

Lietuviškų knygų reklamos savitumai po spaudos draudimo panaikinimo: 1904–1914 metai

Šviesa – galybė

(„Šviesos“ knygų leidimo bendrovės katalogo pavadinimas, 1908)

Violeta ČERNIAUSKAITĖ

El. p. cerleta@delfi.lt

Straipsnyje išanalizuotos lietuviškų knygų reklamos raidos aplinkybės bei savitumai pirmajame atgautosios lietuviškos spaudos dešimtmetyje. Tyrimo objektu pasirinkta spausdintinė lietuviškų knygų reklama suprantama kaip tikslinga ir kryptinga informacija apie išleidžiamas ar parduodamas knygas, siekiant didinti jų paklausą bei pardavimą. Analizuojant laikmečio pirminius šaltinius, atskleista knygų reklamos įtaka jų populiarinimui ir sklaidai, pilietinės visuomenės brandimo, savišviotos, tautinės knyginkystės, spaudos bei kitų lietuviško verslo sričių formavimuisi. Išsamiau aptartos knygų reklaminių skelbimų periodinėje spaudoje, kitose knygose bei išleistų atskirais lapeliais ar lankstiniais formos bei turinio ypatybės, įvertinti pirmieji profesionalios knygų reklamos žingsniai, remiantis knygų anotavimo bei recenzavimo patirtimi, pirmųjų lietuviškų spaudos agentūrų reikšmė reklamos raidai.

Reikšminiai žodžiai: knygų istorija; 1904–1914; knygų leidyba ir prekyba; knygų reklama.



Panaikinus spaudos draudimą lotyniškais rašmenimis, su spauda buvo siejami nauji visuomenės lūkesčiai pasiekti kultūrinę brandą. Pirmajame lietuvių dienraštyje „Vilniaus žinios“ teigta, kad be kultūrinio subrendimo tautai nepavyktų išgauti ir geidžiamos autonomijos.

Pažymint didelius lietuviškos spaudos pokyčius 1904–1914 m., „Viltyje“ buvo rašoma: „Spaudos reikšmė neapsakoma. Yra tai galybė, kurios pagalba įkūnijama žmonijon įvairiausios nuomonės, visokios pakraipos, pažiūros, sumanymai, sickiai. Spauda – žmonių dvasios paveikslas, gyvenimo atspindis. Spaudos galybė suprantama visur. Kiekviena tauta, kiekviena pakraipa ir partija stengiasi turėti savų organų, leidžia tinkamos dvasios knygas, brošiūras. Nes spauzdintas žodis, lyg tasai misijonorius į nežinomas šalis, eina į plačiąsias minias ir skelbia tokį mokslą, kokį tuo įrankiu kas paleido“¹. Demokratai tikėjosi, kad legali spauda skatins daugiau skaityti, lavintis, ugdyti tautinę savimone. Socialdemokratai perspėjo: „Cenzūros pančiai juo yra laisvesni, juo daugiau jie yra tampomi“². Todėl numatė, kad tik nelegalioje spaudoje bus galima skelbti tikruosius tautos lūkesčius.

XX a. pradžioje plėtojantis masinėms informavimo priemonėms, pasikeitusį caro valdžios požiūrį į spaudą pastebėjo net užsienio žurnalistai. Jie buvo nustebinti, kai 1905 m. paskirtas naujas Rusijos premjeras S. Vitė į pirmą pasitarimą sušaukė ne valstybės veikėjus, bet 30-ies Peterburgo laikraščių redaktorius, pranešęs jiems, kad „valdyti negalima be visuomenės nuomonės pritarimo“, ir prašė pagelbėti šiame darbe³. Kunigaikštis P. Sviatopolkas-Mirskis, memorandumo carui „Dėl lotyniško-lietuviško raidyno“ (1903) iniciatorius, užimdamas Rusijos vidaus reikalų ministro pareigas 1904 m. pab.–1905 m. pr., ne kartą interviu žurnalistams išreiškė savo asmenines paskatas suteikti spaudai daugiau laisvės. Jis pabrėždavo teikias provincijos spaudai ypatingą reikšmę, tikėdamasis jos paramos valstybės valdymui⁴. Cenzūra ir spaudos priežiūra lietuviškai spaudai buvo pripažintos veiksmingesnėmis nei draudimas Rusijos tautinės kolonijinės politikos įgyvendinimo priemonėmis. Oficialūs dokumentai ir kanceliarijos raštai tegalėjo būti išspausdinti lietuvių kalba kartu su gretutiniu tekstu valstybine rusų kalba. Todėl labai svarbu, kad pradėta leisti spauda Lietuvoje buvo lietuvių rankose ir plėtojosi kaip savarankiškas verslas.

Po spaudos draudimo panaikinimo lietuviškų knygų srutai išaugo daugiau negu dvigubai. Vien Lietuvoje iki 1918 m. pavyko išleisti daugiau kaip du tūkstančius knygų, o per visą 1905–1917 m. laikotarpį buvo išspausdinta 5187 lietuviškos knygos Lietuvoje ir užsienyje⁵, t. y. kasmet pasirodydavo beveik po 400 naujų lietuviškų knygų, iš jų – beveik po 200 kasmet pasirodydavo Lietuvoje bei lietuvių gyvenamose bendruomenėse Rusijos imperijoje: Rygoje, Varšuvoje, Peterburge ir kitur. Pirmasis atgautosios spaudos dešimtmetis nebuvo pats palankiausias knygų raidai,

nes ir amžininkų jau buvo įvardytas kaip „laikraštinkystės epidemijos“ laikotarpis. Amerikoje buvo išleidžiama apie 37 pavadinimų periodinių leidinių, Mažojoje Lietuvoje – apie 12, Lietuvoje tuo metu buvo išleidžiama apie 20 periodinių leidinių, kurių tiražai siekė nuo kelių šimtų iki 15 tūkstančių egzempliorių per metus. Tiesa, šios efektyvios masinės komunikacijos priemonės buvo labai paranki priemonė knygų reklamai. „Dviejų nuomonių, rodosi, negali būti: vienu iš reikalingiausių, pirmiausia apšvietimui daiktų buvo ir tebėra dar knygos“, – skelbė 1905 m. pavasarį pirmasis lietuvių dienraštis „Vilniaus žinios“⁶. „Visi mes žinome, kad šiandien mūsų kaimo šviesos jėškotojui apart knygos ir laikraščio, kito į šviesą kelio nėra – mokyklų maža, ir tos suaugusiems neprieinamos, draugijų ir paskaitų taip-gi kaimo negirdėti. Man matos, vienas iš to sunkaus padėjimo išėjimas: imties mūsų inteligentams sistematiškai (per laikraščius ar knygas) lavinti mūsų šviesos jėškančią jaunuomenę“, – rašyta 1910 m. liberaliajai inteligentijai skirtame savaitraštyje „Lietuvos žinios“⁷.

Lietuviškų knygų reklama po spaudos draudimo panaikinimo Lietuvoje sparčiai augo. Pagrindinė to priežastis buvo atgijusi knygų rinka, suvienijusi Lietuvos, Mažosios Lietuvos ir Amerikos bei kitų užsienio šalių knyginkus, leidėjus bei spaudos darbuotojus. Nuo nelegalios spaudos gabenimo ir platinimo metodų, kurie buvo paremti per 40 metų išugdyta tautine knygnešystės tradicija, teko pereiti prie naujais principais organizuotos lietuviškų knygų leidybos ir platinimo sistemos, kurios pagrindą sudarė tautinės knyginkystės ir spaudos įmonės bei įstaigos. Savarankiškai suorganizuota lietuviška spauda buvo svarbus pilietinės visuomenės telkimo ir valstybingumo idėjos ramstis. Carinės Rusijos imperinė politika ribojo lietuvių inteligentų įsidarbinimo galimybes Lietuvoje. Lietuviškos knygų leidybos ir prekybos įstaigos buvo svarbi tautinės ekonomikos dalis. Atgautoji spauda suvaidino svarbų vaidmenį reklamos istorijoje, nes suteikė naujų galimybių plėtoti pirmuosius žingsnius žengiantį lietuvišką verslą, būdama vienu iš pagrindinių jo variklių. Reklamos plėtra buvo dar vienas modernėjančios tautos požymis.

Besikuriančioms naujoms lietuviškoms knygų leidybos ir prekybos įstaigoms, spaudos įmonėms teko konkuruoti su daug didesnę patyrimą, gausesnius finansinius išteklius ir geresnes raidos sąlygas turėjusiomis kitataučių spaudos įmonėmis bei įstaigomis, kurios taip pat operatyviai pasinaudojo išaugusia lietuviškų knygų paklausa. Nuosekliai XX a. pradžios lietuviškų bibliotekų ir knygynų padėtį analizavusios knygotyryninkės G. Raguotienės apskaičiavimais, 1904–1918 m. Lietuvoje veikė 102 lietuvių spaudos knygynai 58 vietovėse⁸. Ji pastebėjo, kad pirmieji lietuvių knygynai buvo daugiau kultūros ir švietimo nei komercijos įstaigos, todėl nemaža jų dalis neatlaikė kitų knygynų konkurencijos, kai po kelerių metų knygų pasiūla Lietuvoje viršijo paklausą. Išlikę knygynai bei knygų leidėjai,

prisiaikydami prie naujų lietuviškų knygų rinkos pokyčių, pradėjo daugiau dėmesio skirti knygų reklamai. Ji įgavo įvairesnes formas, tapo masine, neatsiejama knygų leidybos ir prekybos informacinės sistemos dalimi, padėjo orientuoti naujoje lietuviškų knygų rinkoje, skatino skaitymo pomėgius, prisidėjo prie lietuviškų knygų platinimo bei švietimo gerinimo. Pastebėta, kad reklama propaguoja ne vien prekes, bet perša tam tikrus įvaizdžius, vertybes, tikslus, supratimą, formuoja pažiūras. XX a. pradžios lietuviškų knygų reklamos istorija – iškalbi visuomenės sociologinio portreto dalis.

Straipsnyje siekiama atskleisti 1904–1914 m. knygų reklamos Lietuvoje raidos savitumus, galinčius papildyti naujais faktais šio laikotarpio knygos, spaudos ar žurnalistikos istoriją. Lietuviškosios knyginkystės ir leidybos verslo istorinė patirtis organizuojant knygų reklamą gali praversti šiuolaikiniam rinkodaros specialistui. Straipsnyje nagrinėjama spausdintinė lietuviškų knygų reklama suprantama kaip tikslinga ir kryptinga informacija apie išleidžiamas ar parduodamas knygas, siekiant didinti jų paklausą bei pardavimą. Knygų leidyboje terminas „reklama“ suprantamas labai plačiai ir gali apimti visus leidėjo naudojamus būdus pranešti pasauliui apie naują knygą ir padaryti taip, kad žmonės ją pirktų⁹. Knygos reklamos tyrinėtojai linkę manyti, kad jos esmę nulemia ne tik būtinybė informuoti apie knygas, bet ir poreikis skatinti skaitytojus jas įsigyti naudojant ne vien informacinius, bet ir ekspresyvius bei sugestyvius metodus¹⁰.

Iki pat XX a. pradžios reklamos raidai didžiausią įtaką darė spaudos bei knygų leidybos technologijos. Jos sudarė sąlygas sukurti daugelį reklamos žanrų: reklaminių skelbimą, katalogą, prospektą, plakatą, spaustuvininkų ir leidėjų firminių ženklus-logotipus. Knygų reklamos istorija Lietuvoje siekia XVI a. Jos raida suaktyvėjo XVIII a. antroje pusėje, pradėjus sistemingai leisti knygų prekybos katalogus, spausdinti informacinius pranešimus periodiniuose leidiniuose¹¹. XIX a. viduryje lietuviškų knygų sąrašai buvo sistemingai skelbiami Lauryno Ivinskio leidžiamuose kalendoriuose (1859, 1861–1863), reklamuojami Vilniaus periodiniuose leidiniuose („Dziennik Wileński“, „Tygodnik Wileński“ „Kurjer Wileński“ ir kt.), leidėjų ir knygynų kataloguose. Daugiausia katalogų (apie 100) iki spaudos draudimo įvedimo 1864 m. išleido J. Zavadzkiego firma¹². Knygų prekybos bibliografija tuo metu buvo labiausiai plėtojama bibliografijos šaka ir viena reikšmingiausių knygų reklamos priemonių.

