

УДК 628.9.045:7.012](438.32)

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/91-2-18>

Юрій ПЕНКАЛЬСЬКИЙ,

orcid.org/0009-0008-7952-4988

аспірант кафедри дизайну та основ архітектури

Інституту архітектури та дизайну Національного університету «Львівська політехніка»

(Львів, Україна) yurii.v.penkalskyi@lpnu.ua

СВІЧКИ ЯК ЗАСІБ ШТУЧНОГО ОСВІТЛЕННЯ ІНТЕР'ЄРІВ У ЛЬВОВІ КІНЦЯ XIX – ПОЧАТКУ XX СТ. (НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЇ З РЕКЛАМИ В ГАЗЕТІ «ДІЛО»)

У статті розглянуто різні аспекти використання свічок як засобу освітлення інтер'єрів у Львові в кінці XIX – на початку XX ст. Стаття є частиною ширшого дослідження, присвяченого засобам штучного освітлення, що були характерними для Львова цього періоду.

Дослідження проведено на основі інформації, отриманої з рекламних оголошень в газеті «Діло» за 1880–1914 рр. Подібні альтернативні джерела стають актуальними на фоні недостатньої вивченості теми, браку достовірних відомостей, а також втрати фізичної бази для таких досліджень – предметного середовища історичних інтер'єрів Львова, в тому числі і засобів штучного освітлення.

Метою статті є систематизувати отриману інформацію, стосовно використання свічок, а також свічкових приладів штучного освітлення інтер'єрів у Львові кінця XIX – початку XX ст.

У результаті систематизації визначено, що свічки та свічкові прилади освітлення широко використовувались для освітлення інтер'єрів у Львові в кінці XIX – на початку XX ст. З'ясовано, що основним споживачем свічок були церкви і монастирі, де поруч із ритуальним призначенням, свічки залишались основним засобом штучного освітлення. Також було поширеним їх побутове використання. Виявлено продаж свічок із стеарину, воску, парафіну і лою, а також з'ясовано їх вартість та відносну поширеність серед споживачів. Зокрема, найпоширенішими були свічки із стеарину, причому як у контексті побутового, так і церковного їх застосування, а найвищі ціни зафіксовано на свічки з воску. З'ясовано ряд особливостей застосування свічок, їх купівлі і продажу, цінової динаміки, виявлено значну кількість продавців і виробників свічок. Зафіксовано продаж ряду свічкових приладів освітлення, як для церковного, так і для побутового застосування. Визначено особливості рекламних оголошень в якості наукового джерела інформації для даної сфери досліджень.

Ключові слова: *засоби штучного освітлення, свічки, прилади освітлення, реклама, метод досліджень, Львів, дизайн інтер'єру, дизайн предметного середовища.*

Yurii PENKALSKYI,

orcid.org/0009-0008-7952-4988

Postgraduate student at the Department of Design and Architecture Fundamentals

Institute of Architecture and Design of Lviv Polytechnic National University

(Lviv, Ukraine) yurii.v.penkalskyi@lpnu.ua

CANDLES AS A MEANS OF ARTIFICIAL INTERIOR LIGHTING IN LVIV AT THE END OF THE 19TH AND BEGINNING OF THE 20 TH CEN. (BASED ON INFORMATION FROM ADVERTISEMENTS IN THE NEWSPAPER “DILO”)

The article explores various aspects of the use of candles as a means of interior lighting in Lviv during the late 19th and early 20th centuries. It forms part of a broader study devoted to artificial lighting practices characteristic of Lviv in this period.

The research draws on evidence from advertisements published in the newspaper Dilo between 1880 and 1914. Such alternative sources are particularly valuable given the limited scholarly attention to the subject, the scarcity of reliable information, and the loss of the material environment of Lviv's historical interiors, including original lighting devices.

The purpose of the study is to systematise information concerning the use of candles and candle-based lighting devices in Lviv's interiors at the turn of the century.

As a result of systematisation, it was determined that candles and candle-based lighting devices were widely used for interior lighting in Lviv in the late 19th and early 20th centuries. It has been established that the primary consumers of candles were churches and monasteries, where, alongside their ritual function, candles continued to serve as the main means of artificial lighting. Their domestic use was also widespread. The sale of candles made of stearin, wax, paraffin, and tallow was recorded, and their cost as well as relative prevalence among consumers was determined. In particular,

stearin candles proved to be the most common, both in domestic and ecclesiastical contexts, while the highest prices were recorded for wax candles. A number of features related to the use of candles, their purchase and sale, and price dynamics were identified, along with a significant number of sellers and manufacturers of candles. The sale of a range of candle-based lighting devices was also documented, for both ecclesiastical and domestic purposes. The features of advertisements as a scientific source of information for this field of research were identified.

Key words: artificial lighting, candles, lighting devices, advertising, research method, Lviv, interior design, object environment design.

Постановка проблеми. Засоби штучного освітлення були невід'ємною складовою формування предметного середовища інтер'єрів кінця XIX – поч. XX ст. Водночас, цей пласт матеріальної культури досі залишається малодослідженим як в контексті Львова, так і інших міст України – спеціалізовані публікації з даної теми відсутні. Тож такі питання як характерні для Львова засоби штучного освітлення інтер'єрів, переважаючи форми їх дизайну залишаються нез'ясованими. Дослідження у даній сфері стикаються із рядом об'єктивних труднощів. Серед них – знищені історичні інтер'єри і вкрай невелика кількість збережених автентичних засобів штучного освітлення. У зв'язку із цим стає актуальним пошук альтернативних методів отримання інформації на зразок аналізу рекламних оголошень в періодичних виданнях.

Аналіз досліджень. Періодична преса, в тому числі і газета «Діло», неодноразово ставала джерелом відомостей для різноманітних історичних досліджень. Прикладами є праці О. Хімяк, Я. Папути, М. Житарюка, які, використовуючи інформацію з періодичних видань, досліджували комплекс суспільно-політичних проблем відповідних історичних періодів (Хімяк, 2009; Папуга, 2011; Житарюк, 2013). Ряд публікацій присвячено дослідженню реклами в періодичних виданнях – її змісту, форми, взаємозв'язків із суспільним розвитком (Мацежинський, 2004а; Георгієвська, 2021; Гомзяк, 2022). Наявні вітчизняні дослідження, що стосуються свічок, переважно концентруються на етнокультурному і релігійному аспекті їх застосування. Так, А. Дмитренко вивчав традиційне обрядове використання і виготовлення воскових свічок на Зарічненщині (Дмитренко, 2023). О. Серебрякова досліджувала українські традиції різдвяного ворожіння за допомогою свічок (Серебрякова, 2023). В. Рожко у своїй монографії досліджує ритуально-символічне значення воскових свічок в храмах Волині, методи їх виготовлення, а також традиційні форми підсвічників, пов'язані із релігійними звичаями (Рожко, 2014). У закордонній науковій літературі приділено більше уваги вивченню свічок як засобів освітлення. Так, V. Mescher досліджувала типи свічок, що були характерними для США середини

XIX ст. і використовувались для освітлення під час Громадянської війни (Mescher, 2008). Е. Ірвін вивчала роль спермацетових свічок у суспільстві і економіці США XVIII–XIX ст. (Irwin, 2012). J. Wisniak досліджував загальну історію розвитку свічок, детально розглянувши еволюцію технології виготовлення стеаринових свічок у XIX ст. (Wisniak, 2001). Натомість, не було виявлено досліджень, об'єктом яких були б свічки як засоби штучного освітлення інтер'єрів у Львові кінця XIX – початку XX ст. Також відсутні праці, які б використовували рекламні оголошення як джерело інформації для такої сфери досліджень.

Мета статті – систематизувати інформацію стосовно використання свічок, а також свічкових приладів штучного освітлення інтер'єрів у Львові кінця XIX – початку XX ст., використовуючи відомості з рекламних оголошень в періодичних виданнях (газеті «Діло», яка видавалась у Львові у 1880–1939 рр.).

Виклад основного матеріалу. Стаття є описом частини ширшого дослідження засобів штучного освітлення інтер'єрів у Львові кінця XIX – початку XX ст. Методичною основою дослідження стала систематизація та узагальнення інформації, отриманої в результаті аналізу рекламних оголошень з усіх випусків газети «Діло» від початку її випуску (1880) і до 1914 р. В результаті огляду газети за зазначений період було виявлено більше 150 рекламних оголошень, які стосуються сфери штучного освітлення інтер'єрів у Львові. Для дослідження використано цифрові копії, а також оригінали газети із архіву відділу періодичних видань імені Мар'яна та Іванни Коців Львівської національної наукової бібліотеки України імені Василя Стефаника.

Газета «Діло» була обрана з поміж інших періодичних видань Львова на основі її популярності (Мацежинський, 2004б: 100), а також тієї важливої ролі, яку видання відігравало в суспільному і економічному житті українців Львова і Галичини (Романюк, Галушко, 2001: 363–376). Кожен із випусків газети містив рекламні оголошення із найрізноманітніших галузей комерційної активності міста і регіону. Для рекламних оголошень відводились останні сторінки газети. Оголошення розміщувались поруч із текстом статей або займали

повністю всі сторінки, розмежовувались лініями, візерунковими та лінійними рамками. Розмір оголошень відносно сторінки міг бути абсолютно різним і, очевидно, залежав від побажання рекламодавця. Оголошення найчастіше виходили невеликими серіями з ідентичним вмістом – в кожному номері газети або через номер. Тривалі рекламні кампанії або поодинокі оголошення траплялись рідше. Враховувались тільки поодинокі та перші із серій ідентичних оголошень, що надають певну нову інформацію, тривалість рекламних кампаній не фіксувалась.

