

НОТНІ ВИДАННЯ В ГАЛИЧИНІ ХІХ — ПОЧАТКУ ХХ ст.: РОЗПОВСЮДЖЕННЯ, РЕКЛАМА, ЦІНОУТВОРЕННЯ

Ольга Осадця

*завідувач відділу наукових досліджень творів образотворчого та музичного мистецтва Інституту досліджень бібліотечних мистецьких ресурсів
ЛННБ України ім. В. Стефаника, канд. мистецтвознавства*

DOI: [https://doi.org/10.37222/2524-0315-2019-11\(27\)-20](https://doi.org/10.37222/2524-0315-2019-11(27)-20)

Розглянуто основні форми і методи розповсюдження нотних видань у Галичині в ХІХ — на початку ХХ ст., особливості реклами, ціноутворення та тиражу. В процесі побутування нотних видань у суспільстві попит на відповідну нотну продукцію є одним із визначальних чинників у формуванні нотного видавничого репертуару, його складу і характеру.

Ключові слова: нотне видання, книгарня, книгорозповсюдження, книготорговельне підприємство, реклама видань, ціноутворення.

Ноти як знакову форму в музичному мистецтві застосовують у творах писемності та друку, які сучасне книгознавство трактує як різновид книги. Термін «книжкова справа» є найбільш загальним, оскільки об'єднує все, що так чи інакше пов'язане з книгою, і охоплює такі поняття, як культура книги, культура книгорозповсюдження та культура читання. Відповідно, він включає видавничу діяльність, поліграфічну промисловість, книгорозповсюдження, бібліотечну справу і бібліографію [2; 8].

Реконструкція цілісної картини розвитку української книжкової справи передбачає дослідження нотовидавничої справи в Галичині ХІХ — початку ХХ ст., процесів розповсюдження нотодруків, їх реклами та ціноутворення.

Книжкова торгівля загалом виконує соціально необхідну функцію — доводить книговидавничу продукцію до споживача [1]. Не можна говорити про нотне видання, не враховуючи потреб та інтересів користувача. Користування нотодруками обов'язково передбачає момент виконання, озвучення надрукованої музики,

що значною мірою було недоступне «одиничному» нотному користувачеві, навіть якщо він і володів нотною грамотою. Водночас значення і реальна масштабність нотовидавничої діяльності визначається не тільки кількістю і складом користувачів-покупців, а й контингентом слухачів виданих музичних творів.

Друковане видання в Галичині поширювалось в основному через продаж (книгарні) та абонування (бібліотеки) [1; 12; 14]. Книгар отримує друки від видавця і продає їх; як комерсант, він платить нижче від номінальної ціни і продає дорожче покупцям у книгарні або в якомусь іншому місці й чекає, поки його гроші повернуться з роздрібного продажу. Одним із найважливіших ключів до розширення ринку книги є постійна наявність видань у продажу, щоб кожен міг купити потрібну книгу або замовити її.

Організована система книгорозповсюдження в Галичині зародилася в 60-х рр. XIX ст., коли книжка стала крамом, здобувши певний попит і сформувавши свого читача та покупця. Поширенню книги сприяла також можливість необмежено ввозити і продавати продукцію, видану за кордоном: столичний Відень — місто відкрите і доступне для кожного цісарського підданого — створював усі умови для книгообміну.

Про організацію сталої мережі книгорозповсюдження в Галичині можна говорити із середини 90-х рр. XIX ст. Тоді існували два способи продажу книг: 1) прямий: від видавництва (або автора) індивідуальним покупцям чи установам; 2) роздрібна книготоргівля (власники дрібних книгарень, торгівля поштою, продаж за передплатою). Тут книгопродавцем вважатимемо не лише традиційного книгаря, а й будь-якого торговця, що стоїть між видавцем і покупцем. Сам процес книгопродажу можна поділити на три етапи: 1) реклама; 2) одержання замовлення; 3) виконання замовлення та доставка книжок.

У Галичині мережа книжкових крамниць була зосереджена переважно у великих містах: Львові [12; 17], Перемишлі, Станиславові, Коломиї. Наприклад, у Львові 1863 р. функціонувало 11 книгарень і «10 торгівень мистецьких творів та музикалій», а в час Першої світової війни у Львові існувало вже близько 60 книгарень, які були своєрідними соціально-культурними осередками — за умов, коли бракувало шкіл, публічних бібліотек і дешевих

підручників, вони стали основним джерелом для читання [17]. Таку книгарню за її освітнім значенням можна порівняти лише з бібліотекою або школою.

Часто при книгарнях існували літературно-артистичні салони, де збиралась інтелігенція — письменники, журналісти, актори, музиканти. До таких належала книгарня Кароля Вільда і сина, яка мала першу у Львові «випозичальню книг» [18; 19]. Непересічною особою був і сам книгар: він вирізнявся серед загалу високим рівнем загальної культури, знанням світової літератури, часто володів кількома мовами. Його професійна підготовка закінчувалася практикою у великих книгарнях Парижа, Відня, Варшави. Не дивно, що більшість книгарів вела самостійну видавничу діяльність.

Слід зауважити, що, незважаючи на невинне зростання кількості книгарень, спеціалізованих музичних магазинів з-поміж них було обмаль; рекламні повідомлення у тогочасних часописах, а також штампи на обкладинках нотних видань засвідчують існування у Львові музичних магазинів Сейфарта, Брандлера, Б. Полонецького, складів нот Польської Книгарні, Ф. Піллера, В. Задуровича.

Нотні видання продавали переважно у т. зв. «сортиментових» книгарнях, — серед загального асортименту: книг, часописів, образотворчих матеріалів, канцелярського приладдя тощо. Наприклад, у рекламі львівської книгарні Конрада Каїма покупцям пропонували купити «ноти, фортепіано, піаніно, грамофони, плити» [25]; а повітова Господарська Кооператива «Народний Дім» у Дрогобичі «[...] поручає музичні твори, ноти, нотний папір, струни і додатки до музичних інструментів. Сільським хорам значний одпуст» [22].

