы соответствуют качественной, массовой и бульварной прессе [2].

Б.И. Есин выделяет следующие типологические характеристики, определяющие лицо того или иного издания: направление, содержание и цель издания, читательская аудитория, периодичность, система изданий данного времени и др. Он называет следующие типы журналов общего содержания, существовавших в XVIII–начале XX в.: «журнал одного лица», альманах, общественно-литературный, художественно-литературный, общественно-политический, энциклопедический, «публицистический». Газеты, в большей степени, чем журнал, созданные для выражения «разных партий общественного мнения», подразделяются по политическому признаку: буржуазно-демократические, либерально-буржуазные, народнические [3].

Историки печати часто в построении типологии дореволюционной прессы ставят во главу угла политическую ориентацию издания, выделяя в соответствии с этим монархические, буржуазные, мелкобуржуазные, большевистские издания [11; 37–41]. С.Я. Махонина использует типологический подход для анализа российской прессы, выпускавшейся в период 1900–1918 гг. Учитывая исторические условия, в которых выходили эти издания, и их политическое направление, она отказывается от типологического деления прессы по «партийному» принципу и подразделяет российские издания начала века на качественные, массовые и бульварные, указывая на четвёртый тип, который в то время только появился («Новое время», «Русское слово») и ещё не получил названия – этот тип соответствует современной «информационной газете» [2].

Само понятие «деловая пресса» в дореволюционный и советский периоды было малоупотребительным в отечественной теории печати, исследователи не сосредоточивали своё внимание на изучении этого типа изданий и не занимались построением её типологии. Типология нижегородских деловых изданий дореволюционного периода может основываться: на содержании – универсальные и специализированные, на статусе учредителя – частные и официальные (государственные), на периодичности – ежедневные («ярмарочные» и круглогодичные), еженедельные, двухнедельные, ежемесячные, ежеквартальные, на форме выпуска – газеты и журналы.

**Проблематика и жанры.** Большинство дореволюционных деловых изданий можно отне-

сти к универсальному типу («Нижегородский ярмарочный справочный листок», «Нижегородская ярмарка», «Нижегородская почта», «Нижегородский биржевой листок», «Вестник Нижегородского союза учреждений мелкого кредита» и др.).

На протяжении XIX в. в развитии дореволюционной нижегородской деловой прессы прослеживаются устойчивая тенденция к расширению содержания универсальной деловой газеты, стремление редакторов разнообразить её тематику и формы подачи информации.

Если программа первого нижегородского делового издания «Справочный листок для Нижегородской ярмарки» (1857–1863 гг.), относившегося к универсальному типу, сосредоточивалась, за редкими исключениями, на материалах справочного и статистического характера, непосредственно отражавших жизнь ярмарки и сферу торговли, то после смены в 1864 г. названия газеты (на «Нижегородский ярмарочный справочный листок») изменения происходят и в её содержательной концепции: увеличивается доля экономической аналитики, на последней полосе появляется раздел «Библиографические известия» (объявления о книгах и периодических изданиях делового характера), размещаются материалы о научных разработках (например, в № 27, 1864 говорилось о новом способе освещения, изобретённом г-ном Боаталем), о культуре («Несколько слов о предстоящем концерте г-жи Карской», № 25, 1864). В 1869 г. появляется «Судебный раздел», а в 1870 г. – «Иностранное известие» и «Торговые и политические телеграммы». Цензура позволила также публиковать обзоры международной жизни (перепечатка из столичных газет), рассказы, очерки, фельетоны.

Расширение программы отражалось и в подзаголовках газет: «Нижегородская ярмарка» позиционировалась как «газета биржевая, общественная и литературная», её преемница «Нижегородская почта», с практически идентичной программой, – как «газета политико-общественная и литературная». «Нижегородский биржевой листок» начинался как сугубо деловое издание, но редактор С.И. Жуков принял решение переименовать газету в «Волгарь», расширив её программу (введение литературного, театрального, краеведческого, научного отделов и т. д.). Теперь газета была адресована не только купцам и биржевикам, но и всем образованным жителям приволжских городов и позиционировалась как «политико-общественная, литературная и биржевая газета» [42]. «Нижегородская биржа» поначалу выпускалась как «биржевая и торгово-промышленная и литера-

турная газета», а с № 65, 1906 г. – как «общественно-политическая, торгово-промышленная и литературная газета».

