



Говорять сірникові етикетки

Г. Маценко, к.і.н., член Спілки журналістів, м. Львів

Галицькі «вогники»

Родовід вітчизняних сірників, згідно з історичними джерелами, розпочався у середині XIX ст. Ця галузь деревообробної промисловості виникла в Галичині з відкриттям у 1850 р. львівських сірникових фабрик Главачека та Фридерика Фауста, де щоденно виготовлялось 500 коробок сірників по 50 пачок, або загалом 2,5 млн штук сірників. Окремо слід відзначити львівського підприємця Францішека Дедацького, який заснував сірникову фабрику в 1862 р. Якість продукції цього підприємства високо цінувалася в Європі: воно отримало медалі на виставках у Перемишлі, Жешуві та світовій виставці у Відні, завдяки чому чверть мільйонні контракти на поставку сірників були підписані з Берліном, Парижем, Роттердамом і навіть... Каїром. У 1880 р. Ф. Дедацький також отримав велику золоту медаль на виставці, що проходила під патронатом королів Бельгії та Португалії. Однак невдовзі підприємство-«медаліст» закрилось через фінансові труднощі.

Тим не менш наприкінці XIX ст. в Галичині діяли 18 сірникових фабрик і з десяток цехів різних форм власності, зокрема, у Кутах (Сяноцький повіт), Вербіжі Нижньому (Коломийський повіт), Хирові (Старомістянський повіт), Болехові (Долинський повіт), а також у Скольому, Бережанах, Надвірній, Бродах, які щорічно використовували 12 тис. м³ деревини й виготовляли близько 1 млрд сірників. До речі, найдавніші згадки про сірники в нашій літературі сягають кінця XIX–початку XX ст. Але обидві – у «мінорних» тонах. «Згорнувши солому, він поліз у кишеню, вийняв сірника... черкнув – не горить», – читаємо у творі М. Коцюбинського, написаному в 1884 р. [1]. Інша згадка пролунала з театральної сцени в п'єсі І. Франка «Будка ч. 27» (1902 р.): «Зрана з дому вибирався та й забув з собою сірничків узяти, прийшлося цілий день коло сіна робити, не куривши» [2].

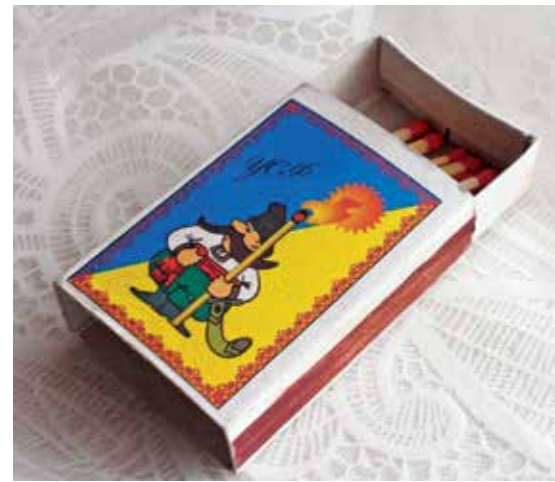
Напередодні Першої світової війни сірники в Галичині виготовляли дев'ять фабрик. Зокрема, у Болехові та Микитинцях, що поблизу Станіслава, працювали по 100 робітників, у Стрию – 170, а в Скольому – 250 [3].

В Україні до 1917 р. і якийсь час за радянської влади працювали кілька сірникових фабрик, найбільші були в Києві й Одесі. 11 лютого 1919 р. Президія Вищої Ради народного господарства прийняла постанову про націоналізацію сірникових фабрик. У власність держави перейшли, зокрема, у Чернігівській губернії (в дужках назви після націоналізації): фабрика Вдовина («Енергія»), Волкова («Волна революції»), Ворониних («Коммуна»), Осипова («Солнце свободы»), Е. Осипова («Зоря социализма»), Родионова («Ипуть»), Бермана и Лурье («Красная Березина») [4].

Згодом, у результаті сталінської «політики спеціалізації» вся сірникова промисловість України була ліквідована. Потреби в цих виробках забезпечували фабрики, розташовані в БРСР та РСФСР.

