

Дружкова Ірина

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ІСТОРИЧНИХ ДЖЕРЕЛ – КОНФЕТНІ ОБГОРТКИ

Російська реклама продукція початку ХХ ст. характеризується поєднанням декількох стилів: так званого псевдоруського стилю, стилю модерн та кітчевої реклами. Вони мали особливості й спільні риси. На практиці нерідко поєднувалися, створюючи особливий «комерційний» стиль (значна орнаменталізація, звернення до російського фольклору, «солодкуватість» (діти ангели, жінки красуні); культ краси, естетична, а не соціальна орієнтація; східна екзотика (наприклад, на плакатах, що пропагували тютюнові вироби, курцями найчастіше зображувалися африканець з сигарою, араб з трубкою й циганка з цигаркою); невинуватана романтизація товарів, нерідко шкідливих для здоров'я, особливо в надлишковій кількості (вино, тютюн). Персоніфіковані образи в рекламі завжди вкрай узагальнені, стереотиповані.

Обгортки цукерок з'явилися в ХІХ ст., «батьком-засновником» яких вважають Томаса Едісона. Зазвичай згадують п'ять його найвідоміших винаходів: фонограф, друкарську машинку, біржовий телеграф, генератор змінного струму і, звичайно, лампочку. Крім того, він у 1872 році винайшов парафінований папір для обгортки цукерок.

Кожна епоха створює обгортки цукерок зі своїми атрибутами, деталями, героями, сюжетами. У цій невеликій обгортці відбивається історія окремої країни,

окремого народу. «Історія», викладена в обгортці, так само цікава і різнобарвна, як і сам носій інформації.

Дати визначення обгортки цукерок як історичного джерела досить складно. Незважаючи на опис цукеркових обгорток у культурологічних і маркетингових дослідженнях, наразі немає спеціальних досліджень, що характеризують обгортку як історичне джерело або використовують її як одне з джерел знань про минуле.

Використання цукеркової обгортки як історичного джерела можливе, так як це елемент повсякденної та святкової культури. Він зрозумілий, доступний і звичний; обгортка також завжди апелює до емоційного рівня сприйняття – вона розважає, приносить задоволення, радість, створює позитивну атмосферу під час вивчення історії.

Фахівці в галузі реклами визначають її по-різному: «рекламна частина упаковки», «етикетка / ярлик», «малий рекламний жанр», «художня мініатюра» тощо. Невеликий за розміром шматочок паперу є ефективним засобом реклами.

Виробництво цукерок у Російській імперії в XIX столітті було прибутковою справою, що приносила величезні прибутки. На ринку конкурували три фірми: «Абрикосов і сини» («Бабаєвского фабрика»), «Сіу і Ко» (нині фабрика «Більшовик») і Товариство «Ейнем» (нині «Червоний Жовтень»). Завдання кожного учасника «солодкого фронту» полягало у просуванні свого товару. Потужна маркетингова й рекламна політика цих фірм дозволила створити рекламу виключно оригінальну й вигадливу.

Виробництво «солодкого» в Одесі почалося ще на початку XIX століття. Історик Аполлон Скальковський у 1839 році писав, що, незважаючи на те, що Одеса «далека від досконалості» в цілому ряді ремесел є приклади відмінної якості. Серед іншого він наводить як приклад виробництво меблів, одягу, макаронів і цукерок.

Обгортки цукерок як історичне джерело. Одеська кондитерська фабрика, яка існує сьогодні, була заснована завдяки виробництву сім'ї Крахмальнікова. Воно виникло ще в 1825 році. Австрійський підданий Абрам Крахмальніков на вулиці Мала Арнаутська відкрив пекарню й почав виготовляти печиво. Сімейну справу продовжили брати Лев і Яків. При них фабрика стала одним з найбільших виробництв. У 1893 році брати відкривають «Одеську парову фабрику цукерок і печива», що використовувала парові двигуни. Пізніше підприємство було націоналізоване; відоме як Перша державна кондитерська фабрика.

На розі вулиць Дерибасівська та Катерининська розташовувалася велика крамниця солодоців А. І. Абрикосова. Фабрика знаходилася в Москві, але в Одесі був великий фірмовий магазин. Одеська філія фабрики забезпечувала роботу 20 працівникам станом на 1912 рік. Річний оборот одеського підприємства становив 85 тисяч рублів.

У 1900 році Торговий дім "Брати Крахмальнікови" отримав дозвіл на встановлення "у деяких частинах міста автоматичних апаратів для продажу цукерок". Влада дозволила поставити автомати в місцях масових гулянь: в Олександрівському парку, Міському саду, на Приморському бульварі. Неординарна подія зацікавила

одеситів: кидаєш копійку, тиснеш кнопку й отримувеш видану металевим ящиком цукерку.

У 1906 році брати Крахмальнікови розширили виробництво і перевели його в новозбудований цех на вулиці Середньофонтанська, навпроти Чумної гори. Контора фабрики, традиційне печивне виробництво та фірмовий магазин, як і раніше, залишалися на вулиці Мала Арнаутська, 109.