Многие издания уделяли внимание социальной проблематике: здравоохранению, народному образованию, городскому самоуправлению, развитию кустарных промыслов. «Нижегородский листок» (1893–1917) наиболее активно освещал проблемы, касающиеся широких слоёв населения. Газета выступала за введение всеобщего образования на бесплатной основе, писала о тяжёлых условиях труда и жизни рабочих. В газете «Нижегородская ярмарка» впервые появляются разделы «Спорт», «Бега и скачки».

В 1871 г. было учреждено Международное телеграфное агентство, вскоре в Нижнем Новгороде, как и в ряде других городов России, открылось своё отделение МТА, агентом которого стал издатель-редактор «Нижегородского биржевого листка» И.А. Жуков. Это и позволяло ему, как заявлялось в программе, «давать читателям разностороннюю быструю осведомлённость о выдающихся событиях в России и за границей» («Волгарь», 1914).

Политическая информация до 1905 г. подавалась в нижегородских деловых изданиях в основном в виде перепечаток информационных сообщений и телеграмм из столичных официальных изданий (С.И. Жуков добился разрешения заимствовать политические известия не только из «Правительственного вестника», но и из других изданий Петербурга и Москвы). После 1905 г. границы между изданиями разных типов начинают определяться более чётко. В это время появляются деловые газеты, которые по своей структуре были близки к издававшимся во второй половине XIX века ярмарочным «Листкам», – они были сосредоточены на экономике (торговля, биржа, промышленность, хроника ярмарочной жизни, судоходство): «Нижегородский ярмарочный справочный листок», «Ярмарочный телеграф», «Нижегородская ярмарка» (1915–1916).

В конце XIX – начале XX в. в Нижнем Новгороде выходят в свет специализированные издания, в основном журналы по судоходству и пароходству: «Нижегородский вестник пароходства и промышленности» (1886–1900); «Труды Нижегородского отделения Императорского общества судоходства» (1902–1905), «Известия Совета съездов судовладельцев Волжского бассейна» (1911–1912); «Волжское судоходство» (1912–1914), объединившееся в 1914 г. с газетой «Нижегородская биржа»; газета «Бесплатный справочный листок по судоходству» (1902), переименованная впоследствии в «Вестник судоходства» (1903); газета «Судоходец»

(1906–1918) [44]. «Квартирный указатель» (1912) является первым в Нижнем Новгороде специализированным изданием о строительстве, недвижимости, интерьере (вышел, к сожалению, только один номер) [45].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что большинство дореволюционных деловых изданий совмещали в себе черты делового, общественно-политического, литературного, театрального типов. Материалы, посвящённые торговле, промышленности, законодательству и политике, составляли основу дореволюционного делового издания. Однако редакторы того времени считали необходимым предоставить своей аудитории и другие виды информации, кроме собственно экономической. Во всех газетах обязательным были «Месяцеслов» (в наши дни его заменяет гороскоп) и раздел, посвящённый организации «культурного» досуга. Часто в деловые издания (в том числе, журналы – «Вестник Нижегородского союза учреждений мелкого кредита») включались библиографический и литературный отделы. В «Нижегородской торгово-промышленной газете» имелся раздел «по вопросам церковным» (однако появление соответствующих материалов было исключением даже для дооктябрьской деловой периодики). Объяснялось это тем, что до революции 1905 г. в Нижнем Новгороде отсутствовала общественно-политическая пресса (выходившая в 1838–1918 гг. газета «Нижегородские губернские ведомости» не могла заполнить эту нишу), не было также литературных, театральных, спортивных изданий. Литературная, театральная, музыкальная периодика появилась в Нижнем Новгороде в конце 1900-х гг. (журналы «Театрал», «Проба пера», газета «Нижегородские музыкальные новости», «Кинематограф»), а спортивная – лишь в постсоветское время («Нижегородский спорт»). Соответственно, вводя у себя разнообразные тематические разделы, деловые издания второй половины XIX – начала XX в. пытались заполнить пустующие в региональной печати ниши. Кроме того, многие деловые газеты («Волгарь», «Нижегородская биржа», «Нижегородский листок», «Судоходец», «Ярмарочный телеграф») выпускали приложения, которые по своему типу были общественно-политическими, рекламно-справочными или развлекательными изданиями, что позволяло привлечь дополнительную аудиторию.

