

RAR

УДК: 7.03

ББК 85.7

DOI 10.34685/NI.2023.41.2.007

ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ СПЕЦИФИКИ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ Г. АСТРАХАНЬ КОНЦА XIX— НАЧАЛО XX ВВ.)

Сафаргалеева Кристина Фаритовна,

старший научный сотрудник,
Астраханский музей-заповедник,
ул.Советская д.15, г. Астрахань, РФ, 414000,
e-mail: maci_85@mail.ru

Сафаргалеев Зиннур Камильевич,

доцент кафедры «Дизайн»
Астраханский государственный университет им.В.Н.Татищева,
ул.Татищева,д.20 А, г. Астрахань, РФ, 414000.

Аннотация

Актуальность исследуемой темы заключается в отражении особенностей уличной рекламы, как феномена средства коммуникации и самобытного художественного творчества в пространстве общественной жизни русских городов конца XIX— начало XX вв., в том числе Астрахани. Рекламная вывеска пройдя путь развития от утилитарного продукта до предмета прикладной графики, приобрела важное значение во второй половине XIX в. и сохраняет свою значимость в современном мире.

Ключевые слова

Рекламная вывеска, купеческий, художник, шрифт, живописец вывесок, знамена, фото-графическая открытка.

В последние годы, проблематика изучения истории и теории в области наружной рекламы занимает значительное место в области Дизайна, Медиа, Урбанистики и Маркетинга. В облике многих российских городов, внедряются «дизайн-коды», которые позволяют сохранить «лицо» города, а для горожан и туристов сделать визуальную среду более эстетичной и комфортной. В особенности данная проблема актуальна для городов с богатой историей и выразительной архитектурой, где идентичность памятников определяется, в том, числе с оформления

на фасаде рекламных вывесок. И как более столет назад, сегодня продолжают поиски решения гармоничного размещения уличной вывески, создания ее эстетики или даже бренда, как например, в исторической части города Рыбинск, где несколько лет существует проект «Музей Живой Старинной Вывески под открытым небом»¹.

1 URL: <https://rybinskievyveski.ru/> (дата обращения 11.02.2023)

Целью статьи является представление торговой рекламной вывески, как социокультурного наследия прошлого и его отражение в специфике характера города Астрахани. При исследовании темы, были изучены современные и дореволюционные печатные издания, краеведческая литература, а также фонды Астраханского музея-заповедника. Методологической основой исследования стал сравнительно-исторический анализ различных систематизированных источников. В ходе изучения темы, были выявлены предпосылки появления рекламной вывески, ее художественные особенности и имена мастеров, стоявших у истоков самобытной живописной вывески в конце XIX — начале XX вв., деятельность которых связана с культурной жизнью Астрахани.

Во все времена Астрахань жила бурной торговой жизнью. Говоря о городе, его часто характеризуют такими определениями как «купеческий», «рыбный», «восточный», «базарный»... Например, в местной лексике можно услышать такие слова, значения которых связаны с торгом: «исады», «вечерний базар», «караван-сарай». И даже в топонимике улиц и объектов города до сих пор существует «Коммерческий мост», «Щепной» и «Базарный» переулки, «Большие Исады», «Селенские Исады». Такой своеобразный облик города обусловлен, прежде всего, его разнообразными историческими, природными, географическими и культурными факторами.

С середины XVII века сосредоточием оживленной торговли в городе были уникальные гостиные дворы: Русский, Бухарский, Гилянский, Индийский, Армянский или Персидский. «Взгляните на ряды и лавки. Там увидите вы место всемирного торга, и стечение всех торгующих народов. Здесь Персиянец разстилает тонкие шали, там индиец показывает другие; далее армянин перебирает каленкоры, ситцы и разные шелковые материи. Еще один шаг и вам попадется лавка русского, полная кожами и рядом с русским сидит татарин за продажей ножичков, ножен и разных подобных безделок, и множество других иноземных купцов с разными товарами, с переменными лицами в необыкновенных одеждах»². Так писал в 1799 г. об Астрахани в своей книге «Путешествие в Полуденную Россию» русский писатель Владимир Васильевич Измайлов.