Абсолютна більшість оголошень не містить зображень рекламованого товару. Значна кількість оголошень мають супровідний текст, де перелічувались товари продавця, їх позитивні характеристики, ціни, іноді причини підвищення цін (Народна торгівля, 1885: 4), особливості процесу купівлі і доставки. Обов'язково вказувалась адреса і назва компанії – переважно прізвище і ім'я власника. Оголошення публікувались українською мовою. В одному оголошенні могли згадуватись абсолютно різні товари або різноманітні товари одного призначення.

Значна частина серед виявлених оголошень рекламує свічки або пов'язані з ними товари – виявлено 69 таких оголошень. Свічки, які пропонувались до продажу, позначались словом «світло» у 29 оголошеннях (Народна торгівля, 1885: 4; Мартинець, 1904: 4), словом «свічки» – у 22 оголошеннях, «поставники», «тройці», «громниці», «пасхали» – у 6 оголошеннях.

В більшості оголошень вказуються супутні найменування свічок – «церковні» (37 оголошень) і «столові» (16 оголошень). Майже в усіх випадках згадок про «столові» свічки, вони містились поруч із інформацією про «церковні» або були лиш доповненням до основного оголошення про «церковні» свічки. «Церковні» свічки описуються як «довгі» (Мартинець, 1904: 4; а, 1906: 4) на противагу «столовим», які «коротші і грубіші, звичайно до пауков уживані або на приліпки», «до павуків» (Народна торгівля, 1884: 4; Мартинець, 1904: 4).

Виявлено рекламу чотирьох видів свічок по матеріалу виготовлення: воскових (12 шт.), стеаринових (14 шт.), парафінових (2 шт.), лойових (3 шт.). У 25 оголошеннях матеріал виготовлення не вказано, 20 із них подані кооперативом «Народна торгівля» (Народна торгівля, 1888: 3; 1896: 4). Матеріал виготовлення стеаринових свічок, окрім прямої інформації в оголошеннях, визначається також по їх виробнику – «Apollo» та «Milli», які, як відомо, виготовляли саме стеаринові свічки, і були вказані в ряді оголошень.

Виявлено тільки одну рекламу парафінових свічок львівського продавця – у 1888 р. Петро Мйончинський, власник нафтопереробного заводу, окрім керосину, продавав із свого складу на вул. Сикстуській, 47 (сьогодні вул. Дорошенка) деякі інші товари, серед них і парафінові свічки. (Мйончинський, 1888: 4). «Керосинові свічки зі штучного воску» поміж інших товарів, переважно церковних, рекламував у 1906 р. власник фабрики воскових виробів Генріх Владика із Літомеріце, Чехія (Владика, 1906: 6).

Лойові свічки рекламувались в контексті гуртових поставок різноманітних товарів залізницею. Доставку лойових свічок можна було замовити в «Дирекції руху» один раз на рік. Всього виявлено 3 таких оголошення, вони публікувались на початку 1886, 1887, 1888 рр., в них згадувались «лоєві свічки» без додаткових подробиць (Дирекція руху, 1887: 4; 1888: 4).

Усі оголошення про воскові свічки описують їх як «церковні», тільки 2 із них – додатково як «столові» (Шубут, 1881: 4; 1882: 4). У всіх оголошеннях про стеаринові свічки вони описуються як «церковні», у 6 оголошеннях – додатково як «столові» (Шубут, 1881: 4; Мартинець, 1904: 4).

Найбільшим рекламодавцем серед оголошень про свічки був торговий кооператив «Народна торгівля» – виявлено 22 їхніх оголошення (1884–1914), (мал. 1,2). Дана компанія проводила постійні рекламні кампанії з продажу свічок. Свічки продавались на вагу гуртом та вроздріб. Гуртові ціни діяли при мінімальному замовленні 30 кг (Народна торгівля, 1888: 3). Свічки рекламувались як «світло церковне», «світло», «світло церковне і столове» (Народна торгівля, 1884: 4; 1888: 3; 1904: 4). Для церков пропонувались знижки (Народна торгівля, 1904: 4), а також знижки на великі замовлення (Народна торгівля, 1889: 4). Станом на 1891 р. «Народна торгівля» мала свої склади у Львові, Станіславові, Перемишлі, Тернополі, Дрогобичі, Коломиї, Стрию, Снятині, Самборі, Рогатині, Бродах, Сяноці (Народна торгівля, 1891: 4). В оголошеннях пропонувалась платна доставка залізницею, безоплатне пакування (Народна торгівля, 1888: 3; 1901: 4). У 1884–85 рр. «Народна торгівля» продавала стеаринові свічки «Apollo», а також інших, неназваних виробників «просто з фабрики» (Народна торгівля, 1884: 4; 1885: 4). Згодом рекламувався продаж свічок «просто з фабрики» без вказування виробника. З 1904 р. свічки «Народної торгівлі» рекламувались під зареєстрованою торговою маркою «М.Ц.Н.Т.» без згадки про виробника (Народна торгівля, 1904: 4; 1907: 4). Безпосередньої інформації про матеріал,

з якого вироблялись свічки «Народної торгівлі» після 1885 р., не знайдено в жодному з оголошень. В деяких оголошеннях зазначено опис позитивних якостей свічок: «горить ясно, не коптить і не спливає» (Народна торгівля, 1904: 4).

!Світло подорож'є!

В перших днях сего місяця відбулася властивість фабрики світів і умови були собою повідомлені ціни світів о 4 зр. на 100 кл. здебільшого, здебільшого, що ніхто б'є тої постанови не отримав.

На 100 кл. світів Іа назначили ціну 100 зр., на 100 кл. світів Іа ціну 92 зр. Ціни нові обов'язують вже б'є 15 л. о. м.

Тим же способом коштує наш світів так перший раз о 4 зр. на 100 кл. вище, а ми змушені о тую суму підвищити ціну наш.

Замовляючи світів нашим Іа. Гостям через нас верст з фабрики за-слати будемо б'є десь

за 100 кл. Іа світів 96 зр.
за 100 кл. Іа світів 88 зр.
Світів „Аpollo“ по 100 зр. за 100 кл.

Транспортні витрати будо б'є 100 кл. 4 до 6 зр.; заповню б'є того, чи більше чи дашо на виході Галичини для місцевості пошлени. Серія даром.

За світів из складів Торговлі потягати чотирма:

за 1 фунт цвоний Іа	55 зр.
за 1 фунт цвоний Іа	50 зр.
за 1 фунт цвоний „Аpollo“	58 зр.

Сам поправляємо наш цінник і попередній оголошено дотично світів.

НА ПОСТІ!

Оселедці Шкотей і Голландей, російській сардини, повидла, м'яса в ба-рынах і пуніках 3-класових.

ДЛЯ КРАМНИЦЬ

цукор вторестепенний, но добрий, оферую десь по 36 зр. за 100 кл. лесо Львів.

!!Воску пошукуюся!!

Народна Торговля во Львові.

Рис. 1. Реклама гуртового і роздрібного продажу свічок кооперативом «Народна торгівля» (Народна торгівля, 1885: 4)

На зближаючі ся Празники і Святя
просимо замовляти

„Світло церковне і столове“

„НАРОДНОЇ ТОРГОВЛІ“

з наком +. М. Ц. Н. Т.

Для Всч. Брацтв церковних і крамниць даємо
10% фабричного рабату!

Світло „НАРОДНОЇ ТОРГОВЛІ“ горить ясно,
не коптить і не спливає.

573 22—?

Рис. 2. Реклама свічок торгової марки «М.Ц.Н.Т.» із описом їх позитивних якостей і знижок (Народна торгівля, 1904: 4)

Виявлено 8 оголошень (1880–1895) поданих львівською компанією «Фрідріха Шубута і Сина», яка мала власну «фабрику свічок і блиховання воску», де вироблялись воскові свічки та паста для підлоги (мал. 3). Компанія рекламувала продаж товарів власного виробництва, а також стеаринових свічок фірми «Аpollo» та інших товарів (Шубут, 1881: 4; 1884: 4). Свічки рекламувались як «свічки церковні», «свічки церковні і столові». Виробництво було засноване у 1789 р. (Шубут, 1893: 4). Магазин розташовувався на пл. Ринок, 45. Інформації про гуртовий продаж не знайдено. В оголошеннях згадувалось про виконання «замовлень із провінції» (Шубут, 1880: 4).

Поручю з власної фабрики (1—4)

ВОСКОВІ СВІЧКИ

церковні і столові
ПОСТАВНИКИ, ТРОЙЦЬ і ГРОМНИЦЬ
по 4, 5, 6, 7, 8 і 10 віденських фунтів
білий і забарвлений;

Стеаринові свічки, Аpollo, церковні і столові
білий і забарвлений, котрі продаю тільки після віденських наг.

Маю також на складі

Воск жовтий і білий в грудах
совсім чистий без всяких домішок, до покращення номостів.

Гандель полотень і гербати
ФРИДРИХ ШУБУТА І СИНА
во Львові, вь ринку, ч. 45.
Всик замовлення зь провінції виконую ясь найточийше.