Расширение тематического содержания деловых газет влекло за собой и более разнообразное использование жанров: кроме статей, обзоров, отчётов и таблиц, характерных для «ярмарочного» издания, публиковались «дневники редактора» (или передовицы), фельетоны,

очерки, рецензии, информационные заметки («телеграммы», «хроника»), а также литературные произведения малых форм, что в наши дни кажется неуместным в деловом издании. Специализированные издания по структуре были близки универсальным (передовица, статьи и обзоры, хроника, библиография, объявления). Однако тематика большинства материалов отвечала специализации издания.

Для публикаций в дореволюционных деловых изданиях характерны лаконичные, нейтральные заголовки («О борьбе с холерой», «Железнодорожный вопрос» – «Волгарь». 1911. № 4; «Совещание о нуждах пароходства по верхней Волге» – «Судоходец». 1912. № 656), передовицы и информационные заметки – обычно без заголовков (только название рубрики), чеканные фразы (хроника, обзоры, отчёты). Однако в передовицах, фельетонах, статьях, очерках широко использовались средства художественной изобразительности (метафоры, сравнения), ирония, пословицы, афоризмы, сочетание книжной и разговорной лексики.

**Дизайн и реклама.** Большинство дореволюционных деловых изданий в Нижнем Новгороде выпускалось в газетной форме, первый журнал появился лишь в 1886 г. («Нижегородский вестник пароходства и промышленности»). В начале XX в. количество журналов начинает увеличиваться, однако вплоть до советского времени на первом плане остаётся газета.

Газеты дореволюционного периода имели обычно объём 4 полосы, формат – близкий к современному А2 («Волгарь», «Голос Волги») или А3 («Справочный листок для Нижегородской ярмарки», «Нижегородский ярмарочный справочный листок»). Журналы – формат А4, объём – в пределах 24 – 94 страниц.

Текст верстался в несколько колонок (в газетах от 2 до 6, в журналах – 2), разделённых вертикальными тонкими линиями. В газетах, как правило, горизонтальной линией отделялся «подвал», в котором публиковались очерки, литературные произведения. Белого пространства («воздуха») на газетных полосах оставалось очень мало: между колонками – минимальное расстояние. Характерным было однообразное шрифтовое оформление, мелкие, по сравнению с основным текстом, заголовки. Структура издания (рубрики, разделы) была недостаточно чётко обозначена. Публиковавшиеся на первой полосе редакционные статьи – передовицы, как правило, не имели заголовков. Всё это затрудняло восприятие текста (особенно если издание имело большой формат, например, «Волгарь»). В журналах ключевые слова статей выделялись курсивом или полу-

жирным шрифтом, большой материал мог разделяться на части с подзаголовками, что делало текст менее монотонным.

В первых нижегородских деловых изданиях иллюстрации почти не использовались. Так, в «Справочном листке для Нижегородской ярмарки» изредка применялись для оформления рекламных объявлений чёрно-белые графические рисунки (изображения фирменных эмблем, гербов и медалей; тематические рисунки в рекламе циркового представления; флаконы с духами и т. д.), виньетки и рамки. В «Судоходце» находим примеры рекламных иллюстраций, играющих не вспомогательную, а основную роль: в № 715, 1912 в разделе объявлений была опубликована гравюра – дама с помощью альпинистского снаряжения взбирается на скалу и выводит на ней кистью «Одеколон С. Петербургской Химической Лаборатории первый по качеству!».

