

# РЕКЛАМА У ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ЕМІГРАЦІЙНИХ КАЛЕНДАРЯХ 1920-х рр. : ТИПИ І СТЕРЕОТИПИ

**Любов Кужель**

*науковий співробітник відділу наукової бібліографії  
ЛННБ України ім. В. Стефаника*

**Ірина Жеваженко**

*провідний бібліограф відділу наукової бібліографії  
ЛННБ України ім. В. Стефаника*

*Проаналізовано типи рекламних повідомлень у західноукраїнських та українських еміграційних календарях 1920-х рр. та висвітлено основні принципи організації реклами у тогочасних календарях на основі архівних матеріалів ЦДІА України у Львові. Рекламна діяльність книготорговельних та видавничих установ досліджуваного періоду розглядається як джерело для бібліографії західноукраїнської та української еміграційної книги міжвоєнного періоду.*

**Ключові слова:** *рекламне повідомлення, книготорговельна та видавнича бібліографія, календар, українська книга.*

*The article examines the types of advertisements in the Western Ukrainian and Ukrainian emigrant calendars in the 1920's and discusses the main principles of advertisement organization in the calendars of the aforementioned period based on the archival materials of the Central State Historical Archives of Ukraine in the City of Lviv. Advertising activities of bookselling and publishing institutions of the researched period are examined as a source for the bibliography of the Western Ukrainian and Ukrainian emigrant books published in 1919–1939 years.*

**Keywords:** *advertising message, bookselling and publishing bibliography, calendar, Ukrainian book.*

*Проанализированы типы рекламных сообщений в западноукраинских и украинских эмиграционных календарях 1920-х годов и освещены основные принципы организации рекламы в календарях того времени на основе архивных материалов ЦГИА Украины во Львове. Реклама книготорговых и издательских учреждений исследуемого периода рассматривается*

*как источник для библиографии западноукраинской и украинской эмиграционной книги межвоенного периода.*

**Ключевые слова:** *рекламное сообщение, книготорговая и издательская библиография, календарь, украинская книга.*

Важливу роль у поширенні друкованого слова відіграє книжкова реклама. Такий спосіб інформування був найдоступнішим для читацької аудиторії 20-х років ХХ століття. Реклама мала на меті не лише повідомляти про нові видання, а й популяризувати українську книгу, сприяти поширенню української літературної мови, допомогти читачеві логічно і послідовно сприймати зміст рекламних текстів та переконати його, що є важливим при виборі книжкової продукції. Крім того, реклама подавалася з комерційною метою (аби подолати фінансові труднощі). Незважаючи на це, вона відіграла важливу культурно-просвітницьку роль і спиралася на потреби читацької аудиторії.

Характерною для структури календарів була наявність календарної, загальної частин і розділу оголошень, який займав значний обсяг видання, в деяких — 1/5 частину, а його розміщення забезпечувало вагомий дохід для видавництва.

Значну частину рекламних оголошень займали побутові рекламні матеріали. У західноукраїнських календарях 1920-х рр. типові побутові оголошення подані у вигляді повідомлень про банківські установи, громадські й промислово-торговельні інституції, приватні оголошення адвокатів, лікарів, аптекарів та ін. Українські календарі в Америці, Бразилії, Канаді, Румунії подавали, крім приватних оголошень українських фахівців, оголошення еміграційних та інших державних установ, банків, перевізних компаній, які надавали свої послуги для емігрантів з України. Варто зазначити, що тут рекламні повідомлення, на відміну від краєвих календарів, вміщували фотографії осіб, які пропонували свої послуги.

Об'єктом нашого дослідження стала видавничо-книготорговельна бібліографічна інформація, а предметом — реклама у календарях 20-х рр. ХХ ст., як носіях бібліографічної інформації. У статті використані архівні матеріали про підготовку календарів та їх розділів оголошень, що зберігаються в Центральному державному історичному архіві України у Львові (фонди Наукового

товариства імені Шевченка, Товариства «Просвіта», Товариства «Рідна Школа», Товариства допомоги емігрантам з Великої України та в особових архівах Івана Калиновича й Івана Шендрика з відділу рукописів ЛННБ України ім. В. Стефаника.

Питанню видавничо-книготорговельної бібліографії значну увагу у своїх дослідженнях приділила книгознавець Галина Швецова-Водка. Вона виділяє видавничо-книготорговельну бібліографію як вид діяльності, спрямований на створення видавничих і книготорговельних бібліографічних посібників, з метою сприяння книгообміну, розповсюдженню книги в суспільстві [47, с. 133]. Крім того, книготорговельна бібліографія має рекламний характер і спрямована на пропаганду діяльності конкретного видавництва чи книгарні.

Особливості українського книговидання та книгорозповсюдження за 1917–1923 рр. висвітлила Таїсія Ківшар у монографії «Український книжковий рух як історичне явище» [26]. Докладно, з наведенням статистичних даних дослідив рекламу в українській та польській пресі Східної Галичини другої половини ХІХ — початку ХХ ст. (1867–1914 рр.) польський вчений Веслав Лукаш Мацежинський [36]. Василь Губарець у виданні «Преса і книга діаспори» проаналізував зміст і форми роботи видавництв і видавничих організацій, пресових органів української діаспори в Європі та на Американському континенті [3]. Ефективність організації реклами, ринки збуту продукції висвітлено у книзі Ф. Джефкінса «Реклама» [4]. Директор Видавничого центру «Академія» В. І. Теремко приділив увагу рекламі як засобу досягнення маркетингових цілей видавництва та основним способам рекламування видавничої продукції [45].

З цих праць випливає, що небагато видань отримує визнання ринку без рекламної підтримки. Досліджуючи рекламні оголошення в календарях, ми зауважили, що однією з важливих особливостей реклами в календарях є її довготривалість, що дозволяло не тільки донести рекламну інформацію до читача (цільової аудиторії), а й зберегти її. Так, М. Л. Бутрин у посібнику «Українська книготорговельна бібліографія» зазначив: «Зважаючи на значну кількість періодичних видань у Галичині 20–30 рр. ХХ ст., видавничу, книготорговельну та іншу інформацію на їх сторінках була доступна широким колам покупців і читачам книг», а також наголосив на

тому, що книги тоді довго були у продажу після виходу в світ [1, с. 62]. У листі видавництва «Народня Справа» до товариства «Просвіта» читаємо: «Пам'ятаймо, що оголошенева частина календарів цікава кожному — не менше від змісту. [...] реклама є саодиноким середником, який не лише популяризує серед населення витворений продукт, але зневолює навіть скооперованого консумента заінтересуватися і взяти в руки той товар, що реклямується. [...] Рекляма в календарях оплачується найбільше, бо промовляє і інформує вона читача цілий рік» [42].

У календарях містилася різноманітна книготорговельна бібліографічна інформація про українські книги, які готувалися до друку, які вийшли у світ та які можна було придбати у книгарнях, видавництвах тощо. Така інформація подавалася у вигляді бібліографічних списків, різноманітних за змістом рекламних оголошень, рекламних статей, заміток. Залежно від функцій реклами у календарях натрапляємо на інформаційну, переконувальну, нагадувальну, підсилювальну та іміджеву рекламу [45, с. 215].