Lietuviškų knygų reklama Lietuvoje po spaudos draudimo panaikinimo vystėsi, perimdama nemažą Mažosios Lietuvos leidėjų ir knyginkų sukauptą patirtį. Pirmieji reklamą apie lietuviškas knygas ėmė skelbti XVIII a. Mažosios Lietuvos periodiniai leidiniai vokiečių kalba¹³. XIX a. pab.–XX a. pr. knygų leidybos ir prekybos informavimo priemonės lietuviškų knygų reklamai nuolat skyrė nemažai

dėmesio. Mažosios Lietuvos knygos istorijos tyrinėtojas prof. D. Kaunas pastebėjo, kad XX a. pradžioje neliko spaudos nepastebėta nė viena reikšmingesnė pasaulietinė knyga¹⁴, susiklostė tam tikros knygų anotavimo bei recenzavimo tradicijos. Knygų reklama buvo skelbiama periodinėje spaudoje, kalendoriuose, knygose, bibliografijos priemonėse, atskirai buvo leidžiami naujai išleistų arba parduodamų knygų bibliografiniai sąrašai ir informaciniai lapeliai, sudaromi knygų prekybos katalogai. Knygų prekybos įstaigų reklama lietuvių kalba čia pasirodė XIX a. 7-ąjį dešimtmetį, o nuo 9-ojo dešimtmečio plačiai reklamavosi jau visų lietuviškų knygynėlių ir knygynų savininkai¹⁵.

Lietuviškos reklamos tyrinėtojų nuomone, reklama Lietuvoje prieš Pirmąjį pasaulinį karą nebuvo vien komercinė, o vakarietiško tipo reklama čia pradėjo formuotis tik paskelbus nepriklausomybę 1918 m. vasario 16 d. Analizuojant pirmojo lietuviško dienraščio „Vilniaus žinios“ reklamos pobūdį pastebėta, kad joje jaučiamas patriotizmas, nustelbiantis pelno siekimą¹⁶. Atgavus lietuvišką spaudą, knygų reklama švietimo ir tautinio susipratimo ugdymo tikslais išliko suinteresuota visa visuomenė, ir šią nuostatą dienraštis rėmė. „Dabar mės patys kasdien galėsime apsvarstyti klausimus, kurie mums labiausiai rupi ir ant kurių labiausiai mažiaus mūsų gyvenimo gerovė guli. Dabar mės nebesijausime palaidais, o busime, tarsi, į vieną kuną surišti: viens apie kitą lengviau žinią turėti galėsime, viens su kitu lengviau susiprasime“¹⁷, – skelbė 1904 m. gruodžio 23 d. pirmajame dienraščio puslapyje jo steigėjas P. Vileišis, o redakcijos įvardiniame straipsnyje buvo pakiliai pasakyta: „mums visuomet rūpės Lietuvos apšvietimas, gerovė ir laimė. Turėdami prieš save tą gairę, nešime savo skaitytojams iš Lietuvos ir iškitur tikras žinias, tas žinias jiems aiškinsime, teiksime jiems ir šaip-jau sveiko dvasios maisto, duosime jiems sveikų naudingų pasiskaitymų, ir tiek“¹⁸.

P. Vileišis dienraštyje negailėjo vietos savo spaustuvių išspausdintų ar knygyne parduodamų knygų reklamai, kiti leidėjai ir knyginkai taip pat netrukus pasinaudojo šia pirmąja lietuviška itin operatyvia masinės informacijos priemone.

Lietuviškų knygų reklama sparčiai keitėsi, pereinama nuo tiesioginių patriotinių raginimų: „šią knygą reikėtų perskaityti kiekvienam lietuviui“, „labai naudinga knygelė visiems lietuviams ir lietuvaiteš“ ir kt., vyravusių spaudos draudimo metais, iki gerai motyvuotos, apskaičiuotos ir literatūrine kritika paremtos J. Rinkevičiaus bei kitų leidėjų skelbtos knygų reklamos pirmajame atgautosios spaudos dešimtmetyje. Be to, knygų reklama atliko labai svarbią visuomenės informavimo funkciją. Pradėjus nuosekliai, įvairiai, patraukliai ir plačiai skelbti informaciją apie pasirodančias naujas knygas, Lietuvos gyventojai bene pirmą kartą turėjo daugiau galimybių ne tik susipažinti su

lietuviška knyga, bet ir jų įsigyti. Ne paslaptis, kad ir po spaudos draudimo smulkūs prekyviai knygomis mieliau pirkdavo tas knygas, kurios neturėjo pažymėtos kainos. „Mūsų sodietis, kad ir iš šviesiausiojo kampelio, dar neįpratęs orientuotis tautinėje raštijoje, pats pasirinkti ir pareikalauti knygelių (išskyrus, žinoma, maldaknyges); ... nežino kas tai yra vadinamosios „naujėnos“ knygų rinkoje ir jei pareikalauja kokių knygų, tai nežiūri pačių naujausiųjų toje šakoje veikalų ir t. t. žodžiu, sakant, mūsų sodietis dar yra reikalingas nuolatinio patarėjo, keliavedžio“, – rašyta dienraštyje „Viltis“ 1914 m.¹⁹ Dėl įvairių šio laikotarpio aplinkybių įtakos lietuviškų knygų reklama, nebūdama vien komercijos įrankiu, atliko pakankamai sąžiningo knygų eksperto ir skaitytojų patarėjo funkcijas.

P. Višinskio suorganizuota kooperatinė knygų leidimo bendrovė „Šviesa“, remiama Vilniaus inteligentijos, savo išleistame knygų kataloge 1908 m. deklaravo, kad „geros knygos mūsų laikais yra svarbiausias apšvietimo šaltinis ir galingiausias įrankis pagerinti savo padėjimą“²⁰. Tačiau skirtingos visuomeninės ir politinės partijos, būdamos įtakingais reklamos užsakovais, XX a. pradžioje jau formavo ir rėmė gana kryptingą išleidžiamų, savo supratimu, „gerų“ knygų reklamą. Knygų reklamos priemonių pasirinkimas atskiroms visuomenės grupėms bei politinėms partijoms buvo apribotas jų veiklos ypatybių, įtakos masinėms informavimo priemonėms, jų tiražų ir paplitimo. Tik liberaliuoju 1905–1906 m. laikotarpiu pavyko plačiau viešai Lietuvoje reklamuoti socialdemokratų spaudą: „Vyrai, skaitykit ir platinkit mūsų partijos raštus!“, „Velyjame mūsų skaitytojams skaityti ir platinti šias knygeles...“ ir kt. Net „Vilniaus žiniuose“ galėjo būti paskelbta, kad iš M. Piasekaitės-Šlapelienės knygyno atsistūtos į redakciją paminėti Socialdemokratų partijos išleistos ir cenzūros praleistos knygelės: „Komunistų manifestas“ (1904), K. Kautskio „Partija, klasa ir visūmenė“ (1905), „Ar dabar yra baudžiava?“ (1904), „Varžytinės. Ką jos duoda kapitalistams, darbininkams ir visuomenėi, ir kaip jos reikia panaikinti“ (1903) ir kt., vėliau platintos tik slaptai²¹. Socialdemokratų savaitraščio „Naujoji gadynė“ ir kitų redaktoriai stengėsi informuoti apie visas išleistas lietuviškas knygas, „idant skaitytojais žinotų, kurias jiems naudinga būtų perskaityti, nes yra daug ir niekam vertų, kurias skaityti – tai bereikalingai gaiszinti laiką ir leisti pinigus“²².

Demokratijos idėjas remianti lietuvių visuomenė ir toliau būrėsi apie 1905–1915 m. leistą savaitraštį „Lietuvos ūkininkas“ bei 1909–1915 m. inteligentijai skirtas „Lietuvos žinias“, leido knygas, palaikė J. Jablonskio „Aušros“ ir P. Višinskio „Šviesos“ 1905 m. įkurtų knygų leidybos bendrovių siekius. „Reikia, pagaliaus, taip įtaisyti, kad laikraščius ir knygas galėtų spausdinti ir leisti kiekvienas žmogus, kurs nori ir išsigali, nes tik tokiu būdu žmonės galės gauti pigiai visokių gerų skaitymų ir su skaitymais visokių tikrai sveikų ir reikalingų žinių. Apskritai sakant,

reikia visa daryti, kad mokslas ir šviesa galėtų išsiplatinti visame krašte ir kad žmonės galėtų pagaliaus ne tikrai rankomis ir kojomis, bet ir galva dirbti. Darbas yra žmonių lobio versmė. Apšvietimas gi ir mokslas duoda ne tikrai lobį tautai, bet gyvatą ir laimę; tauta, kuri bijo apšvietimo, visuomet skursta, nyksta ir miršta“, – rašė J. Jablonskis 1906 m. savaitraštyje „Lietuvos ūkininkas“, vadovaudamas savo įkurtai knygų leidimo bendrovei „Aušra“, kuri per pusantų metų išleido apie dešimtį aktualių mokslo populiariosios ir grožinės literatūros leidinių²³.

Vis dėlto knygų reklama XX a. pradžioje jau plėtojosi gana aštrios ideologinės kovos sąlygomis. Jau „Vilniaus žiniuose“ J. Burba pastebėjo, kad skaitymo propaganda yra politinis dalykas – kurios nors visuomenės dalies siekimas palenkti kitus į savo pusę²⁴. „Visos partijos, net ir Lietuvoje suprato spaudos svarbumą ir nori ją paglemžti sau. Juo labiau, kad gyvename kritiškoje valandoje politiškos, ekonomiškos ir protiškos revoliucijos. Taigi dabar mums Lietuvos krikščionims demokratams irgi „išsijuosus“ reikia darbuotis, jei nenorime mūsų žmonių pavesti globon kitų partijų. Svietiškujų mūsų inteligentų, platinančių ir palaikančių laisvamanišką spaudą, nors palyginant ir nedidelis skaitlis, dargi tankiausiai gyvena miestuose – toli nuo sodiečių, vienog sugeba praplatinti savo laikraščius, surasti pardavėjus, tarpininkus ir visokius agentus“ – rašė pirmasis katalikų leidžiamas savaitraštis „Nedėldienio skaitymas“²⁵.

Palankiausias sąlygas knygų reklamai turėjo kompaktiškiausiai Lietuvos teritorijoje gyvenanti ir gausiausiai lietuvių inteligentijos sluoksniui atstovaujanti katalikų bendruomenė, kuriai pavyko užimti lyderio pozicijas visuomeninėje, kultūrinėje ir šviečiamojoje veikloje: įsteigti ir išlaikyti gausiausią tinklą katalikiškų švietimo ir kultūros draugijų, leisti ar kontroliuoti 60–70 proc. lietuviškos periodinės spaudos, organizuoti stambiausių akcinių knygų leidimo bendrovių veiklą Kaune ir Seinuose, kurių bendra produkcija sudarė daugiau kaip ketvirtį visų šiuo laikotarpiu išleistų lietuviškų leidinių.

Vienas pirmųjų stambiausios katalikiškos Šv. Kazimiero knygų leidimo bendrovės leidinių buvo 1906 m. 20 tūkstančių egzempliorių tiražu iš lenkų kalbos išverstas veikalėlis „Atsargiai su ugnimi! t. y. su knygomis“. Bendrovės leidžiamuose savaitraščiuose „Nedėldienio skaitymas“ (1905–1907) bei „Vienybė“ (1907–1915) buvo plačiai reklamuojami visi nauji jos leidiniai, katalikų „Blai-vybės“ draugijos išleisti spaudiniai, M. Kemėšytės knygyno Utenoje, J. Naujalio knygyno Kaune ir kitų katalikiškų knygynų leidiniai ir veikla.

