

Мета статті полягає у тому, щоб висвітлити характер рекламних публікацій у "Gazetę Łwowskiej", визначити назгалі зміст і особливості рекламних оголошень, подати загальну функціональну характеристику пресової реклами.

Із польських видань останньої третини ХІХ ст. у Галичині виділялася урядова "Gazeta Łwowska", яка була заснована у 1862 р. на зразок популярних віденських щоденних газет. Видання вирізнялося тим, що власниками і видавцями газет у Галичині були переважно приватні особи і спілки, і лише одну щоденну "Gazetę Łwowską" видавало намісництво.

"Gazeta Łwowska" дотувалася владою. Лише з моменту, коли редакторську посаду зайняв Владислав Лозинський у 1875 р., видання почало ширше висвітлювати питання розвитку економіки і торгівлі, а в додатку ("Przewodnik naukowy i technicki", видавався з 1873 р.) також і проблеми культури [7, 59; 6, 105 – 106].

Для аналізу реклами в "Gazetę Łwowskiej" передовсім треба з'ясувати обсяг самої газети і величину друкарської площі видання, яку займала реклама.

Розміри "Gazety Łwowskiej" протягом 1865 – 1889 рр. формувалися таким чином: 1865 р. – газета на 6 сторінок, в т.ч. реклама на 1/4 – 1/2 сторінки; 1870 р. – газета на 6 сторінок, в т.ч. реклама на 1 сторінку; 1875 р. – газета на 10 – 12 сторінок, в т.ч. реклама на 1/2 – 2 сторінки; 1884 р. – газета на 10 – 14 сторінок, в т.ч. реклама на 1 – 3 сторінки; 1887 р. – газета на 10 – 12 сторінок, в т.ч. реклама на 1/2 – 2,5 сторінки; 1889 р. – газета на 10 – 12 сторінок, в т.ч. реклама на 1/2 – 1,5 сторінки [П].

Текст газети розміщувався в 4 колонок (у 1884 – 1889 рр. в шести). Текст реклами – в 2 – 3 колонках. Рекламні оголошення збирали у власних бюро газети та в бюро оголошень на території Австро-Угорської, Німецької імперії і в Парижі. На відміну від реклам, які пропонували друковані видання у Королівстві Польському в "Gazetę Łwowskiej", бачимо більші розвинуті форми реклами. Наприклад, реклама одного із віденських аптекарів складається з трьох частин: перша – це загальна інфор-мація про гуртвівно ліків, друга – висловлювання

УДК 659.1(09)(477.8)+(438)
М 36

В'єслав Лукаш МАЦЕЖИНСЬКИЙ

РЕКЛАМА В "GAZETĘ ŁWOWSKIEJ" У 60 – 80 РОКАХ ХІХ СТ.: ЗМІСТ, ХАРАКТЕР, ФУНКЦІЇ

У статті аналізуються публікації і зміст рекламних оголошень на сторінках "Gazety Łwowskiej" в 60-х – 80-х рр. ХІХ ст. Визначено характер рекламних публікацій, їх замовників, салузі економіки, які рекламувалися у газеті, а також комп'лексу фінансових питань, пов'язаних з рекламною діяльністю видання. Висвітлено функції рекламних оголошень і названо установи й організації, а також приватних осіб, що рекламували товари і салузи.

Ключові слова: реклама, друкарська площа, замовники оголошень, функції реклами, салузі економіки, товари і салузи.

Переломним етапом у розвитку преси в Галичині став період 60-х – початку 70-х рр. ХІХ ст., що було пов'язано із здобуттям і зміцненням крайової автономії. Конституційний акт 1867 р. скасував концесійну систему і проголосив рівність преси в рамках чинного законодавства [8, 114 – 176], однак нове карне право від 23 травня 1873 р. зберігало цензурні обмеження.

Проблеми розвитку реклами у польській пресі Галичини не стали предметом окремого наукового вивчення, однак загальні оцінки щодо галицької преси вже зроблено польськими науковцями І.Гомолою, Й.Мисіняським та ін. [5, 199 – 246; 8, 114 – 176], а також ученими Науково-дослідного центру періодики Наукової бібліотеки ім. В.Стефаника НАН України у Львові О.Дроздовською, М.Галушко і М.Романюком [1; 2; 3; 4].