Календарі були найкращим популяризатором української книжки. Їх видавали *товариства*: «Просвіта», «Червона Калина», «Рідна Школа» у Львові, Общество ім. Александра Духновича в Ужгороді, «Український Народний Союз» (Джерсі-Сіті, США), «Український Робітничий Союз» (Скрентон, Па, США), Товариство українців-католиків в Америці, Український Союз в Бразилії тощо; *видавництва*: «Русалка» у Львові, Чина св. Василя Великого у Жовкві, «Бистриця» у Станіславові, «Трембіта» в Коломиї, Українська Видавнича Спілка (Вінніпег, Канада) тощо; *редакції часописів*: «Жіноча Доля» в Коломиї, «Український Голос» у Перемишлі, «Канадійський Фармер» у Вінніпезі тощо; *приватні особи*: Остап Грицай, Микола Ваврисевич, Григорій Гануляк, Василь Кудрик, Іван Гнида, Антін Лотоцький, Микола Угрин-Безгрішний.

Отже, географія місць видань і поширення календарів охоплювала багато міст світу й України, але найбільше їх виходило у Львові, зокрема, найдовше у Львові виходили календарі «Просвіти», які мали налагоджену чітку структуру видання і, відповідно, їх розділ оголошень займав значну частину обсягу календаря і був найповнішим та найінформативнішим.

Рекламні матеріали в календарях розміщувалися на обкладинках, упродовж тексту календарної, літературної чи альманахової частин, а також у великому рекламному відділі, що подавався на кількох десятках сторінок наприкінці календаря.

В ЦДІА України у Львові у фондах товариства «Просвіта», Общества імені Качковського, Крайового господарського товариства «Сільський Господар» та редакції календаря «Дніпро» знаходимо бланки для замовлень реклам під назвами «Нота», «Переписний листок», «Проспект оголошень» [8; 9; 32]. Переважно всі вони мали стандартний текст. Редакція повідомляла про мету та завдання календаря (інколи відомості про редакторів), тираж, область розповсюдження, їх ціну, можливі знижки, окреслювала цільову аудиторію. Нижче подавався текст для замовлення. Часто фірма-замовник до таких бланків могла подавати ще й тексти рекламних оголошень або ж надсилати вже змакетоване рекламне оголошення.

Такі ж бланки розповсюджував і Григорій Гануляк, який закликав різні фірми публікувати оголошення в його виданнях, «оскільки попадуть в руки кільканайцяти тисяч читачів в найдальших закутинах Галичини, Волині й Америки, і тим самим принесуть Інсерентам те, чого вони від своїх оголошень очікують». До слова, на кожному бланку було зазначено, що видавництво «відзначене двома дипломами на пром. виставі в Коломиї 1912 та на всесвітній виставі у Києві 1913 р.» [42].

Збором оголошень займалася редакція або ж рекламні агенти — спеціально для цього найняті працівники. В архівних матеріалах редакції календаря «Дніпро» зберігаються трудові договори, де зазначено, що агент зобов'язаний збирати рекламні оголошення від різних фірм і приватних осіб та віддавати їх у визначений термін адміністрації календаря [43]. Всю інформацію про зібрані оголошення редакція вміщувала у вигляді зведених таблиць. Вони містили відомості про фірму-замовника, ціну та розмір оголошення, форму оплати (за гроші, в обмін, товаром, «по відбитці», «по виході») та прізвище особи, яка приймала замовлення на розміщення реклами [9, арк. 1; 32, арк. 1].

Ціна оголошення «залежала від платоспроможності власників календаря, від корисної площі шпальти, набору оголошень (на цілу сторінку, на 1/2, на 1/4, на 1/8), від розміщення (перед текстом, у

тексті, поза текстом, на 2-4 сторінках обкладинки) [28, с. 127]. Для прикладу, в «Дніпрі» на 1925 рік одна сторінка — 70 зл., 1/2 — 40 зл., 1/4 — 25 зл., 1/8 — 15 зл. [9, арк. 1]; в «Календарі для всіх» одна сторінка перед текстом коштувала 400 зл., в тексті — 450 зл., за текстом — 300 зл. [31].

У багатьох календарях рекламні оголошення повторювалися (як за формою подачі, так і за змістом). Очевидно, це свідчить, що між видавцями існувала домовленість про співпрацю з метою економії коштів. Наприклад, у фонді Івана Шендрика [30] зберігається лист від 16.07.1923 р. Івана Чепіги, редактора «Ілюстрованого Народного Календаря» (Коломия). Автор листа пропонував Івану Шендрику, який у календарі «Дніпро» відповідав за розділ оголошень, співпрацю у зборі оголошень і розміщенні їх у календарі.

Про таку форму співпраці свідчить лист варшавського видавництва «Книготорговля и газетная экспедиция «Добро» видавництву Общества імені Михаїла Качковського [33]. У листі від 4 листопада 1924 р. польське видавництво пропонувало Обществу імені Качковського стати представником і розповсюджувачем їхніх руських часописів та просило помістити рекламне оголошення у календарі на 1925 рік.

З огляду архівних матеріалів можна зробити висновок, що реклама в календарях була дієвою. До редакцій надходила чимала кількість замовлень від читачів, товариств, видавництв, приватних осіб, друкарень, книгарень з проханням надіслати їм рекламовані видання [8; 9; 31-35; 42; 43].

Працюючи над темою, ми звернули увагу, що багато відомих видавців досліджуваного періоду мали добре розвинуту маркетингову мережу. Це стосується, зокрема, Григорія Гануляка, Івана Тиктора, Френка Доячека, Мирона Сурмача та ін., які у своїй діяльності поєднували функції видавців, друкарів і розповсюджувачів. Як ми вже зазначали, багато календарів видавали торговельні товариства, що мали свої видавництва і книгарні, зокрема на еміграції в книгарні «Січовий Базар» (Нью-Йорк, США) (із 1928 р. змінила назву на «Сурма»), «Український Базар» (Канада), «Українська Книгарня» (Вінніпег, Канада) тощо. Видавці цих календарів часто підтримували тісні зв'язки з товариствами та видавництвами Західної України, оскільки останні мали більшу

практику з підготовки календарів. Більшість із них листувалися з товариством «Просвіта», видавничою кооперативою «Червона Калина», товариством «Рідна Школа» у Львові [34; 35]. З цих листів дізнаємося, що видавці співпрацювали із західноукраїнськими видавництвами, замовляли в них різні видання, а в своїх календарях постійно друкували каталоги власних книгарень, у яких були і галицькі видання, подані під гаслами «Старокраєві книжки», «Кожний повинен мати поучаючі книжки» та ін.

Володимир Коман (був головою «Просвіти» в 20-х роках у Вінніпезі, працював у редакції «Канадійського Фармера») у листі від 14 січня 1924 р. до Товариства «Просвіти» подякував редакції календаря за вміщене оголошення про видання, які вийшли в Українській Видавничій Спілці в Канаді [31].

Накладом книгарні «Січового Базару» впродовж тривалого часу виходив календар «Січового Базару». У його книготорговельній рекламі відображено галицькі видання «Просвіти» і видавничої кооперативи «Червона Калина».

У своїх спогадах власник книгарні «Січовий Базар» Мирон Сурмач зазначав, що «перегляд книжок в українській книгарні доказує, що більша частина книжок походить з Відня, Праги і Липська [Лейпцига], отже з міст, де валюта низька. Звіздам українські інтелігенти, що втекли з Києва, Львова та інших частин України, стараються не дати погаснути світлу української літератури й просвіти...» [44, с. 57]. Про рекламу книгарні «Січового Базару» він зазначив: «Мої оголошення [...] робили своє. Напливали замовлення з усіх континентів на газети, книжки, платівки і інше. То все почалося ще тоді, як я мав «Січовий Базар» і продовжилося в «Сурмі» [44, с. 110].

