

Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми : матеріали Дев'ятої всеукр. наук.-практ. конф. (Суми, 5—6 червня 2013 р.) / уклад.: О. Г. Ткаченко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – 116 с.

Journalism Education in Sumy Region: gains and challenges : materials of the Eighth Ukrainian Scientific and Practical Conference (Sumy, 5—6 June 2013) / compiled by O. Tkachenko. — Sumy : Sumy State University, 2013. — 116 p.

Ковальов О \*,  
група РК-22

#### ОСОБЛИВОСТІ ГАЗЕТНОЇ РЕКЛАМИ КІНЦЯ ХІХ СТ. (НА ПРИКЛАДІ «ГАЗЕТИ ГАТЦУКА»)

*У статті розглянуті особливості газетної реклами кінця ХІХ ст. на прикладі одного з видань того часу. Визначені види товарів та послуг, що рекламуються найчастіше. Особливу увагу приділено аналізу змісту заголовків та рекламних слоганів.*

*\* Науковий керівник – Яненко Я. В., канд. соц. наук.*

**Ключові слова:** *видавець, газета, заголовок, оголошення, реклама, рекламодавець, слоган.*

*The features of newspaper advertising at the end of the XIX century on the example of one of the publications of that time are considered in the article. The types of products and services advertised more frequently are defined. Particular attention is paid to the analyzing of the content of titles and slogans.*

**Key words:** *publisher, newspaper, title, ad, advertisement, advertiser, slogan*

Актуальність роботи зумовлена значним поширенням реклами в газетах та журналах, що привертає увагу дослідників не тільки до сучасної реклами, але й до історії розвитку реклами у газетно-журнальних виданнях.

У сучасних газетах та журналах аудиторію перш за все приваблюють глянцеві обкладинки, цікаві заголовки, яскраві ілюстрації. Але вдосконалення періодики відбувалося не одразу, а протягом багатьох років. Важливим для розуміння цієї проблеми є вивчення вітчизняних газет кінця XIX ст.

Ще одна мотивація до написання даної роботи – прагнення дізнатися більше про своїх предків та історію тогочасного життя в цілому. Влітку 2012 р. мною було знайдено старовинну підшивку газети з назвою «Газета політично-літературна, художня і ремісничка О. Гатцука» (далі – «Газета Гатцука»). Ця знахідка стала неочікуваною, адже про існування такого «скарбу» майже ніхто не здогадувався. Лише бабуса, Серафима Миколаївна Ковальова, згадувала про них, але вже як про втрачену цінність. Отже, на мене покладено велику відповідальність, справа йдеться про сімейну реліквію, яка потрапила до моїх рук від прадідів і забувати про неї не варто.

Мета дослідження – на прикладі одного з видань кінця XIX ст. показати, який вигляд мала газетна реклама тих часів. Для досягнення мети необхідно було розв'язати наступні завдання: зробити загальну характеристику досліджуваної газети; визначити, де саме розміщувалася реклама у газеті (на суто рекламних сторінках чи на інформативних); з'ясувати, чи є «замовні» рекламні статті; визначити види товарів та послуг, що рекламувалися найчастіше; проаналізувати зміст заголовків та слоганів; дослідити, яка фірма рекламувалася найбільш активно.

Основний метод дослідження – контент-аналіз рекламних звернень. Також використовувалися порівняльно-історичний та описовий методи.

Отже, «Газета Гатцука» – щотижнева газета, що видавалася в Москві з 1875 по 1890 р. Видавцем-редактором був О. О. Гатцук – відомий археолог, публіцист і письменник. Ця газета складалася з таких розділів: огляд подій, «толки» газет, проза та поезія, подорожі, московські міські новини, технічні та господарські замітки. Огляд подій складався з огляду політичних новин з різних країн. Новини охоплювали практично всі сфери: новини імператорського двору, урядові розпорядження, пожалування, призначення, звільнення, фінанси, торгівля, освіта, залізниця, пожежі, аварії. Уся інформація друкувалася на листках формату А4, яких в одному номері було від 20 до 25.

«Толки» газет – дайджест цікавих статей з Санкт-Петербурзької і Московської преси. Літературні твори «Газети Гатцука» складаються в основному з творчості маловідомих або забутих нині авторів, таких як Шклярєвський, Писемський, Алмазов. Видання публікувало також різноманітні повідомлення зі світу науки, техніки, сільського господарства.

