

Дуса К. Л.

ПОКЛОН ІЗ КИЄВА: КИЇВСЬКІ ТУРИСТИЧНІ ЛИСТІВКИ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ: СТВОРЕННЯ, КОНТЕНТ І ВИКОРИСТАННЯ

У статті розглянуто листівки як частину ранньої туристичної інфраструктури: простежено еволюцію поштівки від її появи і до початку ХХ століття, особливості її виготовлення і поширення. На прикладі київських туристичних листівок проаналізовано три аспекти цього візуального джерела: специфіку їхнього створення як фізичного об'єкта, змістове наповнення зображень і особливості використання, «живого функціонування» поштівок.

Київські «відкриті листи» виготовляли як у столицях імперії, так і місцеві видавці. З часом змінювалися їхній зовнішній вигляд і спосіб виробництва. Змістове наповнення листівок вирізнялося розмаїттям: вони рясніли зображеннями знаменитих споруд і пам'яток, мальовничих краєвидів, «продуктивними» пейзажами і жанровими сценами. Значно менше нам відомо про повсякденне використання поштівок. Із добірки київських листівок, відправлених поштою, можна висувати, що вибір сюжету був доволі довільним і залежав не так від особистих переваг, як від специфічних обставин, які пов'язані з придбанням і відправленням «відкритого листа». Їх підписували і відправляли до інших міст із різною метою: щоб повідомити про успішну подорож, поділитися враженнями про неї, а також сповістити свої новини чи просто дати знати адресатові, що все гаразд.

Ключові слова: історія туризму, візуальні джерела, історія Києва, листівки, ХІХ століття.

Сьогодні видові листівки є невід'ємною частиною туристичної інфраструктури: їх можна придбати на згадку про відвідані місця, відправити поштою друзям або рідним із вітаннями чи звісткою про себе, ними можна прикрасити стіни або збирати їх колекції. Листівки викликають у нас сентиментальні почуття, ностальгію за відвіданими місцями й минулими часами. У музеях їх використовують, зокрема, на тематичних виставках, щоб додати атмосфері ретро-флеру, приміром багато видових листівок Києва можна було побачити на виставці в Музеї історії Києва «Різдвяні історії Києва» (24 грудня 2021 р. – 19 січня 2022 р.).

У цій статті я хочу дослідити київські видові листівки кінця ХІХ – початку ХХ століття як один із засобів популяризації міста в контексті нещодавно народженої туристичної інфраструктури. Я використовуватиму київські листівки, які зберігаються в Національній історичній бібліотеці України, оцифровані колекції, зокрема на сайті Бібліотеки Конгресу¹, листівки з видання Леоніда Пономаренка². Щоб не обме-

жуватися поширеним у наявних виданнях підходом до поштівки лише з огляду на її виготовлення і зображувані сюжети³, для дальшого аналізу листівок я беру за основу методологію роботи з візуальними об'єктами, яку запропонувала Джиліан Роуз. Ключовим є те, що листівка водночас є і візуальним, і фізичним об'єктом, а тому аналіз я розпочну з традиційного контексту її створення як фізичного об'єкта і змістового наповнення або контенту; але також додам аналіз її використання споживачами або споглядачами⁴.

* * *

Листівка тісно пов'язана з путівниками. Ще задовго до появи листівок путівники вже заклали канон місць, які варто було відвідати в певному місті, деякі з них уже мали зіркову систему

¹ <https://www.loc.gov/collections/photochrom-prints/search?fi=title&q=ukraine>.

² Л. А. Пономаренко, *Київ златолавий: почтові открытки с видами Киева, выпущенные в конце XIX – начале XX века* (Київ: УПТС, 2018).

© Дуса К. Л., 2022

³ Див., наприклад: В. Вероцкий, М. Забочень и В. Киркевич, «Киев на иллюстрированных открытках», *Советский коллекционер* 21 (1983): 80–95; Л. И. Петрова, «Сувенирная открытка как мини-путеводитель по Санкт-Петербургу», в *Путеводитель по городу: история и современность. Материалы научной конференции*, под ред. Ю. Б. Демиденко (Санкт-Петербург: ГМИ СПб, 2011), 71.

⁴ Gillian Rose, *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials* (London: SAGE Publications, 2007).

