

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО ЕКАТЕРИНОДАРА НАЧАЛА XX в.

Статья посвящена становлению города Екатеринодара как экономического и торгового центра Кубанской области. На основе фактического материала, представленного разными источниками, выявлены проблемы, возникшие в Екатеринодаре на пути создания городского рекламного пространства. Рассмотрены меры, предпринимаемые екатеринодарскими властями по организации цивилизованного рынка городской наружной рекламы начала XX в.

Ключевые слова: рекламные объекты; наружная реклама; афишные тумбы; световая реклама; вывески; афиши.

Изучение проблемы борьбы с наружной рекламой в начале XX в. делает данную тему особенно актуальной, так как современный мегаполис трудно представить без наружной рекламы. Именно она влияет на архитектурный облик современного Краснодара. Поэтому городские власти начали вырабатывать новые стандарты единого архитектурного облика южной столицы. Реализация этого проекта уже сейчас позволяет сказать, что территория нашего города превращается в цивилизованное городское пространство. Однако борьба с наружной рекламой – дело не новое. Еще в середине XIX в. большие города Европы заболели «кожной болезнью» – дома и заборы были обклеены рекламной продукцией. Чтобы противостоять рекламному стихийному бедствию владелец типографии Эрнст Литфасс в Берлине в 1885 г. попросил разрешения у полиции установить для размещения афиш 150 тумб. В нашей стране алогичные рекламные конструкции появились впервые в начале XX в. После участия России во Всемирной выставке в Париже на Невском проспекте в 1900 г. в Петербурге установили афишные тумбы с купольным завершением. Они были копией тумб, стоявших на улицах Парижа.

Только вот екатеринодарцам в середине XIX в. нечего было рекламировать. Положение изменилось после того, как в 1867 г. Екатеринодар получил статус гражданского города. Экономическому освоению Кубанской области, развитию торговли способствовало открытие паромного движения по Кубани, затем присоединение его к сети русских железных дорог. К началу XX в. Екатеринодар утратил облик сельского поселения. Город разрастался, появились канализация и водопровод, электричество, трамвай, телефон. Екатеринодар превратился в областной центр. Возникли крупные предприятия, солидные банки, магазины, лавочки, гостиницы, которым необходимо было рекламировать свою деятельность и товары. Исследователь рекламы Л.Г. Березовая пишет, что именно урбанизация жизни привела к формированию новой визуальной среды. «Градостроительный бум конца XIX в. создал условия для формирования рекламной среды внутри и вне помещений» [1. С. 203].

В конце XIX в., чтобы город не перегружался рекламной продукцией, обязательным элементом екатеринодарского пейзажа стали афишные столбы. Плакаты и афиши – рекламные носители, которые перед другой печатной рекламной продукцией имели ряд преимуществ: 1) тиражность; 2) в силу своего размера привлекали внимание; 3) содержательная лаконичность; 4) возможность разместить как в интерьере, так

и в экстерьере. Когда столбы впервые появились в Екатеринодаре, установить не удалось. Известно, что принадлежали они городу и находились в распоряжении Городской Управы. 30 апреля 1897 г. Городская дума Екатеринодара и начальник Кубанской области приняли обязательное постановление о размещении рекламы на улицах города. В городе запрещалось расклеивать афиши, объявления и всякого рода публикации к домам, заборам, телеграфным, телефонным и иным столбам. Лица, которые имели потребность в распространении таких публикаций, могли пользоваться специально для этого устроенными и поставленными в различных местах города столбами с поворотными и неподвижными досками. Для этого необходимо было заключить договор с Городской Управой и арендатором столбов. Это постановление не распространялось на объявления, которые выставляли домовладельцы или квартиронаниматели на своих домах [2. С. 42]. Ответственность за рекламный материал, размещавшийся на столбах, несли арендаторы этих приспособлений. Вся несанкционированная расклейка должна была уничтожаться.

В марте 1900 г. новым головой города Екатеринодара стал Г.С. Чистяков. К этому времени городские столбы уже приносили в казну города неплохой доход в размере 625 рублей. 1 августа 1900 г. истек срок договора с предыдущим арендатором. Голова города Гавриил Степанович внес в Городскую думу предложение: сдать афишные столбы в аренду на новый срок с торгов, на условиях, которые выработает Городская управа совместно с Бюджетной комиссией. Это предложение Управой было принято.