У великих книгарнях могли існувати окремі музичні відділи, в яких був великий вибір не тільки нових видань, а й давніших — прийнятих на комісію. Наприклад, музичними виданнями торгували у Львові книгарні Ф. Галінського, М. Яблонського, І. Куна і Я. Мілліковського, Г. Калленбаха, Ф. Піллера, К. Вільда, Е. Віняржа, К. Пфаффа, Сейфарта і Чайковського, В. Задуровича, А. Мінчелеса, Губриновича і Шмідта.

Однією з найдавніших була книгарня при Львівському університеті, якою керував німець Кароль Богуслав Пфафф. Вже на

початку ХІХ ст. цей книгар, працюючи у львівській філії варшавської книгарні, виявив свої комерсантські здібності, за попередньою передплатою поширюючи у Варшаві та в Галичині повне зібрання творів В.-А. Моцарта, видане в Лейпцигу [31, с. 730]. В рекламному оголошенні книгарні Густава Сейфарта і Даміана Чайковського (заснована 1868 р.) пропонувалися школи, вправи і твори для різних інструментів і до співу, а також різні теоретичні підручники.

В інших містах Західної України функціонували книгарні: М. Жиборського — в Коломиї, В. Добошинського, А. Штаудахера — в Станиславові, Ф. Веста — в Бродях, книгарні братів Єлєні, А. Жупника — в Перемишлі, університетська книгарня Г. Пардіні — в Чернівцях та ін. З метою популяризації та поширення торгового асортименту при книгарнях часто організовували так звані випозичальні — свого роду проміжна форма між книгарнею і бібліотекою [33]. Це переважно поодинокі відділи в книгарнях, де за відповідну платню можна було брати літературу додому, оскільки придбати нотодруки (місцеві чи зарубіжні) міг не кожен — ціни на них були відносно високими. Такі випозичальні існували вже в першій половині ХІХ ст. при львівських книгарнях К. Вільда, Б. Полонецького, Г. Калленбаха; в середині ХІХ — початку ХХ ст. випозичальні у Львові існували при книгарнях Губриновича і Шмідта, Ст. Келера, Г. Сайфарта, В. Задуровича.

Абонування власних нотних видань (і рукописів) небезкоштовно практикувало і хорове товариство «Львівський Боян», рекламоване у видавничому каталозі за 1908 р. Однак слід зауважити, що умови такого абонування не завжди були вигідні для клієнтів, наприклад, за досить високу плату можна було позичити раз в місяць лише три видання.

Створення і функціонування системи книгорозповсюдження на той час було все ж справою нелегкою, особливо для українських друків. Власники більшості книгарень у Галичині були переважно польського чи німецького походження, відповідно і дбали про поширення польськокомовної чи німецькомовної книжки [32]; проукраїнські книгарські сили розвивалися значно повільніше і не могли задовільно виконувати свої функції через брак українських книгарень, досвідчених фахівців.

Для поліпшення ситуації відомий книгознавець С. Сірополко у статті «Книготорговля та її потреби» пропонував створити широку централізовану мережу для торгівлі книгами, встановити постійний зв'язок між видавцем і покупцем, щоб таким чином полегшити умови придбання літератури і збільшити контингент споживачів надрукованої продукції [26]. Реалізовувати ці потреби на теренах Західної України повинен був «Союз Українських накладень і книгарень», створений у лютому 1923 р. у Львові. Метою діяльності Союзу задекларовано: захист престижу українського видавничого руху, піклування про авторське право авторів-українців, підвищення якості українських видань, поширення українського друкованого слова, захист професійних інтересів українських видавництв і книгарень, організація нових українських книгарень [27].

Центром українського книгарського руху був Львів. Українські друки тривалий час поширювала хіба що книгарня Старопрігійського інституту. З 70-х рр. XIX ст. книгарською справою займалося товариство «Просвіта»; значний поступ у цій царині зумовлений діяльністю української книгарні Наукового товариства ім. Шевченка. «Майже рівночасно з переміною товариства на наукове добуло воно також концесію на ведення книгарні. Був то просто невеликий магазин книжок», — згадує В. Гнатюк [6, с. 98].

На початку XX ст. успішну торгівлю не тільки власними виданнями, а й друкованою продукцією інших товариств і видавництв налагодила книгарня Українського педагогічного товариства «Рідна школа». Не припинялася книготорговля і в окупаційний період — про це дізнаємося з матеріалів львівської тогочасної преси [3].

Про торгівлю нотними виданнями у львівських книгарнях свідчить реклама, наприклад в «Ілюстрованому музичному календарі на 1907 рік»: «Пісні весільні укладу Івана Біликовського можна дістати у автора ул. Леонтовича 3, або в книгарнях тов. ім. Шевченка і Старопрігійській, також в Сокільським базарі» [24].

Аналогічні процеси відбувалися і в Східній Україні [7]. Зокрема, в Києві новостворене видавництво «Вік» спільно з редакцією «Київской Старини» створили першу спеціалізовану «Українську книгарню», і саме з її заснування, на думку українського книгознавця Л. Биковського, «власне українська книготорговля починає свою історію» [1].

Книгорозповсюдження іноді ускладнювали спроби деяких видавців-власників книгарень надати їм монополне право на продаж своїх видань. Натомість більшість видавців підтримували рівноправний обмін між видавництвами, що мали власні книгарні, позаяк спільні зусилля вели до якісного збільшення загального числа проданих книжок.