Рис. 3. Реклама воскових і стеаринових свічок, які продавав Ф. Шубут (Шубут, 1881: 4)

Виявлено 4 оголошення (1904–06 рр.) про продаж свічок з «гуртового складу світів» Євгена Мартинця на пл. Берестейської унії, 5 (Мартинець, б, 1906: 4), (мал. 4). У трьох оголошеннях рекламуються стеаринові свічки «Аpollo», «Milli», а також свічки торгової марки «Salvator» без вказування матеріалу виготовлення, але по одній ціні із свічками «Milli» (Мартинець, 1904: 4; а, 1906: 4). В одному оголошенні згадується «світло церковне найлучшої марки охоронене запротоколованою маркою...» без вказування матеріалу виготовлення (Мартинець, б, 1906: 4). В усіх оголошеннях Є. Мартинця свічки рекламуються як «світло церковне», у трьох додатково згадується «столове». Для церков пропонувались знижки, була можливість платної доставки при безоплатному пакуванні, а також можливість 3-місячного розтермінування оплати або знижки при оплаті готівкою (Мартинець, 1904: 4; а, 1906: 4). В деяких оголошеннях зазначено опис позитивних якостей свічок: «Світло дуже добре, біле і тверде, горить ясно і довго, не коптить і не спливає» (Мартинець, 1904: 4).

Церковне світло

з маркою „Salvator“ або „Milli“

І-а церковне довге по	77 зр.
ІІ-а церковне довге по	67 зр.
І-а столове	75 зр.
ІІ-а столове	66 зр.

правдніе стеаринове (м'якше), одно з найлучш х; в'єть біле тьєрже, не коптить і не спливає — дуже поучає ся!

Стеаринове з маркою „Аpollo“

І-а „Аpollo“ церковне довге по	80 зр.
ІІ-а „Аpollo“ церковне довге по	70 зр.
І-а столове по	76 зр.
ІІ-а столове по	68 зр.

все за 100 кг. (крім транспорту 3 зр. від кг.) спик вава даром. Вселяє для деревей на 3-місячний ретевець рабати (за готів. у 2% опусту)

ТОРГОВАЯ СВІТЛА І ЛІТУРГІЧНОГО ВИНА
ЄВГЕНА МАРТИНЦЯ
у Львові, пл. Унії Берестейської ч. 5. 243 2—4

Рис. 4. Реклама стеаринових свічок різних виробників, які продавав Є. Мартинець (Мартинець, а, 1906: 4)

Виявлено оголошення ряду інших львівських виробників чи продавців свічок. Серед них:

— оголошення В. Маршалкевича про «головний склад свічок церковних» воскових і стеаринових, а також магазин різноманітних продуктів харчування та напоїв на вул. Краківській, 6. Для замовлень більше 25 «зр.» і за готівку була можливість безкоштовної доставки до будь-якої станції галицьких залізниць (Маршалкевич, 1880: 4);

— оголошення Йосифа Падевського, де рекламуються «найлучші церковні свічки», які він продавав в магазині «корінних товарів» на пл. Ринок, 13 і при купівлі великої кількості робив знижку для «церковних братств» (Падевський, 1880: 4);

— оголошення Кароля Балабана про магазин «под Золотим Когутом» на вул. Галицькій, ч 396, де продавались «свічі церковні чисті, без домішки земного воску і другого сурогату...» (мал. 5), а також про виправлення помилки в ціннику на «церковні» свічки (Балабан, 1883: 4; 1891: 4);



Рис. 5. Реклама роздрібного продажу свічок із зазначенням їхнього розміру (ваги) і ціни (Балабан, 1883: 4)

— оголошення про «Фабрику мила і свічок Е. і І. Фрідріхов» на вул. Краківській, 13 рекламує продаж свічок церковних поруч із милом, крохмалем, содою, «фарбками» (Фрідріх, 1893: 4), (мал. 6);

— Михайло Петрицький рекламував «Світло церковне з фабрики Аполльо по ціні фабричної», яке він продавав поруч із винами і виробами з китайського срібла на вул. Театинській, 14 (сьогодні вул. М. Кривоноса). Була можливість сплати «ратами» (частинами) замовлень «висше 100 корон» (Петрицький, 1900: 4);

— Ф. Фрідріх та І. Нагорний у рекламі свого магазину «корінних товарів, делікатесів» на

вул. Академічній, 28 (сьогодні просп. Шевченка) згадували також про продаж свічок (Фрідріх, 1902: 4);

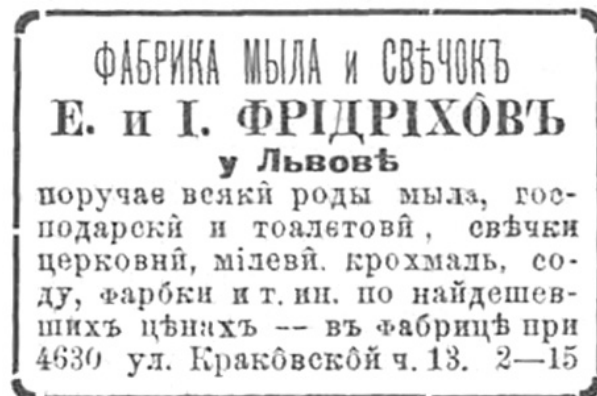


Рис. 6. Реклама фабрики свічок Е. і І. Фрідріхів (Фрідріх, 1893: 4)

— оголошення від С.Козяка про «Першу руську торгівлю нафти і приборів до свічення» на вул. Жулинського, 9 (сьогодні вул. І. Дашка), де також продавалось «світло столове», приймалися «замовлення карткою», була можливість безплатної доставки (Козяк, 1908: 3).

Оголошення про продаж свічок подавались також з інших міст Галичини та Австро-Угорщини. Так, виявлено 2 оголошення компанії «Достава» Товариство зареєстроване з обмеженою порукою», яка мала «склад церковних товарів в Станіславові уліця 3 мая ч. 4», а згодом на вул. Смольки, 1 (сьогодні Івано-Франківськ, відповідно вул. М. Грушевського і Л. Бачинського), де поруч із великою кількістю інших товарів продавалось «воскове світло». Принаймні з 1910 р. компанія мала також підрозділ у Львові на вул. Руській, 20 (Достава, 1910: 8). «Достава» пропонувала «для крамниць і спілок» доставку «вагонами по цінах фабричних на сплату», а також жертвувала «дохід на рускі церкви і школи» (Достава, 1905: 4; 1906: 4). Виявлено також оголошення двох компаній з Відня — Anton Himmelbauer & Cie та Gottlieb Taussing, які рекламували «світло церковне і столове» і «свічки» власного виробництва. (Хіммельбауер, 1889: 4; Тауссінг, 1890: 4). Вище згадувалось оголошення Генріха Владика із Літомеріце, Чехія про продаж різних свічок, в т.ч. власного виробництва (Владика, 1906: 6), (мал. 7).

В 8 оголошеннях додатково рекламуються прикраси до церковних свічок — «цвіти до свічок» із «матерії... паперові» (Шубут, 1884: 4; Народна торгівля, 1884: 4). В 6 оголошеннях згадуються кольорові або декоровані свічки. Зокрема, кольорові свічки згадувались в якості як «церковних» так і «столових» (Шубут, 1882: 4; Владика, 1906: 6).



Рис. 7. Реклама чеської фабрики І. Владика із зазначенням цін воскових, стеаринових і парафінових свічок (Владика, 1906: 6)

Ціни свічок були вказані в 26 з 50 виявлених оголошень з інформацією про продаж свічок. 18 із них подані кооперативом «Народна торгівля». В більшості оголошень «Народної торгівлі» подається гуртова ціна за 100 кг. Водночас, в двох оголошеннях, які стосувались роздрібного продажу свічок, ціна вказана за фунт і кілограм (Народна торгівля, 1885: 4; 1891: 4). До 1899 р. ціни зазначались в «зр.» – золотих ринських (гульдєнах) (Народна торгівля, 1899: 4), з 1901 р. фіксується перехід до цін в «кор.» – коронах (австро-угорських кронах) (Народна торгівля, 1901: 4). У 1884–85 рр. «Народна торгівля» продавала свічки «Apollo» по 96–100 «зр.», свічки кращого сорту («Іа») – по 92–96 «зр.», гіршого («Па») – по 84–88 «зр.» У 1888–99 рр. свічки сорту «Іа» продавались по 70–82 «зр.», «Па» – по 64–76 «зр.», при тому, у 1897–99 рр. фіксуються найнижчі ціни на свічки в даному періоді. У 1901–14 рр. свічки сорту «Іа» продавались по 156–212 крон, «Па» – по 136–186 крон, при тому, фіксується поступове подорожчання свічок з часом. З 1905 р. продаються свічки сорту «Шпа» без торгової марки «М.Ц.Н.Т.» по ціні 128–126 крон (Народна торгівля, 1905: 4; 1914: 8). Свічки сортів «Іа» і «Па» постачались напряму із фабрики, сорт «Шпа» – із складу у Львові.

В трьох оголошеннях Євгена Мартинця (1904–06) ціни були вказані в «зр.», в одному

оголошенні кінця 1906 р. – в «коронах». Ціни подавались за 100 кг. У 1904 р. стеаринові свічки «Apollo» «церковні, довгі» і «столові (до павуків)» продавались по 72 «зр.» У 1905–06 рр. стеаринові свічки «Apollo» сорту «Іа» продавались по 80 «зр.» («церковні») і 76 «зр.» («столові»), сорту «Па» – відповідно 70 «зр.» і 68 «зр.» Стеаринові свічки «Milli» і «Salvator» сорту «Іа» коштували 77 «зр.» («церковні») і 75 «зр.» («столові»), сорту «Па» – відповідно 67 «зр.» і 66 «зр.» У 1906 р. свічки без інформації про виробника і матеріал виготовлення продавались по 184 і 164 крони.