Преимущество объявления на рекламных столбах и тумбах заключалось в том, что они располагались на границе проезжей части и тротуара, а значит, максимально близко к аудитории: в зоне видимости пешеходов и пассажиров транспорта. Когда Екатеринодар, как и столичные города, обзавелся афишными тумбами, их тоже стали сдавать в аренду с торгов. Это подтверждает тот факт, что когда в 1908 г. у очередного нанимателя афишных тумб – И.М. Шнипа – заканчивался срок аренды, он обратился с просьбой в Городскую управу: оставить право аренды за ним, т.е. не назначать торгов. «Управа не должна уважать такую незаконную просьбу, а должна непременно назначить торги». Иосифу Михайловичу ставили в вину, что содержание афишных вертушек было весьма неопрятным и они являлись не украшением города, а напротив, «выглядели какими-то Донкихотскими мельницами» [3. С. 3]. 15 октября 1908 г. в 11 часов

дня в помещении Екатеринодарской городской управы были объявлены торги на аренду имеющихся и на постройку новых деревянных афишных тумб. Торги начинались со 180 рублей за тумбу [4. С. 3]. И уже 17 октября 1908 г. в газете «Новая заря» появилось сообщение, что Городской управой отдана в подряд постройка деревянных афишных тумб, которые должны были быть готовы к апрелю. В городе должно было появиться 23 тумбы: 12 больших и 11 малых [5].

Поскольку сдача рекламных мест была городу выгодна, Екатеринодарская городская управа выделила и потратила одну тысячу рублей в 1909 г. на постройку и ремонт тумб-вертушек [6. С. 307, 308].

С арендаторами афишных тумб, которые неисправно вносили деньги, на следующий срок договор могли и не заключить. А по поводу недостачи в бюджет города проводили разбирательство. Так, в связи с недоимками арендаторов Анохиных, член Екатеринодарской городской управы Яков Онисимович Верещаки, екатеринодарскому городскому голове дал объяснение: «На протокол контрольной комиссии от 22 февраля 1911 г. о неисправном внесении арендатором городских афишных тумб Анохиным, причитающихся с него платежей, имею честь объяснить, что неисправность произошла вследствие моего выезда в Петербург. Возвратясь из командировки, я пригласил Анохина в управу и предложил внести все платежи, что им и исполнено» [7. С. 45].

В 1912 г. доход от столбов и киосков для расклейки афиш Екатеринодарской городской думой был определен в 3 500 рублей. На 1 января 1913 г. вся сумма была собрана в полном объеме [8. С. 14, 15]. На следующий год доход от столбов и киосков для расклейки афиш Городской Думой опять был определен в 3 500 рублей. На 1 января 1914 г. сумма сборов составила 3 500 рублей и 02 копейки [9. С. 16, 17]. С каждым годом эта статья городского дохода начинала приносить все большую прибыль.

В начале прошлого века продажа рекламной площади также стала доходной статьей города. Только от рекламы на вывесках над кондитерскими городские власти в 1912 г. предполагали получить доход в 300 рублей. На 1 января 1913 г. бюджет города получил больше планировавшейся суммы – 477 руб. 83 коп. Прибыль произошла за счет устройства новых навесов [8. С. 18, 19].

В 80-е гг. XIX в. в столичных городах России появились световые вывески. В начале XX в. этот вид рекламы пришел и в Екатеринодар. В Государственном архиве Краснодарского края сохранилось прошение Исаака Михайловича Эньянского от 21 января 1908 г. на имя начальника Кубанской области, в котором излагалась просьба о возможности осуществлять в Екатеринодаре демонстрацию световой рекламы на

полотняном экране размером 5 на 5 аршин [10. Л. 3]. Для этого Эньянкову Екатеринодарская городская управа выделила место на углу Соборной и Красной улиц.