У центрі міста, на розі вулиць Базарна і Катерининська знаходився ще один роздрібний магазин Торгового дому братів Крахмальнікових.

Етикетки-обгортки, у які загортали вагові цукерки, були яскравими, з вигадливими сюжетами, наприклад, типи жінок різних країн світу. Крахмальнікови одними з перших почали організовувати екскурсії на виробництво для цікавих. Безкоштовні екскурсії з дегустацією продукції стали ефективною і дієвою рекламою.

На початку ХХ століття Торговий дім братів Крахмальнікових став успішно брати участь у престижних міжнародних промислових виставках. Їхня продукція була удостоєна високих нагород на Всеукраїнських та Всесвітніх виставках у 1901, 1904, 1905, 1907, 1908 рр. у Ростові-на-Дону, Москві, Брюсселі, Лондоні, Парижі (Зображення всіх цих нагород в обов'язковому порядку виносилися на упаковку).

У 1910 р. на фабриці працювало 400 осіб, оборот виробництва становив 1 200 000 рублів. Фабрика випускала драже, шоколад, мармелад, карамелі, печиво, бісквіти й варення. Збільшилося майже втричі виробництво, яке задовольняло вже не тільки ринок Новоросії. Цукерки та монпансьє Крахмальнікових

розвозилися по всій імперії, а брати вже серйозно замислювались про налагодження виробництва в Петербурзі й Москві.

Обгортки привертали увагу до історичного минулого й сучасного стану армії. Уява про армію формувалася через зображення обмундирування, озброєння, відзнак. Зазвичай на звороті вкладки була розміщена докладна інформація про роди військ, історію їх створення, героїчні перемоги російської армії. Також обгортки формували уяву про повсякденне життя суспільства: спорт, моду, театр, цирк, ігри, розваги.

Зрештою, вони «прогнозували» майбутнє країни. Наприклад, на початку XX століття фабрика «Ейнем» створила серію картинок «Майбутнє Москви». Майбутнє було представлено як торжество людського розуму й інженер мрії. Деякі деталі повсякденності й сьогодні здаються фантастичними, але багато чого здійснилося. Розглянемо більш докладно одну з картинок «Майбутнє Москви».

Таким чином, дорадянські обгортки виконували дві основні функції: просвітницьку та розважальну. Вони вироблялися на якісному папері, мали безліч різних образотворчих елементів; у кольоровому зображенні використовувалися яскраві, контрастні фарби. У випуску цукерок виробники орієнтувалися в основному на дитячу аудиторію, але їх продукція була доступна лише дітям вищих верств суспільства. Більшості дітей із селянського середовища і міських низів цукеркові ласощі були недоступні.

Радянська влада використовувала потенціал обгорток для утвердження нової ідеології, нових атрибутів влади, встановлювала свою точку зору на

минуле, сьогодні і майбутнє. Утверджувалися нові символи, нові герої.

Спочатку, до затвердження нових радянських символів, використовувалася антична символіка: статуї, гідри, колісниця, сонце, що сходить як символ комуністичної ери, «нової зорі» радянської держави, елементи національного орнаменту. Поступово в зображенні обгортки починають використовуватися символи нової держави: «серп і молот», «червоний прапор», «Крейсер «Аврора», «труби заводів і фабрик», «селянин», «торжество робочого на руїнах старого світу».

У перші роки радянської влади обгортка втратила колишню привабливість: вона друкувалася на поганому папері, мала одноманітне зображення, у кольоровій палітрі використовувалися лише чотири кольори: білий, червоний, зелений і чорний, зрідка жовтий. Однак цукерки стають доступними для всіх категорій дітей.

В оформленні обгортки виявився конструктивістський стиль. Цікаві для порівняння два оформлення цукерки «Виставкова»: перше зображення пропонує «ідилічну» картинку виставки, запозичуючи основну ідею з дореволюційних пасторальних зображень; пізніший варіант демонструє конструктивістський стиль: використання білого й червоного, геометричні фігури, чіткі лінії, більш сучасні конструкції будівель і зображення улюбленого радянського типажу – людини «слов'янської» зовнішності міцної статури, що піднімає завісу «нової ери». Будівничий нового життя тримає в руках молот і нагадує більш пізні зображення Буратіно, який відкриває шлях лялькам у новий театр.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Винтажные конфетные фантики, часть 1. URL <https://longrendiy.livejournal.com/4096.html> (дата обращения: 29.04.2021).
2. Другун В. Красильниковы URL <http://odessa-memory.info/index.php?id=346> (дата обращения: 29.04.2021).
3. Сидорчук Оксана Николаевна Изучение истории России XIX-XX веков на основе конфетных обёрток // Школьные технологии. 2014. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-istorii-rossii-xix-hh-vekov-na-osnove-konfetnyh-obyortok> (дата обращения: 01.05.2021).
4. Dolce vita в советском варианте URL <https://humus.livejournal.com/5753162.html> (дата обращения: 29.04.2021).