© Мацижинський В'єслав Лукаш. 2003

кількох осіб про ефективність приданих ліків, третя – список пропонуваних найновіших препаратів. Трапляється 1 – 2 сторінкова видаткова реклама, деколи рекламні брошури, наприклад, брошура, яка рекламує санаторій у Пустомиштах на 14 сторінках [IV].

Публікації реклами у газеті стали для засновників “Газети Лвовської” додатковим фінансовим засобом. Скажімо, у 1867 р. 1 рядок рекламного оголошення коштував 7 крейсерів; у 1870 р. в одноразових оголошеннях рядок коштував 6 крейсерів, а у багаторазових – 5 крейсерів; у 1875 р. в одноразових оголошеннях рядок коштував 7 крейсерів, а у багаторазових – 6 крейсерів.

Важливим показником для аналізу реклами є кількість рекламних оголошень. Ми встановили (взято одноразові оголошення без урахування кількості їх повторень), що у 1865 р. було 42 оголошення; 1870 р. – 44, 1875 р. – 180, 1881 р. – 263, 1884 р. – 239, 1887 р. – 141, 1889 р. – 177. Тенденція рекламних оголошень під кінець 80-х рр. XIX ст. була такою, що їх кількість назагал не зростала, а величина рекламного блоку в газеті збільшувалася за рахунок багаторазових оголошень [II].

Це однією характерною особливістю оголошень є не тільки їх кількість, а й розміри друкарської площі, яку вони займають. Умовно поділивши рекламні оголошення на “великі”, “середні” і “малі”, ми з’ясували їхню динаміку, побудувавши таблицю I [III].

Як бачимо з таблиці, основним видом рекламного оголошення у “Газеті Лвовській” було “середнє”. Зростання кількості оголошень усіх видів припадало на кінець 70-х – початок 80-х рр. XIX ст., відповідно – в кінці 80-х рр. намітився певний спад газетної реклами за кількісними показниками, тобто зменшувалася загальна кількість рекламних оголошень. Однак для цих років характерна певна стабільність співвідношення між рекламними оголошеннями відносно рекламної площі, яку вони займали: якщо прийняти “середні” оголошення за 1, то, відповідно, “великі” складали 1/2 від їх кількості, а “малі” – 1/3 – 1/4 від кількості “середніх” [III].

Ріст рекламної площі в “Газеті Лвовській” певним чином співвідносився із кількістю замовників, які подавали ці оголошення. Дані про замовників подаємо у таблиці 2 [II].

Таблиця 1.
Рекламні оголошення з поділом на великі, середні, малі

| Рік | Великі оголошення | Середні оголошення | Малі оголошення |
|------|-------------------|--------------------|-----------------|
| 1865 | 16 | 15 | 11 |
| 1870 | 26 | 12 | 3 |
| 1875 | 60 | 92 | 18 |
| 1881 | 83 | 144 | 36 |
| 1884 | 68 | 143 | 28 |
| 1887 | 63 | 154 | 24 |
| 1889 | 42 | 105 | 30 |

Таблиця 2.
Замовники оголошень

| Рік | Кількість замовників оголошень |
|------|--------------------------------|
| 1865 | 42 |
| 1870 | 44 |
| 1875 | 175 |
| 1881 | 260 |
| 1884 | 235 |
| 1887 | 230 |
| 1889 | 160 |

Наведені показники свідчать, що коло замовників реклами в “Газеті Лвовській” сформувалось у кінці 70-х – на початку 80-х рр. XIX ст. Зменшення кількості замовників в кінці 80-х рр. відбувало загальну тенденцію спаду кількості рекламних оголошень у газеті. Водночас у цей період навколо “Газети Лвовської” визначилась певне коло рекламодавців, яке було відносно стабільним. Це було зумовлено як політичними засадами, яких дотримувався друкований орган, так і визначеним переліком продукції і послуг, що рекламувалися в ньому.