За 150 років у Галичині набула поширення експортно-імпортна торгівля книжками. Дослідник варшавського музично-видавничого руху XIX ст. М. Томашевський наводить численні факти, що свідчать про зв'язки між видавцями та книгарями Львова і Варшави. Зокрема, нотна продукція варшавського видавця Бжезіни постійно продавалась у львівській книгарні К. Пфаффа, а видання К. Магнуса — в книгарні Мілліковського [34, с. 218].

Залежно від попиту і можливостей, власник книгарні здійснював шість-сім імпортних поставок на рік. Львівські книгарні постачали продукцію також на схід — для університетських бібліотек Києва, Харкова. Наприклад, уже в перші місяці існування Київського університету його ректор Максимович уклав з кількома львівськими книгарнями угоду про постачання до університету книг і нот, оскільки рапорти викладачів про необхідність закупівлі для студентів нової книжкової і нотної літератури підтримувалися фінансово [30, с. 92].

У торговельному асортименті «Української книгарні», «Книгарні «Літературно-наукового вісника» в Києві, судячи з рекламних оголошень на обгортках нотодруків, у продажу постійно є нотні видання львівського видавництва «Горбан».

Необмежений експорт високоякісної нотної продукції з-за кордону значною мірою задовольняв потреби на нотні видання творів західноєвропейських композиторів. Водночас це дещо гальмувало розвиток місцевої нотовидавничої справи, особливо української. Часто на шляху вільного книгообміну виникали цензурні заборони і перешкоди політичного, релігійного характеру з боку уряду країни, звідки експортують книжки, або країни, до якої вони ввозяться.

Економічні проблеми виникали через труднощі у системі імпортних ліцензій, при обміні валют, сплаті митних зборів, у

визначенні вартості перевезень і страхування, через великі часові проміжки між замовленням та одержанням літератури з-за кордону. «Досі обопільне набування книг в Австрії, друкованих в Росії і навпаки, через російський кордон і брак купецьких зносин російських книгарень із заграничними було надзвичайно утруднене», — згадує В. Гнатюк [6, с. 101].

Успішна діяльність видавця чи книгаря великою мірою залежала від вдалої реклами на свою продукцію чи товар [4]. Під терміном «реклама» маємо на увазі всі засоби, до яких вдається видавець чи книгар з метою повідомити про наявність книжки й заохотити покупця до її придбання. Існувала попередня домовленість книгарів і видавців про спільні витрати на рекламу продукції. Найчастіше видавці чи книгарі використовували такі види реклами для нотної продукції: дарчі примірники для окремих осіб чи інституцій; різновиди книготорговельної реклами (в часописах, на обкладинках нотодруків, книготорговельні каталоги); інші види друкованих рекламних матеріалів.

Дарчі примірники — цей спосіб має на меті одержати безкоштовну рекламу через врахування інтересів певних людей, чия думка є авторитетною серед користувачів.

Реклама на обкладинках нотодруків вміщували з метою привертнути увагу покупця, дати йому інформацію про появу або підготовку до друку нових видань, а також ознайомити з тими, що вже побачили світ. Перевага «обкладинкового каталогу» над спеціальними каталогами полягала в тому, що інформація була розміщена на кожному примірнику нотодруку і потрапляла безпосередньо до зацікавленого читача.

Типову форму «обкладинкового» каталогу бачимо на нотних друках видавництва «Бібліотека музикальна» [20], «Станіславівський Боян», «Горбан». Іноді видавці привертали увагу читача, звертаючись до нього різними стилістичними засобами на обкладинці, вживали найяскравіші епітети, рекомендації. Приклад «багатослівності» в назві фортепіанного твору, виданого в 1850-х рр. у Львові К. Вільдом: «Przed-stoletni Polones z niepamieci wydobyty i dwa dawne ulubione mazury skomponowane, grywane w Teatrze polskim i przelozone na Fortepian przez Aug. Braun, direktora orkiestry teatralnej lwowskiej...»

В «обкладинкових» рекламних текстах трапляються приклади доповнення переліку видань нотними ініціалами пропонованих творів; подібна інформація була адресована більш вузькому колу професійних музикантів і клієнтів музичних магазинів (наприклад, у виданнях Губриновича і Шмідта у Львові). Але такі приклади ініціпінних каталогів на обкладинках у практиці західноукраїнського книгорозповсюдження й реклами — це радше виняток, оскільки їх друкування було пов'язане з технічними труднощами виконання, поєднання різних друкарських способів, що впливало на зріст коштів накладу.

Певна кількість торговельних оголошень розміщувалася на шпальтах тогочасних газет і журналів [13], проте найважливішим додатком до друківаних повідомлень окремих видавництв були професійні журнали — музичні, книготорговельні чи журнал бібліотекарів, де друкували повідомлення всіх видавництв про видану продукцію. Іноді до тексту оголошення додавався купон-замовлення, який потрібно було вирізати, заповнити та надіслати до видавництва.

Типовий приклад рекламного оголошення на сторінках журналу «Українська музика»: «Видавництво “СУПРОМ” поручає такі свої нотні видання: Н. Нижанківський: Фортепіанні твори для молоді...; З. Лисько: Не стій вербо, сольоспів...; В. Барвінський: Наше сонічко I зошит, фортепіанові мініатюри...для учнів Муз. Інститутів ім. Лисенка (значні знижки)» [5].

Досвідченим книгарям така інформація вже замінювала рекламу, крім цього, їм було зручно регулярно читати лише одне видання, аби орієнтуватися у появі всіх книжкових новинок.