Экран, демонстрировавший световую рекламу, был установлен в сторону гуляющей публики, которой особенно много было по вечерам. Люди останавливались, смотрели на это, как на новый вид развлечения, читали объявления [11]. Уже через несколько лет световая реклама стала практически делом обычным. В 1911 г. «Кубанский курьер» предлагал воспользоваться услугами световой рекламы всем жителям Кубанской области: «Тысячи людей прочтут ваше рекламное объявление, если вы его поместите в Световой рекламе в Екатеринодарском Городском саду».

Пока световая реклама была новинкой, на первых порах она воспринималась как своеобразное развлечение. Но с течением времени с уличным видом этой рекламы дела стали обстоять сложнее. К таким выводам мы приходим из следующих фактов. Н.Я. Ткачев на 1911 г. арендовал киоски светящихся реклам на улицах города за 150 рублей. По истечении срока годовая сумма аренды городу была им выплачена полностью [12. С. 326].

На последующие три года (до 1 июля 1914 г.) Ткачев опять заключает договор аренды данных киосков на сумму 300 рублей. В январе и феврале 1912 г. им были внесены платежи по 50 рублей, а в апреле поступило заявление, что он отказывается от аренды. В отчете Екатеринодарской городской управы за 1912 г. говорилось, что статья доходов от аренды киосков под световую рекламу дает недобор, так как никто не захотел их арендовать. Недоимки города составили 200 рублей [7. С. 16–17].

Это подтверждает и статья анонимного автора, появившаяся в апреле 1912 г. в одной из Кубанских газет: «По-видимому, в Екатеринодаре плохо прививаются американские способы уличной рекламы. Так случилось со светящимися киосками-транспарантами, загромодившими углы Красной улицы. Первый предприниматель, построивший их на свой счет, прогорел и сбежал куда-то, оставив киоски в собственность городу. Кажется, этих двух «горьких опытов» достаточно, чтобы теперь управа никому уже не сдавала означенные киоски и вместо того снесла их долой» [13].

Несмотря на все сложности, в начале XX в. реклама хорошо вписалась в ландшафт и архитектуру города Екатеринодара, стала его неотъемлемой частью, приносила неплохой доход в бюджет. Городские власти и 100 лет назад, и сейчас хотят организовать цивилизованный рынок наружной рекламы, так как именно она является компонентом, формирующим городскую среду.

ЛИТЕРАТУРА

1. Березовая Л.Г. История мировой рекламы, или Старинные рецепты изготовления «бесплатного сыра»: учеб. пособие. М.: Изд-во Ипполитова, 2008.
2. Сборник обязательных постановлений Екатеринодарской городской думы. Екатеринодар, 1909.
3. Новая заря. 1908. № 599. 10 окт.
4. Новая заря. 1908. № 598. 9 окт.
5. Новая заря. 1908. № 605. 17 окт.

6. Отчет Екатериновской городской управы за 1909 год. Екатеринов, 1911.
7. Протоколы и замечания контрольной комиссии Екатериновского городского управления и объяснения на них общественных учреждений и должностных лиц. Екатеринов, 1911.
8. Отчет Екатериновской городской управы за 1912 год. Екатеринов, 1913.
9. Отчет Екатериновской городской управы за 1913 год.
10. Кубанский курьер. 1909. № 186.
11. Государственный архив Краснодарского края. Ф. 454. Оп. 1. Д. 5989.
12. Новая заря. 1908. № 648. 10 дек.
13. Финансовый отчет Екатериновской городской управы за 1911 год. Екатеринов, 1912.

Статья представлена научной редакцией «История» 4 мая 2017 г.

PROMOTIONAL INFORMATION SPACE OF EKATERINODAR IN THE BEGINNING OF THE 20TH CENTURY

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2017, 421, 72–74.

DOI: 10.17223/15617793/421/10

Karolina N. Anbinder, Krasnodar College of the Humanities and Technology (Krasnodar, Russian Federation); Armavir State Pedagogical University (Armavir, Russian Federation). E-mail: anbinder71@mail.ru

Keywords: advertising objects; outdoor advertising; billboards; illuminated advertising; signboards; posters.