Čia pasirodydavo ir išsamesnių atskirų leidinių recenzijų, kurių autoriai bei iniciatoriai buvo pirmasis savaitraščio redaktorius A. Dambrauskas-Jakštas, vadovavęs vienai didžiausių Šv. Kazimiero kunigų knygų leidimo bendrovei. Šv. Kazimiero draugija viename pirmųjų lietuviškame

rekomendaciniame knygų kataloge, skirtame katalikiškoms skaitykloms, ragino negailėti jėgų knygų reklamai: „Katalikiškuose laikraščiuose n u o l a t turi būti garsinamos geros knygeles, ypatingai neseniai į svetią išėjusios. Gerai būtų, kad mūsų katalikiškuose laikraščiuose būtų tam tikras skyrius garsinąs k a s r e i k i a, o k o n e r e i k i a s k a i t y t i [išretinta red.], kaip tat yra įvesta Baltgudžių savaitraštyje „Naša dola“. Katalikiškųjų knygų katalogai turi būti visur žmonėms dalinami: vartotojų bendrijose, katalikiškose krautuvėse, arbatnamiuose, pas pauperius (škaplerninkus), zakrastijose ir t. t. Sakant pamokslus gerai yra visuomet nurodyti tam tikras knygeles ar veikalus, iš kurių galima būtų plačiau sakomąjį dalyką pažinti ir apskaityti. Toks paraginimas labai padeda prie gerų knygų išsiplatinimo. Reikalingi yra taipogi tankūs paraginimai žmonių prie apšvietos su išrodymu apšvietos naudingumo ir jos sąrیشio su dora ir laimingu gyvenimu. Mūsų žmones knygų skaitymą ir abelnai apšvietą vis dar laiko per nieką, žiurėdami į tą dalyką kaip į „ponų ir kunigų“ žaislą; dėlto kart kartėms leidžia pinigus, neretai ir nemažus, ant visokių niekų, žibučių, girtuoklystės, o kelių kapeikų knygelei nusipirkti gailis“²⁶. Steigiant antrąją stambiausią katalikišką knygų leidimo bendrovę „Šaltinis“, Seinų vyskupijos kunigų suvažiavime 1905 m. buvo akcentuota, kad vien parašyti ar išleisti knygą negana, nes reikia pasirinkti tinkamą jos išplatintumui: „tam tikslui reikia agitacijos. Ne laukti skaitytojų atsirasant, reikia patiems jų jį ieškoti: savo raštus siūlyte siūlyt, brukte į rankas brukti. Reikia mums užversti knygų rinką savo pakraipos raštais, leidžiamais pigiai – be uždarbio, jei norime pataisyti tai, ką pagadinome „Varpai“, „Ukininkai“, „Balsai“ ir tt.“²⁷

Prieš kunigų agitaciją buvo nukreiptas 1913 m. atskirai išleistas „Lietuvos žinių“ priedas „Persekioja pirmievių laikraščius“. Jame aprašant katalikų persekiojamos liberaliosios spaudos atvejus padaroma išvada, kad tokio persekiojimo ir ekonominė nauda nemaža (o gal ir daugiausia) svarbos turi. „Taigi kunigams norisi „L. Ukininką“ ir kitus „bedievių“ laikraščius su visais jų kitais spauzdiniais nugramzdyt, kad saviškiams „Šaltiniui“, „Vienybei“ ir kt. daugiau ėmėjų liktų. Per tai jie taip ir kariauja su „bedievių“ laikraščiais ir su pačiais „bedieviais““²⁸. Skirtingų idėjinių pasaulėžiūrų priešpriešą atspindėjo ir atviras raginimas kovoti, tačiau civilizuotomis spaudos ir viešos diskusijos priemonėmis: „Tik kova galėsime atsikratyti nuo nelėmtos kunigų cenzūros. Žinoma, kad mūsų kova turi būti *kulturinga dorais įrankiais*“²⁹.

Lietuvių pasaulietinės inteligentijos brandą rodo ir pasirinktoji kovos taktika: „Mūsų nuomone, mes gyvename dar tokiu laiku, kuomet kiekvienas spauzdinys, prasiplatines tarp minių jau yra mūsų tautai plusas. Todėl neleistina drausti perkantiems spauzdinių, kurie ne mūsų yra išleisti. Teskaito visokių pakraipų laikraščius“³⁰.

Knygų reklamos motyvai skaitymo naudos, savi-

švietos, saviugdros tikslais buvo labai plačiai išnaudojami. Štai Šv. Kazimiero knygų leidimo bendrovės reklaminius skelbimai pasižymėjo įtaigumu, gerai suredaguotais didaktiniais tekstais:

„PER ŠVIESĄ Į LAIMĘ

Žmogus nemokytas gyvena lygu aklas [pajuodinta red.]. Jis daugiau dirba, mažiau pelno ir labiau yra išnaudojamas. Gana tų vargų! Ženkime visi per šviesą į laimę! O kaip beapsišviesi paaugęs žmogus? Jei nori gerai lengvai apsišviesi, skaityk geras knygas ir gerus laikraščius!

Atmink, kad knyga yra geriausias mokytojas. Jis ant tavęs niekados nesupyks ir neišbars. Kada tik nueisi, jo niekad miegančio neatrasi, kada tik paklausi, jis vis atsakys, kada, apsiriksi, jis tavęs neišjuoks.

Bet kur gauti, tokių gerų knygų? Nesirupink, tai labai lengva! [įrašyk į Šv. Kazimiero Draugijos narius, o draugija tau atsiųs jas...“³¹

Nemokantiems rašyti ar išsiųsti pinigus reklaminiame skelbime buvo patariama paprašyti vietinio kunigo ar kito raštingo parapijiečio pagalbos. Šv. Kazimiero draugijos narių skaičius išaugo nuo 4063 aktyvių rėmėjų 1906 m. iki 10 872 narių 1914 m.³² Jos vadovas A. Dambrauskas-Jakštas minėjo, kad į draugiją stėjo ne tik jaunimas, bet ir vyresnės kartos žmonės, net beraščiai: „mat, gautąsias iš draugijos knygas jie dalindavo savo jaunesniems giminiams, skleisdami tuo būdu lietuviškus raštus net ir ten, kur jie lig šiol yra buvę didelė retenybė. Todėl juo draugija daugiau turėdavo narių, juo daugiau ji paskleisdavo knygų po Lietuvą“³³.

Pasitaikydavo poetinių reklamos tekstų. Populiariųjų skaitinių mažai išsilavinusiems kaimo gyventojams leidėjas ir autorius K. Stiklius savo leidiniuose ar knygų pratarmėse ieškojo itin glaudaus kontakto su skaitytoju:

ARTOJAS IR RAŠĖJAS

ARTOJAS:

Pergyvenau daug metelių,
Mokiaus arti nuo tėvelių;
Visą amžį prakaituoju –
Šaļu, trokštu ir baduoju...

RAŠĖJAS:

Šia, dėdukai, paskaityk,
O paskaitęs pamatysi –
Viską dailiai apsvastykie,
Tuo sau būvį pataisysi.

ARTOJAS:

Et, ką galvą jįs man sukat,
Popiergalius man tik brukat;
Jįs galvojat, rašot, rašot,
O nuo manęs duonos prašot!

RAŠĖJAS:

Apšvietimo tau tik reikia
Tuosyk visko tu turėsi –

Geros knygos laimę teikia,
Ten sau rasi ką norėsi.

ARTOJAS:

Gal ir būti tas teisybė!?
O prakeikta ta tamsybė!
Kad skaityti aš mokėčiau,
Gal tiek vargo nekentėčiau...
Spirgutis.

LEIDĖJO PRIERAŠAS:

Ei! Artoją reik mokyti,
Kad galėtų jis skaityti,
O skaitydams, kad suprastų,
Kad jam knygos naudą neštų.

*D-n.*³⁴

Reklaminiuose skelbimuose vyravo spausdintinė tekstinė reklama, kuri iš nepasizymėjusių šriftų įvairove lietuviškų standartinių leidinio tekstų išsiskirdavo gražesniais šriftais, įrėminimu, vinjetėmis, rečiau naudotos iliustracijos. Ūkininkams ir mažiau išsilavinusiems Lietuvos gyventojams skirtos iliustruotos reklamos buvo daugiau.

Šalia knygų reklamos ideologiniais, visuomenės švietimo ir ugdymo tikslais vis daugiau pasirodydavo komercinio pobūdžio reklamos. Leidėjai, knygų autoriai ir prekybininkai, supratę ekonominę tokios informacijos naudą, prieš knygos išleidimą sutardavo, kiek kartų, kur ir kada ji bus reklamuojama. Tokios reklamos kaina buvo įskaičiuojama ir į spaudos sąnaudas. Pavyzdžiui, Seinų „Šaltinio“ leidybinė bendrovė nemokamai reklamuodavo knygas savo periodiniuose leidiniuose – „Vadove“, „Šaltinyje“, „Spindulyje“ – tiek kartų, kiek jų spaustuvėje buvo išspausdinta šios knygos spaudos lankų.

Reklamą komerciniais tikslais skatino ir pati spauda. Dienraščiu tapęs „Vilties“ savaitraštis reklamavo savo teikiamų skelbimų naudą: „Visiems, kurie turi fabriką, laiko krautuvę, užsiima koku amatu, nori gauti vietą ar darbą, labai svarbu, kad apie tai žinotų aplinkiniai ir tolimesnieji gyventojai. „Viltis“, visur apsilankydama, visur nuneša tokių žinių. Taigi žmonėms, turintiems kokius-nors reikalus, būtinai reikia skelbties, nes tai visada gerai apsimoka“³⁵. Su dienraščiu konkuruojančios „Lietuvos žinios“ taip pat spausdino reklaminius skelbimus: „Duodantieji skelbimų į „Lietuvos žinias“ patys gerai uždirba ir gerai palaiko mūsų dienraštį“. Rygos leidėjas L. Jakavičius spausdino išsamesnes skelbimų teikimo ir panaudos instrukcijas, taip pradėta ugdyti reklaminių skelbimų rinka: „skaityti apskelbimus nėra taip tuščiu darbu, kaip nekurie skaitytojai, kad mąsto. Skaitymas apskelbimų pats per save užsimoka. Juk kad reikia surasti kokį adresą, kur galima būtų kokius sau reikalingus daiktus ar tai ukei, ar prekystei, ar kitam kam nusipirkti – prisičina kartais gerokai už adresą užmokėti. Iš apskelbimų-gi visokius sau reikalingus adresus veltui gali surasti ir kitam dar patarti. Taigi reikia skaityti netik vien istorijas, pasakas, dainas ir kitus daiktus,

atspaustus kalendoryje arba laikraštyje, bet ir apskelbimus, ir, perskaičius užsizymėti reikalingus adresus, kad paskui galima but pagal to adreso išsirašyti kas reikalinga. Norint ką nors išsirašyti po adresu iš firmos, pirms reikia pareikalauti iš tos firmos katalogą arba kainarodį, pagal kurio galima bus išsirinkti reikalingą sau daiktą, sužinoti jo kainą ir vėliau išsirašyti. Rašant firmai ir reikalaujant, kad ką atsiųstų, būtinai reikia savo laiške pažymėti iš kur sužinota tos firmos adresas, ar iš kalendoriaus – „Lietuvių Naminio Draugo“ [pajuodinta red.], ar iš laikraščio „Rygos Naujienų“, tuomet firmos geriau užsitikia, tuoj išpyldo prašymus ir ukvatniau kita syki duoda savo apskelbimus“³⁶.