Важнейшим средством коммерческой коммуникации была реклама. Известное выражение «реклама-двигатель торговли», прошла путь от зывал разносчиков и уличных торговцев, выкрики которых сопровождали продажу своего товара, до живописных наружных вывесок. На дореволюционных фотографиях Астрахани второй половины XIX века почти на каждом здании можно увидеть разнообразные торговые вывески, они призывают купить: «Готовые платья», «Писчебумажные товары», «Золотые и серебряные товары», «Сделать моментальные фотографии» или посетить «Величайший магазин русских и иностранных мануфактурных изделий товарищества мануфактур братьев Тарасовых», а также еще других товариществ и фирм. Не одно здание гостиниц, ресторанов, трактиров, булочных, кондитерских, аптек и торговых лавок, банковских контор и различных страховых обществ не оставалось без броской вывески.

Изначально, художественным изображением вывесок предшествовали знамена ремесленных цехов, учрежденные ещё при Екатерине II в XVIII веке. Они оказали огромное влияние на формирование стиля русской вывески. Изображения на знаменах отражали профессиональную деятельность и были символическими. Именно это качество определило влияние цеховой эмблемы на вывески, тем самым обеспечивая покупателям и заказчикам узнаваемость необходимого им товара или вида услуг. Чем больше появлялось ремесленнических цехов в XVIII веке, тем разнообразнее становились их эмблемы.

В правление Екатерины II вывеска закрепляется закономерно, её Высочайшим Указом в марте 1770 г. «О дозволении мастеровым и художникам прибавать вывески на домах и иметь квартиры в домах по главным улицам»: «Всем мастеровым позволено вывески иметь, как прибитые, так и висячие, но оные были ставлены возле самих стен, а от стены висячие не далее бы аршина в улицу, и написаны были на досках или полотне по пристойности...». При этом добавлено «вывескам же нижнего мужского платья и гробовых и на заборах и ставнях набитых из кожи и бумаги знакам не быть. Посему поступать и в Москве»³.

2 Измайлов В. В. Путешествие в полуденную Россию Владимира Измайлова Ч. 4. — Москва: в тип. Христоф. Кладуя, 1805 (2016). — [2], IV, 104 с. — С. 67

3 Россия. Законы и постановления. Полное собрание законов Российской империи: [Собрание 1-е. С 1649 по 12 дек. 1825 г.]. — Санкт-Петербург, 1830–1851 (тип. 2 Отд-ния Собств. е. и. в. канцелярии). [Электронный ресурс] —

Прошли времена, когда над лавками торговцев и мастерскими ремесленников вешали башмаки, подковы или колеса от телеги. По всем российским городам и в купеческой Астрахани уличные вывески множилось повсюду. Они смотрели на прохожих живописными, красочными «глазами» рекламы своих товаров и услуг.

Уличные вывески, создаваемые вручную, несли в себе не только рекламный посыл, но, а также особенный самобытный художественный вид. Создавали их художники — живописцы или как тогда называли мастера — «вывесочники».

Как правило, это были художники-самоучки, позже накопившие опыта в таком деле. Они открывали свои мастерские и набирали учеников. Важно отметить, что в провинции создание вывесок было одной из основных статей доходов местных художников. Любопытно, но в истории отечественного изобразительного искусства XIX в. — XX в. творческая биография многих известных художников начиналась с создания вывески, таких как Марк Шагал, Нико Пиромани, Мстислав Добужинский, Кузьма Петров-Водкин и Борис Кустодиев.