Варто сказати, що видавці українських еміграційних календарів в оголошеннях українських книгарень вміщували корисну інформацію для емігрантів. Зокрема, про можливість купити в них книги за зниженими цінами, придбати квитки, переслати гроші, скористатися послугами банків, що, безперечно, сприяло збільшенню кількості покупців.

Рекламна інформація супроводжувалася художньо-технічним оформленням — рамками, орнаментом, рисунками, кольоровим друком, зображенням обкладинок рекламаних видань. Для

прикладу, в «Інформаційному календарі «Друкар» на 1925 рік» рекламні матеріали друкували на папері яскраво-рожевого кольору, щоб привернути увагу читача [7]. У календарях «Канадйського Фармера» використовували кольоровий друк, а для візуалізації рекламованого продукту матеріали супроводжували чорно-білими та кольоровими фотографіями, рекламу розміщували впродовж тексту. Варто зазначити, що такий спосіб рекламування використовувався тільки в українських еміграційних календарях, оскільки вони мали кращу матеріальну базу.

Серед проаналізованої рекламної інформації у календарях залежно від змістового наповнення можна виділити два типи:

1) *оголошення, які повідомляють про діяльність видавничо-торговельних установ*: реклама видавництва та товариств, книгарень, друкарень;

2) *книготорговельна реклама видавничої продукції*: реклама видавничих серій, бібліотек, книготорговельна реклама видань одного автора, книготорговельна реклама окремого видання, передплатна реклама періодичних видань.

Завдання реклами видавництв і товариств полягало у подачі інформації про засади їх роботи, тематичний діапазон літератури, адресні відомості. Бібліографічна інформація мала на меті допомогти книзі потрапити від видавництва до читача, ознайомити читачів з асортиментом книжкової торгівлі. Часто такі рекламні матеріали містили списки книг, а для тих, хто бажав, висилалися безкоштовні каталоги видань. У них подавалася не тільки поточна, а й ретроспективна і перспективна інформація під гаслами: «Вийшли з друку», «В друці», «Маємо на складі». Наявні описи були досить лаконічними — з вказівкою на автора, назву та ціну видання.

Кожне видавництво, залежно від своїх цілей і репертуару видань, подавало різні за змістом рекламні повідомлення. Календарі «Просвіти», які виходили у Львові, Ужгороді, Чернівцях, вміщували списки своїх видань із повним бібліографічним описом (із зазначенням автора, назви, року видання, кількості сторінок) і систематизували їх за видавничими серіями: «Українська письменність»; «Повісті й оповідання українських та інших письменників»; «По історії українського письменства»; «Збірки і розвідки»; «Історична бібліотека «Просвіти»; «Драматичні твори»; «Природничі,



лікарські, сільсько-господарські та різні підручники та poradniki»; «Теорія і практика просвітної діяльності»; «Ріжні календарі»; «Для хорів»; «Портрети»; «Українське діловодство»; «Видання фонду «Учітеся, брати мої» [37, с. 305-309].

Видавництво Григорія Гануляка «Русалка» масово рекламувало свої видання. У календарях «Русалки» редакція вміщувала як тематичні списки видань, так і рекламні матеріали, присвячені окремому виданню.

На кількість та зміст рекламних оголошень у календарях суттєво впливала географія їх поширення. Так, завдяки менеджерським здібностям Г. Гануляка його видання були популярними і загальновідомими як на теренах Західної України, так і в еміграції [42]. Про це свідчать деякі рекламні оголошення у його львівських календарях, оскільки вони були адресовані українським емігрантам і публікувалися під такими гаслами: «Українцям в Канаді під розвагу!», «Українці Америки і Канади», «Важне для Українців в Америці», «Позір Американці» та ін. Крім власних видань, Григорій Гануляк, маючи тісний зв'язок з еміграційними видавництвами і книгарнями, успішно популяризував їх діяльність. Для прикладу, у «Господарському календарі на 1928 рік» під гаслом «Українцям в Канаді під розвагу!» рекламувався «Новий Українсько-Англійський Провідник або Самоук» видання Френка Доячека у Вінніпезі, (зауважимо, що це видання було досить популярним, оскільки декілька разів перевидавалося, а рекламні оголошення постійно публікувалися як в еміграційних, так і західноукраїнських календарях).

Характерною є реклама видавничих серій «Русалки» — у своїх календарях видавництво часто подавало каталог власної книжкової продукції з вказівкою на ціну кожного видання, згрупованого за видавничими серіями: Літературна Бібліотека «Русалки», Селянська Бібліотека «Русалки», Театральна Бібліотека «Русалки» [11].

На масового читача були розраховані книготорговельні списки «Подільської Театральної Бібліотеки» (Тернопіль), які часто рекламувалися у календарях Західної України. Замовлення на ці видання приймалися у Тернополі, Львові та в «Українському Базарі» у Нью-Йорку й Вінніпезі, а також в Українській Книгарні у Відні.

Видавництво «Сільський Світ» у календарі «Приятель Господаря» розмістило книготорговельний список видань з повним бібліографічним описом, згрупований за тематикою («Рільництво», «Скотарство», «Птахівництво», «Ветеринарія», «Пасічництво» та ін.) [41].

Цінними для сучасного дослідника є бібліографічні списки видавництва «Добра Книжка». У календарі «Що читати» на 1923 рік видавці помістили рекомендаційний тематичний список *«усяких книжок, морально добрих [...] не противних науці греко-української Церкви»* з відомостями про опрацювання, ілюстрації і формат видань. Крім того, до списку додали пояснення скорочень, вжитих у ньому. Для прикладу: *«О — значить, що книжка призначена тільки для інтелегентного читача і що простолюдин її не зрозуміє; Х — значить, що книжка надається добре для дітей»*. Опис кожної книжки супроводжувався анотацією, яка містила відомості про основні розділи видання, цільове призначення, читацьку аудиторію [20, с. 21-29].

Видавництво «Український Громадський Видавничий Фонд» у Празі за 1923–1932 рр. видало близько 40 наукових і науково-популярних книжок із різних галузей, а рекламне оголошення про свої видання розмістило в календарі «Добрий Сіяч на 1926 рік» [6].

Марійське Товариство Молоді в «Календарці Нашого Приятеля» на 1927 рік подало список своїх видань під гаслом «Добрі книжки для читання й науки» [23].

Якщо взяти для прикладу Видавництво Чина св. Василя Великого (Жовква), то інформація про його діяльність, в основному, була представлена книготорговельними списками книг, видавничими каталогами, в яких широко представлені богослужбові видання, передплатна реклама релігійного часопису «Місіонар». Дуже багато для бібліографії василіянських видань зробив отець Роман-Степан Лукань [29, с. 29-30], який вирізнявся особливим ставленням до книжки. Він не лише подавав списки видань, а й, по можливості, встановлював авторів, редакторів, імена яких не були вказані на самому виданні [10; 19].