Визначальним для аналізу реклами в газеті є з'ясування галузей економіки, які були охоплені рекламними оголошеннями. Статистичні дані щодо економічного профілю оголошень представлено у таблиці 3 [1].

Таблиця 3.
Галузі економіки в оголошеннях "Газети Лвовської"
(повторення оголошень не враховувалися)

| Рік | Фінансова, страхова | Фармацевтична, лікарська | Видавнича | Споживча | Сільськогосподарська | Транспортна | Послуги | Пошиття готового одягу | Освітня | Машинобудівна | Відпочинкова |
|-------|---------------------|--------------------------|-----------|----------|----------------------|-------------|---------|------------------------|---------|---------------|--------------|
| 1865 | 6 | 2 | 4 | 2 | - | 1 | - | - | 1 | - | 5 |
| 1870 | 18 | - | 1 | 3 | 2 | 8 | - | - | 3 | 1 | 2 |
| 1875 | 19 | 19 | 20 | 7 | 4 | 9 | 6 | 5 | 1 | 1 | - |
| 1881 | 19 | 25 | 19 | 24 | 19 | 2 | 13 | 12 | 9 | 12 | 6 |
| 1884 | 9 | 8 | 5 | 9 | 8 | 1 | 10 | 8 | 3 | 1 | 6 |
| 1887 | 12 | 17 | 9 | 14 | 4 | 3 | 11 | 9 | 7 | 2 | 7 |
| 1889 | 5 | 9 | 1 | 1 | 1 | 2 | - | - | - | 1 | 2 |
| Разом | 88 | 80 | 59 | 60 | 38 | 25 | 42 | 34 | 23 | 17 | 28 |

Зміст рекламних оголошень найчастіше складали повідомлення про діяльність фінансово-страхових організацій, про фармацевтичну і лікарську допомогу, умови обслуговування замовників видавництвами і друкарнями, а також інформация про споживчий ринок. Значно менше було інформації, скажімо, про надання послуг у побутовій сфері, відпочинку тощо. Тобто "Газета Лвовська", будучи офіційним органом, рекламувала ті галузі, виробництва і комерційні фірми, що мали загальнодержавне значення.

Важливим показником для характеристики рекламних оголошень у пресі є з'ясування функцій реклами, оскільки з цим показником пов'язується не лише зміст реклами, але й можливість досягнення її ефективності. Аналіз видань "Газети Лвовської" (для вибіркового аналізу було взято примірники

газети за такі роки – 1865, 1870, 1875, 1881, 1884, 1887, 1889) показує, що 90 % рекламних оголошень виконували інформаційну функцію [1].

Навчальну функцію нами простежуємо у 20% проаналізованих рекламних повідомленнях. Найкраще видно це на прикладі видавничих і фармацевтичних оголошень. У перших відображено багатство літературного і мистецького життя в Галичині. Також звертається увага на підвищення рівня знань, наприклад, службовців, лікарів. В оголошеннях львівських аптекарів рекламуються нові ліки і детально описується їх застосування (найбільше таких рекламних оголошень пов'язано з іменем берлінського лікаря В.Тенсе).

Функція нагадування простежується у 40% рекламного матеріалу. Частина реклам мала сезонний характер і повторювалася в певну пору року. Це стосувалося, наприклад, деяких фірм з пошиття одягу, галантерейних майстерень, які сезонно повторювали свою рекламу. Нагадувальний характер носила реклама скляних виробів Тейфарта і Дидейського, продюкція книгарні Чарльза Уайльда. Частина оголошень повторювалася протягом декількох місяців, рік і навіть декілька років (таким багаторічним зразком була реклама фармацевта Я.Ігнатовича зі Львова).

Конкурентційну функцію виконували 50% рекламних оголошень. Ця функція репрезентована в купецьких і торговельних оголошеннях. У такій рекламі найчастіше і використовувалися вислови на зразок *найдешевша ціна*, *помірковані ціни*. У цих оголошеннях подавалася інформація про виробника або країну, з якої привозили товар (наприклад, китайський чай, російський чай).