Вот как, в своих воспоминаниях известный русский художник Кузьма Сергеевич Петров-Водкин, делится о появлении художников — вывесочников в своем родном городе Хвалынске. «Вывесочное дело в таком виде, в каком оно создано у нас, явление чисто русское. Обилие разнообразных народностей и подавляющая неграмотность требовали предметной рекламы, разъясняющей направление для спроса. До перехода вывески на живописное изображение вешивались на воротах домов и торговых помещений самые предметы сбыта или ремесленного производства: пук соломы означал постоялый двор, колесо — щепника, обруч-бондаря, кожа-сыромятника. Такого сорта реклама давным-давно имела место и в Западной Европе, но от нее там перешли прямо к рекламе словесной, у нас же и до последнего времени вывески несли задачу изобразительную. Удобство и броскость живописной вывески вытеснили предметную, и за девятнадцатый век

цех вывесочников разросся по всей стране»⁴. Так от ученика до мастера проходит свой путь, как и сам Петров-Водкин учился этому мастерству от хвалынского живописца Толкачева, где она сам говорил, учился писать людей в профиль.

Известный русский живописец Борис Михайлович Кустодиев, часто в сюжет своих картин вводил изображение вывески. С детских лет живя в Астрахани, вдохновленный провинциальной торговой жизнью, с шумными ярмарками и народными гуляниями, образами купцов и лавочников, впитал особенность ее «живописности» и «декоративности». Позже на эту тему Б. М. Кустодиев создаст акварельный рисунок «Живописец вывесок» 1920 г.

В большинстве случаев в истории изобразительной рекламной вывески имена многих мастеров так и остались неизвестны, как и их рукотворные произведения, постепенно исчезнувшие с городских улиц. В печатных изданиях Астрахани конца XIX — начала XX вв., часто можно увидеть объявления мастеров, об услугах создания художественной вывески. Так, например можно установить имена некоторых из них, изготовлением вывесок в нашем городе занимались: «В. Т. Федоров по адресу Александровская площадь дом Шапошникова»; «В. М. Шмарин на Набережной канала у Татарского моста» или «ремесленно — художественные мастерские Леви и Гржебин», которые предлагали «от малярных и кровельных работ до декоративно-художественных»⁵. Контора мастерской находилась на Старой бирже Продольно-Волжской улице, дом Афанасьева.

Известно, что астраханский художник Гржебин Наум Исаевич (Шиевич) был членом Астраханского художественного кружка в начале XX в., а также близким другом Бориса Кустодиева.

Для некоторых мастеров создание вывесок в Астрахани было также делом семейным, как например, для братьев Коваленко.

На страницах книжных изданий начала XX в. присутствует рекламное объявление о мастерской вывесок братьев Коваленко, где указано, что фирма в Астрахани существует с 1889 г. и расположена

30 см.Т. 19: 1770–1774 : Т. 19 : [№ 1 3401–14232].–[1], 1083 с. С-18-19–URL: <https://runivers.ru/> (дата обращения 11.02.2023)

4 Петров-Водкин К.С. Пространство Эвклид : моя повесть / К.С. Петров-Водкин ; рисунки автора. – Ленинград : Изд-во писателей в Ленинграде, 1932.–340, [3]– С.27

5 Газета «Астраханский листок» Ред.-изд. В.И. Склабинский.–1900 г. апрель №73– С.4

по адресу ул. Московская дом Карягина (на настоящий момент дом нежилой по адресу ул. Советская, 22). Один из братьев в 1917 году даже издал отдельное пособие П. Н. Коваленко «Вывеска ее история развития и производство. Практическое руководство для специалистов и любителей». В книге он отметил, что на 1916 год в Астрахани существовало 10 мастерских, занимающиеся изготовлением вывесок. При этом каждая в год делала приблизительно до трех тысяч рублей оборота, а общий годовой оборот составлял не менее двадцати пяти тысяч рублей. Так, по сведениям автора, в России вывесочным производством занято тысячи людей, делающие миллионные обороты.

