

ІСТОРИЧНА РЕГІОНАЛІСТИКА

УДК 94:070.44(477.54)"1869/1917":[336.7:659.1

<http://doi.org/10.5281/zenodo.1476679>

О. М. Янкул

аспірант кафедри історіографії, джерелознавства та археології
історичного факультету Харківського національного університету імені В. Н. КаразінаРЕКЛАМА БАНКІВСЬКИХ, КРЕДИТНИХ І СТРАХОВИХ УСТАНОВ
НА СТОРІНКАХ «ХАРЬКОВСЬКОГО КАЛЕНДАРЯ» (1869–1917 рр.)

Стаття присвячена аналізу рекламної діяльності в галузі фінансів одного з найстаріших харківських періодичних видань XIX – початку XX ст. — «Харьковского календаря». Автор пов'язує успіх видання та його реклами із загальним економічним підйомом Харкова і виникненням у ньому як власних фінансових установ, так і численних філій російських і іноземних банків, кредитних і страхових закладів.

Ключові слова: «Харьковский календарь», реклама, банківські, кредитні і страхові установи.

Статья посвящена анализу рекламной деятельности в области финансов одного из старейших харьковских периодических изданий XIX – начала XX вв. — «Харьковского календаря». Автор связывает успех издания и его рекламы с общим экономическим подъёмом Харькова и возникновением в нём как собственных финансовых учреждений, так и многочисленных филиалов российских и иностранных банков, кредитных и страховых заведений.

Ключевые слова: «Харьковский календарь», реклама, банковские, кредитные и страховые учреждения.

The article analyzes the promotional activities in the field of finance one of the oldest Kharkov periodicals XIX – early XX centuries — «Kharkov calendar». The author links the success of the publication and its advertising with the general economic recovery and the emergence in Kharkov its own financial institutions, and many branches of Russian and foreign banks, credit and insurance institutions.

The author concludes that the «Kharkov Calendar» can be attributed to the number of ancestors of advertising in the sphere of finance, in the main city of the Donetsk-Pridneprovsky economic region. The «Calendar» arose earlier than most other Kharkov periodicals and from the very beginning took one of the first places in the list of influential printed organs not only in the capital of Slobozhanshchina but throughout Ukraine, and the experience of the advertising activities of this publication was borrowed by many other newspapers and magazines of that time, he is of interest in our days.

Keywords: «Kharkov calendar», advertising, banking, credit and insurance institutions.

Постановка проблеми. У другій половині XIX – на початку XX ст. місто Харків переживало період бурхливого економічного підйому. Цей час у літературі не без підстав називають «золотим століттям російського підприємництва» [див.: 10 та ін.]. Паралельно з розвитком нових ринкових відносин удосконалювалася й їхня постійна супутниця – реклама¹. У ній чільне місце займали анонси і оголошення у засобах масової інформації. Серед харківських ЗМІ провідна роль належить таким виданням, як «Южный край», «Харьковские губернские ведомости» і деяким іншим. Особливе місце в книжково-газетній рекламі належить збірнику «Харьковский календарь»². Автор

розглядає питання характеру реклами фінансово-кредитних організацій на сторінках даного видання.

Аналіз актуальних досліджень. Питанням фінансово-страхових закладів Російської імперії другої половини XIX – початку XX ст. присвячено чимало публікацій [див., наприклад: 1 та ін.]. Проте спеціальних робіт по заявленій темі немає.

Мета статті. На основі вивчення всіх випусків «Харьковского календаря» проаналізувати характер і зміст реклами банківських, страхових та кредитних установ.

Виклад основного матеріалу. «Харьковский календарь» являє собою багатомне довідково-статистичне видання³, яке

¹ Слово «реклама» походить від лат. *reclamare*, що означає «кричати».

² Далекими попередниками цього видання слід вважати газети «Харьковский еженедельник» (1812 р.), «Харьковские известия» (1817 р.) та інші видання першої половини XIX ст. Окрім того, «Харьковский

календарь» можна вважати одним з попередників сучасного інформаційного збірника «Харьков. Золотые страницы» (1993-2017).

