

Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского
Серия "Филология. Социальные коммуникации". Том 24 (63). 2011 г. №4. Часть 1. С.351-355.

РОЗДІЛ 6. ПРЕСОВА ЖУРНАЛІСТИКА: УМОВИ ФОРМУВАННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

УДК 007: 304: 070 +659

ФОРМУВАННЯ НІШИ РЕКЛАМНО-ДОВІДКОВОЇ ПРЕСИ ТАВРІЙСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ (XIX – ПОЧАТОК XX СТ.)

Георгієвська В. В.

*Інститут журналістики Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна*

У статті проаналізовано умови та особливості формування рекламно-довідкової преси Таврійської губернії, розглянуто основний зміст подібних видань, що виходили у Бахчисарай, Севастополі, Ялті, Сімферополі наприкінці XIX – на початку XX ст.

Ключові слова: *реклама, довідка, періодика.*

Актуальність дослідження. Рекламна справа має тривалу історію й оригінальні джерела. Чимало сучасних брендів мають довге життя, міцні традиції і довіру споживачів. Деякі з сучасних форм реклами насправді виявляються повторенням уже відомих версій столітньої давнини, але із залученням нових технологій. Дослідники в багатьох країнах звернули свою увагу на історію рекламної діяльності (скажімо, в США – Дж. Сивулка, у Росії – В. Ученова, Н. Старих, О. Сляднева, Л. Березова та ін.). В Україні слід згадати праці Н. Аржанова і Т. Пирогової, Б. Обритька, Н. Грицюти, Т. Смирнової, Л. Хавкіної, але історія реклами не є фактичним об'єктом їхніх розвідок.

Цікавою сторінкою в історії журналістики є типологічна картина функціонування різнорідних періодичних і продовжуваних видань. Важлива ніша тут належить і рекламно-довідковій пресі, що почала формуватися на півдні Росії ще на початку XIX ст. [1]. Загалом подібну періодику вчені не часто аналізували, звертаючись перш за все до інформаційних, літературно-мистецьких, політичних видань. Скажімо, досліджуючи дореволюційну пресу Таврійської губернії, О. Хоменок називає «Сельскохозяйственные объявления», «Севастопольський справочний листок», «Ялтинский справочный листок», «Ялтинскую справочную газету», «Курортный посредник», «Крымский листок объявлений и справок» [2, с. 20-23] та деякі інші видання, наголошуючи на необхідності подавати «корисну для приїжджих довідкову інформацію» [2, с. 23]. Деякі свідчення про рекламно-довідкові функції преси кримського півострова можна знайти і в монографії Н. Яблоновської [3]. Але, незважаючи на широке охоплення різногалузевих періодичних видань, дослідники не зупиняються на характеристиці рекламно-довідкових газет і журналів краю.

Мета цієї статті – з'ясувати особливості формування та розвитку рекламно-довідкової преси Таврійської губернії у другій половині XIX – на початку XX ст., встановивши змістові параметри цього сегменту періодики. *Об'єктом* дослідження служать газети і журнали рекламно-довідкового призначення (зокрема «Южный вестник объявлений и справок», «Курортный посредник», «Крымский листок объявлений и справок», «Листок объявлений» та ін.).

Із розвитком перших друкованих періодичних видань оголошення поступово стають невід'ємним компонентом газет і журналів. Харківська, одеська, волинська, київська, таврійська періодика, якими б мовами вона не видавалася з початку XIX ст., активно долучає поради і довідки, анонси й каталоги, казенні та приватні оголошення. Поряд із сатиричними й літературно-науковими часописами, пресою офіційного та загальноінформаційного характеру з'являється потреба у виданнях довідок та оголошень.