1910 m. gegužės mėnesį Vilniuje pradėjo eiti prekybos ir reklamos specializuotas savaitraštis rusų ir lenkų kalbomis „Посредник“, kurį leido brolių Talat-Kelpsų biuras, o spausdino M. Kuktos spaustuvė. Jis buvo siuntinėjamas nemokamai visoms stambesnėms krašto prekybos ir verslo įmonėms. Valdžios finansuojamas rusiškas dienraštis „Виленский вестник“, be tiesioginės pinigines dotacijos, dar gaudavo išskirtinę teisę spausdinti Vilniaus, Kauno, Podolės, Volynės, Minsko, Vitebsko ir Mogiliovo gubernijų valdiškų įstaigų reklaminius skelbimus. Didžiulius pelnus Rusijos oficialiam leidiniui „Правительственный вестник“ sukrovė čia spausdinami privalomieji valdžios įstaigų skelbimai, o Maskvos ir Peterburgo „Ведомости“ spausdinami valdžios įstaigų skelbimai atnešdavo daugiau kaip 200 tūkstančių rublių pelno, todėl akcinės verslo bendrovės mielai investuodavo į periodinius spaudinius ir gaudamos dividendus galėjo juose naudingai reklamuotis³⁷. Vienas didžiausių Rusijos leidėjų A. Suvorinas buvo apkaltintas korupciniais ryšiais su valdžios atstovais, kurių dėka gaudavo „valdiškus“ skelbimus, padėjusius jo leidžiamam laikraščiui „Naujasis amžius“ gauti per milijoną rublių pelno³⁸.

Be to, caro vyriausybė tikslingai reklamavo ir rėmė sau palankių leidinių propagandą. Štai 1914 m. sausio 18 d. Vilniaus gubernatoriaus kanceliarijos rašte visoms pavaldžioms gubernijos valstybinėms įstaigoms buvo nurodyta įsigyti ir platinti prabangų leidinį „Сказания о Русской Земле“ mokyklose, bibliotekose, tarp valdininkų su didelėmis įsigijimo nuolaidomis³⁹. V. Biržiškos nuomone, grynai komerciniais pamatais suorganizuoti laikraščiai atsirado tik nuo 1909 m., iš pradžių – Rygoje. Daug ir įvairios reklamos skelbusio savaitraščio „Lietuvos ūkininkas“ redakcija, 1914 m. kovo 23 (bal. 5) Vilniuje, visuotiniame „Lietuvos ūkininko“ ir kitų laikraščių bei knygų leidybos bendrovės indėlininkų susirinkime, pranešė, kad inteligentijai skirtą dienraštį „Lietuvos žinios“ dar reikia remti, o ūkininkams skirtas savaitraštis „Lietuvos ūkininkas“ pilnai apsimoka⁴⁰. Bendrovės valdybos narės F. Bortkevičienės liudijimu, „Ūkininko“ leidimo perkėlimui Lietuvoje buvo surinkta apie tūkstantis rub., bet pirmaisiais leidimo metais jis davė

4 tūkstančius deficito, antraisiais metais – 500 rub. mažiau ir taip tęsėsi iki 1912 ir 1913 m., kai laikraščio deficitas tesiekė 200–100 rub.⁴¹

Reklaminių skelbimų kainos populiariuose dienraščiuose ir savaitraščiuose mažai skyrėsi. Štai „Viltyje“ ir „Lietuvos žiniose“ eilutė smulkiu *petito* šriftu arba jos vieta prieš tekstą kainavo 30 kap., po teksto – 20 kap. Reklama pirmajame puslapyje kainavo dvigubai brangiau nei paskutiniame. „Šaltinio“ savaitraštis už skelbimo eilutę pirmame ir įprastiniame ketvirtame reklaminių skelbimų puslapiuose imdavo po 30 kap., o reklaminio skelbimo eilutė antrame ar trečiame puslapiuose kainuodavo 25 kap. Dažniau pateikiantiems apskelbimus taip pat daromos įvairios nuolaidos (nuo 20 iki 40 proc.), kurios leisdavo uždirbti ir reklamos agentams. „Šaltinis“ iš ūkininkų už vieną skelbimo žodį prašė po 3 kap., o kartojant jį bent sykį – po 2 kap. Lietuviškos reklamos istorijai itin svarbi reklamos agentūrų pirmtakų – skelbimų kontorų veiklos pradžia. Vakarų Europoje ir JAV pirmosios reklamų agentūros, teikusios reklamas ir skelbimus daugeliui laikraščių ir žurnalų, atsirado XIX a. viduryje⁴². Rusijoje laikraščių pajamos iš reklamos tuo metu jau viršijo prenumeratos ar pardavimo pajamas. 1914 m. vienos didžiausių monopolininkės teises reklamoje įgijusios agentūros „L. ir J. Metzels & Co“ apyvarta siekė 10 mln. rublių⁴³. Savo ilgametę leidybinę veiklą nuo tokios kontoros Seinuose įkūrimo bei populiarių kalendorių leidimo apie 1910 m. pradėjo ir J. Rinkevičius.

1912 m. inteligentijai skirtame kalendoriuje „Švytyrys“ jis skelbė: „Nuo rudens 1911 m. atidengta J. Rinkevičiaus apskelbimų kantora Vilniuje, Totorių gat. 12–14 pašto dėžutė 63. Priima apskelbimus į viso pasaulio laikraščius pigiomis kainomis. Prenumeratą taip-pat priima visokiems laikraščiams paprasta kaina. Žmogui, išsirašynjančiam keletą laikraščių, tai daug parankiau išsirašyti per mano kantorą, nes nereikia daug rašinėjimo. Taip-pat, jei nori ką išsirašyti, tai pirma kreipkitės į mano kantorą, o aš nurodysiu kur geriau arba patarpininkausiu išrašyme: padėkime, dviračių, gromofonų, kokių nors mašinų ir t. t.“ Reklaminiis skelbimas baigiamas populiariausiu tuo metu šūkiu: „Tik palaikykite savąjį!!!“ Po metų J. Rinkevičius, primindamas, kad priima apskelbimus į visokius rusų, lietuvių ir lenkų laikraščius labai prieinamomis kainomis, pridūrė, kad leidžia lietuviškas knygas, kalendorius ir literatūros laikraštį „Vaivorykštė“, kurio kaina 3,50 rub. metams. Pradėjęs leidybos verslą, Rinkevičius reklamavo nuolaidas, taikomas savo išleistoms knygoms ir kalendoriams, tarpininkaudavo perkant ir parduodant kitų leidėjų knygas, toliau priimdavo prenumeratą visiems laikraščiams.

Per keletą metų Lietuvos visuomenė priprato prie reklaminių skelbimų, juos populiarino ir pirmasis mėnesinis satyros ir humoro žurnalas „Ežys“ (1907–1909), kurį leido

ir redagavo K. Stiklius. Šio kuklaus leidinio paskutiniame skelbimų puslapyje buvo šmaikščių reklaminių tekstų: „Išėjo iš spaudos „DAVATKOS LIEŽUVIS“, sutaisė *Davatką Kančius*. Šis „Davatkos liežuvis“, tai didelė naujiena lietuvių raštijoje juo, kad pritaikomas visoms Lietuvos davatkoms. Nebrangus: kaina 1 kap., gaunamas visuose lietuviškuose knygynuose ir Vilniuje pas *Davatką Kančius*“⁴⁴, – rašė populiariųjų „Davatką gadzinkų“ autorius ir leidėjas. Reklaminiame skelbime „Ežio“ pirkikams teigiama, kad pirmasis leidinio numeris kainuoja 5 kap., „imantiems šimtais, tūkstančiais, milijonais ekz. duodama baisiai dideli nuošimčiai“⁴⁵. Ne mažiau iškalbina laikmečio iliustracija – būsimojo naujojo leidinio satyrinė reklama „Ežio“ 3-iajame numeryje:

„NAUJIENA.

Po praėjusių Naujų metų išleisiu tokį gerą laikraštį, kad visiems patiks ir kaina bus prieinama: kas neįsigalės brangiai mokėti nuleisiu, negalintiems užsisakyti dykai siuntinėsiu, o nenorintiems skaityti, dar primokėsiu, kad skaitytų; pinigų tam reikalui, kurių neturiu, nepasigailėsiu, man rūpi tik tas, kad Lietuvos žmonės skaitytų ir šviestųsi. Kad kunigai nekeiktų – nieko nerašysiu apie jų šunybes; kad socialdemokratai nesupyktų – neminėsiu apie jų silpnybes; kad valdžia nepersekiotų – tylėsiu apie jų kraugerybes; ne pavienių ypatų, ne visuomenės, ne mažumėnės, ne didumėnės – nieko, o nieko nekludysiu! To laikraščio vardo dabar neminėsiu, kad mano geru sumanymu kas kitas nepasinaudotų ir nepaveržtų man prigulintį tėvynės liauro lapelį. Adreso dabar nepaduodu, ne kainos neapskelbiu, nes bijau dabartiniams mūsų Redaktoriams-leidėjams nusidėti, kad jie mano puikaus sumanymo neparodytų savo skaitytojams išvirksčią pusę, kuri vis nėra tokia gryna-tyra, kaip tikroji.

Redaktorius-leidėjas ir įsteigėjas, daug valgas, daug gerias ir ilgai miegas

Kriaunius Ilgakišenis.⁴⁶

Reklaminiai skelbimai periodinėje spaudoje, knygose bei atskirai išleisti reklaminiai prospektai buvo pati populiariausia knygų reklamos priemonė 1904–1914 m., todėl jai straipsnyje skirta daugiausia dėmesio. Antroji pagal populiarumą ir reikšmę knygų reklamos priemonė – knygų prekybos ir knygų leidybos katalogai – aptarti mažiau, nes išsamiai analizuoti prof. V. Žuko publikacijose. Detaliau atskleisti knygų reklamos savitumai šio laikotarpio anotacijose ir recenzijose, atkreiptas dėmesys į gana prieštarai visuomenės vertinamas knygų reklamos akcijas: knygų loterijas, išpardavimus. Didžiausias ir sėkmingiausias veikęs lietuviškas M. Piasekaitės-Šlapelienės knygynas Vilniuje savo veiklos pradžioje 1906–1915 m. naudojo beveik visas populiariausias tuo metu knygos reklamos priemones: informaciją kanceliarinėje medžiagoje (firminiai vokai, blankai laiškams ir sąskaitoms, firminis atvirukas, lipdės knygoms), reklaminius skelbimus periodikoje, reklaminius skelbimus knygyno leidžiamuose spaudiniuose, reklamą atskiromis knygelėmis leidžiamuose knygyno kataloguose⁴⁷. Daugelio kitų lietuviškų spaudos

įmonių ir įstaigų reklama buvo žymiai kuklesnė. Tačiau didžioji dalis knyginkų ir leidėjų labai greitai pasinaudojo atgautosios lietuviškos spaudos galimybėmis. Jų išeitas reklamos pradžiamokslis pravertė plėtojant nepriklausomos Lietuvos knyginkystę.