³ Побачили світ 49 випусків (без попередника – «Памятной книжки Харьковской губернии» (7 випусків)). Слід зазначити, що, незважаючи на зміну ре-

включає матеріали, що стосуються різних сторін життя і розвитку Харківської губернії, а також загальнокорисну інформацію (від календаря пам'ятних дат, пояснення церковного літочислення до такси вагових грошей за посилки). Зміст цього збірника досить строкатий: тут можна знайти відомості про установи, які діяли в Харкові і губернії у другій половині XIX – на початку XX ст., заняття жителів і багато іншого. Збірник був розрахований для щоденного використання. Друкували тут, серед іншого, історичні замітки і статті, які входили в окреме видання – «Харьковский сборник» [9], що був літературним додатком до «Харьковского календаря»⁴.

Особливий інтерес представляє розділ «Объявления» (свого роду, реклама), який друкувався окремим додатком у перші роки видання лише наприкінці збірника, а потім – на початку, в середині і в кінці. Дані додатки мають різне оформлення, а від середини 90-х років XIX ст. їх стали регулярно публікувати на кольоровому папері (червоний, зелений, жовтий, білий, сірий, блакитний та інші), який був щільнішим, аніж звичайні листи «Харьковского календаря».

У розділі рекламували найрізноманітніші товари й послуги: від магазинів одягу до промислових підприємств. Варто відзначити, що оголошення в збірнику могли займати від 30 до 50 сторінок, а іноді й більше⁵.

Від 90-х рр. XIX ст. у виданні з'явилася спеціальна сторінка – зміст для реклами, який допомагав читачеві знайти потрібне оголошення. Це свідчило не тільки про стрімкий розвиток Харкова, але і про формування тут потужної сфери рекламних послуг⁶. Слід зазначити, що нами не виявлено

певної системи в розміщенні реклами. На сторінках видання різні оголошення розташовувалися хаотично. Будь-яких уточнень, спростувань, змін щодо розміщених рекламних матеріалів у попередніх випусках не було.

Серед різноманітних оголошень ми виділили коло фінансово-кредитних послуг. Крім відомостей про банківські, страхові і кредитні організації у змісті «Харьковского календаря» (друкувалися в фінансовому відділі), нерідко зустрічаємо їхні ж назви і в рекламі на сторінках цього видання. Тут розміщували рекламу своїх послуг не тільки окремі підприємства, але й їхні представники, які виступали від імені установи. Аналіз такого роду оголошень дає нам деяку можливість уявити не тільки саму рекламу, але і те, яким було становище фінансової сфери в Харкові в другій половині XIX – початку XX ст., а також визначити, які банки, страхові і кредитні контори мали можливість (і вважали за потрібне) розмістити рекламу своїх послуг на сторінках одного з найбільших інформаційно-статистичних збірників Харківської губернії, України, та й Російської імперії взагалі⁷.

Нижче ми наводимо графік динаміки публікацій рекламних оголошень банківських, страхових і кредитних установ в «Харьковском календаре» за 1869–1917 рр.

Аналіз графіка показує три великих піки рекламних публікацій фінансових установ, які припадають на 1872, 1875 і 1898–1907 рр. Цікаво відзначити, що третій пік публікацій, який охоплює майже десятиліття кінця XIX – початку XX ст., припадає на світову фінансову кризу початку XX ст., російсько-японську війну 1904–1905 рр. і першу російську революцію 1905–1907 рр. Таким чином, бачимо явний зв'язок соціально-економічної і політичної нестабільності з активізацією рекламної діяльності. Очевидно, що у важкі й складні для фінансових структур (і для країни в цілому) часи, правління цих установ приділяли більше уваги рекламній діяльності.