«Нижегородская почта» (1884–1901), имевшая подзаголовок «Ежедневная газета с портретами и рисунками», первой среди нижегородских изданий начинает использовать большие чёрно-белые рисунки для иллюстрирования журналистских материалов (портреты царственных особ – Великого князя Владимира Александровича, брата императора Александра III, и его супруги Марии Павловны, № 39, 51, 1885; рисунки с видами Нижегородской ярмарки – оригинальные или выполненные по фотографиям А.О. Карелина, М.П. Дмитриева, № 17, 38, 1885). Но таких рисунков было немного: не более 6 в год. Вслед за «Нижегородской почтой» право публиковать портреты государственных и общественных деятелей и пейзажные зарисовки получили газеты «Нижегородский листок» (в 1899 г.) и «Нижегородский биржевой листок» (в 1890 г.).

Первый в нижегородской прессе фотоснимок появился в газете «Нижегородский биржевой листок» 25 июля 1890 г. Большая, на всю первую полосу фотография изображала Главный дом Нижегородской ярмарки. Автор фотографии – известный нижегородский фотограф М.П. Дмитриев. Как сообщает М.М. Хорев, газетное клише для печати фотографии было тогда «чрезвычайно дорогим удовольствием, его изготовили в одной из самых лучших и престижных московский фототипий – Т.И. Гагена» [43].

В газете «Ярмарочный телеграф» (1912–1914) существовал особый раздел – «Рисунки и карикатуры». Первым иллюстрированным деловым журналом стал «Нижегородский вестник пароходства и промышленности» (1886–1900). В деловых журналах иллюстрации ещё долгое время оставались редким явлением, для этих

изданий было характерно весьма скромное оформление, допускались только виньетки, обозначающие начало и конец статьи и украшавшие обложку журнала, и инфографика («Вестник Нижегородского союза учреждений мелкого кредита»).

Реклама с самого начала занимает значительное место в нижегородских деловых изданиях. В «Справочном листке для Нижегородской ярмарки» и «Нижегородском ярмарочном справочном листке» реклама была чётко отделена от редакционных материалов – публиковалась после основной части газеты в виде «Прибавлений», при этом объём рекламной площади часто превышал редакционную часть (4–11 полос при объёме редакционной части газеты в 4 полосы, т. е. реклама заполняла от  $\frac{1}{2}$  до  $\frac{3}{4}$  газетной площади).

«Нижегородский биржевой листок» первым среди газет нашего города стал размещать объявления на первой и последней полосах (его инициативу поддержали «Волгарь», «Судододец» и др.). Сращение журналистских и рекламных материалов, как отмечает А.П. Киселёв, являлось общероссийской тенденцией развития прессы [46]. Цена объявлений варьировалась в зависимости от места их расположения в газете (на первой полосе – дороже). В журналах рекламы было немного; как правило, она публиковалась в конце номера. Есть примеры использования в нижегородской деловой прессе рекламных вкладок на цветной бумаге, что выглядит весьма необычно на фоне сплошного чёрно-белого оформления («Нижегородская почта», 1885, № 16).

Д.В. Николаева отмечает преобладание в дореволюционной прессе рекламы, относящейся к интеллектуальной сфере деятельности (образование, книги, пресса, туризм) [47]. Реклама подписки на книги и периодические издания публиковалась в нижегородских деловых изданиях, как и в общероссийских, регулярно. Но, кроме этого, на страницах нижегородской деловой прессы была широко представлена и реклама потребительских товаров и услуг (галантерея, парфюмерия, алкогольные напитки, сигары; продукты питания – шоколад, колбасы, чай, макароны; услуги пароходств, фотографов, медицинские услуги и препараты и др.), продажа промышленного и сельскохозяйственного оборудования и т. п., услуги страховых обществ, маклеров; балансы предприятий и банков, аренда и продажа жилой и коммерческой недвижимости, рестораны и различные увеселения (театральные и цирковые представления, концерты), а также объявления о вакансиях и др.