Для визначення характеру продукції і послуг, які рекламувалися в "Газеті Лвовській", з'ясовано опубліковано такі моменти: чи "утрачено" дані про організацію або особу (логотип і назва підприємства чи майстерні, назва та адреса фірми, наявність фірмового знаку в рекламному оголошенні). Дослідження "Газети Лвовської" зазначеного періоду показали, що кількість реклами без логотипу, з назвою і адресою фірми складала 90%,

кількість реклам з наявністю фирмового знаку – лише 5% [II]. Скажімо, кількість реклам без логотипу і назви, лише з адресою, становить майже всіх замовників оголошень у 1865 р. [II]. З часом ця “утаминиченість” рекламних оголошень, тобто без логотипу і назви, для “Gazete Lwowskiej” стає нехарактерною, однак фирмовий знак подавала обмежена кількість рекламодавців.

Ще одна характерна ознака рекламних оголошень пов'язана з потужністю самих фірм, які були представлені у них. Дані про підприємства та організації наведені у таблиці 4.

Таблиця 4.
Кількість оголошень з поділом на великі і малі фірми

| Рік | Великі фірми | Малі фірми |
|------|--------------|------------|
| 1865 | 11 | 31 |
| 1870 | 20 | 24 |
| 1875 | 30 | 150 |
| 1881 | 28 | 235 |
| 1884 | 25 | 214 |
| 1887 | 26 | 215 |
| 1889 | 19 | 158 |

Статистика щодо величини фірм, які були представлені і рекламувались у “Gazecie Lwowskiej”, підтверджує дрібнотоварний характер виробництва у Галичині XIX – початку XX ст. і цілком зрозуміло є значна перевага рекламних оголошень малих фірм над великими.

Для однієї рекламних повідомлень ми також проаналізували їх, виходячи із національних засад фірм і осіб, що в них представлені. Це проілюстровано в таблиці 5 [III].

Домінування реклами вітчизняних фірм відбивало характер споживчого ринку, орієнтованого переважно на дешеві місцеві товари та послуги. Водночас така перевага австрійської реклами над зарубіжною була продиктована й умовами конкуренції на ринку.

Характер рекламних оголошень в “Gazecie Lwowskiej”

визначається тим, що видання було пов'язане з австрійською адміністрацією в Галичині. У газеті регулярно друкувався “Dziennik Uzędowy”. Йї читачами були передовсім службовці, інтелігенція, землевласники, купці і фінансові кола. В оголошеннях і рекламі вони знаходили вигодаження політики Австро-Угорської монархії стосовно підлеглих їй народів. Спочатку простежується тенденція до німечення. У 1865 р. 90% усіх оголошень друкувалося німецькою мовою. Після надання автономії Галичині з кінця 60-х рр. XIX ст. очевидною стає тенденція до надання газеті виразно польського характеру, хоча продовжували друкуватися оголошення німецькою та українською мовами [VI].

До створення реклами були залучені головні фінансові і господарські установи краю: наприклад, Галицький селянський банк, Кредитне земельне товариство, Промислово-торговецький кредитний банк (Краків), Поточний банк (Львів). Необхідність подання оголошень самоврядними установами регулювалася законодавством.

Найчастіше в “Gazecie Lwowskiej” рекламувалися такі установи:

- 1) Галицький іпотечний банк у Львові (деколи в одному номері було по 2 банківських оголошення, які інформували про фінансовий стан та умови діяльності банку); 2) Галицька селянська кредитна установа – банк, призначений для обслуговування селян (перші оголошення цього банку з'явилися вже у 1870 р.) [III]; 3) Галицький кредитний банк – кредитував починання польських промисловців, купців та ремісників (його оголошення з'являлися регулярно 4 – 5 разів на місяць); 4) фабрика сільськогосподарських знарядь і машин Б.Б.Дескура (Львів) (одна з перших фабрик сільськогосподарських знарядь в цьому регіоні Галичини); 5) фабрика сільськогосподарських машин “Дончинський, Баль і спілка”; 6) фабрика “Портленд-цемент” В.Струшкевича, Б.Длуготшовського у Велізішу; 7) фабрика столярних виробів Яна Смутного (Львів); 8) Товариство експлуатації нафти – організація, створена для розробки видобутку нафти у Галичині (в “Gazecie Lwowskiej”

