

УДК 070 (082)  
ББК 76.0 я43  
Д 44

Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
Северо-Кавказского федерального  
университета

**Рецензенты:**

*доктор филологических наук доцент К. В. Дементьева*  
(Национальный исследовательский Мордовский государственный  
университет им. Н.П. Огарёва),  
*доктор филологических наук, доцент Л. П. Шестеркина*  
(Южно-Уральский государственный университет)

**Диалог культур в медиaprостранстве** : сборник материалов  
Д 44 Международной научно-практической конференции (Ставрополь,  
4-5 октября 2024 года) / под ред. А. М. Горбачева, О. И. Лепилки-  
ной; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь :  
Изд-во СКФУ, 2024. – 253 с. ISBN 978-5-9296-1302-9

Сборник представляет материалы Международной научно-практической конференции «Диалог культур в медиaprостранстве» в рамках научного форума «МедиаОсень СКФУ». Работы исследователей отражают широкий спектр актуальной проблематики по истории и практике современной журналистики, медиатексту в контексте культурного диалога.

Адресован преподавателям журналистики, аспирантам, специалистам, занимающимся разработкой проблематики, связанной с диалогом культур в медиaprостранстве.

**Dialogue of Cultures in Media Space** : Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Stavropol, October 4-5, 2024) / edited by A. M. Gorbachev, O. I. Lepilkina; North-Caucasus Federal University. – Stavropol : Publisher NCFU, 2024. – 253 p.

The collection presents materials of the International Scientific and Practical Conference “Dialogue of Cultures in Media Space” within the framework of the scientific forum “Media Autumn of NCFU”. The works of the researchers reflect a wide range of topical issues in the history and practice of modern journalism, media text in the context of cultural dialog.

It is addressed to journalism teachers, graduate students, and specialists engaged in the development of issues related to the dialog of cultures in media space.

*Редакция может не разделять точку зрения авторов публикаций.  
Тексты публикуются в авторском варианте. Ответственность  
за их содержание несут авторы публикаций*

ISBN 978-5-9296-1302-9

© Коллектив авторов, 2024  
© Северо-Кавказский федеральный  
университет, 2024

## ДЕЛОВЫЕ ИЗДАНИЯ ПРОШЛОГО: КУЛЬТУРА СПЕЦИАЛЬНОГО ИНФОРМИРОВАНИЯ ИЛИ УНИВЕРСАЛИЗМ

*Силантьев К.В.*

Санкт-Петербургский государственный университет,  
Санкт-Петербург (Россия)  
*k.silantiev@spbu.ru*

*Аннотация.* В статье рассматривается вопрос о том, как деловое пресс-информирование входило в практику журналистики России прошлого, в поисках жанрового оформления, от отдельных специализированных материалов и рубрик до конкретных тематических изданий, тем не менее вынужденных делить свои полосы с другими содержательными направлениями и блоками.

*Ключевые слова:* деловая пресса, история журналистики, универсальные издания.

Становление практики делового газетно-журнального информирования, как показывает изучение прессы прошлого, – это своеобразный процесс балансирования между уклоном в специализированную отрасль и тяготением к универсализму, эти «волны» тенденций сменяли друг друга в силу разных обстоятельств и конъюнктуры.

Конечно, когда речь шла об оперативной передаче важных, способных оказать влияние на рынок или его участников сообщений, то кстати оказывались мощности ежедневной прессы. Но был важен и аналитический подход, обсуждение причин и следствий не только в экономическом отношении, но и в политическом, общественном, культурном. И здесь была разная типологическая и содержательно-тематическая практика. Яркий пример – газеты о биржи и деятельности акционерных предприятий (в том числе – многосоставная активность издателя прессы делового характера второй половины XIX века К. В. Трубникова).

В зависимости от условий деятельности и решаемой задачи избирался формат и тип издания. В зависимости от темы – жанровый состав. Короткие сообщения и цифры для информирования и аналитические материалы для осмысления процессов и обсуждения деловых вопросов в более широком контексте.

В этом отношении интересен концептуальный пример Ф. В. Чиждова, редактора московских деловых изданий второй половины 1850-х годов, который разработал для костромских предпринимателей программу издания газеты и журнала, «призванных выражать и защищать интересы торгово-промышленных кругов»: «Требования нашей промышленности двоякие: с одной стороны, она нуждается в объяснении общих и частных причин промышленных вопросов как для самих промышленников, так и для читающего класса народа, с другой – в живых известиях о ценах, запросах товаров, о сравнительных прейскурантах машин, о новых приобретениях, о способах сбыта и получения произведений и т. п.» [1, с. 27].

Подобный «баланс» и пытались соблюсти в своей деловой пресс-деятельности издатели прошлого, они понимали, что цель включает в себя два элемента: «с одной стороны, нам надобно было усвоить нашей газете интерес общий, присущий всякому ежедневному публицистическому изданию, интерес, который мы должны были развивать в том же объеме и содержании, как и прочие газеты; с другой стороны нам надобно было устроить специальные отделы, которые требовали от нас особенных забот, постоянно обязывая нас к наибольшему расширению их содержания» [2].

То есть, несмотря на ориентацию на деловые круги, издания объяснимо проявляли тяготение к некоторой универсальности – старалась расширить аудиторию через обращение к большему спектру тем (так или иначе связанных с деловой составляющей), чтобы не уступить в конкурентной борьбе. При этом не отказывалась от приоритета коммерческой, собственно деловой (и общественно-политической) информации. Газеты стремились быть деловыми и в то же время интересными для широкого читателя. За счет только этого нового сегмента сложно было закрепиться на рынке.

«... законы экономического развития народа так тесно связаны с его внутренним бытом, с его внутренней и внешней политикой, что издавать экономическую газету и разбирать в ней не одни теоретические истины, но и явления жизни, не касаясь, не рассматривая их в связи с внутренней и внешней политикой, – нет решительно никакой возможности» [3], – замечала «Биржевая газета» в конце 1870-х гг. по этому поводу.

К тому же – как замечает А. Н. Боханов: «Из всего спектра различных типов газетных изданий – справочных, театральных, церковных, медицинских, коммерческих – к концу века наиболее

широко распространялись и пользовались значительным влиянием газеты универсального типа, пытавшиеся освещать все стороны жизни общества» [4, с. 31].

Таким образом, издателям прошлого приходилось быть осторожнее и не делать ставку только на деловой сектор, хотя этот тематический запрос становился всё ощутимее: «К концу XIX века российские столичные газеты стали проявлять особое внимание к финансово-промышленным вопросам. Промышленный подъем, грюндерская горячка и взрыв биржевой спекуляции, в которую начали втягиваться состоятельные слои, – все это определило повышенный интерес буржуазных газет к финансово-биржевым сюжетам. Сфера акционерной жизни стала фактически новой и одной из главных тем, по крайней мере для периодов промышленного подъема, в большинстве ежедневных частных газет» [4, с. 39].

Более того газета сама становилась активным «игроком» рынка, из стороннего наблюдателя и информационного посредника – субъектом деловых отношений, заинтересованной стороной, превращалась в доходное предприятие, «с финансовой точки зрения выгодной сферой помещения капитала».

### **Список литературы**

1. Лаверычев В. Я. Русские капиталисты и периодическая печать // История СССР. 1972. № 1.
2. Биржевые ведомости. 1863, 8 окт. № 361. С. 1.
3. Из истории одной газеты // Биржевая газета. 1878, 10 дек. № 151. С. 1.
4. Боханов А. Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал. Конец XIX–1914 г. М., 1984.