Svarbu ir tai, kad 1904–1914 m. lietuviška reklama vystėsi cenzūros sąlygomis. Nors už reklaminių skelbimų turinį atsakydavo jų užsakovai, tačiau reklamos teikimo priemonės bei jų išraiškos idėjos negalėjo nusižengti Rusijos spaudos įstatymams, o vaizdinė medžiaga Vilniaus spaudos inspektoriaus buvo kontroliuojama itin operatyviai. Griežtesnių nuobaudų sulaukdavo ne tik socialdemokratų spauda, bet ir satyros bei humoro leidiniai. Pirmojo humoristinio žurnalėlio „Ežys“ leidėjas gaudavo nuolatinius cenzūros perspėjimus bei nuobaudas, buvo uždraustas pirmasis šio leidinio numeris už išspausdinimą 3 tūkstančių egzempliorių tiražu „Dešimties Rusijos biurokratijos prisakymų“, tarp kurių pirmasis skelbė: „Neturėsi kitokių laikraščių kaip tik „Lietuvos balsas“, „Nedėdienio skaitymas“, „Šaltinis“ ir knygų juose išpeiktų; visa kita sudraskysiu, o jų savininkus kalėjiman pasodysiu“⁴⁸. Leidinyje K. Stiklius atvirai pasiguodė savo skaitytojams: „Jeigu, maniau sau, į kalėjimą pasodintų ar į katorgą išvartų, – man tik būt linksmi juokai, nes šių dienų rašėjo padėjimas daug skaudesnis už katorgą, o tarnystė už duonos kąsnį daug sunkesnė už kalėjimą“⁴⁹. Katalikų „Blaivybės“ draugijai 1911 m. gruodžio mėnesį buvo iškelta baudžiamoji byla ir konfiskuoti 5 tūkstančiai lapelių „Ką sako tikrasai blaivininkas apie svaiginančius gėrimus“, kurių iliustracijoje, vaizduojančioje karūnuotą svaigalų butelį, buvo išvelgta aukščiausiosios valdžios pajuoka. Šie lapeliai papildomai buvo atspausdinti iš populiaraus kalendoriaus „Dieve, padėk!“ 1912 metams. Teismo rūmų sprendimu 1912 m. vasario 1 d. šio spaudinio areštas buvo panaikintas, o byla nutraukta⁵⁰. Pirmajame Kauno humoristiniame laikraštyje „Garnys“ (1910–1914), kurį leido katalikiška Šv. Kazimiero draugija, buvo pasiūlyta iš dažnų cenzūros skiriamų baudų:

„REDAKTORIAUS VARGAI

Redaktorius. Ir vėl... šeši tūkstančiai deficito iš laikraščio, penki šimtai rublių bausmės ir trys mėnesiai kalėjimo... Ir gyvenk tu žmogau!

Draugas. Na, argi butu geriau, jei deficito turėtumei 3 rub., o 6000 mėnesių kalėjimo?!“⁵¹.

Ypatingos cenzūros sąlygos lėmė ir tai, kad uždraustų knygų sąrašuose atsidūrusios knygos pirmiausia buvo nušluojamos iš knygynų. Specialaus reklamos įstatymo Rusijoje nebuvo, tačiau medicinos knygas ir paslaugas reklamuojantys skelbimai pagal Spaudos įstatymo 40 straipsnį buvo griežčiau kontroliuojami Vidaus reikalų ministerijos Medicinos tarybos, reglamentuoti specialiuose Medicinos nuostatuose⁵².

Spaudoje dažniausiai buvo nemokamos knygų reklamos, t. y. reklamuojami tos pačios leidybinės bendrovės išleisti spaudiniai. Tai leido plačiau bei įvairiau reklamuoti

savo knygas, nuolat informuoti apie naujausius spaudinius, skirti jiems daugiau dėmesio. Tipiškos knygų reklamos pavyzdys galėtų būti daugiau kaip 3 mėnesius 1914 m. pavasarį užtrukusi savaitraščio „Lietuvos ūkininkas“ spaudos atgavimo dešimtmečiui išleistos knygelės „10 metų spaudos atgavimo paminėjimas“ reklama pirmuosiuose šio savaitraščio puslapiuose. Prieš išleidžiant knygą reklaminiame skelbime buvo pristatytas išskirtinės reikšmės leidinio turinys, tinkamumas platinti tarp sodiečių, iliustracijų patrauklumas, pažymint ir tai, kad ji su pataisymais bus perspausdinta iš kelių nurodytų savaitraščio numerių. Reklaminiuose skelbimuose nurodyta jos kaina kartu su raginimais reikalauti knygos visuose knygynuose. Įpusėjus reklaminei knygelės kampanijai, savaitraščio trečiajame puslapyje išspausdinta jos anotacija. „Vilniaus žinių“, „Lietuvos ūkininko“, „Lietuvos žinių“, „Vilties“ bei katalikiškų knygų ir laikraščių leidybos bendrovės, sutelkusios savo rankose kelių savaitraščių, mėnraščių ar net dienraščių bei knygų leidybą, turėjo neblogas sąlygas jų reklamai.

Dažniausia reklaminių skelbimų forma periodiniuose leidiniuose – bibliografiniai išleistų ar knygynė parduodamų knygų sąrašai bei pavienių leidinių reklama. Ji – itin svarbus knygos istorijos šaltinis. Su spauda, knygų leidyba bei knyginkystė susijusios periodinių leidinių publikacijos registruojamos „Lietuvos bibliografijos“ C serijoje „Lietuviškų periodinių leidinių publikacijos“. Nacionalinės retrospektyvinės analizinės bibliografijos duomenimis, 1906 m. lietuviškoje periodikoje buvo publikuoti 38 pavadinimų knygų leidybos ir prekybos sąrašai, tarp jų pirmavo „Vilniaus žinių“ bei J. Zavadzko knygynų reklama, dažniau knygas reklamavo A. Macijausko bei L. Jakavičiaus knygynai Rygoje: „L. Jakavičiaus knygynas ... siūlija pigias ir geras savo spaudimo lietuviškas knygeles...“, „Ką tik išėjo iš spaudos ir gaunamos „Vilniaus žinių“ knygyne šios knygos...“, „Petro Vileišio „Vilniaus žinių“ knygyne gaunamos šios naujai išleistos knygos...“, „Vilniaus žinių“ knygyne tarp daugelio kitų galima pigiausiai gauti sekančias [P. Vileišio lėšomis išleistas] knygas...“, „Juozapo Zavadzko lietuviškame knygyne ... galima gauti visos lietuviškos knygos...“, „Šviesos“ bendrovė išleido... „Aušros“ išleidimai...“ ir kt. panašūs skelbimai. 1907 m. spaudoje pasirodė 44 pavadinimų knygų leidybos ir prekybos bibliografiniai sąrašai. Periodikoje buvo reklamuojamos knygos, išleistos ne tik Lietuvoje, bet ir už jos ribų: Rusijoje, Lenkijoje, Latvijoje, JAV ir Mažojoje Lietuvoje (pvz., „Lietuviškai-katalikiškas maldų knygas ... ir šiaip pasiūlyti knygeles ... prisiūlo Otto v. Mauderodė Tilžeje...“). Prof. V. Žukas, išanalizavęs šio laikotarpio knygų leidybos bei prekybos bibliografijos priemones, atkreipė dėmesį į prastoką metodinę šių bibliografinių sąrašų sudarymo pusę, pastebėjęs, kad jų informacinę vertę mažino trumpas bibliografinis aprašas⁵³. Knygų reklamos aspektu

šie sąrašai įdomūs savo apimtimi, pavadinimais, papildoma informacija apie reklamos užsakovą, apipavidalinimu.

Knygų reklamos skelbimai spaudoje tarp kitų išsiskyrė trumpomis pozityviomis antraštėmis: „**Geriausi pradiniai elementoriai yra...**“ (*Vilniaus žinios*. 1908, saus. 13 (26), p. 1); „**Visoms mokykloms reikalingos knygos...**“ (*Vienybė*. 1913, rugpj. 20 (rugs. 2), p. 544); „**Ūkininkams reikalingos knygos...**“ (*Viensėdis*. 1913, Nr. 1, p. 16); „**Skaitymo mėgėjų domai!**“ (*Šaltinis*. 1914, birž. 30 (17), p. 2) ir kt.

Išankstinei reklamai buvo pasirenkamos būdingos antraštės: „Netrukus išeis iš spaudos“, „Ką tik išėjo iš spaudos...[bei] rengiama spaudai...“, „L. Jakavičiaus spaustuvėje ... jau spausdinami šie kalendoriai“, „Priešartinus rudenii ... Šv. Kazimiero draugija ... turės daug knygų...“, „Sekančių metų pradžioje išeis iš spaudos mūsų brolio Edmundo [Steponaičio] pilnas raštų rinkinys...“, „Už dviejų savaitių apleis spaudą kun. Juozapo Ambraziejaus, „Šviesos“ redaktoriaus Lenkiškai-lietuviškai-rusiškas ŽODYNAS“ ir kt.

Spaudoje pirmą kartą buvo itin operatyviai informuojama apie naujai išėjusius arba gautus knygynuose spaudinius gana įprastomis standartinėmis antraštėmis: „Naujos knygos“, „Jau išėjo iš spaudos ir galima nusipirkti...“, „Jau galima gauti seniai laukiamus“, „Tik ką išėjo iš spaudos“, „Vilniaus žinių“ knygyne ... iš Amerikos apturėta dar sekančios knygos...“ ir pan.

Knygų reklamai dažniausiai naudojami šūkiai: „**Gera naujiena**“ (*Šaltinis*. 1912, Nr. 1, p. 179) apie numatomą išleisti Šatrijos Raganos „Jaunuomenės auklėjimą“; „**Geriausia šventėms dovana – tai knyga!**“ (J. Rinkevičiaus išleistų knygų reklama „Vilties“ dienraštyje 1914 m.).

Knygų reklamos didesnėje dalyje siekta sudominti pirkėjus mažomis kainomis: „Tik už 50 kapeikų šventėms [siūlomų įsigyti „Lietuvos ūkininko“ išleistų] knygelių [sąrašas]“ (*Lietuvos ūkininkas*. 1907, birž. 10 (23), p. 376); „Žymiai papiginta kaina tik „Šaltinio“ knygyne galima nusipirkti...“ (*Šaltinis*. 1912, spal. 1 (rugs. 18), p. 1).

Knygų reklamos šūkių analizė leistų teigti, kad 1904–1914 metais išleistas knygas sąlyginai galima suklasifikuoti į geras, naujas ir pigias.

Kartais autoriams, ieškantiems leidėjo savo parengtai knygai, tekdavo ją pačiam reklamuoti viešai. Štai vienas produktyviausių šio laikotarpio knygų autorių ir leidėjų K. Stiklius, 1908 m. parengęs spaudai 50 puslapių mokslo populiariąją knygelę „Degtinė“, ją „Vilniaus žiniuose“ reklamuodamas atkreipė dėmesį į didžiulį 80 tūkstančių egzempliorių šios knygos vertimą vokiečių kalba, pastebėdamas, kad lietuviams pakaktų 8 tūkstančių egzempliorių ir spauda tekainuotų apie 125 rub. Jo nuomone, knygelė lengvai platinama ir naudinga žmonėms bei leidėjui apsimokėtų. „Toje knygelėje taip aiškiai, nuosekliai ir suprantamai išdėta degtinės blogumas, taip ji žingeidžiai

parašyta, kad ją pradėjus skaityti negalima padėti neperskaičius visą. Parašyta ji, kaip ir visi kiti mano raštas lengva ir aiškiai suprantama Lietuvos prasciokėliams kalba“, – priduria skelbime autorius⁵⁴. Kitame dienraščio numeryje autorius vėl pasiskelbė: „Jieško leidėjo autorius 50-ties visokių lietuvių kalboje brošiūrėlių-knygelių, kurių 30 jau atspausdinta“, nurodydamas adresą, kur kreiptis⁵⁵. Į šį kvietimą atsiliepė P. Krenciaus knygynas Jurbarke, labai operatyviai knygelę „Degtinė“ 1908 m. savo lėšomis išspausdinęs M. Jankaus spaustuvėje Bitėnuose.

Knygų leidybos ir platinimo reikalai aptariami probleminiuose straipsniuose: „Ko dar mums trūksta?“ (apie reikalingumą leisti lietuviškus vadovėlius ir žodynus), „Kas skaitoma po sodžius“ (apie škaplierninkų platinamų knygų turinį ir kokybę) (*Vienybė*. 1912, liep. 31 (rugpj. 13), p. 483–484), „Mūsų laikai – organizavimosi laikai...“ (vedamasis apie spaudos darbuotojų sąjungos steigimą) (*Vilniaus žinios*. 1907, lapkr. 27 (gruod. 10), p. 1) ir daugybėje kitų, atstovaujančių visuomeniniam interesui. Itin daug jų sulaukta 1914 m., vertinant pirmąjį atgautosios spaudos dešimtmetį bei rengiant pirmąją lietuviškos spaudos parodą. Šv. Kazimiero knygų leidimo bendrovė Kaune bei Lietuvių mokslo draugija Vilniuje daugiausia dėmesio skyrė savo veiklos garsinimui, skelbdama spaudoje ne tik kasmetines veiklos ataskaitas, bet ir svarstydamas bendresnius knygų leidybos ir populiarinimo klausimus.