Тип подання бібліографічної інформації залежав від тематичного спрямування та інформаційних можливостей часописів, ставлення редакцій до формування української бібліографії. Музичне життя, різноманітні музичні події міста, інформація про нові видання висвітлювалися на сторінках часописів — від альманахів до тижневиків, щоденних газет і журналів польською («Gazeta Lwowska», «Rozmaitości», «Dziennik Literacki», «Dziennik Polski», «Dziennik Mód Paryskich», «Kurjier Lwowski», «Gazeta Narodowa», «Muzeum», «Nowiny», «Ruch Literacki», «Tydzień», «Tydzień Polski»,

«Wiek Nowy»), українською («Вісник», «Зоря», «Бесіда», «Діло», «Житте і знання», «Літературно-науковий вісник» і німецькою («Lemberger Zeitung») мовами [16, с. 93]. У Львові видавалися також німецькомовні часописи спеціалізованого мистецького й музичного напрямку («Mnemozyne», Galicia»), польськомовні («Echo», «Gazeta muzyczna», «Lwowskie wiadomości muzyczne i literackie», «Lyra», «Tygodnik muzyczny i teatralny», «Wiadomości Artystyczne»), україномовні («Артистичний вісник», «Музичні Вісти», «Українська музика», «Ілюстрований музичний календар», «Життя і мистецтво», «Дзвони»). Часописи, з якими співпрацювали львівські музиканти, виходили також в інших містах Галичини: «Боян» — у Дрогобичі; «Orkiestra» — в Перемишлі; «Gazeta organizatorska» — в Красному.

Серед бібліографічних матеріалів на шпальтах згаданих часописів виокремимо реєстраційну бібліографічну інформацію як початкову форму музичного бібліографування. Поточна реєстрація нотодруків включена у книжкові покажчики, списки, огляди, реєстри нових видань за певний період (рік, місяць). Типове повідомлення про новий нотодрук насамперед подає вихідні «видавничо-дистрибуційно-цінєві» дані — хто і що видав, де можна купити і за яку ціну. Така рекламна інформація найчастіше походила від видавців, що не мали власної книгарні, або від самих книгарів.

Постійні рубрики, які утворюють інформативно-реklamний блок, заведено на сторінках періодичного часопису «Музичні Вісти». З-поміж них — «Нові видання», яка вміщує коротку рецензію-рекламу на нововидані твори, а також адреси їх продажу. Цікаво висвітлюється хроніка новин мистецько-літературного життя у колонці «Новинки». Про свою діяльність видавництво повідомляло у рубриці «Звіdomлення Музичної Накладні «Торбан».

Крім комерційних інтересів, усвідомлюючи потребу укладання української бібліографії, українські вчені, письменники, науковці самостійно вели бібліографічні рубрики на шпальтах газет і журналів, це систематично робили: Іван Франко, Микола Комаров, Василь Лукич. Однією з перших спроб обліку українських нотодруків були «Музикалії» в рубриці «Бібліографія», надруковані в літературно-науковому збірнику «Правда» за 1878 р. (спочатку без підпису, а далі — за підписом В. Січовик) [28, с. 7].

Свої повідомлення, дописи, рецензії на нотні видання подавали й самі львівські музиканти та композитори: А. Вахнянин, С. Людкевич, Ф. Стешко, З. Лисько, В. Барвінський, В. Витвицький, С. Невядомський, А. Солтис та ін. Їх критико-бібліографічна діяльність відображена в рубриках: «Критика і бібліографія», «Критичні замітки», «Бібліографія» та ін. Бібліографічний масив часописів формувався від кількох місяців і років, інших — протягом десятиріч: «Правда» (1867–1897), «Зоря» (1880–1897), «Діло» (1880–1939).

Окрему типологічну групу творять ґрунтовні критичні статті, в яких головне значення надано розкриттю змісту й оцінці рецензованого твору, що набувало важливого значення в умовах формування української бібліографії. Прикладом поєднання жанрів статті та рецензії може служити праця С. Людкевича «Наші видавництва і музикалії за останні літа» (1900–1905), де композитор докладно аналізує музичні видання «Станіславівського Бояну», схвально оцінюючи добір творів (Д. Січинського, О. Нижанківського, М. Лисенка), водночас критикує окремі художньо слабкі вокальні та інструментальні твори [15].

В статті «Симпатичне видавництво музикальне» І. Франко подав критичний огляд видань першого в Галичині українського музичного видавництва «Бібліотека музикальна» (1885–1892), схвально оцінив його діяльність щодо популяризації творів українських композиторів — попередників і сучасників [29].

Для поширення своєї діяльності та залучення до співпраці національно свідомих громадян видавництва і книгарні розповсюджували спеціальні книготорговельні та книговидавничі каталоги. Вони докладно ознайомлюють читача з переліком книжок, що надійшли у продаж, з умовами продажу, цінами, тиражем тощо. Часто до описів багатьох композицій були вміщені невеликі анотації і поради щодо їх виконання, вказані адреси книгарень, у яких їх можна було придбати. Виконуючи торговельно-рекламну функцію, каталоги адресувалися насамперед споживачам і поширювачам переважно з-за кордону (т. зв. комісіонерам), адже місцеві споживачі мали змогу ознайомитися з пресовими повідомленнями.

Книгарські та видавничі каталоги польською, французькою, німецькою мовами систематично друкували видавничі заклади Піллерів, Й. Шнайдера, Е. Віняржа, К. Вільда, К. Пфаффа у Львові.

Цінники нот власних видань випускали: «Львівський Боян», Максим Копко, численні каталоги видавництва «Торбан» Я. Ярославенка. Ці переліки вартості нотодруків дають змогу належно оцінити видавничу діяльність цих закладів.

Чотири каталоги своїх видань випустило «Українське видавництво» (Краків; Львів); у трьох з них подано дані лише до вересня 1941 р. і зафіксовано приблизно 200 видань разом з нотами, картами, листівками [10; 11; 21]. Інформацію про українські нотодруки, що надійшли у продаж чи наявні на складах, виявлено в каталогах книгарень Я. Оренштайна, книгарні НТШ.