Сірник – «банкрот»

З розпадом СРСР в Україні в 1991 р. виник дефіцит сірників: вона вимушена була щороку імпортувати цей потрібний у кожній оселі товар на \$ 20 млн, переважно з Росії та Білорусі. У 1998 р. в селищі міського типу Березне на базі колишнього військового підприємства «Газотрон» було створене ДП «Рівненська сірникова фабрика». За підтримки уряду України з інноваційного фонду виділили ДМ 17 млн для закупівлі технологічного комплексу сірникового обладнання у Швеції. Фабрику збудували за короткий термін – протягом року. 12 травня 1999 р. стало днем народження першого сірника в незалежній Україні. У його виробництві активну участь взяли деякі вітчизняні товаровиробники: осикою



забезпечувало об'єднання «Рівнеліс», картоном – Обухівський картонно-паперовий комбінат, парафіном – Дрогобицький нафтопереробний комбінат, тарою – Жидачівський целюлозно-паперовий комбінат, пакувальним папером – Моквинська паперова фабрика. Високоякісна продукція з Березного стала солідним конкурентом білоруській та російській продукції.

Але успішне підприємство спіткало лихо: у 2011 р. рішенням Господарського суду в Рівненській області ДП «Рівненська сірникова фабрика» було визнано банкрутом. Підприємство не змогло розраховуватися за лінію, надану йому в лізинг. Обладнання з виробництва сірників було вилучене Українською державною інноваційною компанією. Відтак його передали в оренду ТОВ «Українська сірникова фабрика», що розташувалося поруч. Приватна фірма нині повністю займається випуском і реалізацією сірників, а державне підприємство постачає фірмі сировину, надає послуги з транспорту та складування сірників.

Проектна потужність фабрики – 630 млн коробок сірників на рік, що забезпечує потреби України приблизно на третину. Окрім звичайних побутових, виготовляють спеціальні довгі сірники – газові та камінні. Можна також замовити рекламні, сувенірні та іміджеві. Сірникову коробку виготовляють з картону марки Н-1 (звичайна коробка) або з крейдованого картону марки ММ, який забезпечує привабливий зовнішній вигляд пакування.

Бережись автомобіля

Протягом багатьох років невід'ємною частиною сірникової коробки була етикетка. В автора цих рядків збереглася невелика, але доволі змістовна колекція різнокольорових клаптиків паперу, зібраних у 1950–1980-х рр., головним чином, на вуличних тротуарах або смітниках. До того ж найбільш «конкурентоздатною» серед тодішніх юних колекціонерів вважалася ділянка біля залізничного вокзалу, адже там можна було підібрати «з панелі» саме ту, єдину, завезену кимось звідкільсь, котрої не було в інших, етикетку. З іншого боку, «моветоном» серед підлітків вважалося поповнення колекції бланковими, тобто неуживаними етикетками, які продавались у магазині «Філателія» по 50 штук в пакутику. Ні-ні, приваблювала саме рутину: коробку, очищену від пилюки, кидали в крутий окріп, при чому до нього слід було додати дрібку звичайної солі, аби не полиняли фарби. З відклеєної етикетки слід було гострим ножем зняти залишки клейстеру, підсушити й відтак – під прес.

Утім, автор цих рядків був далеким від фанатизму, що був притаманний, скажімо, сіамському королеві Чулалонгкорну: російський журнал «Нива» в 1912 р. повідомляв, що той одного разу ледь не потрапив під автомобіль, кинувшись за сірниковою коробкою. Тут доречно буде, мабуть, згадати відомих колекціонерів, серед яких були нідерландська королева Вільгельміна й президент США Фр. Рузвельт. До речі, про філуменію, як називається наш вид колекціонування по-науковому, згадували у своїх творах А. Франс, Я. Гашек, російський поет Я. Ходасевич.

Але, нарешті, власне, про етикетки. В СРСР вони слугували справжніми «візитівками» спеціалізованих підприємств деревообробної промисловості в 1950–1980-х рр. Насамперед, вони свідчили про «широку географію» цієї галузі: у нашому домашньому зібранні є етикетки таллінської, іркутської та пінської сірникових фабрик, фабрики «Червона зірка» в Калузі, брянської «Ревпуть», фабрики ім. 1 травня в Уфі, томської «Сибір», лепайської фабрики «Балтія» в Латвії, а також Борисівського та Гомельського фанерно-сірникових комбінатів.



