

Сироткина Н.Л.

студентка,

Научный руководитель: Набоков Р.Г.

кандидат искусствоведства, преподаватель,

Харьковская государственная академия культуры

ЯРМАРОЧНАЯ ТЕАТРАЛИЗОВАННАЯ РЕКЛАМА XVIII–XIX ВЕКОВ

Ярмарочные гулянья являлись неотъемлемой частью жизни городских жителей. Это было феерическое и незабываемое зрелище, которого с нетерпением ждали все от мала до велика.

Неповторимый колорит и своеобразие ярмарочным гуляньям придавала различная реклама: театрализованная, живописная, устная. К первому виду относятся выступления балаганных, качельных, карусельных «дедов», а также пантомимы, комические диалоги и сценки, которые разыгрывались на балконах балаганов или же подмостках качелей. Ко второму – афиши и вывески, а к третьему зазывы торговцев и ремесленников.

Устная торговая реклама XVIII–XIX веков существовала в двух видах: в форме «выкриков» и в форме «прибауток». К первой форме можно отнести несложные короткие зазывы, вторые же, «прибаутки», значительно отличаются от «выкриков» большим размером, сложным строением, и включают в себя разные художественные приемы. На каждой ярмарке можно было услышать веселые и остроумные монологи продавцов, которые обычно включали обращение к клиенту и веселую характеристику товара, цену и тому подобное:

Оладьи, оладушки,
Для деда и бабушки.
Для малых ребяток
На гривну десяток.
Вот оладьи... [1, с. 13].

Чудесные примеры «закличек» покупателя приведены в собрании исследователя фольклора В. И. Симакова:

Вот так квас – В самый раз!
Баварский со льдом – Даром денег не берем!
Пробки рвет! Дым идет!
В нос шибает! В рот икает!
Запыпыривай! Небось этот квас затирался,
Когда белый свет зачинался! [2, с. 35].

Как правило, перечисление свойств товара оборачивалось восхвалением его на прямую или же способом «от обратного», так, что характеристики превращались в комические разоблачения:

В тоску не ударяйтесь,
На нас не обижайтесь!
Пускай тухло да гнило,
Лишь бы сердцу вашему
Было мило! [3, с. 71].

Говоря о ярмарочной рекламе нельзя пройти мимо рекламы зримой, живописной. На ярмарочных гуляньях к ее помощи прибегали представители всех видов развлечений. Ее главной задачей было создание броского, яркого образа, который приковывает взгляд к тому, что рекламируется. На это были направлены костюмы всех действующих лиц: праздничная одежда посетителей и внешний вид зазывал. С этой же целью украшались ярмарочные строения: стены балаганов, каруселей, ярко раскрашивались качели.

Подготовка к ярмарочным гуляньям начиналась задолго к предстоящему веселью, главную роль в этой подготовке играли широковещательные афиши, которые развешивались по всему городу. В них содержалась информация «о приезде «талантливейших артистов, преданных всецело тому, чтобы доставить нашим добрейшим посетителям полнейшее очаровательное удовольствие», об ангажирований известных «гимнастов», «турнистов», «трапецистов», <...> «клоунов», «комиков», «шутов», «жонглеров», «виртуозов», «геркулесов», рассказчиков, куплетистов, гармонистов, балалаечников, квартетов, «членов артистического искусства, танцовщиц, шансонетных певиц, мимиков, пантомимиков» и прочее», обещались «удивительные представления, приводящие зрителей в неумолкаемый хохот и самое приятное расположение духа» [4, с. 467].

С изобразительной стороны афиши были близки к лубку по своему цвету, композиции, по способу подачи материала. Цвет, рисунок и подпись – три базовых компонента, при помощи которых зримая реклама выполняла на ярмарке свою главную обязанность – раскрыть содержание объекта и заинтересовать покупателей.

Реклама на ярмарках являлась не только способом привлечения большого количества людей, она была неотъемлемой частью необычайного, захватывающего своим разнообразием зрелища.

Список использованных источников:

1. Русские народные гулянья по рассказам А. Я. Алексеева-Яковлева в записи и обработке Евг. Кузнецова // Москва, 1948. – 54 с.
2. Алферов А. Д. Петрушка и его предки // Москва, 1895. – 97 с.
3. Цехновицер О., Еремин И. Театр Петрушки // Москва, 1927. – 183 с.
4. Богатырев П. Г. Художественные средства в юмористическом ярмарочном фольклоре // Москва, 1971. – 512 с.