Кількість оголошень з поділом на вітчизняні та закордонні

| Рік | Вітчизняні оголошення | Закордонні оголошення |
|------|-----------------------|-----------------------|
| 1865 | 29 | 13 |
| 1870 | 27 | 17 |
| 1875 | 150 | 30 |
| 1881 | 242 | 21 |
| 1884 | 225 | 14 |
| 1887 | 224 | 17 |
| 1889 | 157 | 20 |

виходили оголошення про продаж акцій Товариства з метою збільшення фінансових засобів); 9) фабрика полотняних виробів Едварда Обердінгера (Відень – Австрія) (займалася військовими поставками, але рекламувала також промислові виробы, наприклад, поглотні порошки); 10) санаторій Пустомити біля Львова (оздоровчий осередок, який найчастіше рекламувався і який найбільше любили львів'яни; мало значення також його близьке місцезнаходження); 11) санаторій “Трускавець” (другий за величиною і частотою оголошень санаторій у Східній Галичині. За оголошеннями можна простежити розвиток діяльності санаторію “Трускавець” від сезонного обслуговування гостей аж до круглорічного обслуговування пацієнтів); 12) Вища рільнича школа в Дублянах – одна з двох вищих рільничих шкіл, що функціонували на території Галичини; 13) гуртівня і фармацевтична фабрика Яна Ігнаровича (Львів), який найчастіше замовляв рекламу фармацевтичної продукції (за оголошеннями можна простежити його кар'єру: від магістра фармацевтики і судового хіміка – до підприємця. Його оголошення регулярно виходили з 1881 р. до 1913 р.); 14) Пйотр Миколаш – другий з найбільш активних львівських аптекарів з огляду на кількість розміщуваної реклами та оголошень у цей період (кількість оголошень і реклам львівських аптекарів

свідчить про велику конкуренцію і високий рівень галузі в місті); 15) Казімеж Левіцький – склад порцеляни і скла (кількість оголошень та їхня якість свідчать про те, що він добре розумів роль реклами у торговельній діяльності. Цей підприємець відвідував промислові виставки в різних європейських країнах, зокрема Відені, Парижі, і свій досвід старався переносити до Львова) [1].

Аналіз рекламних оголошень дає підстави зробити висновок про товари або послуги, які найчастіше рекламувалися в “Gazecie Lwowskiej”: 1) нафтова лампа (винайдена була Ігнацієм Лукасевичем, який мав зв'язки зі Львовом, швидко здобула популярність в кожному галицькому домі). За рекламою можна простежити створення досконаліших конструкцій нафтових ламп, особливо нальника “Zenit”, а також їх застосування: висячі, стоячі лампи, подорожні ліхтарі до возів, двитарні лампи тощо); 2) електрична лампочка (разом із розвитком електрики почала витіснити нафтове освітлення. У Львові розвиток електричного освітлення набрав швидких темпів на початку ХХ ст. Тоді були створені перші електричні підприємства і побудовано фабрику лампочок); 3) сільськогосподарські січкарні і косарки (сточатку рекламували косарки Джонстона і Вудра; які виробляли за американською ліцензією у Відні, пізніше виробили фабрики Мейферта й інші вітчизняні конструктори); 4) пічки (Мейдінгера) (чавунні пічки для обігріву помешкань вугіллям, коксом і деревом. Пічки поступово вдосконалювали. На початку ХХ ст. пропонували вже автоматичні пічки на ріжке паливо або газ); 5) какао ван Хоутен (голландське какао, яке найчастіше рекламували в “Gazecie Lwowskiej”); 6) друкарські машинки “Статкош-Бонер” (перші друкарські машинки, які рекламували у “Gazecie Lwowskiej”; пізніше вони були витіснені американськими друкарськими машинками “Антервуд”); 7) конкурси на посади службовців і лікарів в адміністративній самоврядування (повідомлення про них регулювалися законодавством); 8) страхування життя, маєтку, землі тощо, страхування приватних службовців (страхування було в руках закордонних фірм: австрійських, англійських і американських,

Хоча наприкінці XIX ст. почали виникати вітчизняні страхові фірми, наприклад, Товариство взаємного страхування приватних службовців) III.