У 1880 р. В. Маршалкевич продавав воскові свічки по 85 «кр.» (крейцери) за 1 «фт.» (скоріш за все фунт), стеаринові – по 60 «кр.» за 1 «фт.» (Маршалкевич, 1880: 4). Кароль Балабан у 1883 р. продавав свічки по 54 «кр.» за фунт, а у 1891 р. – по 96 «зр.» за 100 кг зі складу у Львові і по 84 «зр.» за 100 кг з фабрики (Балабан, 1883: 4; 1891: 4). У 1893 р. Фрідріх Шубут продавав «тройці з чистого білого воску білі» по 1.5–3.5 «зр.», «крашені» – по 2.2–4.5 «зр.» (Шубут, 1893: 4). У 1906 р. І. Владика з Чехії рекламував «нап্রেстољні воскові свічки», «воскові свічки» по ціні від «4 K 80 с» до «4 K» за 1 кг, «воскові свічки з примішкою земного воску» – «3 K 50 с», «керосинові свічки зі штучного воску» – «2 K 20 с», «стеаринові церковні свічки» – «1 K 44 с» (Владика, 1906: 6). В оголошенні І. Владика грошова одиниця «с» також позначається як «сот», тобто сота частина крони – гелер.

Окрім реклами про продаж свічок, було виявлено ряд оголошень про продаж свічкових приладів освітлення. Серед 21 такого оголошення в 15 йдеться про продаж таких приладів освітлення поміж церковних товарів. Так, в оголошенні Емільяна Левицького з Перемишля рекламуються «ліхтарі, павуки», які продавались серед інших «речей церковних» (Левицький, 1893: 4).

Виявлено 4 оголошення Петра Дуткевича із Станіслава, вул. Бельведєрська, 2(4) за 1897–1905 рр., який рекламував продаж різноманітних церковних речей, в тому числі «ліхтарів», «павуків», «многосвічників», а також роботи з «огневого золочення, посріблення і бронзовання». Петро Дуткевич проводив тривалі рекламні кампанії (Дуткевич П., 1900: 4; 1905: 4).

В 4 оголошеннях (1905–1910) «складу церковних товарів» компанії «Достава» із Станіслава рекламуються «павуки», «ліхтарі», «свічники», «лямпї до вічного світла (система Guillon'a)» (Достава, 1906: 4; 1910: 8). Компанія також продавала свічки, про що було згадано вище, рекламувала відновлення позолоти на церковних речах –

«золочення в огни... в бронзівничій робітні під проводом п. В. Дуткевича» (Достава, 1908: 4).

У 1905 р. Василь Дуткевич рекламував «Робітню зарядів церковних» в Перемишлі на вул. Францисканській, 18, де «Золочене і сріблене відбуває ся в огни», а також «склад хоругов, чаш, ліхтарів, павуків» (Дуткевич В., 1905: 4).

Компанія «Ризниця» у 1908 р. рекламувала «підсвічники» серед численних церковних товарів зі своїх «великих складів в Самборі і 3 філіях: у Львові, Перемишлі і Станиславові». В оголошенні також подається інформація про час заснування компанії (близько 1893) і про її благодійну діяльність (Ризниця, 1908: 4).

Виявлено оголошення і львівських продавців церковних приладів освітлення. Так, у 1891 р. «Торговля под фірмою Мих. Дыметь у Львові» пропонувала до продажу «пауки» серед інших церковних товарів (Димет, 1891: 4).

Федір Оліярник у 1905 р. рекламував у своїй «Рускій торгівлі всіх приборів церковних» на вул. Театинській, 3 (сьогодні вул. М. Кривоноса) продаж таких приладів освітлення як «ліхтарі мосяжні, розличного рода канделябри, свічники (пауки),... лампи перед найсвятіші тайни,... ліхтарні до процесії і хорих». В оголошенні стверджувалось про ціни на «10 а за готівку 15% дешевше як де інде» (Оліярник, 1905: 4).

«Перша руска торгівля Спожарского й Устенського» на вул. Руській, 1 пропонувала до продажу різноманітні церковні товари, серед яких «павуки», «підсвічники», «свічники», «лампи на вічне світло», а також послуги з відновлення виробів у «власній бронзівничій робітні». Покупцям пропонувався «богато ілюстрований цінник», можлива була оплата частинами (Спожарський, 1905: 4; 1907: 4).

Виявлено 6 оголошень про продаж свічкових приладів освітлення без прив'язки до церковних товарів. У 1889 р. Алойсій Гібнер пропонував великий вибір ліхтарів «стаєнныхъ, ручныхъ, кишевыхъ и т.п. до освітлюваня... свічками» на вул. Кароля Людвіга, 13 (сьогодні непарний бік просп. Свободи) (Гібнер, 1889: 4).

В оголошеннях Казимира Левицького (1890–1891) згадуються «ліхтарі, канделябри», а також «ощадники до свічок патентовані до кожного ліхтаря придалі. Свічка (без подвиваня папером) держить ся mocno і вигорює до останка», які продавались серед порцеляни, скла, «хиньского срібла» на вул. Трибунальській (сьогодні вул. Шевська) (Левицький, 1890: 4; 1891: 4).

В рекламі 1891 р. фабрики «Юсифа Фражета з Варшави» йдеться про відкритий магазин у Львові

на пл. Капітульній, 3 (сьогодні пл. Катедральна), де серед «приборів столових» пропонувались «ліхтарі, канделябри» (Фраже, 1891: 4).

В оголошенні 1903 р. Станіслава Стшалковського, який мав «одинокий склад ламп і бронзів з польської фабрики в Варшаві» на пл. Галицькій, 14 пропонувались «на різдвяні і новорічні дарунки лампи і свічники..., густовно виконані, на свійських мотивах». За певних умов можлива була сплата частинами (Стшалковський, 1903: 4).

Обговорення. Інтерпретація отриманих результатів повинна враховувати особливості такого джерела інформації як рекламні оголошення в періодичних виданнях, зокрема у львівській газеті «Діло». Припускається, що далеко не всі засоби освітлення, які продавались у Львові, потребували реклами або рекламувались саме в газеті «Діло». Тому відсутність рекламних оголошень про продаж певних засобів освітлення не виключає факту їх продажу і використання. В свою чергу, виявлення реклами таких засобів освітлення підтверджує факт їх продажу в місті і, з великою ймовірністю, використання деякої їх кількості серед споживачів.

Ще одне припущення стосується кількості виявлених рекламних оголошень. Підвищена кількість реклами певних засобів освітлення може пояснюватись як їх значною поширеністю, так і комерційними факторами – конкуренцією серед продавців, намаганням підвищити продажі, виведенням на ринок нових продуктів, тощо. В свою чергу, невелика кількість реклами може відображати меншу поширеність певних засобів освітлення, а також могла бути обумовленою відсутністю необхідності або можливості. Тому різниця в кількості рекламних оголошень щодо різних засобів освітлення може не відображати ступінь їх поширення серед споживачів, хоча й не можна відкидати ймовірності такої кореляції. З даних міркувань було сформовано підхід до відбору оголошень – враховувались тільки унікальні оголошення, що надають певну нову інформацію, а тривалість рекламних кампаній переважно ігнорувалась.

Реклама в газеті «Діло» була орієнтована тільки на одну групу споживачів – українську громаду, яка в кінці XIX – на початку XX ст. не була найчисельнішою у Львові (Лозинський, 2005: 133–163). Існує ймовірність, що кількісно домінантна польська громада міста могла проявляти попит дещо іншого спрямування у галузі засобів штучного освітлення. Тому є підстави припустити, що реклама в газеті «Діло» є недостатньо репрезентативною щодо всього ринку засобів штучного

освітлення Львова. Відповідь стосовно справедливості даного припущення можуть дати додаткові дослідження, в тому числі щодо рекламних оголошень в інших періодичних виданнях міста.

Велика кількість рекламних оголошень про продаж свічок, а також факт того, що свічки були предметом гуртового продажу, може свідчити про активне їх застосування у Львові в кінці XIX – на початку XX ст. Необхідно відмітити, що свічки в оголошеннях не завжди називаються безпосередньо «свічками». В більшості оголошень фігурує слово «світло», яке, безсумнівно, позначає свічки, що підтверджується контекстом ряду оголошень (Народна торгівля, 1884: 4; 1907: 4). Така назва свічок, схоже, була звичною для українців Галичини, так як трапляється в оголошеннях різних рекламодавців – «Народної торгівлі», Євгена Мартинця, Михайла Петрицького зі Львова, компанії «Достава» із Станіслава, А. Himmelbauer & Cie з Відня. Іноді для опису свічок використовувались такі визначення як «поставники», «тройці», «громниці», «пасхали» – вони позначають свічки ритуального призначення.

