

УДК 908 (477.54) "18-19": 070-054.74

Гнездо О.С. (м. Харків)

## ХАРКІВСЬКА РЕКЛАМА ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ СТ. - ПОЧАТКУ ХХ СТ. (за матеріалами "Харківських календарів")

*Порушуються, оригінальні аспекти соціально-економічної історії України, форми і методи діяльності краєзнавчих структур.*

*Ключові слова: селянська реформа, статистичний комітет, рекламна продукція, страхові товариства та агентства.*

Після селянської реформи розпочався швидкий розвиток промисловості Слобожанщини. 1861 рік - хронологічний початок розвитку вітчизняного капіталізму. Наприкінці ХІХ ст. Харків став крупним залізничним вузлом, промисловим, торговим, науково-освітнім центром України і всієї Російської імперії. У місті скупчилася велика кількість промисловців і торговців, яким в умовах великої конкуренції було необхідно привертати увагу потенційних клієнтів. Значний зріст грамотності населення Харкова також вплинув на розширення потоку споживачів різної продукції і послуг.

Разом із розвитком міста відбувався стрімкий розвиток рекламної діяльності у Харкові. Починаючи з шестидесятих років ХІХ ст. простежується збільшення кількості рекламних об'яв у Харківських періодичних виданнях.

До 1865р. існувала монополія на розміщення рекламних оголошень у офіційній газеті "Харьковские губернские ведомости". Після виходу "Временных правил о печати" інші газети та журнали отримали право друкувати приватні об'яви. У цих періодичних виданнях почали з'являтися рекламні повідомлення про продажі, найм, навчання, гастролі акторів та ін.

У даному дослідженні розглядаються рекламні оголошення, опубліковані у виданні Харківського губернського статистичного комітету - довідкових книгах "Харківський календар".

1862р. Харківський губернський статистичний комітет розпочав видавати "Пам'ятні книжки". До 1868р. вийшло сім книжок, але у цьому виданні рекламних повідомлень ще не було.

Перші випуски "Харківського календаря" були приватним виданням, а з 1873р. їх видавництвом займався Харківський губернський статистичний комітет. У цьому виданні почали публікувати приватні рекламні об'яви.

У "Харківському календарі на 1870 рік" були розміщені 22 об'яви найрізноманітніших товарів і послуг. Це, наприклад, реклама Харківського агентства російського страхового від вогню товариства, магазину іноземних вин і гавайських сигар Лемера, виробників землерийних машин - фірми "Белино Фредерих і Ко", послуг харківського нотаря Трушева та ін.

Такі оголошення ще мають достатньо простий вигляд, у них відсутнє графічне зображення рекламної продукції і, хоч, для набору тексту використовуються декілька різних гарнітур шрифтів, не завжди у тексті виділяється більш важлива інформація. Так, в об'яві контори Харківського агентства Трієстського товариства Ациенда Асикуратріче використано 7 гарнітур шрифтів і більш за все в очі впадає напис "Ациенда Асикуратри-

че", а не інформація про те, що ця контора займається страхуванням транспорту і вантажу. [ 1 ].

Але у вказаному календарі є оголошення, в яких можна побачити спробу використання дизайнерських прийомів подання тексту. Наприклад, у рекламній об'яві торгового будинку "Шатунова і Губенко" важливу інформацію розміщено за діагоналлю аркуша і заключено у рамку: "рекомендуєт огромный выбор бриллиантов, золотых и серебрянных изделий..." А текст реклами: "Переплетчик Н.Переплетчиков" на аркуші розміщений не вертикально, а горизонтально і набраний дуже крупним шрифтом. Такий прийом подання інформації у "Харківських календарях" використовувався й у наступні роки. Але навряд було зручно читати такі об'яви.

Кількість рекламних оголошень у "Харківських календарях" постійно змінювалося: 1873р. - 28 об'яв, 1875р. - 107, 1881р. - 19, 1885р. - 40, а у календарі на 1880р. об'яви відсутні.

Стійке збільшення кількості рекламних повідомлень простежується у календарях початку 90-х років ХІХ ст. У цей період у Харкові вже існує багато промислових підприємств, магазинів, банків, торгових будинків, об'яви яких розміщуються у цих довідниках на обкладинках, перед основним текстом або після нього: на кольорових вставках зеленого, жовтого або червоного кольору. Очевидно, інший колір паперу використовувався для привертання уваги до реклами.

Якщо у календарях перших років видання частіше зустрічаються рекламні об'яви іноземних фірм і магазинів ("Берлинский магазин", "Гамбургский магазин", "Англо-французский бульвар", "Главное депо американских швейных машин Рудольфа Л.Коха") [ 2, 3 ], то у дев'яності роки ХІХ ст. з'являється велика кількість реклам місцевих заводів, фабрик, фірм, банків і магазинів ("Товарищество Гельферих — Саде", "Главный склад табачной фабрики Кушнарера", "Главное депо и магазин Енуровского" та інш. [ 4 ].

Більша частина рекламних оголошень займала у "Харківських календарях" цілий аркуш, іноді два, три і навіть чотири аркуші. Так, у "Харківському календарі" на 1875 рік об'яву Харківського земельного банку розміщено на чотирьох аркушах, але зустрічається і розміщення великої кількості об'яв на одному аркуші, коли подаються відомості не Харківських фірм, магазинів або складів, а підприємств інших міст Харківської губернії. Наприклад, у календарі 1894 року розміщено 13 рекламних об'яв магазинів і складів м.Сумо. [ 3 ].