Нові товарно-економічні відносини кінця XIX — початку XX ст. сприяли появі специфічних форм подання книготорговельної реклами. Якщо головним способом анонсування нотних моновидань чи збірників були пресові оголошення, то для заохочення передплатити кількатомаві продовжувані видання застосовували рекламні проспекти. Здебільшого вони мали вигляд оголошення, часто у формі листівки («летючки»), яку безкоштовно долучали до часописів. У проспекті розкривали зміст передплатного видання, фінансові умови, — адже від зібраної наперед суми передплатників залежав успіх його реалізації. Іноді видавничий проект закінчувався фіаско або виданням його частини. Найчастіше нотні видання через проспект передплачували композитори для видання власних творів, до яких видавці не виявляли комерційного зацікавлення.

Наприклад, своєрідною рекламною акцією став випуск листівок, так званих «летючок», із закликом: «Від хати — до хати! З рук — до рук! До Всіх Земляків, яким дорога українська пісня і музика!», які іноді мали тематичне спрямування: «Летючка на свято Т. Шевченка», «Що треба співати на Просвітянських, Франківських і Кооперативних святах» тощо.

У першій третині XX ст. все більш поширеним ставав спосіб реклами через використання поштових послуг, коли рекламні повідомлення, замовлені видання безкоштовно надсилали поштою на адреси різних діячів мистецтва, музичних товариств і колективів. Наприклад, видавництво «Торбан систематично видавало листівки під назвою «Хроніка. (Звідомлення) Музичної Накладні «Торбан» кооперативи з обмеженою відповідальністю» (1934–1938).

При «Горбані» була організована видавничо-пропагандивна секція: «До основи такої секції змушує нас витворена кризою тяжка ситуація всіх підприємств — тимсамим — і нашого. Мусить ся отже, цьому зарадити. Треба здобути перш за все покупців на ноти, а щоби їх здобути, треба видавати такі твори, що заспокоювали б наші культурні потреби і малиби вигляди, що підуть» [23]. На двох засіданнях, які відбулися 1936 р., було вирішено видавати твори, об'єднані у спеціальні тематичні блоки, приурочені до місцевих свят: Шевченківські, Стрілецькі, Крутянські, Просвітянські, Кооперативні, Франківські тощо. Не обминула увагу членів секції проблема духовної музики в Галичині, де літургійні пісні переважно були українським перекладом з російської; невдовзі накладом видавництва «Горбан» вийшла Служба Божа, яку на українські мотиви написав композитор-аматор о. Мартинків.

Розумне використання примірників для рецензій — одна з найефективніших і найдешевших форм реклами. Щойновидані книги безкоштовно надсилали до редакцій газет і журналів, а також особисто рецензентам з метою їх рецензування і свого роду рекламування. Скажімо, часопис «Українська музика» (1937–1939) вів постійну рубрику нот і книг, що надійшли до редакції.

Другим важливим способом книгорозповсюдження українських видань було абонування через бібліотеки [14]. Серед українських бібліотек Галичини, які поширювали, крім книг, і нотні видання, слід виокремити бібліотеку НТШ, товариств «Просвіта», «Народний Дім». «Підручні бібліотеки» існували при музично-освітніх закладах, музичних і хорових товариствах.

В цей час у Галичині набули поширення польські книгозбірні, серед яких найбільшими були бібліотеки Національного закладу ім. Оссолінських та бібліотека Львівського університету, яка отримувала обов'язковий примірник польських друків, а також великі дари від державних інституцій і приватних осіб. Значну цінність становили також приватні колекції відомих музикантів і композиторів, які з часом вливались у фонди громадських бібліотек. Наприклад, на 1934 р. бібліотека «Народного Дому» володіла колекцією музичної бібліотеки Порфирія Бажанського (1207 од. зб.)^{*}.

^{*} Ця колекція зберігається у фондах Інституту досліджень бібліотечних мистецьких ресурсів ЛННБ України ім. В. Стефаніка.

Загалом згадані бібліотечні фонди згромадили велику кількість нотних видань, про що свідчить, зокрема, такий факт: на кінець 1940 р. серед надходжень до новоствореної Львівської академічної бібліотеки було 9,5 тис. нотних матеріалів з колишньої бібліотеки Оссолінеуму.

Отже, нотодруки рекламували з метою привернути увагу покупця, дати йому інформацію про вихід у світ або підготовку до друку видань музичної тематики. Система інформації про нотні новини ґрунтувалася на використанні періодичних часописів, поступовому зростанні ролі книготорговельних каталогів та організованої реклами видавництва.

Вагомим фінансовим чинником у розповсюдженні будь-якої друкованої продукції була ціна, яка залежала насамперед від вартості кожного процесу, пов'язаного з його виданням. Ці процеси умовно можна поділити на три групи: 1) редакційна підготовка (авторський гонорар, плата редактору, художнику тощо); 2) витрати на виробництво (плата друкареві, за сировину); 3) витрати на зберігання, розповсюдження і рекламу; сюди долучаються також прибутки видавця тощо. Ці витрати визначали продажну ціну нотного видання; ціна нот, набутих за передплатою або безпосередньо у видавця, була нижчою від продажної ціни вроздріб у книгарні. Наприклад, у рекламному оголошенні про продаж «Люстрованого музичного календаря» на 1907 р. з нотним додатком читаємо: «Музичний календар можна дістати за знижкою 1 К. 10 с. виключно у видавця: Р. Зарицького... книгарська ціна 1 К. 20 с.» [24].

Ціни на нотні видання в Західній Україні мало чим відрізнялися від цін у Польському Королівстві, зокрема у Варшаві. На Лівобережній Україні, що входила до складу Російської імперії, вони були досить високими, порівняно з цінами на інші товари. Нотне видання було дорожче від книжкового такого самого обсягу.