визначення найбільш вартісних пам'яток, пам'ятників тощо. За романтичною традицією кінця XVIII – початку XIX століть найпопулярнішими були мальовничі краєвиди, руїни тощо. Щоб іще більше полегшити завдання листівкам (коли вони з'являться), путівники радили туристам, з яких саме точок буде найбільш вигранно оглядати певну пам'ятку або краєвид⁵. Шведський антрополог Орвар Лефгрен звертає увагу на те, що мальовниче в XIX столітті мало не лише візуальний вимір і не обов'язково було пов'язане з картинкою: переживання мальовничого було цілою подією, у якій було задіяно не лише зір, а й інші чуття⁶.

Орієнтація на візуальне пов'язана із винаходом туристичної листівки. Загалом тиражовані зображення, які можна було купувати і колекціонувати, з'явилися значно раніше за винайдення фотографії чи поштівки. Гравюри з популярними сюжетами або краєвидами охочі могли придбати від XVII, а більш масово – з XVIII ст. Першим використовувати поштові листівки в 1865 р. запропонував німецький поштмейстер Гайнріх фон Стефен. Ішлося про картки без зображень, з одного боку яких було місце для повідомлення, а на іншому слід було вказати адресу. Відправити такі листівки було дешевше, ніж листи, тому це нововведення швидко стало популярним, і на 1870 рік поштівки продавали в усіх європейських країнах.

Згодом на один бік листівок почали додавати зображення. Швейцарці ще в 1872 р. помістили на поштівках краєвиди з горами. Невдовзі на листівках з'явилися рекламні зображення. Також із ранніх часів листівки використовували для тиражування зображень, пов'язаних із національною ідентичністю, зокрема це робили в щойно об'єднаній Німеччині. Важливою віхою вважають 1889 рік, коли французи почали надавати на Всесвітній виставці нову послугу: там можна було не лише придбати листівку із зображенням Ейфелевої вежі, а й відправити цю картку з оглядового майданчика згаданої атракції – два туристичні досвіди в одному місці⁷.

Характерно, що початково пересилати листівки можна було лише в межах однієї країни. Також спочатку, коли на поштівках з'явилися зображення, не можна було писати текст пові-

домлення й адресу на одному боці: місце для повідомлення було на лицьовому боці – там, де зображення. Однак із часом задню частину розділили вертикальною рискою, з одного боку якої писали повідомлення, а з іншого – адресу. Завдяки цьому весь лицьовий бік відводили під різноманітні зображення: від репродукцій картин, краєвидів і жанрових сцен до портретів відомих осіб, національних символів, політичних повідомлень тощо.

На межі XIX–XX століть фотоапарати були доволі дорогими, а фотографування – рідкісним, професійним заняттям. Однак тиражовані зображення на поштівках дедалі дешевшали. Вони робили пам'ятки і краєвиди впізнаваними, іконічними. Уже значно пізніше, коли з'явилися доступні фотоапарати, люди почали орієнтуватися на зображення на листівках і прагнули відтворити їх на своїх світлинах⁸.

* * *

Перш ніж перейти до аналізу київських поштівків як частини туристичної інфраструктури, що створювала позитивні враження від міста, поговоримо про листівки як матеріальну продукцію, яку виготовляли в певних місцях, у певних техніках і для певної публіки. У Російській імперії поштівки називали «відкритими листами». Перші видові листівки було виконано методом літографії⁹. До кінця 1894 р. право на виготовлення бланків для «відкритих листів» мало лише імперське поштове відомство. Пересилання листівок, які виготовляли приватні видавці, дозволили лише восени 1894 року. Першими друкувати листівки з краєвидами міст Російської імперії почали європейські видавництва, а відтак за цю справу взялися кілька петербурзьких видавництв, зокрема Товариство св. Євгенії.

У 1983 р. В. Вероцький, М. Забочень і К. Кіркевич докладно розглянули ситуацію щодо видавання листівок із краєвидами Києва у статті «Київ на иллюстрированных открытках»¹⁰. Тому для кращого розуміння контексту далі я наведу деякі дані з цієї статті. Автори стверджують, що в пізньоімперський період було видано близько 4 тисяч листівок із краєвидами Києва. Серед найбільш відтворених об'єктів вони називають пам'ятники св. Воло-

⁵ Eric Zuelow, *A History of Modern Tourism* (New York: Palgrave Macmillan, 2016), 80.