В цілому, газета віддзеркалювала різнобічні інтереси свого видавця – О. Гатцука. У кожному номері, який виходив щотижня, на останній сторінці були розміщені рекламні оголошення, тож споживач вже знав, де саме в газеті шукати

інформацію про новинки, побутові товари тощо. Для більш детального аналізу рекламних оголошень у газеті О. Гатцука було обрано підшивку видань за 1881 р., яка складається з 21 номеру цієї газети. Саме вона була знайдена мною та є сімейною реліквією.

У ході дослідження було проаналізовано та опрацьовано зміст 123 рекламних звернень. Розміщувалися оголошення різного розміру, але загалом перевага надавалась малоформатній рекламі.

У той час активно використовувалися різноманітні рекламні прийоми на кшталт акцій, розпродажів, суттєвих знижок. У одному з проаналізованих рекламних звернень використовується мотив економії («на 75% нижче») та мотив гарантії («гарантується на 25 років»).

Активно рекламуються лікарські препарати. Реклама тогочасного бренду «Гальманін» зустрічається майже в кожному номері та вказує на усі можливі місця продажу препарату («продається в аптеках, а також у великих містах Європи та всіх містах Імперії»), та чітку ціну різних пропорцій («Велика коробка коштує у Варшаві 50 коп., менша – 30 коп.»). Також не можна обійти увагою застереження щодо підробок лікарського засобу. Автор статті В. Карпінській (магістр фармації) наголошує, що покупець повинен бути максимально уважним та вимагати при покупці пояснення щодо вживання ліків та медалі Паризької виставки.

Цікавим фактом є те, що рекламі книг приділяли не менше уваги, ніж іншим товарам. Приблизно 35% від обсягу усієї реклами, яка розміщена в «Газеті Гатцука», займає реклама книг, що не характерно для сучасних видань.

На сторінках газети «Гатцука» є соціальна реклама («До уваги благодійників»), у якій детально описано проблему, що потребує нагального вирішення. Відповідно стаття має великий обсяг та надрукована дрібним шрифтом, що не є ефективним, оскільки текст у порівнянні з іншими рекламними зверненнями гірше сприймається споживачем.

Незвичне явище для сучасного читача – реклама, яку розвернуто на 90° відносно сторінки. Таке звернення менш зручне для сприйняття покупцем, але завдяки значній повторюваності у «Газеті Гатцука», ця реклама запам'ятовується та несе в собі функцію нагадування про бренд.

Опрацьовані рекламні оголошення майже не містять ілюстрацій. Серед 21 досліджених номерів газети, лише в одному виявлено рекламу з зображенням продукції. Це графічне зображення рекламованого товару, а не фотографія, що відображає становище друкарських технологій тих часів.

У результаті дослідження визначено види товарів та послуг, що рекламуються найчастіше (книги – 35% від усієї проаналізованої кількості оголошень, лікарські препарати – 30%).

Газетна реклама наприкінці XIX ст. користувалася великим успіхом, адже газети у той час були головним засобом масової інформації. Оголошення в газеті, тираж якої перевищував 5000 екземплярів, могло принести фірмі нових клієнтів і збільшити прибуток. Настільки велика популярність оголошень підштовхувала видавців газет до збільшення місця під рекламу, що привело до того, що на початку XX ст. газети стали віддавати до половини свого обсягу під рекламу. Схожі тенденції спостерігаються і в наш час.

Висновки. Здійснивши контент-аналіз рекламних оголошень, що друкувалися у газеті О. Гатцука, можна визначити їх наступні особливості:

- рекламні оголошення розміщувалися на останній сторінці кожного номеру газети;
- переважали оголошення малого формату;
- деякі рекламні звернення друкувалися розвернуті на 90° відносно сторінки;

- найактивніше рекламували книги та лікарські препарати;
- оголошення, які містили велику кількість тексту, друкувалися дрібним шрифтом, тому можна припустити, що реклама того часу була менш нав'язливою, ніж сучасна;
- дуже рідко зустрічається соціальна реклама;
- у рекламних оголошеннях майже не використовуються ілюстрації.

Варто також відзначити, що саме в той час зародилася популярна на сьогоднішній день професія – фахівець з газетної реклами.