Серед еміграційних видавництв, які активно пропонували свої видання, можемо назвати видавництва Українського Народного Союзу (Джерсі-Сіті, США), Українського Робітничого Союзу (Скрантон, Па, США), Товариство українців-католиків в Америці (Філадельфія, Па) та ін.

Реклама книгарень повідомляла про їх діяльність та наявність у них книжкової продукції. Вміщувалися відомості про купівлю та продаж видань різних видів літератури, канцелярських товарів, листівок. Часто такі рекламні повідомлення інформували про наявність нового каталогу книжок, який можна придбати в тій чи іншій книгарні, інколи й безкоштовно. Більшість цих рекламних повідомлень мали стандартний зміст: «*Маємо в себе всякі українські книжки, наукові, історичні, повісти, романи, співаники, молитвеники — все в великім виборі...*» або ж «*Кождий повинен мати повчаючі книжки...*» та ін.

Книготорговельна мережа, яка значною мірою сприяла б активізації видавничої діяльності й наближала книжку до читача, не була достатньо розвинутою, і завдання книгарів полягало в тому, щоб відкрити більше таких пунктів, де б здійснювалася торгівля [26, с. 233]. Тому в календарях дуже часто публікувалися рекламні оголошення книгарень. До книгарень, які рекламували українську продукцію в Україні та в еміграції, належали: Книгарня Наукового Товариства ім. Шевченка (Львів), Українська Книгарня і Антикварня у Львові і Чорткові, Книгарня Арнольда Бардаха (Львів), Найстаріша книгарня Ставропигійського Інституту у піднаймі Українського Педагогічного Товариства (Львів), Українська Кооперативна Книгарня «Наша Культура» (Здолбунів, Рівне, Ковель, Володимир-Волинський), Українська Книгарня в Станиславові, Українська Книгарня Френка Доячека в Канаді (Вінніпег), Українська Книгарня ім. Т. Шевченка в Америці (Нью-Йорк) та ін.

Існували *книгарні при товариствах* «Просвіта», «Рідна Школа», Товариство ім. Шевченка у Львові, Общество Олександра Духновича та Товариство Августина Волошина в Ужгороді та в еміграції. До книгарень *при видавництвах* належали Видавнича Книгарня і Випозичальня «Ізмарagd», Книгарня «Свободи» (Нью-Джерсі), Книгарня видавництва «Русалка» Григорія Гануляка (Львів) та ін.

Всі ці книгарні представлені в рекламних оголошеннях у календарях. Зауважимо, що у календарях москвофільського спрямування переважно рекламувалися книгарні Арнольда (Абрагама) Бардаха (Львів) [27, с. 234], Венедикта Броди (Нью-Йорк, США), Юлія Цебринського «Ukrainian Bazaar» в Америці та «Первый

Русській Книжний Магазинь Наумовича» (Нью-Йорк). Сказане стосується також ужгородських календарів, виданих обществами Олександра Духновича і Августина Волошина, та календарів Общества Руских Братств в Америці. Реклама цих книгарень була представлена також і у львівських календарях Григорія Гануляка. Так, Микола Андрій Текляк з Америки в листі до Общества імені Качковського подав перелік видань для замовлення, серед яких — календарі Общества за 1923–1928 рр., каталог видавництва, часопис «Страхопудь», книжки В. Ваврика, А. Копистянського та лікарський порадник С. Дрималика і Б. Овчаровського, які раніше рекламувалися в їхніх календарях [32].

Поширеною також була реклама друкарень, які пропонували свої послуги. Зокрема, друкарні ОО. Василіян у Жовкві (друкувала календарі «Місіонаря»), друкарня Ставропігійського Інституту у Львові (календарі «Русалки»), Наукового товариства імені Шевченка у Львові, Видавничої Спілки «Діло» (календарі «Просвіти»), друкарні Кнолера і Сина в Перемишлі (серія календарів «Українського Голосу» під редакцією Остапа Грицяя і Михайла Струтинського), друкарні Михайла Бойчука в Коломиї (календарі-альманахи «Жіночої Доли» та «Ілюстрований український народний календар»), друкарні «Америки» (Філадельфія, Па) та ін. Книгопечатня Юлія Фелдешія в Ужгороді, крім інформації про види робіт, які вона виконує, вміщувала і книготорговельні списки видань, які можна придбати у друкарні. До такого способу рекламування вдавалися також друкарня Кнолера і Сина (Перемишль) і друкарня Ставропігійського Інституту (Львів). Варто зауважити, що при підготовці перших двох томів бібліографічного покажчика «Українська книга в Галичині, на Буковині, Закарпатті, Волині та в еміграції, 1914–1939 рр.» виявлено, що найбільша кількість видань була видрукувана саме у друкарнях Ставропігійського Інституту та Наукового товариства імені Шевченка у Львові [46].

Видавці часто подавали книготорговельні списки книг одного автора, що дозволяло ознайомитись із репертуаром його видань та могло спонукати до купівлі й інших його праць. У календарі-альманасі «Дніпро» є реклама видань Володимира Дорошенка (11 назв із вказівкою на рік та ціну) і Дмитра Донцова (4 назви) [22, с. 139, 146]. Видавець «Холмського Народнього Календаря»

Микола Ваврисевич у своєму календарі помістив рекламу власних видань. Рекламуючи «Український Співаник» та «Народні колядки», автор закликав: «*Если Вы любите наше укр. слово, то Вы поширите і нашу пісню...*». Історичні романи Богдана Лепкого були близькими для кожного українського читача, тому реклама про появу нових його видань була цінною для них, на це розраховували укладачі «Підручного календарика на рік 1927» в своєму оголошенні. Популярними також були і переклади видань Артура Конан Дойля — «Душогубство в Абей Грендж», «Пестра стяжка», «Захований клейнот», які вийшли в серії «Бібліотека для всіх» у видавництві Віктора Завадського [21]. Календарі Общества імені Михайла Качковського рекламували твори Івана Наумовича — українського письменника, церковного і громадського діяча Галичини, одного з діячів москвофільського напрямку.

Книготорговельна реклама окремого видання інформувала читачів про нові й популярні книги. Тут могла міститися анотація до книги, короткі відомості про автора, художника, інколи — редактора. Рекламувалися видання різних видів літератури: художньої, наукової, навчальної, довідкової, науково-популярної. Повідомлення також містили відгуки про рекламоване видання, уривки з рецензій. Так, у «Пластовому календарі» на 1926 рік поміщено рецензії до кожного рекламованого видання [40]. В «Ілюстрованому календарі Канадійського Українця на рік 1927» подано книготорговельну рекламу видання Пантелеймона Божика «Чи Біблія спасає» (Вінніпег, 1926), в «Ілюстрованому календарі Сирітського Дому на рік переступний 1928» — рекламу ще однієї його книги «Церков Українців в Канаді» (Вінніпег, 1927), яка була дуже популярною і цінною для українських емігрантів, отримала позитивні відгуки в тогочасній пресі, зокрема в часописі «Канадійський Українець». У львівському ілюстрованому календарі «Приятель Господаря» на 1927 рік видавництва «Сільський Світ» рекламувався підручник для хліборобів Л. Бачинського і С. Дмоховського.

Часто у рекламних повідомленнях видавці вміщували докладну інформацію про рекламоване видання, аби привернути до нього увагу читача. Так, «Ілюстрований Народний Календар на звичайний рік 1927» (Львів; Коломия) рекламував повість Андрія Чайковського «Олексій Корнієнко», яка вийшла з друку у видавництві

«Трембіта» із зображенням портретів А. Чайковського, полковників Михайла Кричевського та Івана Богуна, фото П куреня VIII бригади У. Г. А. в 1919 р.