Від ракети до підводного човна

Що ж до інформаційної наповненості, то порівняно з іншими «колегами» по малим друкарським формам торговельної спрямованості, як-от фантики від цукерок, сигаретні пачки, обгортки печива, вафель або шоколаду, сірникові етикетки, без заперечень, посіли найвищу «сходінку». Як це не дивно нині звучить, але чимало з цих кольорових клаптиків паперу були «дзеркалом» епохи, вони спонукали пишатися героїчним минулим батьківщини, досягненнями в науці й техніці, культурі й мистецтві, а також упевнено дивитися в завтрашній день. І якщо, наприклад, звичайний плакат, раз помічений на вулиці чи в приміщенні, більше, зазвичай, не привертав увагу, то його «брати менші» – етикетки – потрапляли на очі 60, а то й 75 разів – адже стільки сірників було в кожній коробці! То ж текст або зображення «воленс-ноленс» вривався в пам'ять серйозно і надовго!

Поряд із сюжетами, присвяченими героїчному комсомолу, подвигам у Великій Вітчизняній війні, міжнародному фестивалю молоді і студентів у Москві, однією з провідних тем на етикетках наприкінці 50-60-х рр. XX ст. стало підкорення Всесвіту. За ними можна простежити перші кроки космонавтики: «Собака Отважная и кролик, 2 УП 59 г., поднимавшиеся на геофизической ракете», «Собака Отважная 10 июля 1959 г. в

4-й раз поднялась в космос», «4 октября 1959 – ракета вокруг Луны». Калузький комбінат «Гігант» долучився до цієї теми серією «Штурм Вселенной», а Ленінградська фабрика «Пролетарське знамя» – серією «Первый в мире пилот-космонавт Ю.А. Гагарин».

Гордістю за вітчизняну науку і техніку були сповнені серії, присвячені провідним університетам та інститутам, новинкам вітчизняного автомобілебудування, а також «морська» серія «Корабли науки», у якій можна було побачити «Атомный ледокол Ленин», «Дизель-электроход «Обь», «Подводную лабораторию Северянка» тощо.

Однією з провідних тем тодішньої пропаганди була боротьба радянського народу за мир у всьому світі, тож на етикетках з'явилися мініатюрні копії великоформатних плакатів «Мы за мир!», «Нет войне!», «Ядерное оружие запретить!». Башкірська фабрика ім. 1 травня до того ж випустила серію етикеток, присвячених Всесвітньому конгресу за загальне роззброєння, котрий пройшов у Москві 9–14 липня 1962 р.

Поетичним рядком про... ошадкнижку

Нерідко етикетка слугувала за «мінідовідник». Восени грибник-початківець міг узяти з собою до лісу кілька коробок з етикетками із зображенням



Етикетки містили корисні поради й для робітників сільського господарства, нагадуючи: «Развивайте общественное пчеловодство», «Белый клевер — лучшее пастбище для свиной», «Топинамбур — высокоурожайная кормовая культура», «Семена кукурузы гибридные дают урожаи обильные». Й, нарешті, «мікроенциклопедія» у серії на трьох етикетках, випущених Башкірською фабрикою ім. 1-го травня. «Разводите кроликов — интересно, полезно, выгодно», — бачимо на першій із них. На решті двох — змістовні корисні поради у вигляді запитань: «Знаете ли Вы, что кролик — самое плодовитое домашнее животное? От одной самки в течение года и от ее старшего потомства можно получить 200 и больше крольчат», «Знаете ли Вы, что мясо кролика по содержанию белка превосходит мясо домашних животных и даже куриное?».

...А тепер вирушаємо до сусідньої крамниці й купляємо звичайний коробок сірників за 30 копійок. Етикетки, здається, залишилися в минулому — тепер ілюстрації й тексти друкуються прямо на коробці. І що ж ми бачимо?! Козак із вусами, ширши ми за плечі, з тривоною і надією дивиться на захід, мабуть, в очікуванні на безвізний режим, ще й на фоні державного прапора. Національна символіка на предметі першої необхідності?.. Замість тексту — соромливе нагадування: «Середня наповнюваність — 38 сірників», а також докладний адрес і телефон ТОВ «Українська сірникова фабрика». Мабуть, для того, щоби зателефонувати й поцікавитись, де ж поділись 75 штук за одну копійку...