Серед усього масиву друкованих періодичних і продовжуваних видань, що вийшли у світ на території Східної України в XIX – на початку XX ст., виявлено 211 назв газет і журналів, що за своєю назвою або підзаголовком визначали проблемно-тематичний спектр (оголошення, реклама, довідка, комерційний посередник тощо). Таврійська губернія увійшла до трійки регіонів (поряд із Херсонською та Київською губерніями), де рекламно-довідкова преса розвивалась досить інтенсивно. Можна порівняти цифри: відповідно 73 і 56 видань у двох зазначених вище губерніях, а також 24 газети і журнали у Таврійському краї. Із них 8 видавались у Севастополі, 4 – у Ялті, по 3 – у Керчі та Євпаторії, по 2 – у Сімферополі та Феодосії, по 1 – у Бахчисараї та Олешках. Найраніше за часом створення почали функціонувати «Объявления Керчь-Еникальского градоначальства» (Керч, 1857-1859), «Севастопольский справочный листок» (1882-1886), «Листок объявлений» (додаток до газети «Терджиман» у Бахчисараї, 1886) і т.д.

Хоча оголошення друкувалися і на сторінках «... губернских ведомостей», усе ж основна місія – поширення реклами у сфері торговельно-промислової, а потім і культурно-освітній – належала спеціалізованій пресі. Головним поштовхом до її появи стала інтенсифікація торговельних взаємин, розвиток промисловості, потреба в інформаційних каналах, які б спрощували шлях до отримання довідок і повідомлень комерційного, торговельного чи іншого характеру. Важливі торговельні зв'язки були сконцентровані на півдні України – Одесі, Херсоні, Миколаєві, Севастополі, Сімферополі, Феодосії.

Наприкінці XIX ст. зростає кількість акціонерних підприємств. Так, у Російській імперії найбільше торгових домів зареєстровано в Московській (28 %), Петербурзькій (23 %), а також Херсонській (5 %) губерніях. А вже на початку XX ст. дослідники констатують зростання прибутків у певної частини населення імперії. Скажімо, А. Боханов у дослідженні про велику буржуазію Росії зазначає, що основний капітал у цей час зосереджувався фактично в 12 регіонах Росії, відповідно у Петербурзькій, Московській, Ліфляндській, Варшавській губерніях. А далі називалися Херсонська, Київська, Катеринославська, Таврійська і Харківська губернії. Така економічна ситуація, умови її розвитку сприяли формуванню рекламно-довідкової преси на півдні Росії.

Здебільшого рекламно-довідкові видання мали «універсальні» назви, коли в заголовках використовувалися слова «листок оголошень», «оголошення»,

«довідковий листок», «торговий бюлетень», «показчик», «довідник», «посередник» тощо. Так, чимало газет мали назву «Листок объявлений» з різними варіантами. Скажімо, «Листок объявлений» (Бахчисарай, 1886), «Листок объявлений Евпаторийского сельскохозяйственного собрания» (Євпаторія, 1903), «Крымский листок объявлений и справок» (Керч, 1908-1910), «Сельскохозяйственные объявления» (Олешки, 1897-1906), «Бесплатный листок справок и объявлений по Крыму» (Севастополь, 1912-1913), «Южный вестник объявлений и справок» (Севастополь, 1908) та ін.

Серед періодичних видань Таврійської губернії зафіксовано також рекламно-довідкові видання шлюбного характеру («Брачный вопрос» у Керчі, 1910), біржових повідомлень («Бюллетень Феодосийской биржи» у Феодосії, 1910-1914), курортного призначення («Евпаторийский сезонный листок», 1908; «Курортный посредник» у Ялті, 1904), сільськогосподарської довідкової інформації. Та найбільшу групу складають газети, що друкували універсальні довідкові повідомлення та подавали різноманітну рекламу.

Скажімо, «Листок объявлений» виходив у кількості тисячі примірників, безкоштовно роздавався у Бахчисараї, Сімферополі, Севастополі, Ялті, Феодосії, Євпаторії, Карасубазарі, Перекопі та на ст. Лозова. Газета, де текст друкувався паралельно російською і кримськотатарською мовами, потрапляв не тільки до державних установ (земські правління, суд, нотаріат тощо), а й у банки, торговельні заклади, готелі, кав'ярні і т.д. Оголошення подавалися у рубриках «Оптова і роздрібна торгівля», «Екіпажі та номери», «М'ясний склад», «Довідкова контора «Посередник»; читачі могли довідатися про ціни на кримських базарах, курси валют, рейси пароплавів; свої послуги пропонували банкірські контори, європейські магазини, першокласні ресторани і т.п.

