***Н. А. Пироговская***

*Санкт-Петербургский государственный университет*

**РЕКЛАМА В ЖУРНАЛЕ «РУССКО-АНГЛИЙСКИЙ ТОРГОВЫЙ ВЕСТНИК» (1897-1903 ГГ.)**

Тонкий ежемесячный (с янв. 1901 г. – один раз в два месяца) иллюстрированный торговый журнал «Русско-английский торговый вестник» издавался в Москве с ноября 1897 по 1903 гг. Его редактором-издателем являлся П. П. Шатохин (1897–1900); в ноябре 1900 г. ответственным редактором был назначен А. А. Кашинцев. Фактическим издателем был Ривингтон, имевший в Лондоне два торговых журнала (“The British Trade Journal” и “The Miller”) и предпринявший издание журнала в России, посвященного интересам развития торговых связей между двумя странами. Главной целью нового проекта было знакомство русской публики с условиями и требованиями английского рынка (подобные журналы Ривингтон издавал в Испании и Японии).

Специфика издания предполагала значительный объем рекламных материалов. Рекламные разделы располагались в начале и в конце журнала и занимали около 40% объема. Многие фирмы имели за собой постоянные объем и «прописку» на определенных страницах издания. Многие из рекламных объявлений повторялись из номера в номер, некоторые чередовались с определенной последовательностью. Особое место занимала реклама на цветных страницах журнала. Наибольший объем занимала (15% от объема) реклама сельскохозяйственного оборудования. В графическом оформлении рекламных объявлений использовались визуальные (иллюстрации, фирменный знак) и вербальные (заголовок, основной текст, адресные данные) структурные элементы. Текст мог располагаться горизонтально, вертикально, иногда по диагоналям, акцентируя внимание публики на различных свойствах рекламного продукта. Украшения (орнамент) привлекали внимание читателя. Оформление объявлений было достаточно разнообразным с использованием иллюстраций, сочетания различных гарнитур и кеглей шрифтов, чередования прописных и строчных букв, курсива, приема подчеркивания. Косвенная реклама присутствовала в статьях разделов обзора проходивших выставок и воспринималась наравне с рекламными публикациями, но имела более основательный характер, с подробным описанием устройства, технологии, способа применения изделий, прилагаемыми чертежами.