Література

1. Коцюбинський М. Андрій Соловейко, або вчене світ, а невчене тьма // Коцюбинський М. Твори в 3-х тт. — Т. 1. — К., 1955. — С. 443.
2. Франко І. Твори в XX тт. — Т. IX. — К., 1955. — С. 341.
3. Кляпчук В.М., Проців О.Р. Лісове та мисливське господарство Галичини. — Івано-Франківськ: Фоліант, 2011. — 432 с. — С. 204—205.
4. Богданов В. Спичечные этикетки и их коллекционирование. — М., 1970. — С. 11. *Ж*

їстівних та отруйних грибів, а також лікарських рослин: ягід горобини, плодів глоду, шишок хмелю, листя толокнянки, що їх «закуповує споживча кооперація».

На деяких етикетках можна було побачити зображення... сірника: йдеться про серію «Родословная спички» з ілюстраціями на тему, як людина добувала вогонь у далекому минулому.

А тепер час перепочити — про це нагадують етикетки: «Повидло и джем полезны всем», «Мед — диетический продукт», «Лучший десерт — мороженое», «Экономьте время — пользуйтесь концентратами» й нарешті — порада для справжніх чоловіків: «Сельдь — хорошая закуска».

Чималий внесок паперових клаптиків був зроблений і в охорону природи. Окрім прямих, суворих закликів на зразок «Глушить рыбу — варварство!», «Браконьер — злейший враг природы», низка кольорових мініатюр містить привабливі римовані тексти: «Охотник! Пыжи из бумаги и ваты в пожарах бывают всегда виноваты», «Зеленое золото — лес сохраняй, горящий окурок в лесу не бросай!», «Запомни раз и навсегда — с огнем приходит в лес беда!», «Товарищи, мимо не проходите, детскую шалость с огнем прекратите!».

Етикетки слугували ще й «провідниками» побутових новинок: «Пусть будет закрыта дорога к корыту! Шагами большими к стиральной ма-

шине!», «Он вам поможет на кухне не раз, простой и надежный прибор — керогаз», «Если Вы пылесос купили — в квартире не стало ни грязи, ни пыли». А ось реклама універсальної кухонної машини: «На кухню такая машина войдет — хозяйку избавит от лишних хлопот» або ж швейної машинки «Волга»: «Служить она будет вам лет до ста! Машина удобна, практична, проста!». Окремі серії були присвячені новітнім фотоапаратам «Старт», «Зенит-С», «Искра», «Комета».

Поетичний настрій супроводжує й таку, здавалось би, далеку від красного письменства сферу, як фінансова. На низці етикеток можна також побачити рекламні слогани — дещо наївні, але змістовні й такі, що легко запам'ятовуються: «Отправляясь в дальний путь, аккредитив возьмем с собой!», «На сберкнижке накопили, все, что нужно нам, — купили!», «В сберкассе храните деньги свои, отчизне помогут в стройке они».

Кролики — не только ценный мех

Гумористична «родзинка» притаманна серії, присвяченій танцям різних народів СРСР: «Дагестанская лезгинка», «Белорусский танец «Бульба», «Танец казанских татар», «Молдавская сюита». Кадри з мультфільмів нагадують сюжети, присвячені відомим байкам: «Слон и моська», «Волк и журавль», «Зеркало и обезьяна».

Серія з дванадцяти етикеток присвячена цілком серйозній темі: «Носите на производстве рабочую одежду — она сохранит ваше платье», ініціатором якої став Всесоюзний науководослідний інститут швейної промисловості.

А чим же зайнятися після роботи? І тут на допомогу прийшли етикетки: «Вступайте в кружки и клубы ДОССАФ», «Занимайтесь туризмом», «Читайте журнал «Беларусь», «Купуйте в книгарнях або замовляйте: Київ-Попудренка 26, Магазины «Книга — поштой» «Оповідання» Івана Франка», «Разводите голубей!».