У 1921 р. в Чикаго (США) видано «Гумористичний календар «Оса», в якому знаходимо рекламу двох видань Осипа Мегаса: «Геройська Україна: Ілюстровані спомини з України (1914–1920 рр.)» і «Трагедія Галицької України: Матеріали про польську інвазію в Східній Галичині, 1918–1920 рр.» з докладним описом змісту цих видань. Принагідно зауважимо, що Осип Мегас у 1919 р. був одним із дипломатичних делегатів із Канади на Світову Конференцію в Парижі; відвідавши Галичину, він у 1920 р. надрукував згадані видання у друкарні «Канадійського Фармера». З висвітленням короткого змісту книги в цьому ж виданні рекламується «Боротьба Світів» Герберта Уеллса.

Рекламні матеріали Григорія Гануляка вирізнялися умінням вдало подавати інформацію про нові видання. Зокрема, у своїх календарях, рекламуючи нову книгу, видавець публікував окрему її частину чи уривки: у «Господарському календарі на рік 1928» вміщено уривок з видання Л. Спісса «Виріб вин домашнім способом», далі подано книготорговельну рекламу «Ріжних видань для народу», які можна придбати у видавництві «Русалка», серед яких і згадана книга Л. Спісса [11, с. 56, 141].

Рекламували видавці й видання дитячої літератури: «Перша...» і «Друга книжечка для читання для українських дітей» (1922, 1923) Миколи Матвійчука; Діточі читанки видання Антона Крушельницького з малюнками Олени Кульчицької, ілюстрований журнал «Світ Дитини» під редакцією Михайла Таранька та ін. У Фонді 206 (Українське Педагогічне Товариство «Рідна Школа») у ЦДІА України у Львові є лист визначного діяча товариства «Рідної Школи» у Львові Лева Ясінчука, в якому він повідомляв, що рекламований підручник Миколи Матвійчука в календарі «Український Голос» (Вінніпег) активно використовували в українських школах Америки і Канади [34]. Календар «Канадійського Українця на 1923 рік» помістив рекламу «Букваря» видання Ф. Доячека. У тексті оголошення читаємо звернення до батьків: *«Батьку! Мамо! Чи ваша дитина уміє читати і писати в своїй рідній мові? Если ні — то навчить її! Не пускайте в світ свою*

*дитину без знання своєї рідної мови. Купіть її нашого видання Буквар! А з нею вона певно навчиться». У «Веселому календарі на 1926 рік» Григорій Гануляк рекламував господарську читанку «Колосся» і подав її зміст.*

У передплатній рекламі подавалася інформація про тематику видань, їх періодичність, умови передплати у краї та за кордоном, ціну, можливі безкоштовні додатки. Поширеними були реклами таких львівських часописів: «Рада», «Купецькі Вісти», «Світ», «Діло», «Громадський Голос», «Сільський Світ», «Український Голос» (Перемишль), «Місіонар» (Жовква), «Голос Дяків» (Коломия), «Наше Життя» (Холм), «Народне Слово» (Пітсбург, Па), «Америка» (Філадельфія, Па), «Духовна Бесіда» (Варшава), «Воскресное Чтеніє» (Варшава, Прага) та ін.

Спосіб подання передплатних рекламних оголошень був найрізноманітнішим — від коротких інформаційних повідомлень про вихід певного видання до повного опису видань із висвітленням їх змісту. Для прикладу, у Календарі «Просвіти» поміщена реклама «Великого Ілюстрованого Українського Національного календаря на 1928 рік», у якій висвітлено весь зміст творів та статей видання [37, с. 343]. Рекламуючи селянсько-робітничий часопис «Громадський Голос», видавці повідомляли про мету і завдання часопису та його роль для *«українських працюючих мас, українських селян і робітників»* [41].

Передплатникам періодичних видань, аби заохотити їх і надалі передплачувати часопис, часто надсилалися безкоштовні додатки, різноманітні листівки, портрети тощо. У передплатній рекламі часопису «Сільський Світ» (Львів) повідомлялося, що *«річні передплатники дістають цінні додатки: 4 практичні господарські книжки, 6 портретів визначних діячів на полі господарств, 12 прибірок ушляхотненого насіння збіж, городини та медодайних рослин. — Альбомчик «Урядження господарських забудовань»*. Передплатників часопису «Рідний Край» (Чернівці) заохочували знижками: *«Передплатники «Рідного Краю» платять за М. П. Старицького: «Розбійника Кармелюка» в 4-ох томах і з 20 образками замість 400 левів, лиш 280 левів. Хто збере від 10 передплатників цілорічну передплату, дістає всі 4 томи «Розбійника Кармелюка» даром»* [12, с. 282]. Вся інформація підсилювалася закликами: *«Приєднуйте передплату!*

*Почесним передплатником стає той, хто заплатить річну передплату».* Такі акції проводилися з комерційною метою, адже річна передплата була одним із основних джерел фінансування видань.

Інколи рекламні оголошення відображали політичну спрямованість календарів, деякі з них видавалися під гаслом «*Пролетарі всіх країн — єднайте ся!*». «Календар Карпатської Правди на рік 1927», який видавався в Ужгороді накладом Комуністичної Партії Чехословаччини, рекламував книги всіх видавництв СРСР та публікував передплатні реклами ужгородських часописів — «Карпатської Правди», «Працюючої Молоді», які були виразниками ідей комуністичної партії на Підкарпатті.

Серед проаналізованих типів рекламних повідомлень *стереотипною рекламою* у календарях можемо назвати рекламу друкарень, передплатну рекламу періодичних видань, рекламу видавництв і книгарень (але в тому випадку, якщо рекламувалося видавництво чи книгарня, а не асортимент їх продукції).

Для приваблення все нових і нових покупців видавці вдавалися до найрізноманітніших форм подачі рекламних повідомлень, оскільки, як ми вже зазначали, книжкова реклама була одним із найдоступніших засобів рекламування видань. Рекламна інформація подавалася у вигляді рекламних статей, заміток, коротких рекламних оголошень, каталогів книжок, рекламних віршиків та анекдотів.

Каталоги видань окремих видавців, книгарень, друкарень, які публікувалися в календарях, містили списки книг, що вийшли або вийдуть друком, які можна придбати у книгарні чи замовити у видавництві. Це були різноманітні тематичні списки, списки видавничих серій, бібліотек. Деякі каталоги містили вичерпну інформацію про наявні видання — окрім переліку книг, інформували про зміст книги, подавали її художньо-технічні характеристики, про що ми вже згадували. Каталог книг видавництва Чина св. Василя Великого в Ужгороді, поміщений у «Календарі Благовѣстника на переступный рокъ 1928» [18, с. 156-157], містив назви розділів чи частин кожного рекламованого видання і подавав інформацію про ціну книги та її зовнішній вигляд.

Інформативну функцію у календарях відігравали також *рекламні статті*. Популяризацією навчальної літератури для дітей у Канаді займався вчитель «Рідної Школи» Михайло Кумка. Він постійно



публікував рекламні статті про українські дитячі видання. Наприклад, у календарі «Канадійського Українця на 1927 рік» поміщена програма навчання для українських шкіл, яку він підготував на базі підручників, виданих у Галичині [14; 15].

