

# Реклама по-рівненськи в давнину: ліпиш на стовп чи стіну – можеш опинитися в каталажці

Її називають нав'язливою, нековирною, набридливою, агресивною, іноді – неправдивою і маніпулятивною... Рекламу нині всюди. І як без неї обходилися якихось 100 років тому?

Утім, виявляється, що й тоді реклами було чимало. Щоправда, вимоги до її розміщення були суворіші.

Розглядаючи світлини Рівного початку ХХ століття, міжвоєнного періоду, бачимо на будівлях різноманітні вивіски – і з назвами закладів, і закличні, з рекламою товарів чи послуг. Однак такого засилля реклами, як нині, усе ж таки не було. І вулиці міста, попри дуже щільне розміщення усіляких контор, салонів, торгових закладів тощо не виглядали захараще-

туару, як це полюбляють робити нині, було суворо заборонено під загрозою штрафу.

Навіть під час проведення Великих Торгів Волинських у 1930-х роках правила розміщення реклами були непорушними. Приміром, виставляти товар чи стенди з рекламою можна було виключно в межах, відведених для торгових площ і виставкових павільйонів. Не дозволялося також «тулити» до фасадів будинків ганки і дахи над входами, прибудовувати додаткові приміщення, як це робиться повсюдно нині. Такі дії вважалися самоправством і їх виконавців карали штрафами. Поліція складала акт з вимогою розібрати самобуд. Згідно із законом «Про тимчасове врегулювання комунальних фінансів», за рекламу і вивіски їхні власники сплачували комунальний податок до місцевої казни. За несвоєчасну сплату з боржників стягували штраф у розмірі одного

На першому поверсі багато різних закладів, але фасад будинку не спотворено. Нині будинок, що знаходився під мостом, не існує.



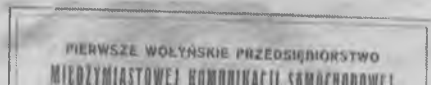
Вулиця Шосова, поч. ХХ ст.



був журнал «Tygodnik illustrowany – Przyjaciel Ludu» (буквально – «Ілюстрований тижневик – друг народу»). У ньому, окрім художніх творів, рекламували листівки, краєзнавчі альбоми, туристичні карти, розклади руху потягів, словники і розмовники, історичні оповідання, дослідження тощо. Не обійшлося без реклами і перше туристичне видання нашого краю «Ілюстрований путів-

на торгівля», «Центробанк». А для більш ефективного просування продукції кооператори активно викупували рекламні площі в місцевій пресі.

Утім, здебільшого сторінки місцевих газет ряботіли оголошеннями про товари і послуги дрібних магазинів, контор, майстерень і ремісників. Закликали придбати продовольчі й так звані колоніальні товари – борошно, сіль, каву,



Хто і коли почепив першу ви-віску-оголошення про товар чи послугу в Рівному, нині сказати складно. Але з тих пір крамама, поступово вдосконалюючись, стала постійною супутницею нашого життя. Від тих часів, коли крамарі голосно вигукували закличні приповідки і хапали за поли перехожих, затуляючи до своїх крамниць, до сучасних цивілізованих способів рекламування минули століття. Втім, з огляду на те, у що перетворила реклама вулиці Рівного, на цивілізований підхід це схоже мало.

Стрімко увійшовши в наше життя на початку 90-х, реклама нині відвоює дедалі більше інформаційного простору не лише в сучасних гаджетах, а й, обвівши стіни будинків, паркани, стовпи, навіть сміттєві урни. Нині Рівне (особливо його центр) задихається від рекламних вивісок. Місто виглядає брудним і неохайним. На противагу цьому як милують око фотографії чистого і світлого міста 1950-1960-х років!

**Вивіскам і рекламі – чітко визначене місце.**

Інформаційні тумби в місті у 1930-і роки.



ними. Можливо тому, що міська влада не пускала процес рекламування на самоплив і дбала про «благопристойний» вигляд міста. Міська дума у 1900 році вирішила, що власники будівель, магазинів, контор, чиї фасади виходять на центральні вулиці і площі, повинні утримувати в чистоті й охайності не лише прилеглі території, а й фасади будинків. А в 1902 році зобов'язала таких власників вивішувати на фасадах будівель таблички з прізвищами власників і назвами закладів.