Из этого книжного пособия известно, что П. Н. Коваленко родом из Астрахани и считал себя «живописцем вывесок, практиком самоучкой, изобретателем» работая 28 лет над созданием вывесок. Как он сам пишет о своей работе, цель его была написать «книгу о вывеске, надеясь удовлетворить читателей и принести посильную пользу тем незаметным труженикам вывесочного дела, которые в ней нуждаются». В своем пособии Коваленко подробно изложил о том, какие бывают вывески, какие материалы и средства используют художники. Он также изложил интересные открытия в этой области: о том, как им создавались оригинальные вывески, фантазия которого подсказывала на создание неординарных их решений. Например, из снега, когда автор в качестве вывески слепил снеговика на поверхности снежных шаров краской, сделать рекламную надпись. Как пишет в своей книге: «К утру подморозило, и моя фигура-вывеска замерзла. Заказчик остался очень доволен. Фигура простояла три дня и в городе о ней много говорили»⁶. Мы также нашли оригинальные идеи создания вывесок на поверхности фарфоровой посуды путем закопчения и выцарапывания текста, из окрашенных опилок, бумаги, дерева, из папье-маше, металла, стекла и ткани.

Несмотря на то, что создание уличной вывески диктовалось вкусами заказчика и определенной модой, астраханские мастера умели удивлять особой изобретательностью художественного мастерства.

С первой половины XIX в. разные издательства российских городов стали выпускать книжные пособия и практическое руководство, где подробно пояснялось, как должен работать художник над созданием вывески, при помощи каких материалов и средств.

Так, например, в 1836 г. в Москве вышло небольшое издание под названием «Взгляд на Московские вывески» автор Федор Дистрибуенди, где в нескольких главах рассматривает историю вывесок, их виды, сравнивает, например, «курьезные вывески» и «изящные»: «Сколько родов промышленности, столько родов вывесок найдете вы. Пройдите по любой из Московских улиц, посмотрите со вниманием на вывески, и верно двух не найдете совершенно похожих одна на другую»⁷. Автор дал не только подробное описание вывесок, но и их своеобразную квалификацию.

В 1917 г. в Петрограде и в Москве некий, автор Анисим Иванович Семенюк издал «Практическое руководство по написанию вывесок на стенах, полотне, деревянных щитах, железе и других материалов. Живописец вывесок» в рисунках и таблицах.

В 1919 г. вышла статья художницы Веры Михайловны Ермолаевой «Петербургские вывески», где автор впервые дает не просто описание вывесок, но их анализ изобразительного языка. Там же приводились имена крупнейших петербургских вывесочников начала века.

Рекламные вывески имеют разный стиль исполнения, технологию и способы размещения на фасаде, на крыше, на дверях или окнах, где каждый художник, основываясь на собственном опыте и вкусе, создает свои варианты вывесок.

В конце XIX в. — начале XX вв. были чаще распространены вывески шрифтовые, железные (из меди, цинка или чугуна). Они могли быть небольшими или спаянными из нескольких листов, если требовался большой размер рекламы. Железную вывеску, в большинстве случаев вставляли в деревянную раму, после чего крепили. Внешне реклама имела такой вид: на однотонный фон наносили масляной краской шрифт или символический рисунок, который изображал предлагаемый товар. Композиция строилась на игре контрастов: фон темный шрифт

6 Коваленко, П.Н. Вывеска. Её история, развитие и производство. Практическое руководство для специалистов и любителей: практика самоучки П. Н. Коваленко : с 15-ю рисунками в тексте. — Москва : Изд. кн. магазина П. К. Комисаренко, 1917.—39,— С.24

7 Дистрибуенди Ф. Взгляд на московские вывески / Соч. Федора Дистрибуенди. — Москва : тип. И. Смирнова, 1836. — С.6

светлый или наоборот, фон светлый шрифт темный. В этот же период распространенными были вывески с накладными (рельефными) буквами. Они делались из разных материалов: металла, дерева или папье-маше, где затем красились или золотились. Позже стеклянные или даже фарфоровые. За образец вывесочных шрифтов художники брали печатные типографские шрифты, так и астраханский мастер П.Н.Коваленко советовал «Лучше всего брать шрифт из типографии, где за небольшую сумму всегда оттиснут несколько азбук шрифта для руководства». Позже он даже задумался издать книгу по «вывесочным шрифтам и рисункам». Интересно, известно ли было автору, что в 1886 г. в Астрахани, типографией Губернского правления была издана книжка в помощь художникам «Образцы шрифтов, украшений, и рисунков типографии Астраханского губернского правления».