У календарі-альманасі «Для неї — все!» знаходимо дві статті, присвячені 5-літтю існування двотижневика «Жіноча Доля» та ювілею «Просвіти». У «Жіночій Долі» читаємо: «*Обов'язком кожної Прихильниці «Ж. Долі» є присьднати їй бодай одну нову передплату!*», вона містить перелік видань, випущених однойменним видавництвом, з вказівкою на їх ціну [5, с. 229]. Реклама «Просвіти» закликала вступати в члени товариства «Просвіти» та «Рідної Школи» і підтримувати їх: «*Купуймо все тільки в українських крамницях, а насамперед у своїх кооперативах!*» [5, с. 235].

Видавець «Холмського Народнього Календаря» Микола Ваврисевич щороку вміщував рекламну статтю під назвою «Що увійде в наш календар М. Ваврисевича на слідуєчий рік», в якій активно пропагував свої календарі. Для зацікавлення читацької аудиторії він наголошував на відмінності свого календаря від інших, подавав перелік статей, які увійдуть до наступного видання, і закликав читачів поширювати і купувати українські книжки, передплачувати українські газети, щоб: «*дати нашому приниженому і окривдженому селянинові за невеликі гроші користну настільну книжку, де він знайшов би для себе практичну пораду і науку в різних випадках [...] життя*».

Всі рекламні оголошення підсилювалися різноманітними закликами, які відігравали важливу спонукальну функцію. У рекламі Товариства «Просвіта» читаємо: «*Не жалійте грошей на закупно книжок, які є найкращим засобом поширення й поглиблення освіти й знання*», «*Замовляйте катальоги книжок, купуючи книжки в «Просвіті», скріплюйте її видавничу діяльність*». Видавництво і редакція часопису «Світ» (Варшава) в «Українському національному календарі на 1928 рік» закликали: «*У нас є багато цінних книжок, але мало грошей. Ми продаємо книжки по дуже низькій ціні. Читачам додаємо до кожної другої цікаву книжку даром...*». У цьому ж календарі опубліковано рекламу українського часопису «Український Голос», який виходив у Перемишлі, з таким гаслом: «*В українській хаті тільки український часопис*».

«Ілюстрований жартобливий календар на рік 1926» закликав покупців гаслом «*Оповідання й образки розвеселять і потішать кожного, а в довгі й скучні зимові вечери осолодять не одну хвилину життя і проженуть журбу і горе*» [13]. А як не придбати селянинові календар «Взірцевий Господар» на 1926 рік, коли на ньому клич: «*Що повинен кождий господар знати, як господарювати, як дбати про найбільший зиск, із господарства*» [2].

У книготорговельній рекламі книжок видавництва «Червона Калина» подано перелік видань із таким слоганом: «*Кожний українець повинен стати членом видавничої кооперативи «Червона Калина» у Львові*». У цьому ж календарі-альманасі натрапляємо на оригінальну передплатну рекламу місячника «Нова Хата», яка замість назви журналу супроводжувалася словами: «*Нову Хату повинна передплатувати кожна господиня дому. — Жадайте оказових чисел!*» [5, с. 246]. Редакція календаря «Український Голос» у Вінніпезі закликала таким гаслом придбати її книги: «*Хто більше читає, той більше знає*».

Для приваблення нових покупців значна кількість календарів містила такі заклики: «*Цілий дохід на добродійні цілі*», «*на розбудову «Рідної Школи*», «*Весь чистий зиск од продажі календаря призначається на фонд будови Народного Дому в Ужгородѣ*» та ін.

Часто видавці, аби привернути увагу читача, проводили різноманітні акції, публікували рекламні віршики. В «Історичному календарі-альманасі Червоної Калини на 1928 рік» поміщена реклама часопису «Нова Хата» (Львів) у вигляді акровірша, в якому початкові літери кожного рядка складають назву часопису — «**НОВА ХАТА**» [16].

В «Ілюстрованому Господарському Календарі на рік 1928» видавництва «Русалка» поміщено вірш-рекламу «*Порадник для всіх*», складений на основі всіх оголошень у календарях «Русалки». Про книжкову рекламу читаємо такі рядки:

Коли часом ти захорусеш,  
(Що не дай тобі милий Боже),  
То по Дрималика «Порадник»  
Пиши, а він на все pomoже.

Тут ідеться про «*Лікарський Порадник*» галицького лікаря *Сильвестра Дрималика* [11, с. 26].

Про часопис «Жіноча Доля» (Коломия) читаємо:

Пані і панни — і селянки,  
Скільки на світі вас лиш має...  
«Жіночу Долю» всі читайте,  
Вона до щастя вас взиває...

Окрім «Порадника для всіх!», у календарі ще вміщений вірш-реклама «Календарі на 1928», який інформує про три календарі «Русалки» Григорія Гануляка (Господарський, «Наука», «Веселий») і закликає [11, с. 31]:

Всі три календарі хто купить,  
Ціна йому буде гуртова:  
Беріть шість золотих і на пошту  
Адресу знаєш: Львів, Куркова.

Сьогодні у модерних кав'ярнях пропонують «каву з газетою», що, безперечно, приваблює відвідувачів. Такий спосіб рекламування українських видань побутував в українських календарях ще в 20-х рр. ХХ ст. Зокрема, в «Ілюстрованому Українському Національному календарі на рік 1928» читаємо рекламу: «*Найкращий і модерно устроєний льокаль «Каварня і Ресторан Лювр»[...] має найбільший вибір краєвих і заграничних часописів. Видає смачні обіди і вечері. Для сталих гостей абонамент*». До слова, кав'ярня містилася на вулиці Третого Мая, сьогодні це вулиця Січових Стрільців. Тепер тут кафе «Пузата хата».

Часто видавці подавали оголошення як жарт, підсилювали їх різними карикатурами. Так, у рекламі «Веселого Календаря» на 1928 рік під гумористичним малюнком читаємо: *Приходить до друкарні гість обсталювати якусь роботу. Не може до слова прийти, бо ціла друкарня, директор, помічник, складачі, учні — все що живе — кладеться зі сміху. — Чого це у вас всі сміються? — А... бо складають «Веселий Календар» на 1928 рік.*

Календарна частина календаря-альманаху «Зиз» на 1926 р. містить гумористичні заклики купувати книги у книгарнях Українського Педагогічного Товариства, Товариства імені Шевченка, придбати книги Тиберія Горобця «Дикий виноград», Володимира Бирчака «Матура» та Осипа Маковея «Примруженим Оком», «Наші знакомі». У рекламі цих видань читаємо: «*Крім соняшних купілів, до*

здоровля потрібний сміх Маковея», «Щоб розігнати смуток довгих осінніх вечерів читай Тиберія Горобця «Дикий виноград» та ін. [10].

У календарі Українського Робітничого Союзу «Товариш емігрант» на 1922 р. натрапляємо на оголошення з таким закликком: «Цікавий чоловік хоче все знати». В оголошенні повідомлялося, що ці знання можна набути, передплативши часопис «Нова Україна» (Нью Йорк). Видавці надали рекламі політичного забарвлення: на босоногу жінку в понівеченому українському національному одязі націлено ворожі багнети. Крім того, для заохочення передплатників інформаційне бюро «Нової України» гарантувало їм безкоштовні адвокатські, лікарські, бізнесові послуги, а книгарня висилала книготорговельний каталог. Такі акції були можливі за рахунок згаданих нами домовленостей між видавцями.