В більшості оголошень фіксуємо супутні найменування свічок – «церковні» і «столові». Можемо припустити, що такі найменування відображають призначення свічок – «столові» відповідають побутовим, «церковні» описують свічки для церков. Найменування свічок для церков говорить само за себе, щодо побутових – необхідні додаткові пояснення. Вже сам поділ свічок на «церковні» і «столові» дає розуміння якогось іншого призначення «столових» свічок, окрім як для церков – з великою ймовірністю для побуту. Слово «столові» може вказувати на використання таких свічок як настільних побутових засобів освітлення на відповідних підсвічниках – виявлено рекламу «канделябрів» в якості «приборів столових» серед «ножів, вилок... сервісів, тац... етажерів, самоварів» (Фраже, 1891: 4). Згадки про використання «столових» свічок «до павуків», що в даному контексті означає «для люстр», також можуть бути свідченням побутового використання – «павуками» називали, зокрема, газові, електричні і керосинові люстри побутового використання (Дітмар, 1899: 4; 1900: 4). Існує також згадка про «павуки церковні і сальонові» (Успенський, 1893: 4). Необхідно зазначити, що поділ свічок на «церковні» і «столові», міг бути досить умовним при реальному їх застосуванні. Єдині суттєві відмінності між ними, згідно інформації в оголошеннях, були у формі цих свічок – «столові» були «коротшими і грубшими», використовувались «до павуків», а церковні характеризуються як

«довгі». Не виключено, що для церковних «павуків» могли використовувались «столові» свічки.

Серед виявленої інформації знаходимо свідчення продажу свічок різного розміру, мірою якого була вага свічок. Про різні розміри найпоширеніших в оголошеннях «церковних» і «столових» свічок дізнаємось з оголошень «Народної торгівлі» (Народна торгівля, 1884: 4), Кароля Балабана (Балабан, 1883: 4). Припускаючи, що вага в даних оголошеннях вказана у віденських фунтах (0.56 кг), фіксуємо вагу «столових» свічок від 70 до 140 г, а «церковних» – від 140 г до 1.68 кг. Особливо великою вагою відрізнялись ритуальні воскові свічки – «поставники», «тройці», «громниці», «пасхали», чия вага доходила до 10 фунтів або 5 кг (Шубут, 1881: 4; 1895: 4).

Деякі із пропонуванних для продажу у Львові свічок були зафарбовані в масі або ж декоративно оздоблені малюнками, позолотою (Шубут, 1881: 4; 1893: 4; Владика, 1906: 6). Існувала практика прикрашання свічок квітами із паперу і тканини, яка, судячи із контексту оголошень, була характерною для церков (Шубут, 1880: 4; Народна торгівля, 1884: 4).

Можна стверджувати, що основним покупцем свічок були церкви і монастирі – в більшості оголошень свічки позиціонуються як «церковні», часто можна зустріти знижки для церков і «братств». Це особливо помітно в оголошеннях гуртових продавців – «Народної торгівлі», Євгена Мартинця. Окрім того, відомості отримані з оголошень дозволяють припустити, що свічки в церквах Львова кінця XIX – початку XX ст. були не тільки традиційним культовим предметом, але й залишались основним засобом штучного освітлення. Поруч із частим використанням виразу «світло церковне» для позначення свічок, помічаємо відсутність оголошень про інші засоби штучного освітлення церков, окрім «павуків», ліхтарів і підсвічників, для яких застосовувались саме свічки.

Побутове використання свічок було певним чином поширене у Львові в кінці XIX – на початку XX ст. – це можна стверджувати вже на підставі багатовікової практики такого їх застосування, що дійшла аж до сьогодення. Водночас, опис свічок як побутових засобів освітлення міститься і в рекламних оголошеннях. Окрім позначення свічок як «столових», в деяких оголошеннях згадуються побутові підсвічники і свічкові ліхтарі (Гібнер, 1889: 4; Стшалковський, 1903: 4). Зафіксовано продаж свічок в магазинах товарів першої необхідності і поруч з продуктами харчування, що також вказує на їх побутове призначення. Необхідно враховувати, що виявлені рекламні ого-

лошення можуть не відображати інтенсивності побутового використання свічок, адже вони були звичним повсякденним товаром, який, скоріш за все, не потребував реклами.

У виявлених рекламних оголошеннях згадуються 4 види свічок за матеріалом їх виготовлення – воскові, стеаринові, парафінові, лійові. Із них найбільш рекламованими є стеаринові і воскові свічки, в той час як згадок про парафінові і лійові значно менше.

Продаж парафінових свічок у Львові підтверджує тільки одне оголошення. Це дозволяє припустити, що їх використання у місті було обмеженим. Парафінові свічки в кінці XIX – на початку XX ст. були дуже поширеними в Європі, тож невелика кількість згадок про них у Львові виглядає нетиповою і вимагає додаткових досліджень.

Продаж лійових свічок безпосередньо у Львові не був зафіксований, проте не можна виключати їх використання в місті, так як існують свідчення про гуртові поставки даного типу свічок «Дирекцією руху» залізниці у 1880-х рр. На той час продаж вже застарілих лійових свічок виглядав анахронізмом – стеаринові і парафінові аналоги значно переважали їх в якості і були поширеними з 1830-х – 50-х рр. (Wisniak, 2001). Можна припустити, що все ще існуючий попит на лійові свічки був обумовлений їх низькою вартістю, хоча й необхідних цінових даних не виявлено. Такий непретензійний і традиційний засіб освітлення, скоріш за все, не потребував реклами, і міг використовуватись малозабезпеченими людьми. В будь-якому разі, дане питання вимагає додаткових досліджень.

Хоча кількість оголошень про воскові і стеаринові свічки є приблизно однаковою, є підстави стверджувати, що найбільш поширеними у Львові в кінці XIX – на початку XX ст. були стеаринові свічки. Існує кілька підстав для такого твердження. До оголошень про стеаринові свічки слід додати усі оголошення «Народної торгівлі» без зазначення матеріалу виготовлення, адже дана компанія з великою ймовірністю завжди продавала саме стеаринові свічки. Це більш ніж вдвічі збільшить кількість оголошень про них. Матеріал свічок «Народної торгівлі» можна чітко ідентифікувати тільки в перших двох оголошеннях 1884–85 рр., де згадані свічки «Apollo», а також інші свічки – сорт «Іа» і «Іа». Загальновідомо, що компанія «Apollo» випускала стеаринові свічки, що додатково підтверджено в деяких інших оголошеннях (Шубут, 1882: 4; Мартинець, а, 1906: 4). Свічки сортів «Іа» і «Іа» були трохи дешевшими від свічок «Apollo», подавались в оголошеннях

як дешевша версія одного й того ж продукту, і з великою ймовірністю, також були стеариновими (Народна торгівля, 1884: 4; 1885: 4). Надалі в більшості оголошень «Народної торгівлі» згадуються свічки сортів «Іа» і «Іа», і вони у 1900-х рр. співвідносяться по ціні із стеариновими свічками «Apollo», які продавав Євген Мартинець. Друга підставою для твердження про переважне використання стеаринових свічок є їх конкурентна ціна, про що детальніше буде сказано згодом. Третьою підставою є їх гуртовий продаж у Львові впродовж 1880-х – 1910-х рр. – поруч із відсутністю свідчень про гуртові продажі воскових свічок це можна вважати свідченням більш масового використання стеаринових. Показовим для високого попиту на стеаринові свічки є факт їх продажу Фрідріхом Шубутом зі Львова (Шубут, 1881: 4) і І. Владикою з Літомеріце в Чехії (Владика, 1906: 6), які були виробниками воскових свічок. На користь переважного використання стеаринових свічок також свідчать позитивні описи їх характеристик в деяких оголошеннях, при відсутності таких щодо воскових (Народна торгівля, 1904: 4; Мартинець, 1904: 4).

Додатково необхідно відмітити певні залежності між призначенням свічок і матеріалом їх виготовлення. Серед згадок про «церковні» свічки співвідношення воскових і стеаринових становить 1:2,4, серед «столових» – 1:7. Причому, позиціонування воскових свічок в якості «столових» помічаємо всього в двох оголошеннях тільки одного продавця – Фрідріха Шубута у 1881–82 рр. (Шубут, 1881: 4; 1882: 4). Це може свідчити про домінування стеаринових свічок не тільки в побутовому застосуванні, але й в церковному.

В значній частині оголошень вказується вартість свічок, проте абсолютна більшість із них містить тільки гуртові ціни різних сортів стеаринових свічок – оголошення «Народної торгівлі» і Євгена Мартинця. З них можемо констатувати, що найдорожчими із стеаринових свічок від «Народної торгівлі» у 1884–85 рр. були свічки віденського виробника «Apollo», а дешевшими на 4% і 12% були відповідно свічки сортів «Іа» і «Іа» невідомих виробників (Діло, Народна торгівля, 1884: 4; 1885: 4). У 1906 р. в Євгена Мартинця свічки «Apollo» продавались в середньому на 4% дорожче від свічок «Salvator» і ще одного віденського виробника «Milli», а ціна «церковних» свічок була на 3–5% вищою за ціну «столових» усіх згаданих виробників (Мартинець, а, 1906: 4). Різницю у вартості між «церковними» і «столовими» свічками також зустрічаємо при роздрібному їх продажу із складів «Народної торгівлі» –

у 1891 р. «столові» свічки можна було купити на 10% дешевше (Народна торгівля, 1891: 4). Проте, в усіх інших оголошеннях «Народної торгівлі» ціни на дані типи свічок при їх гуртовому продажі є однаковими. Тому можемо припустити, що стеаринові «церковні» і «столові» свічки гуртом продавались по одній ціні, а для роздрібних цін могли бути винятки. Водночас, основною причиною диференціації ціни стеаринових свічок була наявність на ринку різних їх сортів по якості, а також продукції різних виробників. Ціни на стеаринові свічки були відносно сталими впродовж років. Так, в гуртових цінах «Народної торгівлі» у 1888–99 рр. фіксуємо коливання цін в межах 15%, впродовж 1901–14 рр. помічаємо підвищення цін на 27%.