Газеты превратились в коммерческие предприятия, живущие в основном за счёт рекламы, и в то же время устойчивые рекламные доходы давали изданиям определённую степень свободы, позволяли совершенствовать печатное дело, привлекать к сотрудничеству талантливых авторов, что, в свою очередь, приводило к увеличению числа подписчиков.

**Периодичность** нижегородских деловых газет поначалу была связана со сроками проведения ярмарки. «Справочный листок для Нижегородской ярмарки», «Нижегородский ярмарочный справочный листок», «Нижегородский листок» Н.П. Мельгунова, «Нижегородская ярмарка» и «Нижегородская почта» Н.И. Пастухова были ежедневными, но выходили только во время ярмарки – с конца июля до начала сентября, т. е. всего два месяца в году. Н.П. Мельгунов добился разрешения издавать свою газету «Нижегородский листок» и в неямарочное время – 3 раза в неделю (вторник, четверг, суббота).

«Нижегородский биржевой листок» сначала издавался во время ярмарки ежедневно, в течение года – 2 раза в неделю (по средам и субботам), с 1879 г. газета стала ежедневной. «Волгарь», «Нижегородский листок (1893–1917)», «Нижегородская торгово-промышленная газета» изначально были ежедневными круглогодичными изданиями.

Увеличение числа ежедневных газет и переход к вечерним выпускам, т.е. выход одной газеты два раза в день, – характерное явление для газет начала 90-х гг. XIX века. И в этом отношении нижегородская пресса следует общероссийским тенденциям. Так, редактор-издатель «Волгаря» С.И. Жуков в погоне за оперативностью начинает выпуск приложения – «Вечерний листок «Волгаря» (1894–1899) стал одной из первых вечерних газет в России. Позже, в качестве приложений, выпускались ежедневная газета «Ночные известия «Волгаря» (1901 г.) и еженедельная газета «Утренние вести «Волгаря» (1908–1909), однако они не являлись деловыми изданиями.

Выходили издания и с более редкой периодичностью: «Нижегородская биржа» – еженедельно (во время ярмарки – 2 раза в неделю, с 1905 г. – 3 раза в неделю), «Судододец» – еженедельно. В начале XX века в Нижнем Новгороде вновь появляются ежедневные газеты, издающиеся только в ярмарочное время: «Нижегородский ярмарочный справочный листок» (1907–1916) – тёзка издававшейся ранее газеты, «Ярмарочный телеграф» (1912–1914) и др. «Нижегородская ярмарка» (1915–1916) выходила ежеквартально.

Журналы: «Вестник Нижегородского союза учреждений мелкого кредита» выпускался 2 раза в месяц, с 1916 г. – еженедельно; «Нижегородский вестник пароходства и промышленности» – ежемесячно.

**Тираж, распространение.** Многие дооктябрьские издания были недолговечны: почти половина вышедших в период 1857–1917 гг. нижегородских деловых изданий просуществовали менее или чуть больше года. Из частных деловых дореволюционных изданий дольше всех выпускались газеты «Волгарь» – 26 лет (1892–1918) и «Нижегородский листок» – 25 лет (1893–1917).

На рубеже XIX–XX вв. тиражи губернских газет, как правило, не превышали 1–3 тыс. экземпляров. Тираж «Нижегородского листка» достигал 4 тыс., а «Волгаря» – 6 тыс. экземпляров, что является для того времени весьма значительным. Основной способ распространения – подписка, на рубеже XIX–XX вв., помимо подписки, – розничная продажа (уличные разносчики, специально оборудованные киоски – во время ярмарки). Специализированные издания практиковали льготную подписку для работников соответствующей отрасли экономики.

К 1918 г. выпуск нижегородских деловых изданий, как и центральных, был приостановлен. Ряд декретов, принятых в первые годы советской власти, был направлен на создание однопартийной журналистики, отвечающей задачам строительства социалистического общества. Дореволюционные деловые издания, отстаивавшие интересы буржуазии и либеральной интеллигенции, отражающие реалии капиталистической экономики и занимающие в известной степени независимую, критическую по отношению к властям позицию, были обречены на закрытие.