Варто зазначити, що рекламні матеріали, які вміщувалися у календарях, до сьогодні зберегли свій важливий інформативний потенціал. Так, у «Календарі-альманасі «Червоної Калини» на рік 1928» автор віньєти, поміщеної на обкладинці, не зазначений. Встановити його вдалося завдяки блоку рекламних оголошень у календарі «Просвіти» на 1928 р., де зазначено, що автором віньєти у календарі є *Леонід Перфецький із Парижа* [37, с. 364]. Таким же чином ми встановили, що редактором «Листофанованого Українського Національного календаря на рік 1928» був Михайло Струтинський).

У календарях Григорія Гануляка за 1927 р. у вигляді «питання-відповідь» кваліфіковано рекламується аптека «А Я» в Перемишлі. На нашу думку, для цього оголошення було використано рекламовані в календарях Г. Гануляка порадики Сильвестра Дрималика і Мар'яна Стахурського. Ці книжки вийшли з друку у Львові в 1926 р. у видавництві під орудою І. Свенціцького.

Отже, видавничо-книготорговельна бібліографічна інформація у західноукраїнських та українських еміграційних календарях 1920-х рр. слугує цінним джерелом відомостей про стан українського книговидання та книгорозповсюдження того періоду, допомагає атрибуції авторства видань, є зразком вмілої й активної популяризації української книжкової продукції.

1. *Бутрин М. Л.* Українська книготорговельна бібліографія : посібник / *М. Л. Бутрин.* — Київ : Вид. центр «Академія», 2003. — 80 с.

2. «Взірцевий Господар»: ілюстрований господарський календар на рік 1926 / віньєти художника *І. Косинина*. — Перемишль : Вид-во «Українського Голосу». Відбито в друк. Кнолера і Сина в Перемишлі, [1926]. — [112] с.: іл. — (Календар «Українського Голосу» / під ред. *Дра Остапа Грищя*).
3. *Губарець В. В.* Преса і книга діаспори: з історії видавничої діяльності українського зарубіжжя / *В. В. Губарець*. — Київ : Ун-т «Україна», 2008. — 266 с.
4. *Джефкінс Ф.* Реклама : практич. посібник / *Френк Джефкінс* ; допов. і ред. *Деніела Ядіна* ; пер. з англ. *О. О. Чистякова*. — 4-те вид. — Київ : Знання, 2001. — 456 с.
5. Для неї — все! : альманах «Жіночої Долі» з додатком календаря на рік 1930. — Коломия : накладом ред. часоп. «Жіноча Доля». 3 друк. *М. Бойчука* в Коломії, 1929. — 204, [4], [48] с.
6. Добрий Сіяч: ілюстрований Церковно-Народній Календар на 1926 рік / «Від редакції», с. 2 ; мал. *Тараса Шевченка* «Почаївська Лавра» у тексті, с. 38. — Варшава : накладом вид-ва «Духовна Бесіда». Синодальна друк., Варшава ; Прага, 1926. — 64с., [10]: іл.
7. Друкар : інформаційний календар на 1925 рік. — Львів : накладом кооперативи «Друкар». 3 друк. вид. спілки «Діло», 1925. — [8], [152], [6] с.
8. [Замовлення оголошень та бланки фірм в редакції календаря «Сільський Господар»] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 302, оп. 1, спр. 563. — 154 арк.
9. [Замовлення фірм на поміщення оголошень в календарі «Дніпро»] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 786, оп. 1, спр. 15. — 34 арк.
10. ЗИЗ: календар-альманах на 1926 рік / зредагував *Галактіон Чіпка* [*Купчинський Роман*] ; «Вступне слово (замість вступного вірша)» видавців, с. [3-4]. — Львів : накладом власним. 3 друк. Ставропіг. Ін-ту під управою *А. Яськова*, [1925]. — [14], 71, [1] с.: іл.
11. Ілюстрований Господарський Календар на рік 1928 / обкл. роботи *Роберта Лісовського*. — Львів : Русалка, 1927. — [32], 94, [2], VI, 7, [19] с. : іл.
12. Ілюстрований Господарський Календар «Сільський Господар» на звичайний рік 1929 / віньєти й заставки роботи арт.-мал. *Д-ра І[вана] Іванця*. — Львів : коштом і заходом Красового Господарського Товариства «Сільський Господар» у Львові. Друк. *О.О. Василян* у Жовкві, 1928. — [32], 246, [50] с.
13. Ілюстрований жартобливий календар на рік 1926 / віньєти *Івана Косинина*. — Перемишль : Вид-во «Українського Голосу». Відбито в друкарні Кнолера і Сина в Перемишлі, [1926]. — [90] с.: іл. — (Календар «Українського Голосу»).

14. Ілюстрований календар Канадійського Українця на рік 1927 / [редакційний Комітет календаря «Канадійського Українця»: *о. П. Олексів, П. А. Драль, Д. М. Ільчишин*]. — Вінніпег, Ман. : з друк. «Канадійського Українця», 1927. — 176 с.: іл.
15. Ілюстрований Календар «Українського Голосу» [на рік] 1927. — Вінніпег, Ман. : видання Української Видавничої Спілки в Канаді. Printed in Canada, 1927. — 154, [6] с. : іл.
16. Історичний календар-альманах Червоної Калини на 1928 рік / віньєта на обкладинці роботи *Леоніда Перфецького* ; рис. *Івана Іванця* в тексті ; рис. *Григорія Нарбути* «Українські гроші». — Львів ; Київ : накладом вид-ва «Червона Калина». Виготовлено в друк. ОО. Василян у Жовкві. Printed in Poland, 1927. — [34], 168, [40] с. : [18] с. фотоіл.
17. Ілюстрований народний календар на переступний 1928 рік числячий 366 днів. — Львовь : издание Общества имени Михаила Качковского. Типографія Ставропиг. Ін-та подь управліннямъ А. И. Яськова, 1927. — XXXII, 120 с.: іл.
18. Календаръ Благовѣстника на переступный рокъ 1928. — Ужгородъ : издание книгопечатнѣ и издавництва Чина св. Василя В. въ Ужгородѣ, 1927. — 154, [6] с. : іл.
19. Календар Місіонаря на 1925 рік / зладив *о. Конон К. Полішко*, ЧСВВ ; обкл., тит. арк. і віньєти роботи *П. К. [Павла Ковжуна]*. — Жовква : друк. ОО. Василян у Жовкві, 1924. — 152, [8] с.: іл. ; Календар Місіонаря на 1926 рік / зладив *о. Маркіян Марисюк*, ЧСВВ ; передм. ред., с. [2]. — Жовква : друк. ОО. Василян, 1925. — 144, [16] с.: іл.
20. Календар «Що читати» присвячений поширенню доброї книжки на 1923 рік / [передмова] «Від Редакції», с. 1-2 ; [післямова] «Від Редакції», с. [36]. — Львів : накладом Літ.-вид. Ін-та «Добра Книжка», 1922. — 34, [6] с.
21. Календар-альманах «Дніпро» на звичайний рік 1925 / під ред.: *В. Дорошенка, В. Завадського, І. Шендрика* ; обкл. роботи *Петра Холодного* ; вступ. слово «До читачів» ред., с. 2 (альманаху). — Львів : накладом Укр. Т-ва Допомоги Емігрантам з Великої України. З друк. Ставропіг. Ін-ту під управою А. Яськова, 1925. — [16], 142, [18] с.
22. Календар-альманах «Дніпро» на звичайний рік 1927 / [ред. *Володимир Дорошенко*] ; обкл. роботи худож. *П. Х. [Петра Холодного]*. — У Львові : накладом Укр. Т-ва Допомоги Емігрантам з Великої України. З друк. Ставропіг. Ін-ту в аренді А. Яськова, 1927. — [14], 142, [16] с. : іл.
23. Календарець «Нашого Приятеля» на 1927 рік. — Другий наклад. — Львів : накладом Марійського Т-ва Молоді. Друк. ОО. Василян у Жовкві, 1926. — [48] с. — (Літературно-видавничий Інститут «Добра Книжка» ; вип. 68).