Основною грошовою одиницею в Росії був рубль (золота, срібна та мідна монети), золотий рубль введений 1897 р. внаслідок грошової реформи. Копійка була загальнодержавною російською монетою, що становила 1/100 рубля. 1 злотий = 15 копійок сріблом — така була ціна у Варшаві в 60-х рр. XIX ст. за 1 аркуш нотного паперу, що складався у 4 сторінки. Відповідно ціна, наприклад, «Piątego śpiewnika domowego» Станіслава Монюшка

обсягом 80 с., виданого у Вільні 1858 р., становила 30 злотих, або 4,5 рублів сріблом; в еквіваленті це плата за 10 робочих днів службовця в канцелярії (12,5 руб. в місяць) [34, с. 86].

Партитура хорової поеми Й. Кишакевича «Катерина» обсягом 16 с., літографованої в Перемишлі 1900 р., коштувала 2 крони, а ціна фортепіанного твору Р. Ганінчака, надрукованого цього ж року у Відні, була вищою, очевидно, через якість поліграфічного виконання (за 5 с. — 1 крона 30 сотиків). Для порівняння: у 1907 р. за дві крони можна було купити у Львові одне теля до року, 300 кг пшениці, жита або гречки чи 200 кг муки [24].

Ціни на нотодруки в Києві теж були не нижчі. Наприклад, кожен із семи збірників українських народних пісень в опрацьованні для голосу в супроводі фортепіано М. Лисенка обсягом 40 сторінок, друківаних у Москві, коштував 2-3 рублі, залежно від оправи. З цього огляду видавнича фірма П. Юргенсона в Москві зробила переворот у цінах на ноти в Росії. Вартість його видань була знижена більш ніж удвічі і доведена до 15-20 копійок. Книжкову літературу в Росії стали продавати за цінами відповідно до європейських, що сприяло їх загальнодоступності, а також зменшувало імпорт зарубіжних видань.

У підсумку зазначимо, що продаж видань у мережі книгарень та абонування літератури через бібліотеки були основними серед різних способів розповсюдження друківаної нотної продукції в Галичині. Створення мережі книгарень, заснування нотних фондів при бібліотеках, громадських і мистецьких об'єднаннях (НТШ, «Народного дому», хорового товариства «Боян»), навчальних закладах, певною мірою забезпечували нотною продукцією міста Західної України, сприяли популяризації української музичної творчості за кордоном. Мережа книжкових крамниць була зосереджена переважно у великих містах — Львові, Перемишлі, Станіславові, Коломиї, однак була нестача спеціалізованих музичних магазинів.

1. Биковський Л. Книжна торгівля в Україні // Бібліотечний вісник. 1997. № 1. С. 32.
2. Биковський Л. У службах Українській книжці / упоряд.: Л. Винар, Я. Ісаєвич; Львів. укр. іст. т-во та ін. Львів; Нью-Йорк, 1997. 327 с.

3. *Босак О. І.* Книготоргівля у Львові в роки окупації (за матеріалами львівської преси 1941–1944 рр.) // Наукові записки / Українська академія друкарства. 2008. № 1. С. 40-44.
4. *Булах Т.* Історія реклами у видавничій справі // Вісник Книжкової палати. 2007. № 8. С. 37-40.
5. Видавництво «СУПРОМ» поручає такі свої нотні видання [Реклама] // Українська музика. 1937. Чис. 3. Обкл.
6. *Гнатюк В.* Наукове товариство імени Шевченка у Львові: історичний нарис першого 50-річчя. 2-ге вид. Мюнхен; Париж, 1984. 175 с.
7. *Грицак Є.* З історії книжкового руху на Великій Україні (1917–1922). Львів, 1923. 20 с. Відб.
8. *Ісаєвич Я.* Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Ін-т українозн. ім. І. Крип'якевича НАН України. Львів, 2002. 519 с.
9. Книга протоколів засідань комітету вид-ва «Бібліотека музикальна» // ЦДІА України у Львові. Ф. 309. Оп. 1. Од. зб. 2803. Арк. 1-23.
10. Каталог видань Українського видавництва. (Стан: вересень 1941). Краків: УВ, 1941. 16 с.
11. Каталог видань Українського видавництва. (Стан: лютий 1941). Краків: УВ, 1941. 8 с.
12. *Котлобулатова І. П.* Книгарі і книгарні в минулому Львова. Львів: Аверс, 2005. 239 с.
13. *Кульчицька Л.* Типологія бібліографічних матеріалів у періодичних виданнях другої половини ХІХ ст. // Українська періодика: історія і сучасність: доп. та повідомл. Восьмої всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 24-26 жовт. 2003 р. Львів, 2003. С. 677-681.
14. *Кунанець Н.* До історії бібліотек у Західній Україні (1848–1900 рр.) // Записки Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника: [зб. наук. праць]. Львів, 2002. Вип. 9/10. С. 89-98.
15. *Людкевич С.* Наші видавництва і музикалії за останні літа (1900–1905) // *Людкевич С.* Дослідження, статті, рецензії, виступи / упорядкув., ред., вступ. ст. і прим. З. Штундер. Львів: вид-во М. Коць, 2000. Т. 2. С. 357-367. (Історія української музики; вип. 5).
16. *Мазена Л., Мазена Т.* Шлях до музичної академії у Львові: у 2 т. Львів: Сполом, 2003. Т. 1. 288 с.
17. *Малець С.* З історії львівських книгарень // Жовтень. 1980. № 1. С. 116-122.
18. *Малець С.* За часів Маркіяна Шашкевича. Львів: Центр Європи, [1998]. 93 с.
19. *Малець С.* За часів «Русалки Дністрової» // Львівщина. Історико-культурні та краєзнавчі нариси. Львів: Центр Європи, 1998. С. 143-164.