#### *Список литературы*

1. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики: февраль 1917 – начало XXI в.: Учеб. пособие. М.: Изд-во Московского ун-та: Наука, 2005. 352 с.
2. Махонина С.Я. История русской журналистики начала XX века: Учеб. пособие по специальности «Журналистика». М.: Флинта: Наука, 2002. 240 с.
3. Есин Б.И. История русской журналистики XIX века: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика». М.: Изд-во МГУ; Печатные Традиции, 2008. 304 с.
4. Молчанов Л.А. Газетная пресса России в годы революции и Гражданской войны (окт. 1917–1920 гг.). М.: Издатпрофпресс, 2002. 271 с.
5. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: Итоги и перспективы. М.: РИП – Холдинг, 2001. 334 с.
6. Нечаев Д.Н., Тулупов В.В. Деловые печатные издания России: становление, специфика, тенденции развития. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2006. 224 с.
7. Еременко А.В. Деловая пресса в России: история, типология, моделирование изданий: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д., 2006. 26 с.
8. Письменная Е.В. Профессиональная этика в деловой прессе. М.: Хроникёр, 2004. 176 с.
9. Алексеев А.Н. Газетный мир постсоветской России: подход к построению типологии // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1998. № 3. С. 14–30.
10. Мельник Г.С., Виноградова С.М. Деловая журналистика: Учеб. пособие. СПб.: Питер, 2010. 304 с.
11. Боханов А.Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал, конец XIX в. – 1914 г. М.: Наука, 1984. 152 с.
12. Список периодических изданий Нижегородской губернии 1838–1928 гг. / Под ред. С.И. Богодина. Горький, 1939. 220 с.
13. Галай Ю.Г., Шиян Л.И. Нижегородская периодическая печать (1838–1917): Справочник. Н. Новгород: РИО НГОУНБ, 1999. 126 с.
14. Курбакова Е.В. История нижегородской прессы: Научно-популярное издание. Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2008. 168 с.
15. Павленков Л.Н. Книжное дело и периодические издания в России в 1888 году // Исторический вестник. 1889. № 5. С. 481 – 512.
16. Пешехонов А.В. Русская политическая газета (статистический очерк) // Русское богатство. 1901. № 3. Отд. II. С. 1–21.
17. Туринский М. Газеты в провинции (воспоминания и наблюдения) // Исторический вестник. 1912. Апр. С. 151–176.
18. Ветринский Ч. Печать в провинции (По поводу книги М. Лемке «Думы журналиста») // Образование. 1903. № 7. С. 64 – 82.
19. Глинский Б.Б. Русская периодическая печать в провинции // Исторический вестник. 1898. № 1. С. 292–333.
20. Г.П. Из истории провинциальной прессы // Отечественные записки. 1881. № 3. С. 30 – 46.
21. СМИ Нижнего Новгорода. История и современность: Межвузовский сб. / Отв. ред. И.В. Киреева. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 1995. 55 с.
22. Гациский А.С. Заметка о местной печати и о «Нижегородских губернских ведомостях» в особенности // Нижегородские губернские ведомости (неофициальная часть). 1869. № 3. С. 17 – 18.
23. Гациский А.С. [О взаимных отношениях провинциальных и столичных изданий] // Нижегородский ярмарочный справочный листок. 1865. № 11. С. 1 – 2.
24. Гациский А.С. [О провинциальном издании] // Нижегородский ярмарочный справочный листок. 1865. № 9. С. 1 – 2.
25. Гациский А.С. [Отношение «Листка» к вопросу о свободной торговле] // Нижегородский ярмарочный справочный листок. 1865. № 1. С. 1 – 2.
26. Короленко В.Г. Из истории областной печати // Сборник в память Александра Серафимовича Гациского. Н. Новгород: Изд-во Нижегородской учётной архивной комиссии, 1897. С. 7–28.