На фотографиях вида Астрахани конца XIX — начала XX вв. особенно украшают живописные и шрифтовые рекламные вывески торговые части города: район Косы (ул. Никольская), Белого города (ул. Московская, Эспланадная, Полицейская, Табачный ряд), район Порты и пристаней на Волге. Внимательно рассматривая наружную рекламу товаров и услуг Астрахани, можно увидеть, что предлагалось его жителям, узнать имена купцов и промышленников, а также в каких бывших зданиях располагались магазины, парикмахерские или конторы. На ул.Знаменской (сейчас угол ул.Ленина, 11\Кр.Знамени, 12) располагался фирменный магазин известной швейной компании Зингер, здесь четко видна красочная реклама на фасаде здания, на ставнях окон и здесь же знаменитый рекламный плакат, компании-изображающий девушку в русском народном костюме за швейной машинкой. Реклама фирменных магазинов компании «Зингер» во многих городах России выделялась размерами и внешним видом. Фотографическая открытка с изображением здания Гостиного двора Астрахань. Вечерний базар. Из коллекции фотографических открыток с видами Астрахани, Волги и астраханских типов, издание фотографа И.М. Бочкарева (конец XIX — начало XX вв). Просторное вытянутое каменное двухэтажное здание с полуколоннами на всем фасаде, арочными окнами с маркизами пестрит наличием различных рекламных вывесок. На открытке «Астрахань. Полицейская улица» из коллекции фотографических открыток с видами

Астрахани и её окрестностей издания Шарбера, Лошакова, Рериха, Мендковича кон. XIX в. — нач. XX в. обращает на себя внимание большая, в семь окон, шрифтовая вывеска «Шарбер. Писчебумажные товары и конторские книги». На открытке изд. И.М.Бочкарева «Астрахань. Московская улица. Дом Багирова» изображен магазин общества «Граммофон» и магазин игрушек, фасад здания на котором, теряется из-за расположенных на нем вывесок, при этом масштабы размера рукотворных вывесок удивляют в сравнении с ростом человека.

В 1890-е годы, сначала в Санкт-Петербурге и Москве, а затем в других городах происходят заметные изменения в городской рекламе. Она появляется на транспорте, автомобилях, брандмауэрах, людях-афишах, а также получает распространение световая реклама. Так постепенно, большое количество уличной рекламы на фасадах зданий, транспорта стало неотъемлемым лицом многих городов, и достигло таких пределов, что всерьез обеспокоило архитекторов начала XX века. Улицы меняли свой вид, а детали и пропорции архитектуры терялись за рекламой. Любопытно, но если на торговом или складском помещении отсутствовала вывеска, то хо-зяину заведения выписывался штраф не более 10 рублей.

В 1909 году на IV Съезде русских архитекторов, проходившем в Петербурге, прозвучал доклад архитекторов Е.Е. Баумгартена и Л.А. Ильина на злободневную тему под многообещающим названием «Вандализм рекламы»: «На каждом шагу вам предоставляется наслаждаться скульптурой, живописью и архитектурой нашего отечественного вывесочного искусства, махровый расцвет которого мы переживаем в настоящее время»⁸, говорилось в докладе. Архитекторы высказались критически по мнению докладчиков, следовало бы сделать для «обуздания антихудожественного самоуправства торговцев»: — во-первых, учредить организации из «художников, зодчих и вообще лиц, убежденных в необходимости охранять приличный вид города», наделив их соответствующими полномочиями по надзору за памятниками архитектуры и домами обывателей, а также рекламными

8 Глинттерник, Э. М. Реклама в России XVIII-первой половины XX века : опыт иллюстрированных очерков : [альбом] / [худож. Е. П. Гаврилов]. — Санкт-Петербург : АВРОРА, 2007. 359 с.; С.133—137.