Цієї норми притримувалася й прийдешня польська влада. Магістрат не спускав з ока розміщення різноманітних вивісок. Наприклад, вивіски з назвою закладу можна було розміщувати виключно над входом у сам заклад. Вивіски повинні були мати певний розмір і не заступати за межі закладу. Перелік товарів чи послуг можна було оприлюднювати на рекламному оголошенні у вітрині закладу чи за склом вхідних дверей. А от заліплювати рекламними щитами фасади будівель чи встановлювати такі рекламні стенди посеред тро-



Реклама автопослуг в «Ілюстрованому путівнику по Волині» (1929 рік) М. Орловича.

відсотка заборгованості за кожен місяць.

На вулицях Рівного було встановлено спеціальні тумби для розміщення оголошень, афіш тощо. Дотримання порядку контролювала поліція. За обклеювання парканів, стовпів чи стін будинків оголошеннями – штраф, а можна було й на кілька діб у каталажку потрапити.

**Газети – основні носії реклами.**

На початку ХХ століття і в міжвоєнний період основним рекламним майданчиком були газетні шпальти. У розміщенні реклами були зацікавлені як рекламодавці, бо це приводило до них нових клієнтів, так і редакції, бо це давало їм суттєвий додатковий дохід. Окрім газет для масового читача, виходили й спеціальні видання.

Приміром, туристичні ілюстровані тижневики, путівники, які рекламували туристичні послуги і місця відпочинку. Зокрема, одним із найстаріших на ті часи таким виданням (заснованим у 1859 році)

«Ілюстрований путівник по Волині» (1929 рік) польського мандрівника, краєзнавця і дослідника Мечислава Орловича. Там вміщується, зокрема, реклама автомобілів для подорожей і супутніх товарів і послуг.

Для просування продукції власного виробництва засновували власні газети й великі підприємства. Найбільш відомим таким виданням міжвоєнної Волині була газета базальтового видобувного комплексу «Державні каменоломні в Яновій Долині», яка так і називалася «Янова Долина».

Як відомо, нині це село Базаль-

тове в Костопільському районі. Мали свої рекламні видання й українські кооперативи – «Центросоюз», «Маслосоюз», «Народ-

ство» в Костопільському районі. Мали свої рекламні видання й українські кооперативи – «Центросоюз», «Маслосоюз», «Народ-

ство» в Костопільському районі. Мали свої рекламні видання й українські кооперативи – «Центросоюз», «Маслосоюз», «Народ-

ство» в Костопільському районі. Мали свої рекламні видання й українські кооперативи – «Центросоюз», «Маслосоюз», «Народ-



Перша шпальта одного з номерів «Волинського слова».

приправи, алкоголь. Пропонували свої послуги кравчині та білошвейки, годинникарі, ювеліри, фотографи, власники готелів і ресторанів. Не пасли задніх і виробники сільськогосподарських машин і знарядь, будівельних матеріалів. Оголошували про продаж вугілля і дров, закликали звертатися до них виробники усіляких господарських дрібничок. Рекламувалися місцеві друкарі, продавці книг і газет. Навипередки пропонували свої послуги лікарі.

Завжди знаходилося місце в періодиці для оголошень про проведеної благодійних балів, вечірок, розважальних заходів, концертів, циркових програм. Радянська влада завдала нищівного удару по рекламі, бо, власне, рекламувати було нічого. Хоча рівняни старшого покоління ще, певно, пам'ятають рекламу на дахах колишнього готелю «Ровно» і будинку, де був ресторан «Україна» на Театральній площі. Одна заклика зберігати гроші в Ощадкасі, інша – літати літаками Аерофлоту. Начебто можна було літати якимись іншими. Сучасна реклама, схоже, взяла реванш за радянські часи, заповнивши все навколо.

У публікації використано вирізки з газет «Wiadomosci Wolynskie» («Волинські відомості»), «Echo Wolynskie» («Відлуння Волинське»), «Echo Rowiense» («Відлуння Ровенське»), «Волинское слово», «Діло», «Ілюстрований путівник по Волині» (1929 рік), матеріали з фондів ДАРО, ДАВО.

**Світлана КАЛЬКО**