Щодо цін на свічки інших видів можемо робити значно менше висновків, так як в опрацьованих оголошеннях бракує відповідної інформації. Лиш одне із виявлених оголошень відображає різницю у вартості стеаринових і воскових свічок, які продавались у Львові – у 1880 р. воскові свічки були на 30% дорожчими за стеаринові (Маршалкевич, 1880: 4). Враховуючи історичну закономірність різниці в ціні між даними типами свічок, можемо припустити, що таке співвідношення цін було актуальним для Львова даного періоду. В оголошенні 1906 р. від І. Владики з Чехії знаходимо порівняння вартості трьох видів свічок – воскових, стеаринових і парафінових. Дане співвідношення цін можемо спроектувати на ринок Львова, так як згадане оголошення подавалось у львівській газеті та було розраховане на львівських і галицьких гуртових покупців. Разом з тим, з великою ймовірністю, співвідношення вартості різних типів свічок було однаковим на різних землях Австро-Угорщини. Тож в 1906 р. ціна стеаринових свічок була у 2,7 рази нижчою за ціну воскових, а парафінових – у 1.8 рази. Стеаринові свічки були дешевшими за парафінові на 35%.

Із виявленої в рекламних оголошеннях інформації можемо робити деякі висновки про процеси купівлі і продажу свічок у Львові. Є підстави охарактеризувати ринок свічок як дуже активний, що підкреслює поширеність даного засобу штучного освітлення. В оголошеннях виявлено 10 львівських компаній, які рекламували продаж свічок: «Народна торгівля», Ф. Шубут, Є. Мартинець, В. Маршалкевич, Й. Падевський, К. Баллабан, Е. і І. Фрідріхи, М. Петрицький, Ф. Фрідріх та І. Нагорний, С. Козяк. Можна стверджувати, що продавців свічок було значно більше, адже далеко не усі з них рекламувались саме в газеті «Діло» чи рекламувались взагалі. Ф. Шубут не

тільки продавав воскові і стеаринові свічки, але й виробляв воскові (Шубут, 1881: 4). Е. і І. Фрідріхи також виробляли свічки на своїй «фабриці мила і свічок» (Фрідріх, 1893: 4). Матеріал виготовлення даних свічок не зазначений, проте, із-за поєднання виробництва свічок і мила можна припустити, що вони були стеариновими. Окрім свічок львівських виробників, у Львові продавали стеаринові свічки віденських компаній «Apollo» та «Milli», торгових марок «Salvator» та «М.Ц.Н.Т.». Свічки можна було купити, замовивши доставку залізницею, у продавців та виробників з інших міст Галичини і Австро-Угорщини – в компанії «Достава» із Станіславува, А. Himmelbauer & Cie та G. Taussing з Відня, І. Владики з Літомеріце, Чехія.

У більшості із виявлених оголошень рекламується гуртовий продаж свічок – це можна пояснити як переважанням такого способу продажу, так і комерційно-маркетинговими причинами. Останнє виглядає дуже ймовірним, так як роздрібна торгівля товарами повсякденного вжитку могла значно менше потребувати реклами. Варто зауважити, що навіть такий великий гуртовий продавець як «Народна торгівля», здійснював і роздрібні продажі, хоча рідко їх рекламував (Народна торгівля, 1891: 4). Свічки найчастіше продавались поруч із різноманітними товарами – продуктами харчування, напоями, «корінними товарами», церковними предметами. Була дуже поширеною доставка свічок залізницею за умов купівлі гуртом, від 10–30 кг., безкоштовне пакування товару, оплата рахунками, знижки при оплаті готівкою, можливість розтермінування оплати. Деякі продавці, наприклад С. Козяк, пропонували доставку до дому своїх товарів, в тому числі і свічок.

Широке розповсюдження практики доставки свічок залізницею, про що згадується більше ніж у половині виявлених оголошень, дозволяє припустити, що більшість результатів даного дослідження можна спроектувати на територію Галичини, яка була забезпечена залізничним сполученням. Адже доставка товарів залізницею сприяла доступності рекламованих у львівських виданнях товарів на усіх цих територіях.

Окрім реклами про продаж свічок, в оголошеннях зустрічаємо інформацію про продаж свічкових приладів освітлення – ліхтарів, підсвічників і люстр, які називали «павуками», про що було сказано вище. Серед таких приладів освітлення також помічаємо поділ на церковні і побутові. Церковні прилади освітлення продавались поруч із іншими товарами церковного вжитку, «церковне» призначення чітко прослідковується в контексті відповідних оголошень (Дуткевич, 1897: 4; Доставка,

1905: 4). Згадка про такі прилади освітлення як «Ліхтарні стаєнні, ручні, кишєневі... до освітлювання... свічками» (Гібнер, 1889: 4), а також продаж «ліхтарів і канделябрів», «свічників» серед «приборів столових» (Фраже, 1891: 4; Левицький, 1891: 4), «новорічних дарунків» (Стшалковський, 1903: 4), вказує на побутове призначення даних приладів освітлення.

На відміну від церковних люстр, які згадуються у більшості відповідних оголошень, серед оголошень про побутові прилади освітлення для свічок зустрічаємо тільки одну згадку про свічкові люстри («павуки сальонові») в оголошенні В. Успенського і В. Скуржіля за 1893 р. (Успенський, 1893: 4). Це може свідчити про переважання свічкових ліхтарів і підсвічників у побуті, порівняно із свічковими люстрами. Однак, дане припущення на фоні виявленого поширення «столових» свічок «до павуків» вимагає додаткового обґрунтування.

В жодному з оголошень не виявлено зображень свічкових приладів освітлення, тому наразі неможливо аналізувати особливості їх будови і дизайну. Проте, дане дослідження формує передумови для проведення такого аналізу в майбутньому – з'ясовано назви ряду компаній, чії люстри, ліхтарі і підсвічники рекламувались у Львові, а також підтверджено практику розповсюдження ілюстрованих «цінників» серед споживачів (Спожарський, 1905: 4). Тож потенційне виявлення відповідних «цінників» зможе надати необхідні відомості для подальших досліджень.

Висновки. За результатами проведеного дослідження можемо стверджувати, що в кінці XIX – на початку XX ст. свічки у Львові і Галичині широко використовувались для освітлення інтер'єрів. При продажу свічок зазначалось їх найменування – «церковні» або «столові», що може бути відображенням їх церковного або побутового призначення. Основним споживачем свічок були церкви і монастирі, причому в церквах, поруч із ритуальним призначенням, свічки залишались основним засобом штучного освітлення. Свічки активно використовувались і в побуті, проте інтенсивність такого їх застосування могла бути недостатньо відображеною у рекламі того часу.

У Львові рекламувались свічки, виготовлені із стеарину, воску, парафіну, лою. Із них найпоширенішими були стеаринові свічки, що прослідковується як в побутовому, так і в церковному їх застосуванні. Воскові свічки використовувались значно менше. Ступінь поширення парафінових і лойових свічок вимагає додаткових досліджень.

Свічки диференціювались по формі, залежно від призначення, а також по розміру, який описувався

вагою свічки. В даному контексті особливо різноманітними були свічки ритуального призначення. Продавались кольорові і декоровані свічки, в церквах існувала практика прикрашання свічок штучними квітами.

Свічки були поширеним предметом комерції. Зафіксовано рекламу 14 продавців свічок, серед них 10 львівських. З великою ймовірністю, свічками торгувало значно більше продавців. Окрім свічок львівських виробників – воскових свічок Ф. Шубута і стеаринових Е. і І. Фрідріхів, у Львові продавали стеаринові свічки віденських компаній «Apollo» та «Milli», торгових марок «Salvator» та «М.Ц.Н.Т.»

Свічки продавались переважно в неспеціалізованих магазинах, поруч із іншими товарами. Для гуртових покупців були створені умови для купівлі свічок на відстані із подальшою доставкою залізницею. Гуртова купівля заохочувалась знижками, сприятливими умовами оплати, безкоштовним пакуванням.

Вартість свічок обумовлювалась матеріалом їх виготовлення, якістю, ціновою політикою виробників, способом продажу. Найдорожчими були воскові свічки, далі по спаданню ціни йшли парафінові і стеаринові свічки. Інформації про вартість лойових свічок не виявлено. Вартість найпоширеніших стеаринових свічок була відносно сталою, могла залишатись на одному рівні протягом кількох років. Ціна свічок переважно встановлювалась не поштучно, а на вагу.

У Львові зафіксовано продаж ряду свічкових приладів освітлення – люстр, ліхтарів, підсвічників. Серед них помітний чіткий поділ на предмети церковного і побутового призначення. Виявлено 12 продавців таких приладів освітлення, а також практику розповсюдження ілюстрованих каталогів даних товарів.

Більшість результатів даного дослідження можна спроектувати на територію Галичини, яка була забезпечена залізничним сполученням – поширена на той час доставка товарів залізницею сприяла доступності рекламованих у львівських виданнях товарів на цих територіях.