Деякі об'яви публікувалися у "Харківських календарях" протягом декількох років без зміни форми і змісту. Наприклад, реклама фірми "По-

лотна Жирардовской фабрики". А реклама літографії і типографії Карла Счасні у календарі на 1870 рік включала перелік робіт і послуг, які могла представити ця фірма. Там вказано, що послуги "предназначены для коммерческого сословия и для всех судебных и присутственных мест". Ця інформація знаходиться у центрі тексту об'яви і її обрамлено у прямокутну рамку. [ 1 ]. У календарі на 1873 рік значиться вже "печатня" Карла Счасні "состав которого увеличен приобретением с политехнической выставки усовершенствованных машин литографических скоропечатных". Цю інформацію розміщено у колі. Також подається і додаткова інформація: "Скорость в исполнении и умеренная цена". [ 3 ].

Наведений приклад свідчить також про швидкий розвиток засобів виробництва даного виробника.

Повідомлення страхових товариств, агенств і контор займають значну частину рекламного простору "Харківських календарів". Якщо у 70-ті - 80-ті рр. XIX ст. це рекламування послуг щодо страхування майна від вогню, транспортування вантажу [ 3 ], то у дев'яності роки XIX ст. з'являються оголошення про страхування капіталів [ 4 ].

Небагато у Харківських довідкових книгах можна побачити рекламних оголошень фірм і магазинів, які належали жінкам-підприємницям. Але у календарі на 1875 рік є чотири таких об'яви: "Ножная и инструментальная торговля Баллиной", "Магазин Заблудинной (взуття, шпалери, карнизи)", "Магазин вдови Джигарциз" (взуття) і "Моды и платья госпожи Шелле" [ 3 ].

У "Харківських календарях" періоду 70-х - 80-х років XIX ст. часто публікуються об'яви фірм і приватних підприємців - виробників рекламної продукції (вивісок, рекламних об'яв, візиток, плакатів та ін.). Наприклад: "Опатлек - вывесочный живописец", "Гравер Азерсон", "Печатная Яковлева" [ 5 ]. У календарях пізнішого періоду таких об'яв майже немає.

Графічні зображення рекламної продукції у Харківських календарях з'являються на початку семидесятих років XIX ст. Так, у рекламі "Англо-французского базара" є зображення швацької машини [ 2 ].

Деякі малюнки у рекламах виглядають не дуже естетично і, навіть, можуть визвати усмішку. Наприклад, у рекламній об'яві зубного лікаря Вагнера з обох боків тексту розміщене зображення однієї молоді дами, але з лівого боку вона має поганий вигляд через відсутність зубів, а з правого - квітучий (мається на увазі після відвідування зубного лікаря Вагнера). У центрі цієї об'яви намальовано вставну щелепу [ 2 ].

#### Примітки

1. Харьковский календарь на 1870 год. - Х.: Тип. Счасни, 1869. - 352 с; прил. 38с.
2. Харьковский календарь на 1873 год. - Х.:, 1872. - 560 с.
3. Харьковский календарь на 1875 год. - Х.: Тип. Гинзбурга и Кудрика, 1874. - 489 с; прил. 88с.
4. Харьковский календарь на 1894 год. - Х., 1894. - 922 С; прил. 50 с.
5. Харьковский календарь на 1874 год. - Х.: Тип. Счасни, 1873. - 514 с; прил. 38с.
6. Харьковский календарь на 1900 год. - Х., 1899. - 466 с; прил. 100 с.

#### Summary:

*The article deals with the original aspects of ecological history of Ukraine, forms and methods of regional geography structures.*

*Key words: peasants reform, statistic committee, publicity production, temporary companies and agencies.*

У календарях періоду дев'яностих років XIX ст. - початку XX ст. знаходиться велика кількість рекламних об'яв з графічним зображенням рекламної продукції. Ці малюнки були гарної якості. -В основному це гравюри, які зображають різні станки, парові машини, оптичні прилади, тобто продукцію, що призначена для промислових підприємств і виробників сільськогосподарської продукції. Причому, механізми для сільськогосподарських робіт показано в процесі роботи, а люди, які на них працюють мають вигляд не наших селян, а фермерів Заходу.

Слід також зазначити, що виготовлення таких гравюр обходилося замовнику рекламних оголошень недешево.

На початку XIX ст. у рекламних об'явах «Харківських календарів» з'являються і фотографічні зображення рекламної продукції. Так, у календарі на 1900 рік у рекламі виробника ламп і ліхтарів Добромислова розміщено фотозображення лампи, на рекламній об'яві Харківського акціонерного товариства «Новая Бавария» - фотографію з видом залізничної станції «Нова Баварія» і контори цього товариства [ 6 ].

Аналіз рекламних об'яв у вказаних довідкових виданнях показує, що така інформація була розрахована на заможних харків'ян, які мали змогу підписатися на ці книги, або їх купити, а також придбати розрекламовані у календарях товари (одяг та взуття іноземних або місцевих виробників, коштовності, колоніальні товари та ін.) і скористатися запропонованими послугами банків, страхових товариств тощо.

На відміну від «Харківських календарів», у місцевих газетах досліджуваного періоду доволі рідко можна зустріти рекламні об'яви про продукцію, товари і послуги, призначені для власників великих фабрик, заводів, банків і торгових будинків. Реклама у газетах розрахована не тільки на заможних харків'ян, а і на інші стани міського населення.

Рекламні об'яви, опубліковані у «Харківських календарях» другої половини XIX - початку XX ст. відображають процес розвитку підприємництва у Харкові. Реклама сприяла становленню індустріального суспільства, пропагувала нові знаряддя виробництва, впровадження новітніх технологій, а також сприяла підвищенню культурного рівня населення. Розвиток Харківської реклами допомагав становленню Харкова як великого промислового, торгового, освітнього і культурного центра.

На початку XX ст. реклама у періодичних виданнях стала високорозвиненою сферою рекламної справи. Якісний рівень подання об'яв до «Харківських календарів» був також доволі високий як за формою, так і за змістом.