⁶ Orvar Löfgren, *On Holiday: A History of Vacationing* (Berkeley and Los Angeles: The University of California Press, 1999), 76.

⁷ Zuelow, *A History of Modern Tourism*, 86.

⁸ Löfgren, *On Holiday*, 77–78.

⁹ Петрова, «Сувенирная открытка», 71.

¹⁰ Вероцький, Забочень и Киркевич, «Київ на иллюстрированных открытках», 80–95.

дириру (70 листівок), Богдану Хмельницькому (60), ланцюговий міст (55), краєвид Подолу (45), панораму Лаври (35), Олександрівський спуск (35), набережну (32), університет (27), Володимирський собор (26), оперний театр (24), Миський музей (24), Софійський собор (23), будинок Городецького (23)¹¹. Такий кількісний розподіл дещо неочікуваний, адже за всієї популярності Києво-Печерської лаври, як серед паломників, так і серед туристів, дивно бачити, як сильно вона поступається листівкам із пам'ятниками і навіть ланцюговим мостом. Водночас, це можна пояснити модернізацією туристичної галузі на час появи аналізованих листівок (1890-ті–1917), коли на передній план у путівниках виходили об'єкти, які свідчили про те, що Київ – це сучасне, динамічне, культурне місто. Це цілком може пояснити популярність листівок із зображеннями університету, міського музею, будинку Городецького і сучасного Володимирського собору.

Автори статті також наводять вичерпний список сюжетів листівок, які зводять у двадцять тематичних груп: (1) загальні краєвиди різних районів міста, (2) площі, (3) вулиці, (4) пам'ятники, (5) окремі будівлі (наприклад, дума, палац, вокзал тощо), (6) готелі, (7) театри й «видовищні споруди», (8) навчальні заклади, (9) лікарні, (10) краєвиди Києво-Печерської лаври, (11) монастирі, (12) церкви та інші культові споруди, (13) парки, сади, сквери, (14) архітектурні споруди (наприклад, Золоті ворота, Триумфальна брама, фонтан «Самсон» тощо), (15) базари, (16) краєвиди Дніпра і набережної, (17) мости, (18) передмістя, (19) пустині, (20) жанрові сцени¹².

Одним із перших київських видавців листівок стала книжкова крамниця С. В. Кульженка. Саме він після дозволу наприкінці 1894 р. видав одну з перших відомих хромолітографічних листівок (на штемпелі стоїть дата 23 березня 1896 р.) із зображенням краєвидів Києва. Ця листівка є колажем із зображень: нижній пам'ятник св. Володимиру, ланцюговий міст і краєвид Дніпра. Місце для тексту тут усе ще лишали на частині лицьового боку, задній бік було зарезервовано під адресу.

Інші київські видавці листівок, як-от книжковий магазин Петра Барського, Ящевський, Завадський і Ідзіковський, замовляли друк у німецьких друкарнях Лейпцига й Берліна. З часом

до звичайних чорно-білих хромолітографічних листівок додалися тоновані, а також технічно складніші для виконання листівки з нічними краєвидами.

На початку XX століття літографію витісняють фототипії. Одні з перших фототипічних листівок із краєвидами Києва було надруковано в Москві. Серед київських видавців фототипічних листівок початку XX століття були Д. Марков, О. Ріхтер, К. Дітріх і А. Ю. Теуфель. Водночас у Петербурзі також продукували листівки з краєвидами Києва, приміром, відомі серії листівок, видані уже згаданим Товариством сестер св. Євгенії і «Северным издательством». У Києві в 1910-х на листівках спеціалізувалося видавництво «Рассвет» (саме тут, наприклад, виходили знамениті «Київські типи» Кадурліна)¹³.

* * *

Сьогодні колекції київських листівок зберігаються, зокрема, у відділі стародруків та рідкісних видань Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського, у Національній історичній бібліотеці України та в приватних колекціях. Оцифровані колекції можна знайти онлайн, зокрема на сайті Бібліотеки Конгресу¹⁴.