Didesnė komercinė ir ideologinė konkurencija skatino ir užsakomosios publicistikos straipsnius, kurių autoriais tapdavo spaudos redaktoriai arba tiesiogiai suinteresuoti asmenys. Itin aštrios konkurencijos sąlygomis plėtojosi lietuviška spauda Rygoje, kur susidūrė nepriklausomų leidėjų A. Macijausko bei L. Jakavičiaus ir katalikų bendruomenės lėšomis remtos spaudos interesai. Daug priešingų vertinimų katalikiškoje Rygos spaudoje sulaukė komerciniais principais leidybos verslą organizavęs L. Jakavičius. Jį siekta patraukti baudžiamojon atsakomybėn už katalikiško savaitraščio „Rygos garsas“ bendradarbių įžeidinėjimą bei žurnalistinės etikos pažeidimus.

Šiuos nesutarimus L. Jakavičius viešino spaudoje, be to, 1913 m. Tilžėje išleido brošiūrą „Juozo Bajoro, „Rygos garso“ redaktoriaus, donosas, arba Klerikalų juodieji darbai: (garsis XX a. byla)“. Atsiliepdamas į dažnus priekaištus Vilniaus ir Kauno spaudoje dėl menkaverčiais pripažintų jo spaudinių: sapnininkų, burtų, patarimų knygų, kalendorių ir kt. leidinių, pataikaujančių mažo išsilavinimo sodiečių skaitymo įpročiams, nuolat palydimų epitetais „šlamštas“ bei „knygpalaikės“, L. Jakavičius laiške „Lietuvos ūkininko“ redakcijai 1908 m. teisinosi, kad Rygos knyginkai stengiasi išleisti tas knygas, kurias žmonės daugiausia perka: „Išleidimas-gi tų knygelių taip-pat reikalingas, kaip pietums salotės: ir visų tautų literatūros pilnos jų yra, dėlto kad jos užima vietą vaikų knygelių, tik ne vaikams, o paaugusiems, maža mokantiems skaitytojams, nes kitoniškų

knygų jie, kol neišsilavinę – neskaito ir negali skaityti⁵⁶.

Leidėjai ir knygų autoriai gana plačiai išnaudojo tradiciją siųsti naujausius knygų egzempliorius populiarių laikraščių redakcijoms, kur jos buvo paskelbiamos skyreliuose „Redakcijai atsiųstos knygos“, „Bibliografija“, „Žinios apie knygas“, „Naujos knygos“ ir kt. Lietuviškų laikraščių redakcijos ragino leidėjus išnaudoti šią knygų informavimo ir reklamos priemonę. „Lietuvos ūkininko“ redakcija 1906 m. prašė: „norėdami patįs žinoti ir savo skaitytojams pranešti, kokie nauji raštai yra išėję iš spaudos, meldžiame autorių ir leidėjų prisiųsti mums po 1 egz. savo raštų. Malonėtume gauti taip-gi ir seniau pasirodžiusius raštus“⁵⁷. Jau nuo pirmųjų „Vilniaus žinių“ dienraščio numerių jame nuolat reklamuotos naujai išleistos knygos skyreliuose „Ką tik išėjo iš spaudos“, pažymint, kur jas pigiau galima įsigyti, „Neužilgo išeis iš spaudos“ arba „Naujos knygos“. Dar 1905 m. sausio pradžioje J. Jablonskis „Vilniaus žiniose“ išreiškė pageidavimą, kad šiame dienraštyje „būtų savo laiku minima apie kiekvieną naujai pasirodančią lietuvių knygelę, apie kiekvieną spausdintą lietuvių raštelį“⁵⁸. Šalia bibliografinių sąrašų šiuose skyreliuose buvo pridėamos ir kiek išsamesnės informacinės anotacijos. Literatūriniam žurnale „Draugija“, redaguojamame A. Dambrausko-Jakšto, buvo itin griežtai atskirti skyreliai „Atsiųstos redakcijon knygos“, kuriame spausdinti tik bibliografiniai knygų sąrašai, ir skyreliai „Bibliografija ir kritika“, kuriuose tarpo literatūrinė kritika.

Knygų anotavimo poreikis buvo didžiulis, ypač kai labai pagausėjo naujų knygų. Aktyvus demokratų spaudos bendradarbis A. Rimka pastebėjo, kad sodiečiai greičiau renkasi žinomų pavadinimų knygas, kurių ankstesnės laidos buvo tapusios populiariomis spaudos draudimo metais ir labiau žinomos. Leidėjams ir knygų platintojams nereikėjo papildomai reklamuoti greitai išparduodamų pakartotinių žymių maldaknygių „Balsas balandėlės“, „Aušros žvaigždė“, kalendorių, laisvalaikio skaitinių „Puiki istorija apie kantrią Eleną“, „Istorija apie gražią Magelioną“, „Istorija apie Genovaitę“, „Gyvenimas Genovaitės“ ir pan. Knygų populiarumą provincijoje, jo manymu, nulėmė knygų kaina, dailus apipavidalinimas, o ypač patrauklūs viršeliai ir išraiškingi, knygos turinį atitinkantys pavadinimai, suformuluoti trumpai ir aiškiai⁵⁹. Norint keisti spaudos draudimo laikais nusistovėjusius skaitymo įpročius, reikėjo nemažų papildomų pastangų. Formuojantiems knygų reklamą buvo būtina atsižvelgti ir į tai, kad labiau išprususį skaitytoją ir pirkėją reikėjo dar išsiugdyti. „Motynos mūsų išmokė mus skaityti maldaknygę. Jūs-gi šviesuoliai, išmokykit skaityti ir suprasti mokslo knygas ir laikraščius“, – rašyta 1910 m. „Lietuvos žiniose“⁶⁰. Itin pageidaujama buvo naujų knygų anotacijų ar recenzijų, spausdinamų laikraščiuose, bet dar labiau prašoma parengti anotuotus katalogus ir platinti juos nemokamai. „Valstiečiai

savo tarpe neturi inteligentijos. Nėra kas patartų sodiečių nusipirkti geresnę knygelę, pakurstytų jį parsisiųzdinti laikraštį“, – rašyta 1909 m. savaitraštyje „Viltis“⁶¹.

Anotavimui buvo pradėti kelti griežtesni reikalavimai. „Būtinai reikalingos anotacijos tiems leidiniams, kurių pavadinimas nieko nepasako apie turinį“, pastebėjo M. Biržiška, recenzavęs knygas socialdemokratų periodikoje. Jo manymu, anotacijoje būtina supažindinti su knygos turiniu, iškelti knygos trūkumus bei rekomenduoti ją⁶². Reklaminuose skelbimuose dažnokai pasitaikydavo kaip anotacija pateiktas knygos turinys.

Gyvulių šėrimas

Pagal prof. Kellnerį ir naujausios praktikos patyrimą sudėstė

Inž. P. Vitkauskas

TURINYS

Šėrimo mokslas su karvių šėrimo naujienomis.

Pašarų aprašymas. Suaugusių gyvulių šėrimas ir penėjimas.

Jaujimo šėrimas ir penėjimas. Melžiamų karvių šėrimas.

Gyvulių ūkio pelningumas. Kliuver Štrauso lentelės

sužinoti raguočių gyvų ir parduodamą svarą.

Šėrimo lentelės ir duoklių pavyzdžiai.

Kaina 1 rub.

Galima gauti Šlapelio knygyne (Vilnius, Šv. Jono g. 13)

ir pas autorių Petras Vitkauskas, Marijampolė

P. Vitkausko knygos „Gyvulių šėrimas“ reklaminis skelbimas „Lietuvos ūkininko“ kalendoriuje 1914 m.

Kritikos pirmosioms po spaudos draudimo išleistioms knygoms netrūko tiek turinio, tiek idėjinių nuostatų, o ypač spaudos kokybės atžvilgiu. Štai pristatydamas visuomenei vieną pirmųjų po spaudos draudimo panaikinimo lietuviškų knygų „Andersono pasakos“, išleistą Peterburge S. Baltramaičio lėšomis su 1904 m. liepos 26 d. cenzūros leidimu, K. Grinius rašė: „gaila, dideliai gaila, kad dori žmonės nesigaili nė darbo, nė turto ant atspaudimo tokios knygpalaikės“, įvertindamas ją gana vienareikšmiškai kaip niekam tikusį prastai parinktų pasakų blogą leidimą, pilną klaidų, galintį padaryti dvigubą skriaudą pasakų rašytojui ir pirkėjui, bereikalingai išleidusiam 30 kapeikų⁶³. „Lietuvių laikraštyje“ panaudotos itin drastiškos priemonės, pristatant P. Višinsko įkurtos demokratinės „Šviesos“ knygų leidimo bendrovės 1905 m. išleistą Lazdynų Pelėdos apysaką „Burtininkė“: „Lazdynų Pelėdos kapą lankys šikšnosparniai ir kiti nakties paukščiai, savo tarpe šnabzdėdami: „Ji nemylėjo šviesos, Ji neapkentė tikėjimo“⁶⁴.

Tendencingu knygų pristatinėjimu buvo apkaltinta katalikų savaitraščio „Šaltinis“ redakcija už tai, kad sodiečiams skirto laikraščio skyrelyje „Mūsų knygos“ leidiniai vertinami gana vienpusiškai, atsižvelgiant tik į jų suprantamumą liaudžiai⁶⁵. Vienas iš „Lietuvos“ knygyno Vilniuje

savininkų Jonas Kriaučiūnas kreipėsi į „Vilniaus žinių“ redakciją (1906 m. spalio 25 d.) rašydamas, kad J. Zavadzkiš, pasamdęs jį redaguoti „Vilniaus kalendorių 1907 m.“, vėliau šį perdavęs kitam redaktoriui, todėl kalendorius išleistas blogai. Atsakydamas į šią žinutę (1906 m. lapkričio 1 d.), Antanas Rucevičius viešai pareiškė savo įtarimus, kad peikdamas šį kalendorių dėl jo prastumo ir brangumo J. Kriaučiūnas siekė reklamos sau ir savo išleistam kalendoriui („Lietuvos“ kalendorius 1907 m.).

1912 m. į lietuvių kalbą išverstame žurnalistikos vadovėlyje „Kultūra ir spauda“ buvo atkreiptas dėmesys į tai, kad naujų knygų recenzavimas Paryžiuje jau buvo tapęs įprasta reklamos verslo dalimi, paminėta, kad Austrijos ir Vokietijos spauda buvo šiais aspektais sąžiningesnė⁶⁶. Šiuolaikinė leidybos rinkodaros teorija taip pat atkreipia ypatingą dėmesį į recenzijas, pabrėždama naujų ir pataisytų knygų recenzavimo naudą žiniasklaidoje: recenzijas skaito ar girdi rinka, kuri recenzijų paveikta perka knygas. Kritikos atsiliepimai daro didelę įtaką visoms rinkoms, nes pateikia objektyvią leidinio analizę⁶⁷. Atgavus spaudą, buvo ne kartą raginta daugiau dėmesio skirti naujų knygų pristatymui ir analizei. „Gera knygos kritika dvigubai naudinga: skaitytojui duoda supratimą apie knygos vertę, autoriui gi parodo silpnesnias knygos puses ir klaidas, kurios gali būti pataisytos išleidžiant naujos knygos spaudimus“⁶⁸, rašyta mokslo ir literatūros žurnale „Draugija“, kuri tuo metu išspausdino daugiausia recenzijų bei anotacijų. Žurnalo redaktorius A. Jakštas padėjo įtvirtinti lietuvių kritikoje patogią knygų reklamai anotaciją, keliais sakiniais atskleidžiančią knygos teigiamybes ir trūkumus⁶⁹. „Lietuvos ūkininko“ savaitraštyje buvo išspausdinta daugiau kaip 170 recenzijų, o „Draugijoje“ jų buvo įdėta apie 400. Pirmajame literatūros ir dailės žurnale „Vaivorykštė“ taip pat buvo numatyta nuosekliai recenzuoti knygas. Tuo tikslu autoriai ir leidėjai, pageidaujantys, kad jų raštai būtų žurnale paminėti, buvo prašomi į redakciją atsiųsti po du savo veikalų egzempliorius⁷⁰. Daugelis šiuo laikotarpiu pasirodančių knygų recenzijų buvo informacinės ir mažai skyrėsi nuo anotacijų.