Безкоштовний «Крымский листок объявлений и справок» у Керчі звертав увагу не тільки на текст, а й на способи подачі реклами, щоб якомога більше місця віддати важливим оголошенням. Так, вся перша сторінка № 1 за 4 січня 1909 р. відведена двом оголошенням: найбільше з них – концерт відомого баритона М. Шевельова в залі Англійського клубу; менше за обсягом – повідомлення про можливість придбати конторські книги у Морица Якобсона. На противагу цій газеті шпальти ялтинського «Курортного посередника» досить густо заповнені різними рекламними текстами. Серед них на першому місці оголошення для відпочивальників: готелі («Марііно», «Московський готель») квартири («на дачі Вербицької по вулиці Еміра Бухарського відаються кімнати і квартири з меблями і прислугою»), лікувальні заклади (санаторії, лікарі різного профілю, водолікувальні процедури тощо), дозвілля і розваги (спектакль-концерт, присвячений пам'яті А. Чехова; концерти й вистави, повідомлення про ремонт палаців і припинення відвідування «Лівадії», продаж «Путівника по Криму» А. Бесчинського), загальна інформація (правління Ялтинського товариства взаємного кредиту, розпорядок роботи Ялтинської міської управи) і т.д. (1904. – 1 (14) серп.).

Значний спектр оголошень і довідок уміщено у севастопольській газеті «Южный вестник объявлений и справок». Допитливий історик дізнається про кінокартини, що демонструвалися у місцевому французькому електро-біографі 1908 р.: «Карнавал у Ніцці», драма «Ангел села», біблійна драма «Блудний син», комедії – «У жандарма чудовий зір», «Мій годинник відстає», «Днювальний генерала», «Мої брюки

розпорились» і т.п. Сучасників цієї газети, певно, приваблювали й розпродажі товарів (скажімо, зі знижкою 25 % від вартості). Наприклад, у номері від 1 квітня 1908 р. вміщено перелік подібних товарів із електротехнічної контори С.М. Бруна і К°, де можна було знайти чайники, кофейники, цукорниці, ваги для господарства, щипці для цукру та горіхів, м'ясорубки, млинки для кави й перцю, праски, машинки для мигдалю, вимішувачі тіста, форми для печива; машинки для підстригання волосся, овець і собак; садові пилки, замки американські та звичайні, кишенькові ліхтарі, риболовне спорядження, люстри й настільні лампи, письмове приладдя із мармуру і бронзи, витончені вази для квітів, а також «масу дрібних речей для домашнього вжитку».

Парфумерна продукція Товариства Г. Брокара, коньяки та лікери фірми Шустова, швейні машини, квіти, дачі й пансіони, торговельні пропозиції і навчально-побутові послуги, розваги і видовища, ресторани і кафе, анонси періодичних видань і книг значною мірою заповнюють сторінки кримської преси на початку ХХ ст.

Важливим компонентом стали й повідомлення про рекламну контору братів Л. і Е. Метцль – засновників першої рекламної контори у Росії, монополістів на публікацію оголошень у газетах і журналах імперії. Саме їм належала першість у проголошенні загальновідомого гасла «Оголошення – рушій торгівлі» (згодом – «реклама – рушій торгівлі»). Цікавою була презентація московської рекламної фірми в сімферопольській газеті «Южные ведомости». Форми подання та текстовий набір у кількох номерах послідовно змінюються. Спочатку пропонується зображення отвору для ключів, у глибині якого видніється силует людини. Об'явник повідомляв: **«Не рухаючись із місця, Ви можете розширити свою клієнтуру, придбати нових покупців і замовників, Вам у цьому допоможе вміла, цікаво складена, продумана реклама. За нами 30 років досвіду; знання аудиторії читачів кожної газети; знання всіх умов, за яких оголошення приносять найбільшу користь. Звертайтеся до нас, кошторис і проекти ми Вам надамо негайно. Торговий дім Л. і Е. Метцль і К°»** (1913. – № 7).

Наступний малюнок був ніби спеціально виготовлений для Таврії: за штурвалом корабля капітан, а зверху написано: **«Вдалиий поворот! Вдалиий поворот** скеровує судно до чітко назначеної мети. **Вдалиий поворот** Вашій справі може дати вправна газетна реклама. Якщо Ви звернетесь до Торгового дому Л. і Е. Метцль і К°, то Вам запропонують: **Ориґінальні ідеї! Вишукані малюнки! Придатні видання! Вигідні умови! Торговий дім Л. і Е. Метцль і К°»** (1913. – № 23).