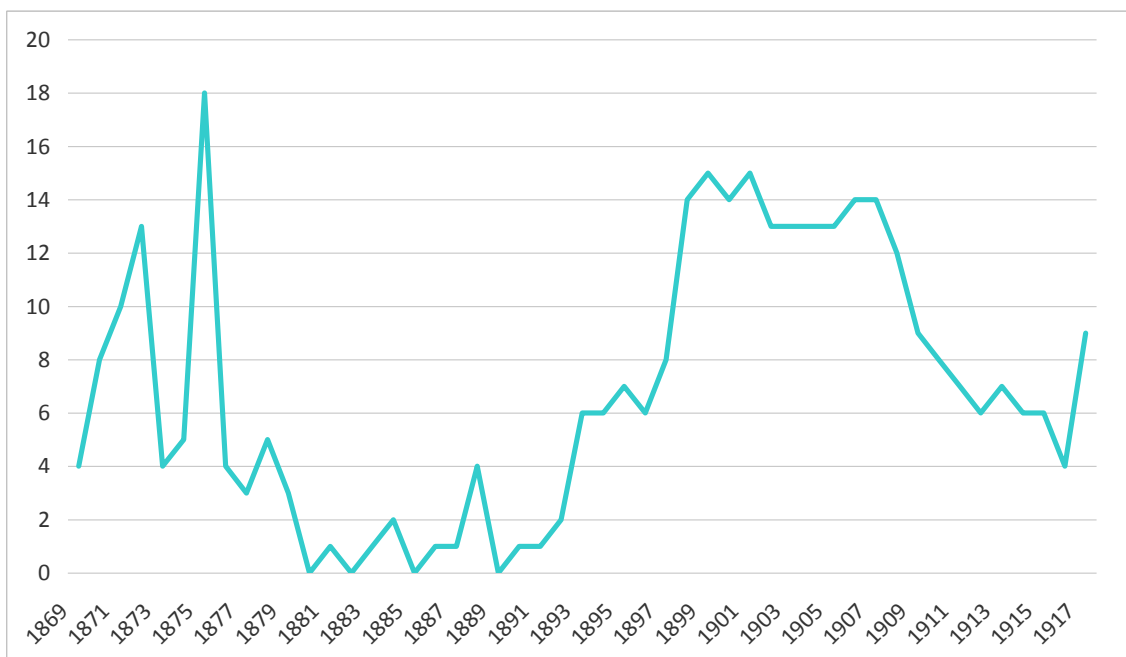
дакторів, друкарень, в яких видавалися випуски, формат видання залишався незмінним. Загальна кількість сторінок в окремих випусках сягала понад 500.

⁴ Всього вийшло 12 номерів «Харьковского сборника».

⁵ Максимальне число рекламних оголошень припадає на 1875 р. (18), а у 1880, 1882, 1889 роках реклами в «Харьковском календаре» не було.

⁶ Відзначимо, що в попереднику «Харьковского календаря» – «Памятной книжке Харьковской губернии» (1862–1868 рр.) реклама не друкувалася взагалі.

⁷ Про популярність видання свідчить той факт, що його передплатниками були не тільки жителі Харківської губернії, а й суміжних, а також столиць.



Графік 1. Динаміка публікацій рекламних оголошень банківських, страхових і кредитних установ в «Харьковском календаре» за 1869–1917 рр.

Реклама в даній сфері включала в себе текстові повідомлення російською мовою. Будь-яка візуалізація оголошень фінансової сфери практично відсутня. Оголошення склалися за певними, загальноприйнятими в той період шаблонами. У тексті вказувалася назва закладу, його адреса (або адреси філій, відділень), коротко описувалася сфера послуг, іноді вказувався зворотний капітал, що повинно було свідчити про солідність і надійність підприємства. Попри наявність загальної схеми, зустрічалися й особливості. До них ми відносимо таку інформацію, як статuti організацій, правила про поточні рахунки та ін.

Серед закладів, які рекламували свою діяльність, переважали харківські. Були також петербурзькі, московські та варшавські. І тільки декілька іноземних, серед яких «Контора Харьковского агентства Триестского общества Ациенда Ассикуатриче» (Австро-Угорщина), «Общество страхования жизни Соединённых Штатов Северной Америки «Эквитебль» (Справедливость)», французьке «Общество страхования жизни «Урбэн» [див., наприклад: 8, 1892 р., 1896 р.] та інші.

У багатьох випадках реклама повторювалася з року в рік (навіть нав'язливо, з метою бути впізнаною), практично не змі-

нюючи своєї форми і змісту. У наш час це явище нечасто зустрічається в рекламній сфері. Рекордсменами в цьому плані можна вважати страхові товариства «Якорь», «Надежда», «Саламандра», «Харьковское общество взаимного кредита», «Харьковский Земельный банк», «Харьковский Городской купеческий банк» [8] та деякі інші. Таким чином, ми можемо зробити висновок, що видання мало коло своїх постійних рекламодавців.