24. Календарь Рідний Край на переступний рік 1928. — Чернівці : накладня Ю. Глипка і Спілка, [1927]. — [16], 16, 32; 32, 185, [7] с. : іл.
25. Карпаторусский календарь «Лемко» на 1922 годъ / составилъ и издалъ *Димитрій Вислоцкій*. — Ужгородъ : печатано въ типографіи «Школьной Помощи», [1921]. — 155, [5] с. : іл.
26. *Ківшар Т.* Український книжковий рух як історичне явище (1917–1923 рр.) / *Таїсія Ківшар*. — Київ : Логос, 1996. — 340 с.
27. *Котлобулатова І.* Книгарі і книгарні в минулому Львова / *Ірина Котлобулатова*. — Львів : Аверс, 2005. — 240 с.
28. *Кужель Л.* Календарі видавництва «Батьківщина» в контексті західноукраїнських календарів 30-х рр. ХХ ст. : видання та розповсюдження / *Любов Кужель* // Записки Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника : [зб. наук. праць]. — Львів, 2004. — Вип. 12. — С. 110-132.
29. *Купчинський О.* Забуті імена в українській науці та культурі : Роман-Степан Лукань / *Олег Купчинський* // Вісник НТШ. — 2003. — Чис. 29. — С. 27-30.
30. [Лист Івана Чепіги до Івана Шендрика від 16.07.1923 р.] // ЛННБ України ім. В. Стефаника. Відділ рукописів. — Ф. 202 (Шен), оп. 3, спр. 19. — Арк. 47, 49а.
31. [Листування Володимира Комана з Вінніпега та інших осіб з товариством «Просвіта»] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 348, оп. 1, спр. 381. — Арк. 10 ; Спр. 404. — Арк. 1-108 ; Спр. 6533 ; Спр. 6926. — Арк. 17-23 ; Спр. 6927. — Арк. 1-17 ; Спр. 6929. — 7 арк.
32. [Листування товариства М. Качковського із товариством О. Духновича в Ужгороді, книгарнями та читачами] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 182, оп. 1, спр. 328. — 65 арк.; Спр. 599. — 96 арк. ; Спр. 405. — Арк. 3-5.
33. [Листування товариства М. Качковського з російськими та іншими книготорговельними фірмами за кордоном] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 182, оп. 1, спр. 421. — Арк. 12.
34. [Листування товариства «Рідна Школа» у Львові з українськими товариствами за кордоном] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 206, оп. 1, спр. 233. — Арк. 12.
35. [Листування українських закордонних видавництв з товариствами та видавництвами Західної України] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 348, оп. 1, спр. 400. — Арк. 7, 10 ; Спр. 404. — Арк. 19, 45 ; Ф. 316, оп. 1, спр. 3. — Арк. 46, 51.
36. *Мацежинський В. Л.* Реклама в українській і польській пресі Східної Галичини другої половини ХІХ — ХХ ст. / *В. Л. Мацежинський* ; наук. ред.-консультант *М. М. Романюк*. — Львів, 2003. — 188 с.

37. Народний ілюстрований календар Товариства «Просвіти» на переступний рік 1928: ювілейне видання з нагоди 60-ліття «Просвіти» і 50-ліття календаря / ред. *Василь Мудрий*. — Львів : коштом Т-ва «Просвіта» у Львові. З Друк. Вид. Спільки «Діло», 1927. — XLVIII, 302, [50] с. : іл., табл.
38. Наш світ : альманах «Жіночої Доля» з додатком календаря на рік 1928 / обкл. роботи *О. К. [Олени Кульчицької]*. — Коломия : накладом ред. часоп. «Жіноча Доля». З друк. М. Бойчука в Коломиї. Обкл. і календаріум відбито в друк. Ставропіг. Ін-та у Львові, 1927. — 216, [60] с. : іл.
39. Підручний календарик на рік 1927. — Львів : накладом Книгарні Наук. Т-ва ім. Шевченка. Друк. ОО. Василян у Жовкві, [1926]. — [22] с.
40. Пластовий календарь 1926 / уложив *Леонид Бачинський*, член Головноґ Пластовоґ Управы Подкарпатскоґ Руси. — Ужгород : накладом Жупноґ Пластовоґ Управы, 1925. — 96, [16] с.
41. «Приятель Господаря» ілюстрований господарський календар на 1927 рік. З практичним додатком «Практичний господарський порадиник» з багатьма малюнками в тексті / уложили найвизначніші укр. агрономічні сили за участю «Спільки Українських Агрономів»; за ред. агр. *Євгена Архипенка*. — Київ ; Львів : Сільський Світ. Черенками друк. Ставропіг. Ін-ту, 1927. — XXVII, [59], 128, [22] с.
42. [Про рекламні акції видавництва Григорія Гануляка «Русалка» для передплатників його видань] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 348, оп. 1, спр. 6533. — Арк. 30-31; Спр. 6534.
43. [Про трудові договори з агентами щодо збору рекламних оголошень в календарі «Дніпро»] // ЦДІА України у Львові. — Ф. 786, оп. 1, спр. 10.
44. *Сурмач М.* Історія моєї «Сурми» : спогади Книгаря / *Мирон Сурмач*. — Нью-Йорк : Сурма, 1982. — 192 с.
45. *Теремко В. І.* Видавничий маркетинг / *В. І. Теремко*. — Київ : Академ-видав, 2009. — 272 с. — («Альма-матер»).
46. Українська книга в Галичині, на Буковині, Закарпатті, Волині та в еміґрації, 1914–1939 : бібліогр. покажч. Т. 1 : 1914–1919 / НАН України, ЛННБ України ім. В. Стефаника ; уклад.: *Л. І. Ільницька, Т. М. Дубова, Л. Я. Кужель, Н. А. Рибчинська, Л. Я. Суц*. — Львів, 2010. — 472 с. ; Українська книга в Галичині, на Буковині, Закарпатті, Волині та в еміґрації, 1914–1939 : бібліогр. покажч. Т. 2 : 1920–1923 / НАН України, ЛННБ України ім. В. Стефаника ; уклад.: *Л. І. Ільницька, М. А. Ільницька, Л. Я. Кужель, Н. А. Рибчинська, Л. Я. Суц*, за участю *Т. М. Дубової*. — Львів, 2012. — 804 с.
47. *Швецова-Водка Г.* Бібліографічні ресурси України: загальна характеристика : навч. посібник / *Г. Швецова-Водка* ; Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. — Рівне, 2000. — 205 с.