проектами; — во-вторых, обязать самих зодчих, проектируя доходные дома, не только учитывать место на стенах для вывесок и торговых плакатов, но и создавать эскизы таких плакатов!

Любопытно, но о сохранении самобытной живописной вывески говорили еще в начале XX в. в кругах известных писателей и художников, где также предлагалась необходимость создания национального музея русской вывески. В это время появляются частные коллекционеры. Вывески собирали Д. Бурлюк, братья К. и И. Зданевич, М. Ларионов и другие.

О феномене рекламы в начале XX в. писал Владимир Маяковский в своем стихотворении «Вывескам» 1913 г.: «Читайте железные книги! / флейту золоченной буквы / полезут копченные сиги / и золотокудрые брюквы.»...

Век XX постепенно стирал с улиц городов самобытное искусство рекламных вывесок, которое несло символику прошлого. На смену пришли тиражированные печатные плакаты и афиши, появились новые виды и формы художественного творчества, к числу которых относится уличная вывеска. Её образ утратил былую живописность, и стал носить графический, агитационный характер, соответствуя духу времени.

В сегодняшней Астрахани не найти следов былой дореволюционной наружной рекламы и только на здании известной в городе кофейни сохранилась редкая лепная надпись «К.А. Шарлау съ Сми» как напоминание о ее владельце и торговой функции его фирмы, а также в фондах Астраханского музея — заповедника хранятся несколько оригинальных знамён астраханских ремесленных цехов, датированных началом XIX в.

Рукотворные вывески в силу своих размеров и спорной художественной ценности, не вызывали у современников мысли об их историчности и дальнейшей сохранности. Но это не только атрибут ушедшей эпохи, но и предмет художественного творчества, поскольку к созданию рукотворной вывески имели отношения многие известные художники как носители разнообразных стилистических особенностей своего времени.

Список литературы

1. Вся Астрахань и весь Астраханский край. Памятная книжка Астраханской губернии на 1905 год. Астрахань, 1904 г. С.18
2. Боголепов С. И. Учебник коммерции : Для торг. шк. и счетовод. курсов / С.И. Боголепов. —

2-е изд., испр. и доп. — Санкт-Петербург : изд. кн. кл. и книгоизд-ва при типо-лит. А.Э. Винеке, 1908 г. С.17.

3. Газета «Астраханский листок» Ред.-изд. В.И. Склабинский. — 1900 г. апрель №73 — С.4

4. Глинтерник, Э.М. Реклама в России XVIII-первой половины XX века : опыт иллюстрированных очерков : [альбом] / Эялеонора Глинтерник ; [худож. Е.П. Гаврилов]. Санкт-Петербург : АВРОРА, 2007. *359 с.; С.133—137

5. Дистрибуенди Ф. Взгляд на московские вывески / Соч. Федора Дистрибуенди. — Москва : тип. И. Смирнова, 1836. С.6

6. Измайлов В.В. Путешествие в полуденную Россию Владимира Измайлова Ч. 4. — Москва : в тип. Христоф. Клаудия, 1805 (2016). — [2], IV, 104 с. С.67

7. Коваленко, П. Н. Вывеска. Её история, развитие и производство. Практическое руководство для специалистов и любителей: практика самоучки П.Н. Коваленко : с 15-ю рисунками в тексте. — Москва : Изд. кн. магазина П.К. Комисаренко, 1917. 39, С.24

8. Марков А.С., Львов С.Г. Астрахань на старинных открытках, Астрахань, 2007 г. С.39

9. «Музей Живой Старинной Вывески под открытым небом»

10. URL: <https://rybinskievyveski.ru/> (дата обращения 11.02.2023)

11. Образцы шрифтов, украшений и рисунков типографии Астраханского губернского правления — Астрахань, 1886. 44 с.