The purpose of the article is to study the development of outdoor advertisement in Ekaterinodar in the early twentieth century, which makes the subject even more topical taking into account the fact that a modern megalopolis is hard to imagine without advertising at all. Different sources were used while writing this article. The most important and valuable of them were the local newspapers *Novaya Zarya* [New Dawn], *Kubanskiy Kurier* [Kuban Courier] that reflected the process of advertisement development. The other group of sources was represented by the records and reports of Ekaterinodar administration. The use of those reports allowed to follow the local authorities' advertisement policy. In European cities poster pillars appeared as early as the mid-1850s. These advertising constructions first came to our country in the early 20th century. Ekaterinodar lost its rural look only by the beginning of the 20th century, as it became a regional center. For the city not to be overloaded with advertising products, poster pillars were introduced and became a compulsory detail of Ekaterinodar landscape of that time. It was strictly prohibited to glue posters, announcements and other sorts of printed products on the houses, fences, telegraph posts. Those persons who needed to place their advertisement were to enter into a contract with the city administration. Unauthorized advertisement was to be eliminated. In the early 20th century there were poster stands that were widely spread in Ekaterinodar and were leased as well. Leaseholders who did not pay regularly to the city budget could not count on the extension of the lease term. In the beginning of the 20th century the sale of advertising space became a revenue item of Ekaterinodar. The city's administration supposed to receive 300 rubles leasing the space on the signboards over the confectioneries, but in fact they earned 477 rubles 83 copecks. In the 1880s there appeared light signs in the largest cities of the Russian Empire. Some of them could be observed in the early 20th century in Ekaterinodar. The screen that showed light ads was set up in the center of the city. Some years later this sort of advertising became quite ordinary. In 1911, the newspaper *Kubanskiy Kurier* offered all the dwellers of the Kuban region to make use of the light ads service. In the early 20th century advertising became an integral part of the landscape and architecture of Ekaterinodar, generating quite a good revenue for the city budget. While writing the article the author has come to the following conclusions. In the early 20th century advertisement became an indispensable component of Ekaterinodar landscape and architecture. The local authorities undertook various measures aimed at organizing a civilized market of outdoor advertisement at that time, as it was the advertisement that became the component forming the city's environment.

REFERENCES

1. Berezovaya, L.G. (2008) *Istoriya mirovoy reklamy, ili Starinnye retsepty izgotovleniya "besplatnogo syra"* [The history of world advertising, or the ancient recipes for making "free cheese"]. Moscow: Izd-vo Ippolitova.
2. Ekaterinodar City Council. (1909) *Sbornik obyazatel'nykh postanovleniy Ekaterinodarskoy gorodskoy dумы* [Collection of mandatory decrees of the Ekaterinodar City Council]. Ekaterinodar.
3. *Novaya zarya*. (1908). 599. 10 October.
4. *Novaya zarya*. (1908). 598. 9 October.
5. *Novaya zarya*. (1908). 605. 17 October.
6. Ekaterinodar City Council. (1909) *Otchet Ekaterinodarskoy gorodskoy upravы za 1909 god* [Report of the Ekaterinodar City Council for 1909]. Ekaterinodar.
7. Ekaterinodar City Administration. (191) *Protokoly i zamechaniya kontrol'noy komissii Ekaterinodarskogo gorodskogo upravleniya i ob'yasneniya na nikh obshchestvennykh uchrezhdeniy i dolzhnostnykh lits* [Minutes and observations of the Control Commission of the Ekaterinodar City Administration and explanations of public institutions and officials on them]. Ekaterinodar.
8. Ekaterinodar City Council. (1913) *Otchet Ekaterinodarskoy gorodskoy upravы za 1913 god* [Report of the Ekaterinodar City Council for 1913]. Ekaterinodar.
9. Ekaterinodar City Council. (1913) *Otchet Ekaterinodarskoy gorodskoy upravы za 1912 god* [Report of the Ekaterinodar City Council for 1912]. Ekaterinodar.
10. *Kubanskiy kur'er*. (1909). 186.
11. State Archive of Krasnodar Krai. Fund 454. List 1. File 5989. (In Russian).
12. *Novaya zarya*. (1908). 648. 10 December.
13. Ekaterinodar City Council. (1912) *Finansovyy otchet Ekaterinodarskoy gorodskoy upravы za 1911 god* [Financial report of the Ekaterinodar City Council for 1911]. Ekaterinodar.

Received: 04 May 2017