Didžioji dalis knygų reklamos paremta savigyra bei potencialių konkurentų leidinių kritika. Vienas pirmųjų sistemingai knygų anotacijas ir recenzijas spaudoje savo knygų reklamai naudojo J. Rinkevičius. „Žiburio“ kalendoriuje 1913 metams“ paskelbtoje knygos „Paslaptys pasisekimo gyvenime“ reklamoje pasiremta palankiu šios knygos įvertinimu 1912 m. „Ateities“ laikraštyje. 1914 m. J. Rinkevičiaus ir A. Rucevičiaus knygų leidimo bendrovės išleistame anotuotame kataloge knygų pristatymui pasinaudota visuomenei gerai žinomo publicisto J. Tumo-Vaižganto atsiliepimais „Viltyje“, A. Dambrausko-Jakšto rekomendacijomis „Draugijoje“, gražiais bendrovės knygų įvertinimais savaitraščiuose „Šaltinis“, „Pavasaris“ ir kt. Štai I. Šeinius apysaka „Bangos siaučia“ charakterizuota

kaip „labai įdomi apysaka, apie kurią labai gerai atsiliepė lietuvių laikraščiai: „Viltis“, „Draugija“, „Lietuvos žinios“ ir Amerikos „Vienybė Lietuvninkų“⁷¹, o pristatant knygelių seriją vaikams „Mokyklos knygynas“ cituojamos J. Tumo mintys, kaip reiktų efektyviai šios serijos knygeles išplatinti: „Pigumas leidžia pirkties „Mokyklos knygyno“ dešimtimis ir, progai pasitaikius, pakaišioti mūsų mažučiams. Sakysime, kunigai, kalėdodami, kiek didesnį paminklą paliktų, dovanodami knygele, o ne netikusiai atmuštą paveikslėlį ar prastų saldainių sauja. Dauginas gerų mūsų knygelių!“⁷²

Knygų reklamai pasitarnavo bibliografinės apžvalgos, kurių, deja, buvo parengta labai nedaug, palyginti su gausiomis kas mėnesį, metus ar net kas savaitę spausdinamomis periodinių leidinių bibliografinėmis apžvalgomis. Viena profesionaliausiai parengtų buvo V. Biržiškos kalendorių bibliografinė apžvalga⁷³. G. Petkevičaitė-Bitė atidžiau įvertino J. Zavadzkiš knygas vaikams⁷⁴. Svarbiausi knygos faktai buvo analizuojami didžiųjų savaitraščių ir dienraščių skelbiamose kasmetinėse visuomenės socialinio, ekonominio ir kultūrinio gyvenimo apžvalgose. Aptariant svarbiausius 1907 metų leidinius dienraštyje „Vilniaus žinios“ apgailestauta, kad „laikraščiai parašo porą žodžių apie vieną-kitą knygele ir – nusiramina, svarbiųjų knygų kartais ir nepažymi“⁷⁵. Visuomenės požiūris į reikšmingesnius metų leidinius dažnokai labai skyrėsi. Štai krikščionių demokratų literatūros, mokslo ir politikos žurnalas „Draugija“ 1911 m. tarp kitų išskyrė S. Kymantaitės-Čiurlionienės „Lietuvoje“, Vydūno „Mūsų uždavinys“, JAV Tėvynės mylėtojų draugijos leidžiamus V. Kudirkos raštus, L. Giros literatūros antologiją „Lietuva pavasarį, vasarą, rudenį ir žiemą“. Iš poezijos darbų paminėti A. Jakšto „Rudens aidai“, L. Giros „Žalioji pievelė“, M. Vaitkaus „Margumynas“, J. Mikuckio „Pirmosios dainos“⁷⁶. Liberalios demokratinės pakraipos „Lietuvos ūkininke“ apžvalgininkas A. Rimka tuo metu išskyrė J. Jablonskio „Lietuvių kalbos sintaksę“, K. Jauriaus „Lietuvių kalbos gramatiką“, K. Būgos „Apie lietuvių asmens vardus“, M. Grigonio „200 žaidimų“, dr. Graičiūno „Sveikatą“ ir keletą kitų, tarp jų „Lietuvos ūkininko“ redakcijos išleistą Lietuvos žemėlapi bei „Skaitymo vadovėlį“. Tarp originaliosios grožinės literatūros geriausiai pripažinti V. Krėvės „Šarūnas“, L. Giros antologija „Lietuva pavasarį, vasarą, rudenį ir žiemą“, M. Vaitkaus „Margumynas“. Paminėtas ir naujas kun. A. Skvirecko parengtas „Šventojo Rašto“ leidimas⁷⁷.

Periodikoje skelbiama knygų reklama buvo parenkama autoriaus, leidėjo ar redakcijos, neišvengdavo ideologinio atspalvio. Idėjinis naujų knygų vertinimas, prof. V. Žuko nuomone, turėjo savo teigiamų ir neigiamų pusių. Specialiai parinktos literatūros sąrašai turėjo didesnę visuomeninę ir kultūrinę reikšmę, leido visuomenei diferencijuotai vertinti išeinančių knygų produkciją. Tačiau tokie atrankiniai vertinimai neleido parodyti visos lietuvių spaudos produkcijos⁷⁸. Knygų kitomis kalbomis lietuviška reklama buvo

itin negausi ir informacinio pobūdžio, išskyrus kiek išsamiau pristatomus lituanistinius darbus.

Specifinei ir labai populiariai šio laikotarpio knygų reklamos formai galima priskirti naujų kūrinių ar jų ištraukų spausdinimą iš pradžių periodiniuose leidiniuose, vėliau jų išleidimą atskirais leidiniais, nurodant, kuriame savaitraštyje ar dienraštyje kūrinys buvo spausdintas. Tokiu būdu pasirodė beveik ketvirtis visų 1904–1914 m. išleistų leidinių. Periodinių leidinių redakcijos buvo suinteresuotos gauti kuo įvairesnės medžiagos, aktyviau ieškojo autorių, siūlė profesionalias redagavimo bei reklamos paslaugas. Periodinių leidinių reklamai pasitarndavo ir atskirų knygų išankstinis paskelbimas spaudoje. Pavyzdžiui, dienraštis „Vilniaus žinios“ 1906 m. anonsavo, kad „nuo gegužės mėnesio pradžios „Vilniaus žiniose“ bus spausdinama il-goka Šatrijos Raganos apysaka...“⁷⁹ Tai buvo abipusiai naudinga, nes besidomintys grožine kūryba mieliau skaitė ir prenumeravo spaudą, o kitus nežinomas knygas pirkti paskatindavo perspaudai iš žinomų ir populiarių dienraščių, savaitraščių, literatūros mėnraščių.

Ne mažiau populiarai ir labiau prieinama buvo knygų reklama, skelbiama pačiose knygoose. Tai viena seniausių spausdintinės reklamos formų, pasiekusių mūsų laikus mažai pakitusi. Knygų leidėjai turėjo didesnes galimybes reklamuoti spaudinius savo pačių išleistose knygoose, skelbdami jose įvairios apimties informacinius ir rekomendacinius išleistų spaudinių sąrašus. Tokia reklama buvo suinteresuoti ir knygynai. Dažniausiai šio laikotarpio knygų viršelių antroje pusėje arba knygos gale buvo spausdinami numeruoti bibliografiniai knygų sąrašai, nurodant, kur jas galima įsigyti. Jau retokai galima užtikti knygų su sveikais šimtmečio senumo knygų viršeliais. Bibliotekose, siekiant išsaugoti knygą skaitytojui kuo ilgiau, jos ilgą laiką buvo įrišamos kietviršiais, paaukojant autentišką trapų viršelį su labai svarbia kiekvienos knygos istorijai bibliografinė ar kitokia informacija. Nemažai knygų prekybos ir leidybos sąrašų ar kitokios reklamos jau yra pražuvę negrįžtamai. Knygoose patraukliau, netaupant vietos, buvo reklamuojami pavieniai spaudiniai, anonsuojamos numatomos leisti knygos, geriau apgalvotais reklaminiiais tekstais išsiskirdavo vienos kurios nors leidybinės firmos, spaustuvės, knygyno reklama. Retokai pasitaikydavo, kad knygoje skelbiama su knygininkyste nesusijusi verslo reklama. Pavyzdžiui, P. Vileišio „Vilniaus žinių“ spaustuvėje išspausdintuose leidiniuose atsirasdavo žemės ūkio technikos reklamų (I. Franko apysaka „Ant dugno“ (Vilnius, 1906).

Daugiausia įvairesnės reklamos pavykdavo surinkti itin populiariems leidiniams – kalendoriams, nors ji čia ir buvo brangiausia. Štai katalikiškos Šv. Kazimiero draugijos kasmet 6–12 tūkstančių egzempliorių tiražais leidžiamo „Kauno kalendoriaus“ redakcija 1907 m. informavo skaitytojus, kad skelbimų visas puslapis jų kalendoriuje kainuoja 10 rub., pusė – 5, ketvirtadalis – 2,50, o aštuntada-

lis – 1,25, visų lietuviškų Kauno, Vilniaus, Peterburgo, Rygos, Liepojos ir kitų miestų bei miestelių firmų buvo prašoma siųsti reklaminius skelbimus naujam kitų metų kalendoriui prieš metus. „Vilniaus kalendoriaus 1914 metams“ puslapio skelbimo kaina siekė 25 rub., pusės puslapio – 13, ketvirčio – 7, o adreso paskelbimas – 1,50. Darbininkams skirto „Giedros“ kalendoriaus puslapio skelbimų kaina tebuvo 10 rub., pusės puslapio – 5, o ketvirčio – 3. Reklama kalendoriuose padengdavo ir žymią dalį jų spausdinimo išlaidų, o dėl didelės paklausos jie išliko pačiais pelningiausiais leidiniais. Net penkių pavadinimų kalendorius leido Rygos leidėjas L. Jakavičius. Reklaminiai skelbimai jo leidžiamuose kalendoriuose apimdavo apie 30 puslapių ir daugiau. Reklama kalendoriuose buvo spausdinama spalvotuose įdėtinuose lapuose, įrišamuose kalendoriaus pradžioje ir gale, tačiau pasitaikydavo reklamų prieš atskirus kalendoriaus skyrius: literatūrinį, informacinį, oro spėjimus.

Šalia kitų komercinių skelbimų, patraukliai savo paslaugas kalendoriuose reklamavo knygynai. „Šiuomi turiu garbę pranešti visiems Lietuvos knygyninkams, škaplėrninkams ir mylėtojams skaityti lietuviškas knygas, juog aš, turėdamas savo spaustuve, ką tik atspausdinau ir pigei pardavinėju šias naujas lietuviškas knygas ...“, – skelbė savo leidžiamame kalendoriuje „Lietuvių naminis draugas 1909 metams“ L. Jakavičius. J. Rinkevičiaus leistame „Prieteliaus“ kalendoriuje 1914 metams“ M. Piasekaitės-Šlapelienės knygynas užsakytame reklaminiame skelbime pabrėžė, kad turi parduoti visų lietuviškų knygų, išspausdintų Lietuvoje, Prūsijoje ir Amerikoje. Kokia tik kur lietuviška ar apie lietuvius rašanti knyga pasirodo, knygynas tuojau pasirūpina jos įsigyti didelį skaičių egzempliorių, kad galėtų užtekti visiems savo pirkėjams. Paprastai po tokio reklaminių teksto buvo nurodomas knygyno adresas, o išleidusieji savo katalogus pridurdavo, kad pagal parci-kalavimą jį atsiunčia dovanai. Reklaminiuose skelbimuose pasitaikydavo kelių dešimčių knygų bibliografiniai sąrašai su kainomis ir informacija apie nuolaidas. Kalendoriuose buvo spausdinami ir suvestiniai knygų prekyboje esančių knygų sąrašai. Vienas pirmųjų po spaudos draudimo panaikinimo solidų 300 spaudinių, esančių Lietuvos knygų prekyboje, sąrašą savo kalendoriuje išspausdino J. Paketurio ir J. Kriaučiūno „Lietuvos“ knygynas Vilniuje⁸⁰, tais pačiais metais išleido pirmąjį anotuotą savo knygyno asortimento katalogą⁸¹. „Kauno kalendoriuose“ Šv. Kazimiero draugija naujais leidiniais kasmet papildydavo savo išleistų knygų anotuotą sąrašą.