Використання рекламних оголошень якості джерела інформації має ряд особливостей, які необхідно враховувати при будь-якому застосуванні результатів даного дослідження. Серед них фрагментарність, недостатня репрезентативність і соціокультурна вибірковість отриманих відомостей, їх непряма кореляція із реальним ринком засобів освітлення. Це зумовлює варіабельність в трактуванні отриманих результатів і обмежує можливість формування однозначних висновків. Водночас, рекламні оголошення

містять велику кількість різноманітних і детальних відомостей про сферу штучного освітлення Львова, що є особливо цінними в умовах браку інших інформаційних джерел.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Георгієвська В. Реклама в українській пресі Наддніпрянщини початку XX століття. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32(71), № 6(3). С. 142–149.
2. Гомзяк А. Стилїстика ар деко в рекламній графіці українських часописів Львова міжвоєнного періоду. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2022. Вип. 48. С. 115–124.
3. Дмитренко А. Традиції виготовлення та функціональне застосування воскових свічок на Зарічненщині (Рівненська область): за польовими матеріалами. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Історія України. Українознавство: історичні та філософські науки»*. 2023. Вип. 36. С. 68–79.
4. Житарюк М. Газета «Діло» як комунікаційний канал боротьби за українську автономію у Польщі (30-ті рр. XX ст.). *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства*. Львів. 2013. №3 (21). С. 490–500.
5. Лозинський Р. Етнічний склад населення Львова (у контексті суспільного розвитку Галичини). Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2005. 355 с.
6. Мацежинський В., а. Реклама в пресі Польського Королівства і Східної Галичини в другій половині XIX і на початку XX століття: дис. д. іст. наук: 07.00.02 / Національна академія наук України. Науково-дослідний центр періодики Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника. Львів, 2004. 429 с.
7. Мацежинський В., б. Розвиток преси у Галичині в другій половині XIX – на початку XX ст. *Галичина*. 2004. № 10. С. 93–102.
8. Папуга Я. Ставлення Заходу до Голодомору 1932–1933 років (за матеріалами львівської преси). *Україна-Польща: історична спадщина і суспільна свідомість*. 2010–2011. Вип. 3–4. С. 56–85.
9. Рожко В. Воскові свічки Божих храмів історичної Волині IX–XX століття. Луцьк : Волинська обласна друкарня, 2014. 146 с.
10. Романюк М., Галушко М. Українські часописи Львова 1848–1939 рр.: Історико-бібліографічне дослідження: в 3 т. Львів: Світ, 2001. Т. 1: 1848–1900 рр. 741 с.
11. Серебрякова О. Піромантичні дії у святвечірній обрядовості українців. *Народознавчі зошити*. 2023. № 3 (171). С. 597–606.
12. Хімяк О. Газета «Діло» та її вплив на формування політичної свідомості українців Галичини (кінець XIX – початок XX ст.). *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2009. № 21. С. 45–49.
13. Irwin E. The Spermaceti Candle and the American Whaling Industry. *Historia* 21. 2012. P. 45–53.
14. Mescher V. Dispelling the darkness: Types of candles and the appropriateness of each for the mid-19th century. 2008. 18 p.
15. Wisniak J. Candle: A light into the past. *Indian journal of chemical technology*. 2001. Vol. 7. P. 319–326.

РЕКЛАМНІ ОГОЛОШЕННЯ В ГАЗЕТІ «ДІЛО»:

1. Балабан К. Реклама. *Діло*. 1883. 23 серп. С. 4.
2. Балабан К. Реклама. *Діло*. 1891. 4 квіт. С. 4.
3. Владика І. Реклама. *Діло*. 1906. 8 берез. С. 6.
4. Гібнер А. Реклама. *Діло*. 1889. 5 жовт. С. 4.
5. Димет М. Реклама. *Діло*. 1891. 30 листоп. С. 4.
6. Дирекція руху. Реклама. *Діло*. 1887. 31 січ. С. 4.
7. Дирекція руху. Реклама. *Діло*. 1888. 26 січ. С. 4.
8. Дітмар Р. Реклама. *Діло*. 1899. 27 листоп. С. 4.
9. Дітмар Р. Реклама. *Діло*. 1900. 27 жовт. С. 4.
10. Достава. Реклама. *Діло*. 1905. 28 жовт. С. 4.
11. Достава. Реклама. *Діло*. 1906. 24 лют. С. 4.
12. Достава. Реклама. *Діло*. 1908. 16 квіт. С. 4.
13. Достава. Реклама. *Діло*. 1910. 15 січ. С. 8.
14. Дуткевич В. Реклама. *Діло*. 1905. 1 лип. С. 4.
15. Дуткевич П. Реклама. *Діло*. 1897. 16 жовт. С. 4.
16. Дуткевич П. Реклама. *Діло*. 1900. 21 лют. С. 4.
17. Дуткевич П. Реклама. *Діло*. 1905. 4 лют. С. 4.
18. Козяк С. Реклама. *Діло*. 1908. 27 черв. С. 3.
19. Левицький Е. Реклама. *Діло*. 1893. 4 лют. С. 4.
20. Левицький К. Реклама. *Діло*. 1890. 7 берез. С. 4.
21. Левицький К. Реклама. *Діло*. 1891. 25 верес. С. 4.
22. Мартинець Є. Реклама. *Діло*. 1904. 9 листоп. С. 4.
23. Мартинець Є. а. Реклама. *Діло*. 1906. 24 лют. С. 4.
24. Мартинець Є. б. Реклама. *Діло*. 1906. 22 листоп. С. 4.
25. Маршалкевич В. Реклама. *Діло*. 1880. 2 квіт. С. 4.
26. Мйончинський П. Реклама. *Діло*. 1888. 4 січ. С. 4.
27. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1884. 27 листоп. С. 4.

28. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1885. 24 січ. С. 4.
29. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1888. 8 груд. С. 3.
30. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1889. 30 черв. С. 4.
31. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1891. 14 груд. С. 4.
32. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1896. 12 лют. С. 4.
33. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1899. 8 січ. С. 4.
34. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1901. 15 лют. С. 4.
35. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1904. 5 серп. С. 4.
36. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1905. 8 лют. С. 4.
37. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1907. 15 лип. С. 4.
38. Народна торгівля. Реклама. *Діло*. 1914. 15 черв. С. 8.
39. Оліярник Ф. Реклама. *Діло*. 1905. 1 квіт. С. 4.
40. Падевський Й. Реклама. *Діло*. 1880. 24 трав. С. 4.
41. Петрицький М. Реклама. *Діло*. 1900. 25 лют. С. 4.
42. Ризниця. Реклама. *Діло*. 1908. 25 лют. С. 4.
43. Спожарський Є., Устенський В. Реклама. *Діло*. 1905. 25 листоп. С. 4.
44. Спожарський Є., Устенський В. Реклама. *Діло*. 1907. 14 берез. С. 4.
45. Стшалковський С. Реклама. *Діло, додаток*. 1903. 12 груд. С. 4.
46. Тауссінг Г. Реклама. *Діло*. 1890. 12 берез. С. 4.
47. Усенський В., Скуржиль В. Реклама. *Діло*. 1893. 14 трав. С. 4.
48. Фраже Й. Реклама. *Діло*. 1891. 9 листоп. С. 4.
49. Фрідріх Е., Фрідріх І. Реклама. *Діло*. 1893. 13 берез. С. 4.
50. Фрідріх Ф., Нагорний І. Реклама. *Діло*. 1902. 17 січ. С. 4.
51. Хіммельбауер А. Реклама. *Діло*. 1889. 25 листоп. С. 4.
52. Шубут Ф. Реклама. *Діло*. 1880. 2 квіт. С. 4.
53. Шубут Ф. Реклама. *Діло*. 1881. 7 берез. С. 4.
54. Шубут Ф. Реклама. *Діло*. 1882. 20 берез. С. 4.
55. Шубут Ф. Реклама. *Діло*. 1884. 13 берез. С. 4.
56. Шубут Ф. Реклама. *Діло*. 1893. 30 груд. С. 4.
57. Шубут Ф. Реклама. *Діло*. 1895. 22 лют. С. 4.