Листівки передусім призначалися для гостей міста. Вони пропонували на вибір зображення з репрезентативними, популярними краєвидами міста або ж, навпаки, маловідомі місця на згадку про візит. Сюжетно вони ніби були ілюстраціями, які доповнювали або взагалі заміняли путівники. До 1860-х років у київських путівниках не було ілюстрацій (хіба що одна–дві гравюри на початку і в кінці, як-от у лаврському путівнику 1847 року¹⁵). Згодом до путівників дедалі частіше почали додавати ілюстративні гравюри й літографічні зображення. Варто зазначити, що деякі видавці листівок також видавали путівники, як-от згадане видавництво Кульженка, яке друкувало популярний київський путівник В. Бублика. Перше видання цього путівника містило літографічні ілюстрації, а вже в другому їх замінили фототипічними, «спеціально замовленими для видання»¹⁶. Фотографічні ілюстрації

¹³ Більше про видавців і серії київських листівок, див.: Там само, 84–93.

¹⁴ <https://www.loc.gov/collections/photochrom-prints/search?fi=title&q=ukraine>.

¹⁵ Описание Киевопечерской лавры (Київ: в типографії Києвопечерської лаври, 1847).

¹⁶ В. Д. Бублик, *Путеводитель по Киеву и его окрестностям с адресным отделом, планами и фототипическими видами* (Київ: Тип. С. В. Кульженко, 1890).

¹¹ Там само, 80.

¹² Там само, 81–82.

до цього путівника справді оригінальні, якісні, зроблені з виграшних ракурсів, і при цьому пізніші листівки цього видавця не були точною копією цих ілюстрацій.

Що ж до змістовно-сюжетного наповнення листівок, то я пропоную відійти від функціонального поділу, окресленого В. Вероцьким, М. Забоченом і В. Кіркевичем, і застосувати більш аналітичний підхід, за яким сюжети поштівки можна поділити на три групи: (1) відомі пам'ятники й пам'ятки, які є своєрідною візитівкою Києва; (2) споруди і «продуктивні краєвиди», які репрезентують Київ як модерне місто і (3) «мальовничі краєвиди». Немає сенсу докладно зупинятися на першій категорії, однак зауважу, що для деяких із цих пам'ятників і пам'яток доволі рано були знайдені «канонічні» ракурси, які з незначними варіаціями повсякчас відтворювали (і дотепер відтворюють) професійні фотографи й аматори. Це, приміром, загальна панорама Києво-Печерської лаври, Успенського, Софійського і Михайлівського соборів, а також Андріївської церкви. А з деякими довгий час продовжували експериментувати, як-от із ракурсом пам'ятника св. Володимирі.

Друга категорія найбільш розмаїта. Наприклад, є велика кількість листівок із зображенням навчальних закладів: гімназії, ліцеї, кадетський корпус, військове училище, Київська духовна академія, Київський університет св. Володимира, Жіночий університет св. Ольги і навіть Київська політехніка (в процесі побудови), що могли бути розраховані на увагу учнів і випускників цих закладів, які купували їх на згадку про роки навчання. «Продуктивні краєвиди» на кінець XIX – початок XX століття визначають нове, модерне обличчя Києва. Передусім ідеться про зображення забудованих, людних, заповнених рекламними вівісками і транспортом нових центральних вулиць міста, з опису яких починали свої маршрути модерні путівники для туристів. Сюди ж можна віднести загальні картини Подолу, і на той час це були не мальовничі краєвиди Дніпра і плутані вулички, а індустріалізований ландшафт із цегляними фабриками, трубами, з яких здіймався дим, і заповненою човнами і пароплавами дніпровською гаванню. Символи модерного життя могли вигулькувати біля пам'яток із першої групи: як-от вагони фунікулеру на тлі Михайлівського собору або трамвай перед тим самим Михайлівським собором, але вже з протилежного ракурсу.