20. Матеріали видавництва «Бібліотека музикальна» у Львові // ЦДІА України у Львові. Ф. 309. Оп. 1. Од. зб. 2275.
21. Нова книга: книжковий бюлетень-цінник Українського Вид-ва в Кракові. Краків: УВ, 1940. 18 с.
22. Повітова Господарська Кооператива «Народний Дім» в Дрогобичі // Боян: Місячник для співацьких і музичних справ. (Дрогобич). 1929. Рік 1. Чис. 1. (Черв.). Обкл.
23. Протоколи Загальних Зборів видавництва «Торбан» // ЦДІА України у Львові. Ф. 775. Оп. 1. Од. зб. 2. Арк. 1-15.
24. [Реклама] // Ілюстрований музичний календар на рік 1907 / ред. *Р. За-рицький*. 1906. С. 29.
25. [Реклама львівської книгарні Конрада Каїма] // Музичний вістник. 1930. Квіт. Обкл.
26. *Сірополко С.* Книготорговля та її потреби // Книжка. 1921. Чис. 4/6. С. 76-77.
27. Союз українських накладень і книгарень. Статут. Львів, 1926. 12 с.
28. *Струтинська А.* До питання музичної бібліографії і нотографії в Україні // Бібліографія українознавства: бюлетень Комісії української бібліографії Міжнародної асоціації українців. Львів, 1994. Вип. 2. С. 7-18.
29. *Франко І.* Симпатичне видавництво музикальне // Зоря. 1886. № 1. С. 20.
30. *Шамаєва К. И.* Музыкальное образование на Украине в первой половине XIX века. Киев, 1992. 189 с.
31. *Błażczyk L. T.* Życie muzyczne Lwowa w XIX wieku // Przegląd wschodni. 1994. T. 1. Zesz. 4.
32. *Cybulski R.* Księgarstwo polskie na początku XIX wieku // Księgarz. 1963. N 3. S. 46-58.
33. *Stąsiek J.* Rozwój wypożyczalni dochodowych // Z dziejów udostępnienia książki w Polsce w okresie zaborów. Studia i materiały / pod red. *K. Malczyńskiej*. Wrocław, 1985. S. 147-249.
34. *Tomaszewski W.* Warszawskie edytorstwo muzyczne w latach 1772–1865. Warszawa: Biblioteka Narodowa, 1992. 350 s.

References

1. Bykovskyy L. (1997). Knyzhna torhivlya v Ukrayini. *Bibliotechnyy visnyk*, no. 1, pp. 32. (in Ukr.).
2. Bykovskyy L. (1997). *U sluzhbakh Ukrayynskiy knyzhysi*, uporyad.: L. Vy-nar, Ya. Isayevych; Lviv. ukr. ist. t-vo ta in. Lviv; Nyu-York, 327 p. (in Ukr.).

3. Bosak O. I. (2008). Knyhotorhivlya u Lvovi v roky okupatsiyi (za materialamy lvivskoyi presy 1941–1944 rr.). *Naukovi zapysky*; Ukrayinska akademiya drukarstva, no. 1, pp. 40-44. (in Ukr.).
4. Bulakh T. (2007). Istoriya reklamy u vydavnychiy spravi. *Visnyk Knyzhkovoyi palaty*, no. 8, pp. 37-40. (in Ukr.).
5. [Reklama]. (1937). Vydavnytstvo «SUPROM» poruchaye taki svoji notni vydannya. *Ukrayinska muzyka*, Chys. 3, Obkl. (in Ukr.).
6. Hnatyuk V. (1984). *Naukove tovarystvo imeny Shevchenka u Lvovi: istorychnyy narys pershoho 50-richchya*. 2-he vyd. Myunkhen; Paryzh, 175 p. (in Ukr.).
7. Hrytsak Y. (1923). *Z istoriyi knyzhkovoho rukhu na Velykiy Ukrayini (1917–1922)*. Lviv, 20 p., Vidb. (in Ukr.).
8. Isayevych Y. (2002). *Ukrayinske knihovydannya: vytoky, rozvytok, problemy*; In-t ukrayinozn. im. I. Krypyakevycha NAN Ukrayiny. Lviv, 519 p. (in Ukr.).
9. Knyha protokoliv zasidan komitetu vyd-va «Biblioteka muzykalna». *TSDIA Ukrayiny u Lvovi*. F. 309, op. 1, od. zb. 2803, fol. 1-23. (in Ukr.).
10. (1941). *Kataloh vydan Ukrayinskoho vydavnytstva*. (Stan: veresen 1941). UV, Krakiv, 16 p. (in Ukr.).
11. (1941). *Kataloh vydan Ukrayinskoho vydavnytstva*. (Stan: lyuten 1941). UV, Krakiv, 8 p. (in Ukr.).
12. Kotlobulatova I. P. (2005). *Knyhari i knyharni v mynulomu Lvova*. Avers, Lviv, 239 p. (in Ukr.).
13. Kulchytska L. (2003). Typolohiya bibliohrafichnykh materialiv u periodychnykh vydannyakh druhoyi polovyny XIX st. *Ukrayinska periodyka: istoriya i suchasnist: dop. ta povidoml. Vosmoyi vseukr. nauk.-teoret. konf.*, Lviv, 24-26 zhovt. 2003 r. Lviv, pp. 677-681. (in Ukr.).
14. Kunanets N. (2002). Do istoriyi bibliotek u Zakhidniy Ukrayini (1848–1900 rr.). *Zapysky Lvivskoi naukovoï biblioteky im. V. Stefanyka*: [zb. nauk. prats]. Lviv, Vyp. 9/10, pp. 89-98. (in Ukr.).
15. Lyudkevych S. (2000). Nashi vydavnytstva i muzykaliyi za ostanni lita (1900–1905). Lyudkevych S. *Doslidzhennya, statti, retsenziyi, vystupy, uporyadkuv.*, red., vstup. st. i prym. Z. Shtunder. vyd-vo M. Kots, Lviv, T. 2, pp. 357-367. (Istoriia ukrainskoi muzyky; vyp. 5). (in Ukr.).
16. Mazepa L., Mazepa T. (2003). *Shlyakh do muzychnoyi akademiyi u Lvovi: u 2 t. Spolom*, Lviv, T. 1, 288 p. (in Ukr.).
17. Malets S. (1980). Z istoriyi lvivskykh knyharen. *Zhovten*, no. 1, pp. 116-122. (in Ukr.).
18. Malets S. [1998]. *Za chasiv Markiyana Shashkevycha*. Tsentri Yevropy, Lviv, 93 p. (in Ukr.).