Не вдаючись детально в аналіз текстів повідомлень (це було вже частково проаналізовано нашими попередниками, див.: 2 та ін.). Відзначимо, що, за нашими спостереженнями, реклама була розрахована не тільки на вищі верстви суспільства, а й на середній клас. Деякі з установ, що публікували оголошення, розорилися, змінили власників, стали частиною інших організацій і т. д. У такому випадку, в оголошенні позначався колишній власник, попередня назва та ін. Однак, у фінансовій сфері таких оголошень не було.

Так, прикладом фінансової установи, що збанкрутіла внаслідок кризи на межі XIX – початку XX ст., є «Харьковский Земельный банк», власником якого в цей час був відомий підприємець, купець першої гільдії О. К. Алчевський (1835–1901) [3,

с. 30]. Після його самогубства банк продовжував регулярно друкувати свою рекламу на сторінках «Харьковского календаря», перебуваючи вже в руках інших власників (головою правління став В. П. Рябушинський (1873–1955) [див., наприклад: 8, с. II, 1903 р. та інші].

Видавці «Харьковского календаря» не друкували на його сторінках закликів до розміщення різних анонсів. Не вказувалася і вартість рекламних оголошень. Втім, у випуску за 1896 р. збереглася звістка про ціну за оголошення в ювілейному номері на 1897 р., а також про їхнє оформлення: «...На изящество объявлений будет обращено особое внимание. Выписываются для объявлений специальные шрифты. Объявления будут помещаться перед текстом, внутри книги и в конце её. Цена за страницу на белой бумаге: в конце книги 12 руб., в начале 15 руб.; на цветной бумаге: внутри книги 15 р., в начале 20 р. За ½ страницы вдвое дешевле. Заказавшие объявление на страницу получают Календарь со всеми приложениями бесплатно» [8, с. 34, 1896 р.]. Таким чином, розмістити рекламу на сторінках «Харьковского календаря» було не дешево, оскільки вартість самого видання становила на 1896 р. 1 руб. 80 коп. Отже, надрукувати своє оголошення у збірнику могли дозволити собі установи (або їх представники) з досить високим рівнем капіталу. У зв'язку з цим, у деяких випадках на одній сторінці могли друкувати до 3-х рекламних оголошень.

У виданні ще відсутня обов'язкова для нашого часу примітка про те, що видавництво не несе відповідальності за інформацію в оголошеннях. Так, наприклад, в «Харьковском календаре» розміщував рекламу свого банкірського дому петербурзький фінансист Генріх Блокк (1860–1906). Однак, на початку ХХ ст. Особлива канцелярія з кредитної частини заборонила йому публікувати оголошення своєї установи, оскільки отримала про нього несприятливі відомості з цензури [1, с. 4]. Проте банкір все-таки давав свої непримітні оголошення, в яких не вказувалася сфера послуг, у якій він пра-

цював, а був простий напис: «Генрих Блокк» [8, с. VIII, 1899 р.].

Тексти оголошень написані, як правило, сухою, офіційною мовою і не містять жодної додаткової інформації. Із зовнішніх атрибутів реклами зустрічалися лише вигадливі шрифти, віньетки, художні рамки і помітне розташування текстів. Розробники не вказувалися. За нашими спостереженнями, оголошення оформлювали одні й ті ж працівники друкарні. Про це свідчать схожі прийоми подачі матеріалу.

«Харьковский календарь» – цінне джерело не тільки з історії рекламної справи, а й з історії розвитку фінансової сфери в Харкові. Особливе значення має публікація на його сторінках докладних звітів про діяльність протягом того чи іншого року деяких банків і страхових товариств. На жаль, далеко не всі такі установи надавали інформацію, та й ті, які оприлюднювали свої звіти («Харьковский Городской общественный банк», «Харьковский Торговый банк» та інші), до середини 90-х рр. ХІХ ст. припинили подібну практику. На нашу думку, причин цього було декілька. І серед них не тільки подорожчання реклами, але й погіршення становища в усій фінансовій сфері Російської імперії наприкінці ХІХ ст.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Підводячи підсумок нашої роботи, ми можемо зробити висновки про те, що «Харьковский календарь» може бути віднесений до числа родоначальників реклами у сфері фінансів у головному місті Донецько-Придніпровського економічного регіону – Харкові. «Календарь» виник раніше, ніж більшість інших харківських періодичних видань і з самого початку зайняв одне з перших місць у списку впливових друкованих органів не тільки столиці Слобожанщини, а й усієї Наддніпрянської України, а досвід рекламної діяльності цього видання був запозичений багатьма іншими газетами і журналами того часу. Представляє він інтерес і в наші дні. Подальший науковий пошук у даному напрямку дозволить зіставити характер різних видань у рекламі фінансово-кредитних послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ананьич Б. В. *Банкирские дома в России 1860–1914 гг. Очерки истории частного предпринимательства* / Б. В. Ананьич. — Л.: Наука, 1991. — 198 с.