12. Петров-Водкин К. С. Пространство Эвклид : моя повесть / К. С. Петров-Водкин ; рисунки автора. — Ленинград : Изд-во писателей в Ленинграде, 1932. 340, [3] С.27

13. Россия. Законы и постановления. Полное собрание законов Российской империи : [Собрание 1-е. С 1649 по 12 дек. 1825 г.]. — Санкт-Петербург, 1830—1851 (тип. 2 Отд-ния Собств. е. и. в. канцелярии). [Электронный ресурс]. — 30 см. Т. 19: 1770—1774 : Т. 19 : [№ 13401—14232]. — [1], 1083 с. С-18—19— URL: <https://runivers.ru/> (дата обращения 11.02.2023)

14. Семенюк А.И. Живописец вывесок: практич. руководство по написанию вывесок на стенах, полотне, деревянных щитах, железе и других материалах : с 20 рис. и табл. шрифтов / А. Семенюк. — 2-е изд. — Петроград ; Москва : М.П. Петров, 1917. С.48

ADVERTISING DESIGN AS A REFLECTION OF THE SPECIFICS OF A PROVINCIAL TOWN (ON THE EXAMPLE OF ASTRAKHAN IN THE LATE 19TH — EARLY 20TH CENTURIES)

Safargaleeva Kristina Faritovna,

Senior Researcher,

Astrakhan Museum-Reserve,

15 Sovetskaya St., Astrakhan, Russia , 414000,

e-mail: maci_85@mail.ru

Safargaleev Zinnur Kamilevich,

Associate Professor of the Department

"Design" Astrakhan State University n.a. M.V. Lomonosov

V.N.Tatishchev Astrakhan State University,

20A, Tatishchev street, Astrakhan, Russia, 414000.

Abstract

Relevance of the theme under study lies in the reflection of specific features of street signage as a phenomenon of communication and original artistic creativity in the public life of Russian cities in the late XIX - early XX centuries, including Astrakhan. The advertising sign, having passed the way of development from a utilitarian product to the subject of applied graphics, has acquired importance in the second half of the XIXth century and preserves its significance in the modern world.

Keywords

Advertising sign, merchant, artist, font, sign painter, banners, photographic postcard.

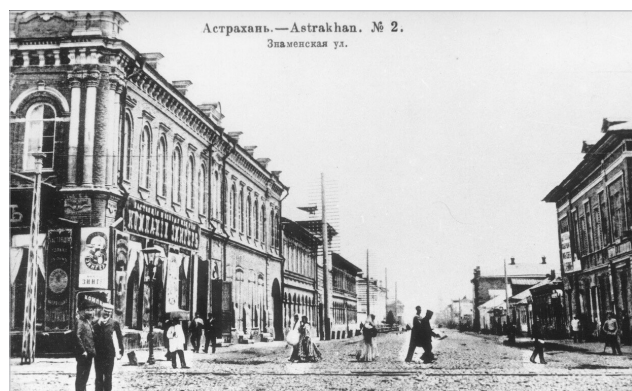
ПРИЛОЖЕНИЕ



Знамя кожевенно-ремесленных мастерских г.Астрахани
АМЗ КП-3757.



Знамя булочно-харчевенных цехов г.Астрахани
АМЗ КП-3754



Открытка. Астрахань. Знаменская ул. Из коллекции
фотографических открыток с видами Астрахани,
её окрестностей, Волги различных издательств.
Нач. XX в. и 1930-е гг.
АМЗ КП-40253/42.