19. Malets S. (1998). Za chasiv «Rusalky Dnistrovoyi». *Lvivshchyna. Istoryko-kulturni ta krayeznavchi narysy*. Tsentr Yevropy, Lviv, pp. 143-164. (in Ukr.).
20. Materialy vydavnytstva «Biblioteka muzykalna» u Lvovi. *TSDIA Ukrayiny u Lvovi*. F. 309, op. 1, od. zb. 2275. (in Ukr.).
21. 1940. Nova knyha: knyzhkovyy byuletен-tsinnyk Ukrayinskoho Vyd-va v Krakovi. UV, Krakiv, 18 p. (in Ukr.).
22. (1929). Povitova Hospodarska Kooperatyva «Narodnyy Dim» v Drohobychi. *Boyan: Misyachnyk dlya spivatskykh i muzychnykh sprav*. (Drohobych), Rik 1, Chys. 1, (Cherv.), Obkl. (in Ukr.).
23. Protokoly Zahalnykh Zboriv vydavnytstva «Torban». *TSDIA Ukrayiny u Lvovi*. F. 775, op. 1, od. zb. 2, fol. 1-15. (in Ukr.).
24. Zarytskyy R. (red.). (1906). [Reklama]. *Ilyustrovanyy muzychnyy kalendar na rik 1907*, p. 29. (in Ukr.).
25. (1930). [Reklama lvivskoyi knyharni Konrada Kayima]. *Muzychnyy vistnyk*. Kvit, Obkl. (in Ukr.).
26. Siropolko S. (1921). Knyhotorhovlya ta yiyi potreby. *Knyzhka*. Chys. 4/6, pp. 76-77. (in Ukr.).
27. (1926). Soyuz ukrayinskykh nakladen i knyharen. Statut. Lviv, 12 p. (in Ukr.).
28. Strutynska A. (1994). Do pytannya muzychnoy bibliohrafiyi i notohrafiyi v Ukrayini. *Bibliohrafiya ukrayinoznavstva: byuletен Komisiyi ukrayinskoy bibliohrafiyi Mizhnarodnoyi asotsiatsiyi ukrayinistiv*. Lviv, Vyp. 2, pp. 7-18. (in Ukr.).
29. Franko I. (1886). Sympatyчне vydavnytstvo muzykalne. *Zorya*. no. 1, p. 20. (in Ukr.).
30. Shamaeva K. Y. (1992). Muzykalnoe obrazovanye na Ukraine v pervoy polovynе XX veka. Kyiv, 189 p. (in Ukr.).
31. Błażczyk L. T. Życie muzyczne Lwowa w XIX wieku. *Przegląd wschodni*. 1994. T. 1. Zesz. 4. (in Pol.).
32. Cybulski R. Księgarstwo polskie na początku XIX wieku. *Księgarz*. 1963. N 3. S. 46-58. (in Pol.).
33. Stąsieк J. Rozwój wypożyczalni dochodowych. *Z dziejów udostępnienia książki w Polsce w okresie zaborów*. Studia i materiały / pod red. K. Malczyńskiej. Wrocław, 1985. S. 147-249. (in Pol.).
34. Tomaszewski W. *Warszawskie edytorstwo muzyczne w latach 1772–1865*. Warszawa: Biblioteka Narodowa, 1992. 350 s. (in Pol.).

Olga Osadtsya, Ph.D. in musicology, head of a department of scientific processing of visual and musical artworks, Institute for the Study of Library Art Resources, Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv

Music publications in Galicia in the 19th — beginning of the 20th centuries: production, advertising, pricing

The main forms and methods of distribution of music publications in Galicia in the XIX — early XX centuries are scrutinized. The demand for the relevant music production is one of the determining factors in the formation of the musical publishing repertoire, its structure and special features in the process of the existence of music publications in society. It is noted that export-import trade in books has become especially widespread in Galicia; there are facts about the links between publishers and booksellers in Lviv and Warsaw. The basic types of presentation of book advertising of music products, its regional peculiarities, and ways of its placement are considered. Special emphasis is placed on the role of specialized press in the advertising of music products, typical examples of press advertising. The registration bibliographic information as the initial form of music bibliography and the forms of its compilation are distinguished. The emphasis is placed on the importance of thorough critical articles as a separate typological group of bibliographic publications under the conditions of formation of the Ukrainian bibliography, in which the main importance is given to the disclosure of the content and evaluation of the reviewed work. The combination of article genres and reviews on examples of separate publications by Stanislav Lyudkevych and Ivan Franko is traced. Special book-selling and book-publishing catalogs are characterized. While executing the marketing and advertising function, these directories were addressed primarily to foreign consumers and distributors (the so-called commissioners). One way to distribute music is to subscribe through libraries. A significant financial factor in the distribution of any printed matter was the price that depended primarily on the cost of each process associated with its publication.

Keywords: music publications, bookstore, book-trading enterprise, advertising of publications, pricing.