Ще одне зображення – зачинені двері, перед якими зупинилася людина. Напис підтверджує: двері зачинені. З цього сюжету починається і текст нового оголошення: **«Двері зачинені!** Людину пропускають не скрізь. Людина не може спілкуватись із незнайомими людьми. Людина не може щоденно бувати в 1000 місцях. А газета проникає в кожний дім, до людей різних верств, до бідних і багатих. Газету щоденно читають сотні тисяч людей. Тому, якщо Ви хочете, щоб ці десятки й сотні тисяч звернули на Вас увагу або щоб вони дізналися, що у Вас, у конторі чи магазині є цікаві новини, що Ви дешево продасте хороші товари, то звертайтеся у Торговий дім Л. і Е. Метцль і К°. Там дадуть пораду, кошторис і складуть таке оголошення, що його прочитають і воно переконає десятки й сотні тисяч» (1913. – № 26). За такими принципами намагалися працювати й рекламно-довідкові видання Таврійської губернії у другій половині ХІХ – на початку ХХ ст.

Висновки. Аналіз рекламно-довідкової преси Таврійської губернії (від 1857 до 1917 р.) дає змогу констатувати, що зазначена періодика виборола собі особливу нішу в загальній системі періодичних видань краю. 24 видання, що виходили в Севастополі, Ялті, Керчі, Сімферополі, Феодосії, Бахчисараї та інших населених пунктах регіону, дозволяли подавати широку довідкову інформацію (передусім культурно-освітнього, лікувального, торговельного, сільськогосподарського характеру), друкувати рекламні оголошення різного гатунку, що служили орієнтиром у морі пропозицій.

Історія рекламно-довідкової преси містить чимало таємниць, які варто досліджувати і в майбутньому: чи йдеться тут про текстові чи зображальні елементи, цінову політику подання оголошень і довідок та економічно-комерційне підґрунтя функціонування газет і журналів, знаходження нової інформації про підприємства та їхню продукцію або ж способи рекламування товарів.

Список літератури

1. Георгієвська В. Історія української журналістики: становлення та розвиток рекламно-довідкової преси на території Східної України (XIX – початок XX ст.): [навч. посіб.] / Вікторія Георгієвська, Наталія Сидоренко. – К.: АДЕФ-Україна, 2010. – 224 с.
2. Георгієвська В. Реклама – рушій розквіту: рекламно-довідкова преса на території Східної України (XIX – початок XX ст.): [моногр.] / Вікторія Георгієвська, Наталія Сидоренко. – К.: АДЕФ-Україна, 2010. – 320 с.
3. Хоменок О.С. Дореволюционная периодическая печать Таврической губернии (1838-1916): очерк истории и библиографический указатель / О.С. Хоменок. – Одесса: АО БАХВА, 2003. – 180 с.
4. Яблонівська Н.В. Етнічна преса Криму: історія та сучасність: [моногр.] / Н.В. Яблонівська. – Сімферополь: Крим. навч.-пед. держ. вид-во, 2006. – 312 с. – 10 іл.

Георгиевская В. В. Формирование ниши рекламно-справочной прессы Таврической губернии (XIX – начало XX вв.) // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.351-355.

В статье проанализированы условия и особенности формирования рекламно-справочной прессы Таврической губернии, рассмотрено основное содержание подобных изданий, выходящих в Бахчисарае, Севастополе, Ялте, Симферополе в конце XIX – начале XX вв.

Ключевые слова: *реклама, справка, періодика.*

Georgijewska W. W. Formation of the periodicals for advertising and reference in Tavria province (XIX – the beginning of the XX century) // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social comunicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.351-355.

The article deals on the conditions and peculiarities of development of the periodicals in Tavria province dedicated to advertising and reference. The content of such newspapers, published in Bahchysaraj, Sevastopol, Jalta, Simferopol at the end of XIX and at the beginning of the XX centuries is analyzed.

Key words: *advertising, reference, periodicals.*

Поступила в редакцію 02.08.2011 г.