Открытка. Астрахань. Полицейская улица.
Из коллекции фотографических открыток
с видами Астрахани и её окрестностей
издания Шарбера, Лошакова, Рериха, Мендковича
кон. XIX в. — нач. XX в.
АМЗ КП-40251/25

**ХУДОЖЕСТВЕННАЯ
МАСТЕРСКАЯ**

ВЫВЪСОКЪ

Б.Р. КОВАЛЕНКО

Астрахань. Московская, д. Карягина, противъ церкви Рождества Богородицы.

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ИСПОЛНЕНИЕ ВСЕВОЗМОЖНЫХЪ: ВЫВЪСОКЪ, РЕКЛАМЪ, КАРТИНЪ, ДЕКОРАЦИЙ, и ФОНОВЪ для ФОТОГРАФИИ.	РЕЛЬЕФНЫЕ: ОРЛЫ ГЕРБЫ МЕДАЛИ РЕКЛАМЫ и БУКВЫ — изъ ЦИНКА ДЕРЕВА и МАСТИКИ (НАПЬЕ-МАШЕ).	ЖИВОПИСЬ и ВЫТРАВЛЕНИЕ по СТЕКЛУ, ЗОЛОТОМЪ, СЕРЕБРОМЪ, ПЕРЛАМУТРОМЪ, БРИЛЛАНТИНОМЪ, АМАЛГАМОЙ, СТАНОЛЕМЪ, РАЗНЫМИ КРАСКАМИ и БРОНЗОЙ.
--	---	---

**ОБРАЗЦЫ РАБОТЪ ПРИ МАСТЕРСКОЙ
ФИРМА СУЩЕСТВУЕТЪ СЪ 1889 ГОДА.**

—18—

«104. Вертикальное
оформление
оформления
«Зингер и К°»
в Санкт-Петербурге
(Загородный пр., д. 103,
1904).

«105. Акционерное
общество
«Зингер и К°»
в Санкт-Петербурге
(Полтавская ул., д. 103,
1904).

«106. Рекламное
оформление
оформления
оформления
«Зингер и К°»
в Санкт-Петербурге
(Полтавская ул., д. 103,
1904).

Реклама в России. XVIII — первая половина XX века



ШВЕЙНЫЕ МАШИНЫ КОМПАНИИ ЗИНГЕР

Постановки рекламы производят на нас
такое сильное впечатление, что мы часто, слыша
о какой-либо рекламе, пытаемся ее мысленно увидеть
и представить. Так, наша, например, установка
своей машины мысленно без того, чтобы не зако-
ну историческая идея не пришла на мысль фирмы
«Зингер», знающая уже — «Ниски», «Селестин» —
«Берр» и т. д.

«Техника рекламы» (издание
1909)



Швейные машины
Компаний Зингер могут
быть куплены только в наших
магазинах (которые имеются везде)
и указываются по вышеуказанной вывеске.

Отпуск машин с расческой платка
по Руб. 1. — в неделю.

198

**ШВЕЙНЫЕ МАШИНЫ
КОМПАНИИ ЗИНГЕР**

МАШИНЫ
РАЗНООБРАЗНО
ПЛАТКА
ОТ 1 РУБ.

МАШИНЫ
РУЧНЫЕ
ОТ 25 РУБ.

МАШИНЫ
МАШИНЫ
МАШИНЫ

**ХУДОЖЕСТВЕННАЯ
ФОТОГРАФИЯ**



КАРЯГИНА

АСТРАХАНЬ

ЕКАТЕРИНЕНСКАЯ УЛ. СОБСТВ. ДОМЪ.

ТЕЛЕФОНЪ № 999



Б. М. Кустодиев «Живописец вывесок» 1920 г.
(хранится Областной художественный музей
им. В. В. Верещагина г. Николаев).



Открытка. Вечерний базар. Из коллекции фотографических
открыток с видами Астрахани, Волги и астраханских типов,
издание фотографа И. М. Бочкарева (Конец XIX — начало XX вв.)
АМЗ КП-40247/116.