Назгалі реклами оголошення в "Gazecie Lwowskiej" дають підстави вважати, що газета була пошфункціональним виданням і займала особливе місце серед пресових органів Австро-Угорщини у другій половині XIX ст. Це було зумовлено характером економічних відносин та багатонаціо-нальним складом населення Галичини.

З польської мови переклала Світлана Винниченко

- I. "Gazeta Lwowska" - 1865 (усі видання).
- II. "Gazeta Lwowska" - 1865, 1870, 1875, 1881, 1884, 1887, 1889 (підрозуміти зроблені автором на основі усіх видань часописів).
- III. "Gazeta Lwowska" - 1870. - 1 тт. - S. 76.
- IV. "Gazeta Lwowska" - 1881. - Maj - 14 s.
- V. "Gazeta Lwowska" - 1887. - Razd. (висновок підтверджено на основі публікацій за жовтень 1887 р.).
1. Галушко М. Українські часописи Станіслава (1879-1944 рр.): Історико-бібліографічне дослідження / Наук. ред.-консультант М.М.Романюк. - Львів: Світ, 2001. - 304 с.
2. Дроздовська О. Українські часописи повітових міст Галичини (1865-1939 рр.): Історико-бібліографічне дослідження / Наук. ред.-консультант М.М.Романюк. - Львів: Світ, 2001. - 364 с.
3. Романюк М.М., Галушко М.В. Українські часописи Львова 1848-1939 рр.: Історико-бібліографічне дослідження. У 3-х т. - Т.1. 1849-1939 рр. - Львів: Світ, 2001. - 744 с.
4. Українські часописи Львова 1849-1939 рр.: Історико-бібліографічне дослідження / Упорядники: М.М.Романюк, М.В.Галушко. - Львів: Світ, 2002. - 692 с.
5. Нопіола І. Prasa galicyjska w latach 1831 - 1866 // Prasa polska w latach 1661 - 1864. - Warszawa: PWN, 1976. - S. 199-246.
6. Jarowiecki J. Prasa lwowska w dobie porowstapiowej // Książki, czasopisma, biblioteki, XIX i XX w. / Red. J.Jarowiecki. - Kraków: WUJ, 1996. - S. 105-165.
7. Łojek J., Mysiński J., Władysław W. Dzieje prasy polskiej. - Warszawa: PWN, 1988. - 268 s.
8. Mysiński J. Prasa polska w Galicji w dobie autonomizacji (1867-1918) // Prasa polska w latach 1864 - 1918. - Warszawa: PWN, 1976. - S. 114-176. Юридичні норми діяльності преси встановлювали і регулювали закони про пресу від 17.XII.1862 р.; кримінальний кодекс від 23.V.1873 р.; закон про авторське право від 26.XII.1895 р.

Вєслав Лукаш Манєжнєвський. Реклама в "Gazecie Lwowskiej" в 60-80 роках XIX в.: содержание, характер, функции. В статье анализируются публикации и содержание рекламных объявлений на страницах "Gazety Lwowskiej" в 60-80 гг. XIX в. Определяется характер рекламных публикаций, их заказчиков, отрасли экономики, которые рекламировались в газете, а также комплекс финансовых вопросов, связанных с рекламной деятельностью издания. Освещены функции рекламных объявлений, названы учреждения и организации, а также частные лица, которые рекламировали товары и услуги. Ключевые слова: реклама, печатная площадь, заказчики объявлений, функции рекламы, отрасли экономики, товары и услуги.

Weslaw Lukash Matsezhynskii. Advertisement in the "Gazeta L'owska" in 60 - 80-s of 29th c.: contents, character and functions. The article deals with the analysis of publications and announcements contents on the pages of the "Gazeta L'owska" in 60 - 80-s of 29th c. The author defines the character of advertising publications, their customers, economical branches that were advertised in the newspaper. He also defines the complex of financial questions that are connected with advertising activity of that edition. The author elucidates the main functions of advertising publications, private persons who advertised commodities and services.

Key words: advertisement, printing area, customers of the announcements, branch of economy, commodities and services.