Остання категорія хоч певною мірою і є антитезою модерних, індустріалізованих краєвидів із другої категорії, але так само відповідала смакам тогочасної мандрівної публіки. За словами О. Лефгрена, краєвиди зображують за допомогою тріади «мальовничого, величного і панорамного»¹⁷. Ця тріада, виплекана в добу романтизму, була вже дещо застарілим явищем у мистецтві кінця XIX – початку XX століття, однак у галузі подорожей і туризму все ще зберігала впевнені позиції. «Тож мова мальовничого є раннім прикладом транснаціональної стандартизації, оскільки вона стала фільтром для оцінювання і ранжування»¹⁸, які широко використовували в модерних путівниках. Тому не дивно, що мальовничі краєвиди незмінно лишалися популярним сюжетом для київських листівок. На численних поштівках бачимо оспівані в більшості путівників краєвиди Дніпра зі схилів міста: неймовірно популярний сюжет із ланцюговим мостом, зображення із Палацового саду, окремий драматичний краєвид з обривом Палацового саду на передньому плані, картини з Володимирської гірки (охоплює Олександрівський спуск і пам'ятник св. Володимиру), з Аскольдової могили тощо.

Вартими уваги мандрівників із огляду на мальовничість вважали краєвиди з руїнами. В Києві на першому місці у цій категорії були листівки із зображеннями Золотих воріт. Треба зазначити, що єдиний «канонічний» ракурс іще не закріпився і художники й фотографи експериментували, відтворювали цих руїни з різних позицій.

* * *

Останній аспект, на якому я зупинюся, це використання листівок аудиторією, для якої вони призначалися. Збережені поштівки купували здебільшого на згадку про мандрівку (і вони так і зберігалися непідписані й невідправлені), однак частину з них використовували за основним призначенням і відправляли родичам і знайомим в інших містах. Зокрема, в колекції Національної історичної бібліотеки є поштівки, відправлені до Бердичева, Харкова, Кам'янець-Подільського, Мінська і навіть назад до Києва. Вибір сюжетів цих відправлених листівок найрізноманітніший, але найпопулярнішими є зображення пам'ятників св. Володи-

¹⁷ Löfgren, *On Holiday*, 75.

¹⁸ *Ibid.*, 76.

миру і Богдану Хмельницькому (причому останній на тлі прибуткових будинків і пожежної каланчі). Інші сюжети являють собою доволі специфічну добірку: від зображення Михайлівського собору з фунікулером на передньому плані, Царської площі з трамваем і до краєвиду Братського монастиря і повені на Дніпрі. Ці кілька адресантів вочевидь не прагнули вибрати для відправлення найпоказовіші (за порадами путівників) краєвиди Києва, а керувалися якимись своїми смаками і міркуваннями, можливо, навіть просто купували першу-ліпшу листівку.

Зі змісту повідомлень видно, що «за туристичним призначенням» видові листівки використовували рідко. Наприклад, в одній із поштів (до Харкова) повідомляли: «Приехали благополучно. Спали превосходно. Отправляемся в город сейчас»¹⁹. Себто листівкою (цілком очікувано, що в цьому випадку йдеться про листівку з популярним сюжетом – пам'ятником Хмельницькому) скористалися, щоб сповістити про прибуття на місце призначення. У листівці до Кам'янця-Подільського (з краєвидом Братського монастиря) сповіщають рідних про те, що вже встигли відвідати нічну службу в церкві. Поштівки відправляли також, щоб підтримувати зв'язок із рідними і знайомими у форматі коротких «відкритих листів», наприклад: «Ми живі-здорові, чого і вам бажаємо». Мабуть, найлаконічнішою і найбеззмістовнішою з усіх листівок є та, що надіслана до Києва (із зображенням повені на Дніпрі): «Я очень рад, что на открытке мало места для письма, так как писать абсолютно нечего. Разве что я жив здоров, чего и вам желаю».

Серед листівок трапляються підписані, але не відправлені. Їх вочевидь купували собі на

¹⁹ Тут і далі цитати адаптовано під сучасний правопис, пунктуацію додано.

згадку про відвідання відповідної атракції. Наприклад, на зворотному боці розфарбованих листівок із зображенням Києво-Печерської Лаври з дзвіницею (з боку ближніх печер) і дальніх печер на другому плані є (майже) ідентичні написи, щоправда, зроблені різними почерками: «Напамять в день посещения (Киево-)Печерской Лавры», дата – 28 липня 1916 року. Можливо, йшлося про групову екскурсію.