1. Ананьич Б. В. *Банкирские дома в России 1860–1914 гг. Очерки истории частного предпринимательства* / Б. В. Ананьич. — Л.: Наука, 1991. — 198 с.

2. Булах Т. Д. Історія реклами у видавничій справі [Електронний ресурс] / Т. Д. Булах. — Режим доступу: http://eprints.rclis.org/19203/1/istoria_reklamy.pdf
3. Історія міста Харків ХХ століття / А. Н. Ярмыш, С. І. Посохов, А. І. Епштейн і др. — Х.: Фолио; Золоті сторінки, 2004. — 686 с.
4. Лазанська Т. І. Торговельні діми України на рубежі двох століть (1892–1914 рр.) / Т. І. Лазанська // Проблеми історії України (XIX – початку ХХ ст.) — 2001. — Вип. 2. — С. 24-41.
5. Міщенко В. І., Корогод Г. І. Становлення і розвиток кредитно-фінансової системи на Сумщині (XIX – поч. ХХ ст.) / В. І. Міщенко, Г. І. Корогод. — Суми: Слобожанщина, 1999. — 75 с.
6. Памятная книжка Харьковской губернии. — Х., 1862–1867.
7. Харьков. Золотые страницы. — Х., 1993–2017.
8. Харьковский календарь на 1869–1917 гг. — Х., 1868–1917.
9. Харьковский сборник. 1887–1898. — Х., 1887–1898.
10. Эпштейн А. И., Куделко С. М. Бизнес вчера и сегодня / А. И. Эпштейн, С. М. Куделко // Третье сословие: предпринимательство в Харьковском регионе. — Х., 1995. — С. 5-15.

REFERENCES:

1. Anan'ich B. V. Bankirskie doma v Rossii 1860–1914 gg. Ocherki istorii chastnogo predprinimatel'stva / B. V. Anan'ich. — L.: Nauka, 1991. — 198 s.
2. Bulah T. D. Istorija reklami u vidavnicij spravi [Jelektronnyj resurs] / T. D. Bulah. — Rezhim dostupa: http://eprints.rclis.org/19203/1/istoria_reklamy.pdf
3. Istorija goroda Har'kova XX stoletija / A. N. Jarmysh, S. I. Posohov, A. I. Jepshtejn i dr. — H.: Folio; Zolotye stranicy, 2004. — 686 s.
4. Lazans'ka T. I. Torgovel'ni domi Ukraini na rubezhi dvoh stolit' (1892–1914 rr.) / T. I. Lazans'ka // Problemi istorii Ukraini (XIX – pochatku XX st.) — 2001. — Vip. 2. — S. 24-41.
5. Mishhenko V. I., Korogod G. I. Stanovlennja i rozvitok kreditno-finansovoi sistemi na Sumshhini (XIX – poch. XX st.) / V. I. Mishhenko, G. I. Korogod. — Sumi: Slobozhanshhina, 1999. — 75 s.
6. Pamjatnaja knizhka Har'kovskoj gubernii. — H., 1862–1867.
7. Har'kov. Zolotye stranicy. — H., 1993–2017.
8. Har'kovskij kalendar' na 1869–1917 gg. — H., 1868–1917.
9. Har'kovskij sbornik. 1887–1898. — H., 1887–1898.
10. Jepshtejn A. I., Kudelko S. M. Biznes vchera i segodnja / A. I. Jepshtejn, S. M. Kudelko // Tret'e soslovie: predprinimatel'stvo v Har'kovskom regione. — H., 1995. — S. 5-15.