REFERENCES

1. Georgiievsk V. (2021) Reklama v ukraïnskii presi Naddnïpriianshchyni pochatku 20 stolittia. [Advertising in the Ukrainian press of the Dnipro region at the beginning of the 20th century] *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*. – «Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University», Series: «Philology. Journalism». 32(71), № 6(3). 142-149. [in Ukrainian]
2. Homziak A. (2022) Stylistyka ar deko v reklamniï hrafitsti ukraïnskikh chasopysiv Lvova mizhvoïennoho periodu. [Art Deco style in advertising graphics of Ukrainian magazines in Lviv during the interwar period] *Visnyk Lvivskoi natsionalnoi akademii mystetstv – Bulletin of the Lviv National Academy of Arts*. 48. 115-124. [in Ukrainian]
3. Dmytrenko A. (2023) Tradytzii vyhotovlennia ta funktsionalne zastosuvannia voskovykh svichok na Zarichnenshchyni (Rivnenska oblast): za polovymy materialamy. [Traditions of making and functional use of wax candles in Zarichnenshchyna (Rivne region): based on field materials] *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii: «Istoriia Ukrainy. Ukrainoznavstvo: istorychni ta filosofski nauky» – V. N. Karazin Kharkiv National University Bulletin «History of Ukraine. Ukrainian Studies: Historical and Philosophical Sciences»* 36. 68–79. [in Ukrainian]
4. Zhytariuk M. (2013) Gazeta «Dilo» yak komunikatsiinyi kanal borotby za ukraïnsku avtonomiiu u Polshchi (30-ti rr. 20 st.). [The newspaper "Dilo" as a communication channel of the struggle for Ukrainian autonomy in Poland (1930s)] *Zbirnyk prats Naukovo-doslidnoho instytutu presoznavstva – Proceedings of Research and Scientific Institute for Periodicals*. Lviv. 3 (21). 490–500. [in Ukrainian]
5. Lozynskyi R. (2005) Etnichni sklad naselennia Lvova (u konteksti suspilnoho rozvytku Halychyny) [Ethnic composition of the population of Lviv (in the context of social development of Galicia)]. Lviv: Vydavnychiy tsentr LNU im. Ivana Franka – Lviv: Publishing centre at Ivan Franko Lviv National University. 355. [in Ukrainian]
6. Matsezhynskyi V. (2004) a. Reklama v presi Polskoho Korolivstva i Shidnoi Halychyny v druhii polovyni 19 i na pochatku 20 stolittia: dys. d. ist. nauk: 07.00.02 [Advertising in the press of the Kingdom of Poland and Eastern Galicia in the second half of the 19th and early 20th centuries: dissertation, Doctor of Historical Sciences: 07.00.02] / Natsionalna akademiia nauk Ukrainy. Naukovo-doslidnyi tsentr periodyky Lvivskoi naukovoï biblioteki im. V. Stefanyka. Lviv. – National Academy of Sciences of Ukraine. Scientific and Research Center for Periodicals of the V. Stefanyk Lviv Scientific Library. Lviv. 429. [in Polish]
7. Matsezhynskyi V. (2004) b. Rozvytok presy u Halychyni v druhii polovyni 19 – na pochatky 20 st. [The development of the press in Galicia in the second half of the 19th – early 20th centuries] *Halychyna – Galicia*. 10. 93–102 [in Ukrainian]
8. Papuha Y. (2010-2011) Stavlennia Zakhodu do Holodomoru 1932–1933 rokiv (za materialamy lvivskoi presy) [The West's attitude towards the Holodomor of 1932–1933 (based on materials from the Lviv press)] *Ukraina-Polshcha: istorychna spadshchyna i suspilna svidomist – Ukraine Poland: Historical Heritage and Public Consciousness*. 3-4. 56-85. [in Ukrainian]

9. Rozhko V. (2014) Voskovi svichky Bozhykh khramiv istorychnoi Volyni 9 – 20 stolittia [Wax candles of God's temples of historical Volhynia, 9th–20th centuries] Lutsk: Volynska oblasna drukarnia – Lutsk: Volyn Regional Printing House. 146. [in Ukrainian]
10. Romaniuk M., Halushko M. (2001) Ukrainski chasopysy Lvova 1848–1939 rr: istoryko-bibliohrafichne doslidzhennia: v 3 t. Lviv: Svit, T.1: 1848–1900 rr [Ukrainian Newspapers of Lviv 1848–1939: Historical and Bibliographical Research: in 3 vol. Lviv: Svit, vol.1: 1848–1900] 741. [in Ukrainian]
11. Serebriakova O. (2023) Piromantychni dii u sviatvechirni obriadovosti ukrainsiv. [Pyromantic actions in Ukrainian Christmas Eve rituals] *Narodoznachchi zoshyty*. 3 (171). 597-606. [in Ukrainian]
12. Khimiak O. (2009) Gazeta «Dilo» ta yii vplyv na formuvannia politychnoi svidomosti ukrainsiv Halychyny (kinets 19 – pochatok 20 st.) [The newspaper “Dilo” and its influence on the formation of political consciousness of Ukrainians in Galicia (late 19th – early 20th centuries)] *Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku – Ukrainian national idea: realities and prospects for development*. 21. 45–49. [in Ukrainian]
13. Irwin E. (2012) The Spermaceti Candle and the American Whaling Industry. *Historia* 21. P. 45–53.
14. Mescher V. (2008) Dispelling the darkness: Types of candles and the appropriateness of each for the mid-19th century. 18 p.
15. Wisniak J. (2001) Candle: A light into the past. *Indian journal of chemical technology*. Vol. 7. P. 319–326.

ADVERTISEMENTS IN THE NEWSPAPER “DILO”:

1. Balaban K. (1883) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 23 aug. 4. [in Ukrainian]
2. Balaban K. (1891) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 4 apr. 4. [in Ukrainian]
3. Vladyka I. (1906) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 8 mar. 6. [in Ukrainian]
4. Hibner A. (1889) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 5 oct. 4. [in Ukrainian]
5. Dymet M. (1891) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 30 nov. 4. [in Ukrainian]
6. Dyrektsiia rukhu. (1887) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 31 jan. 4. [in Ukrainian]
7. Dyrektsiia rukhu. (1888) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 26 jan. 4. [in Ukrainian]
8. Ditmar R. (1899) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 27 nov. 4. [in Ukrainian]
9. Ditmar R. (1900) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 27 oct. 4. [in Ukrainian]
10. Dostava. (1905) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 28 oct. 4. [in Ukrainian]
11. Dostava. (1906) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 24 feb. 4. [in Ukrainian]
12. Dostava. (1908) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 16 apr. 4. [in Ukrainian]
13. Dostava. (1910) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 15 jan. 8. [in Ukrainian]
14. Dutkevych V. (1905) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 1 jul. 4. [in Ukrainian]
15. Dutkevych P. (1897) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 16 oct. 4. [in Ukrainian]
16. Dutkevych P. (1900) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 21 feb. 4. [in Ukrainian]
17. Dutkevych P. (1905) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 4 feb. 4. [in Ukrainian]
18. Koziak S. (1908) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 27 jun. 3. [in Ukrainian]
19. Levytskyi E. (1893) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 4 feb. 4. [in Ukrainian]
20. Levytskyi K. (1890) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 7 mar. 4. [in Ukrainian]
21. Levytskyi K. (1891) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 25 sep. 4. [in Ukrainian]
22. Martynets Y. (1904) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 9 nov. 4. [in Ukrainian]
23. Martynets Y. a. (1906) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 24 feb. 4. [in Ukrainian]
24. Martynets Y. b. (1906) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 22 nov. 4. [in Ukrainian]
25. Marshalkevych V. (1880) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 2 apr. 4. [in Ukrainian]
26. Mionchynskyi P. (1888) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 4 jan. 4. [in Ukrainian]
27. Narodna torhivlia. (1884) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 27 nov. 4. [in Ukrainian]
28. Narodna torhivlia. (1885) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 24 jan. 4. [in Ukrainian]
29. Narodna torhivlia. (1888) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 8 dec. 3. [in Ukrainian]
30. Narodna torhivlia. (1889) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 30 jun. 4. [in Ukrainian]
31. Narodna torhivlia. (1891) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 14 dec. 4. [in Ukrainian]
32. Narodna torhivlia. (1896) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 12 feb. 4. [in Ukrainian]
33. Narodna torhivlia. (1899) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 8 jan. 4. [in Ukrainian]
34. Narodna torhivlia. (1901) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 15 feb. 4. [in Ukrainian]
35. Narodna torhivlia. (1904) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 5 aug. 4. [in Ukrainian]
36. Narodna torhivlia. (1905) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 8 feb. 4. [in Ukrainian]
37. Narodna torhivlia. (1907) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 15 jul. 4. [in Ukrainian]
38. Narodna torhivlia. (1914) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 15 jun. 8. [in Ukrainian]
39. Oliiarnyk F. (1905) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 1 apr. 4. [in Ukrainian]
40. Padevskyi Y. (1880) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 24 may. 4. [in Ukrainian]
41. Petrytskyi M. (1900) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 25 feb. 4. [in Ukrainian]
42. Ryznytsia. (1908) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 25 feb. 4. [in Ukrainian]
43. Spozharskyi Y., Ustenskyi V. (1905) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 25 nov. 4. [in Ukrainian]
44. Spozharskyi Y., Ustenskyi V. (1907) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 14 mar. 4. [in Ukrainian]
45. Stshalkovskyi S. (1903) Reklama [Advertisement]. *Dilo, supplement*. 12 dec. 4.

46. Taussing H. (1890) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 12 mar. 4. [in Ukrainian]
47. Ustsenskyi V., Sknurzhil V. (1893) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 14 may. 4. [in Ukrainian]
48. Frazhe Y. (1891) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 9 nov. 4. [in Ukrainian]
49. Fridrikh E., Fridrikh E. (1893) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 13 mar. 4. [in Ukrainian]
50. Fridrikh F., Nahorny I. (1902) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 17 jan. 4. [in Ukrainian]
51. Khimmelbauer A. (1889) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 25 nov. 4. [in Ukrainian]
52. Shubut F. (1880) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 2 apr. 4. [in Ukrainian]
53. Shubut F. (1881) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 7 mar. 4. [in Ukrainian]
54. Shubut F. (1882) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 20 mar. 4. [in Ukrainian]
55. Shubut F. (1884) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 13 mar. 4. [in Ukrainian]
56. Shubut F. (1893) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 30 dec. 4. [in Ukrainian]
57. Shubut F. (1895) Reklama [Advertisement]. *Dilo*. 22 feb. 4. [in Ukrainian]

Дата першого надходження рукопису до видання: 16.09.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 24.10.2025

Дата публікації: 24.11.2025