* * *

Із розвитком пошти й туризму в другій половині XIX століття листівки стали вагомим доповненням в арсеналі туристичної індустрії – як візуальне підтвердження подорожі, предмет на згадку, спосіб сповістити рідних і друзів про те, що з вами все гаразд. Київські «відкриті листи» розвивалися в одному ритмі з поштівками в решті Російської імперії. Київські видові листівки друкували як видавництва в імперській столиці, так і місцеві установи. З часом змінювався зовнішній вигляд (місце для напису перейшло з лицьового боку сторони на адресний) і способи виготовлення (замість літографії – фототипії). Змістове наповнення було надзвичайно багатим і різноманітним: від зображень відомих будівель, пам'ятників і пам'яток і до мальовничих і «продуктивних» краєвидів та жанрових сцен. Менш дослідженим залишається питання «живого використання» листівок. Із невеликої добірки київських листівок, які відправили поштою, видно, що добір сюжетів був довільний і залежав від особистих преференцій і мотивів споживачів. Листівки підписували і відправляли до інших міст із різною метою: сповістити про вдалу подорож і поділитися враженнями від неї, розповісти конкретні новини про себе або просто дати знати, що з адресантом усе гаразд.

Bibliographic References

- Bublik, V. D. *Putevoditel po Kievu i ego okrestnostiam s adresnym otdelom, planami i fototipicheskimi vidami*. Kiev: Tip. S. V. Kulzhenko, 1890.
- Löfgren, Orvar. *On Holiday: A History of Vacationing*. Berkley and Los Angeles: The University of California Press, 1999.
- Opisanie Kievopecherskoj lavry*. Kiev: v tipografii Kievopecherskoj lavry, 1847.
- Petrova, L. I. "Suvenirmaia otkrytka kak mini-putevoditel po Sankt-Peterburgu". In *Putevoditel po gorodu: istoria i sovremennost. Materialy nauchnoj konferentsii*, ed. Iu. B. Demidenko, 70–76. St. Petersburg: GMI SPb, 2011.
- Ponomarenko, L. A. *Kiev zlatoglavyi: pochtovyie otkrytki s vidami Kiev, vypushchenyie v kontse XIX – nachale XX veka*. Kiev: UPTS, 2018.
- Rose, Gillian. *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. 2nd edition. London: SAGE Publications, 2007.
- Verotskij B., M. Zavochen, & V. Kirkevich. "Kiev na iliustrirovannykh otkrytkakh". *Sovetskij kollektioner* 21 (1983): 80–95.
- Zuelow, Eric G. E. *A History of Modern Tourism*. New York: Palgrave Macmillan, 2016.

K. Dysa

A BOW FROM KYIV: TOURISTIC POSTCARDS FROM KYIV OF THE LATE 19th – EARLY 20th CENTURY: PRODUCTION, CONTENT AND USE

Today postcards are an essential part of touristic infrastructure: they are sold as souvenirs, collected as a reminder of visited places, and even occasionally sent by post to family and friends. Postcards became a meaningful addition to the arsenal of the tourist industry only in the second half of the nineteenth century. Kyiv “open letters,” as the postcards were called in the Russian empire, reflected the same dynamic as in the center of the empire. In this article I study Kyiv postcards of the late nineteenth – early twentieth century as one of the means to popularize the city among the tourists. To go beyond the widespread approach to the study of postcards only from the point of view of its production and subject matter, I am using the methodology of visual-source analysis proposed by Gillian Rose. According to it, postcards are physical and visual objects, and in addition to the discussion of their production and image representation, I also look at how they were used by people who bought them.

Kyiv postcards were produced both by publishers in the imperial capital, and by local publishing houses. In the course of time, their outlook changed (an empty space for inscription moved from the front side to the side reserved for the address), as well as type of production (phototype replaced lithography). Subject matter was quite rich and differs from early years of postcards: from depiction of famous buildings and monuments to picturesque sites, “productive” landscapes, and genre scenes. Much less is known about actual use of postcards. From a small set of Kyiv postcards that were sent by post, one can see that the choice of subject matter was arbitrary and depended not only on specific personal preferences but also on specific personal circumstances. Postcards were used as “open letters” and sent to other cities with various purposes – to let close ones know about a successful voyage and share impressions about it, send news about a sender or just let people know that a sender is fine.

Keywords: history of tourism, visual sources, history of Kyiv, postcards, nineteenth century.

Матеріал надійшов 29.04.2022



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)