27. Протопопов С. У начальства по газетному делу // Нижегородский листок. 1907. № 98. С. 2–3.
28. Протопопов С. У начальства по газетному делу (окончание) // Нижегородский листок. 1907. № 99. С. 2–3.
29. Галай Ю.Г. Как нижегородские большевики закрывали газеты // Ленинская смена. 1993. № 4. С. 3.
30. Галай Ю.Г. Первый «Нижегородский листок» // Нижегородский листок. 1992. № 23. С. 2.
31. Галай Ю.Г. Уничтоженные нижегородские издания в период первой русской революции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.opentext.nn.ru/censorship/russia/dorev/libraries/book/?id=1282>
32. Галай Ю.Г. Цензурные мытарства краеведа // Записки краеведов. Н. Новгород, 1991. С.146–152.
33. Курбакова Е.В. Административная власть Нижегородской губернии и региональная пресса 1883–1913 гг.: этические и юридические аспекты взаимоотношений // Русская словесность в контексте мировой культуры: Материалы Междунар. науч. конф. РОПРЯЛ (Н.Новгород, 3 – 5 октября 2007 г.). Н. Новгород, 2007. С. 250–254.
34. Курбакова Е.В. Губернаторская власть и региональная пресса в России (возникновение и развитие нижегородской ярмарочной периодики в 1857–1872 гг.) // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. 2007. № 3. С. 139–146.
35. Курбакова Е.В. Нижегородская ярмарочная пресса 1863–1865 гг. и общественные настроения в России // Нижегородский текст русской словесности: межвуз. сб. науч. ст., 18 – 20 окт. 2007 Н. Новгород, 2007. С. 189–198.
36. Курбакова Е.В. Проблема возникновения нижегородской прессы (источниковая база и исследовательская литература) // Концепция нелинейного развития в истории общества и культуры: Материалы науч. конф. Н. Новгород, 2006. С. 33–37.
37. Смирнов С.В. М. Горький и журналистика конца XIX – начала XX вв. Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1959. 185 с.
38. Хитрина Н.Е. Нижегородская пресса в 1917 году // Город славы и верности России: Материалы историко-краевед. конф., посвящённой 775-летию Нижнего Новгорода, 26 – 27 апреля 1996 г. Н. Новгород, 1996. С. 93 – 95.
39. Мальшев Ю.В. Нижегородская печать в период от февраля до октября 1917 г. // Российская провинция в годы революции и гражданской войны 1917 – 1922 гг.: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. (1997 г.). Н. Новгород, 1998. С. 68–70.
40. Фоменков А.А. Местная правая печать в период буржуазно-демократической и социалистической революций // Российская провинция в годы революции и гражданской войны 1917–1922 гг.: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. (27 – 28 ноября 1997 г.). Н. Новгород, 1998. С. 70–73.
41. Нечаев, Погодин [?]. Из истории периодической печати Нижегородской губернии // Известия Нижегородского краевого комитета ВКП(б). 1929. № 5. С. 16.
42. Юрьева Е. «Волгарь» и его меньшой брат // Нижегородские новости. 1994. № 31. С. 19.
43. Хорев М.М. Когда ещё не было билль-редакторов // Голос ветерана. 2003. № 6. С. 14.
44. Орловский А. О влиянии деревьев на грозу: Нижегородская пресса в «историческом» разрезе // Нижегородские новости. 1991. № 76. С. 8.
45. [Сведения о прекращении издания «Квартирный указатель» (Отчёт нижегородского инспектора по делам печати за 1913 год)] // ЦАНО. Ф. 1000. Оп. 1980. Д. 5<sup>а</sup>. Л. 5.
46. Киселёв А.П. Реклама в дореволюционной газете // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1990. № 4. С. 28–34.
47. Николаева Д.В. Особенности рекламного процесса в газетах конца XIX – начала XX в. // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 4. С. 44–53.

## PRE-REVOLUTIONARY BUSINESS PRESS OF NIZHNI NOVGOROD: TYPOLOGICAL FEATURES

*M.A. Tolstunova*

The article describes the typological characteristics of the early business press of Nizhni Novgorod and provides information about the range of issues covered, genre structure, design and formal characteristics. This publication may be of interest to researchers of the regional press.

*Keywords:* business press, pre-revolutionary press, typology, journalism, Nizhni Novgorod.