1904–1914 m. pasirodę lietuviški kalendoriai yra ne tik autentiškiausi visuomenės gyvenimo metraščiai ir pakankamai tikslūs žinytai, bet ir vienas iš patraukliausių lietuviškos reklamos istorijos puslapių. Jų įvairovė, specializacija ir populiarumas užtikrino aukščiausius komercinės reklamos reitingus. Tiražai siekė nuo 500 („Vargo-

nininkų kalendorius“) iki 75 tūkst. („Dieve, padėk!“)⁸² egzempliorių. Tai buvo gera paspartis pradedantiems leidybos, knygų prekybos ar kurį kitą verslą. Kalendoriuose buvo spausdinami ne tik visų lietuviškų kultūros ir švietimo įstaigų, bet ir komercijos bei prekybos įstaigų adresai, lietuvių advokatų, gydytojų, vaistinininkų pavardės, pasirodydavo ir platesnių užsakomųjų straipsnių apie lietuviškas verslo įmones, pavyzdžiui, „Vilijos“ reikšmė prekybos gyvenime“ J. Rinkevičiaus išleistame metraštyje „Švyturys 1913 metams“ (1912). Reklaminių skelbimų gausa kalendoriuose nulemdavo ir ne visuomet korektišką jų įdėjimo būdą, įterpimą net į grožinės literatūros tekstus, kaip tai atsitiko su akcinės bendrovės „Viktorija“ reklama metraščio „Švyturys 1912 metams“ literatūrinės dalies p. 211.

Specializuotos knygų reklamos, atskirų leidėjų, knygynų bei spaustuvių skelbimų dažniau pasitaiko knygų kataloguose. Pradėjus spausdinti 1908 m. P. Vileišio „Vilniaus žinių“ knygyno katalogą, buvo paskelbta, kad viso puslapio reklama jame kainuos 8 rub., pusės puslapio – 5, trečdalis – 3. Tačiau kiekvienas katalogo leidėjas visų pirma buvo suinteresuotas kuo visapusiškesne savo spaudinių reklama. Katalogai suvaidino išskirtinį vaidmenį šio laikotarpio knygos raidoje. Juos galima priskirti prie pačių objektyviausių informavimo bei knygos reklamos priemonių, turėjusių itin didelę paklausą. Lietuvoje 1904–1914 m. buvo išleista apie 30 knygynų asortimento katalogų, atspindinčių lietuviškų knygų rinkos augimo pokyčius. Po spaudos draudimo panaikinimo P. Vileišio Vilniuje įkurtas „Vilniaus žinių“ knygynas 1905 m. išleistame kataloge nurodė apie 280 pavadinimų lietuviškų knygų ir kitų spaudinių⁸³, 1906 m. lietuviškų knygynų kataloguose buvo suregistruota daugiau kaip 770 lietuviškų spaudinių⁸⁴, dar po kelių metų knygynų kataloguose Vilniuje, Kaune ir Panevėžyje buvo siūloma skaitytojams ne mažiau kaip 1220 knygų⁸⁵. M. Piaseckaitės-Šlapelienės knygyno 1910 metų katalogo priedas, išleistas 1913 m., liudija, kad jame per tuos metus lietuviškų leidinių pagausėjo nuo 1600 iki 2412⁸⁶. Dauguma lietuviškų knygynų iki 1910 m. naudojosi kas porą metų sudaromais ir papildomais J. Zavadzko knygyno katalogais, užsisakydami iš šios firmos išspausdinti jiems reikiamą papildomą skaičių egzempliorių, kurie buvo įrašami naujais, kiekvieną knygyną reprezentuojančiais viršeliais. Pagrindiniai tokio katalogo elementai: įvadinė informacija apie spaudinių knygyne įsigijimo sąlygas ir dažniausiai sisteminis parduodamų knygų bibliografinis sąrašas, kuriame šalia knygos autoriaus, pavadinimo bei leidybinių duomenų buvo nurodyta ir jos kaina. Išleidžiami nuo 1000 iki 20 tūkst. egzempliorių tiražu pagal pageidavimą, suinteresuotiems asmenims ar savo nuožiūra dalijami bei siunčiami veltui, šie suvestiniai katalogai, kuriuose registruojamos knygos, periodiniai, vaizduojamosios dailės leidiniai, išleisti Lietuvoje ir už jos ribų, buvo ne tik pagrindinis skaitytojų informavimo šaltinis, bet ir sudėtinė

lietuviškų knygų platinimo sistemos dalis, padėjusi stiprinti Lietuvos, Mažosios Lietuvos bei Amerikos knyginius ryšius. Jurgio Šlapelio sudaryti M. Piaseckaitės-Šlapelienės knygyno katalogai iš kitų išsiskyrė geresne metodika, detalesniu bibliografiniu aprašu, papildomai sudarytomis pagalbinėmis rodyklėmis, kryptingiau panaudota knygų reklama. Pavyzdžiui, 1910 m. išleisto katalogo rodyklėje „Gražiausia bei taisyklingiausia kalba parašytos knygos“ suregistruotos daugiausia „Vilties“ savaitraščio redakcijos išleistos knygos, kurių kalbą 1908–1914 m. redagavo J. Šlapelis. Dažnokai kataloguose reklamuojamos atskirai suregistruotos P. Višinskio, „Varpo“ bei „Ūkininko“, „Lietuvos ūkininko“, „Aušros“, J. Zavadzko, JAV leidėjo A. Olšausko bei kitų leidėjų išleistos knygelės.

„Man rodos, ir kiti tą sako, kad svarbiausias dalykas yra išleisti geras katalogas ir visur kur tik galima išsiuntinėti“, – rašė M. Piaseckaitė-Šlapelienė vyrui J. Šlapeliui 1907 m., suabejodama, ar apsimokėjo jos sumokėti 9 rub. „Lietuvos ūkininko“ redakcijai už knygyno reklamą⁸⁷. Kaip gerą katalogo pavyzdį tuo metu ji nurodė J. Paketurio ir J. Kriaučiūno knygyno anotuatą katalogą, nes kiti buvo išleidžiami be anotacijų, pastebėdama, kad „tas žmonėms patinka. Ir užtai, gavę tokį katalogą, be abejonės kreipiasi į tą knygyną, iš kurio jam atsiuntė katalogą“⁸⁸. Anotuos katalogus aktyviau pradėjo leisti knygų leidėjai. Nuosekliai šia knygų rinkos informavimo bei reklamos priemone pasinaudojo Šv. Kazimiero knygų leidimo draugija, nuo 1908 m. kasmet leidusi anotuos savo išleistų knygų katalogus. Juose ne tik pirmą kartą buvo operatyviai ir išsamiai suregistruotos visos bendrovės knygos, nurodyti jų tiražai, kainos, bet ir padėtis rinkoje (pvz., išparduota). Kataloguose pateikta pakankamai išsami informacija ir apie pačią bendrovę, kaip užsisakyti ir kur įsigyti jos išleistas knygas.

Tiesiogiai su knygų reklama susiję pirmą kartą tikslingai pradėti sudarinėti ir atskirais leidiniais išleisti rekomendaciniai katalogai, bibliografiniai sąrašai, skaitymo programos ir vadovėliai. Viename pirmųjų tokių rekomendacinių sąrašų „Lavinimosi knygynėlis“ (1907), skirtų P. Višinskio „Šviesos“ knygų leidimo bendrovės leidiniams populiarinti, pabrėžta, kad iš pateikto bendrovės išleistų knygų sąrašo matyti kilnūs bendrovės žmonių švietimo tikslai, kuriuos ji galėtų greičiau įgyvendinti, labiau visuomenės remiama. „Atminkime, kad apšvietimas tai mūsų galybė“⁸⁹, primenama skaitytojams, prieš nurodant, kur ir kaip knygas galima įsigyti. Po metų išleistame tos pačios bendrovės anotuatame kataloge „Šviesa – galybė“ rašoma: „Kas trokšta geresnės ateities, tas privalo šviestis ir kitus prie apšvietimo skatinti. Geros knygos mūsų laikais yra svarbiausias apšvietimo šaltinis ir galingiausias įrankis pagerinti savo padėjimą“⁹⁰.

Savišvietai skirtame „Skaitymo vadovyje“ (1911) jo autorius A. Rimka pabrėžė, kad rekomenduodamas knygas rėmėsi ir knygų recenzijomis spaudoje, norėjo, kad

skaitytojas galėtų susipažinti su įvairių priešingų srovių žiniomis, nuomonėmis.

Sudarydamas Mažosios Lietuvos jaunuomenei skirtą rekomendacinį knygų sąrašą „Švieskimės ir švieskime!“ (1912) A. Rimka pateikė apskaičiavimus, kaip pigiau įsigyti jame nurodytas knygas, pabrėždamas, kad kiekvienas galėtų per 1–2 metus iš šių knygų gauti tai, ko kitas nė universitetuose nesurado.

Katalikiškų knygų rekomendacijose netrūko išraiškingų poetinių knygos liaupsių: „Katalikiška knyga ir laikraštis tvirtčiausia katalikystės tvirtovė, tai nesugriaunama tvirtovė, tai kardas, kursai naikindamas ir kapodamas neteisybes, apsergėja ir apgina tiesą. Katalikiška knyga ir laikraštis tai karščiausiai deginančioji ugnis, kuri susvilina ir supleškina visas melagystės skraistes ir apdabinius, kuriais bedieviai apdangsto savo bedievišką nuogumą ir nedorybę. Katalikiška knyga ir laikraštis – šviesiai spindinti žvaigždutė, rodanti kelią tamsybėse šio žemiško gyvenimo kelionės. Katalikiška knyga ir laikraštis, tai šviesioji saulė, kuri viską apšviečia, šildo ir gaivina, kuri parodo viską tikroje šviesoje ir tokioje spalvoje ir išvaizdoje, kaip kad ištiesų yra“⁹¹. Šv. Kazimiero knygų leidybos bendrovė garsino savo vardą ir tuo pačiu reklamavo leidybinę produkciją taip pat pasitelkdama kilnius šūkius: „Per šviesą į laimę. Šv. Kazimiero draugija geroms knygoms leisti...“ (1913). Nemažai leidėjų panašiais šūkiiais papuošdavo knygų viršelius, pavyzdžiui, „Imkite, skaitykite ir kitiems pasakykite!“⁹²

Knygas reklamavo leidėjai ir autoriai įvadinuose straipsniuose, prakalbose į malonųjį skaitytoją. Tokios prakalbos dažniau skiriamos menčiau išsilavinusiems skaitytojams. Talentingas mokslo populiarintojas J. Balvočius-Gerutis, parengtų knygų prakalbose į kaimo skaitytoją kreipdavosi labai asmeniškai: „Meilutis skaitytojau! Skaityk šią knygą atsidėjęs, o perskaitęs tu pavirsi į žvaigždžių, kitaip pasakius, liksi sodžiaus astronomu“, – žadėta kelių laidų sulaukusios populiarios skaitinių knygų „Sodiečių dangus“ skaitytojams. Sodiečiams skirtose knygose K. Stiklius taip pat nevengė platesnių pratarmių su labai asmeniškais kreipiniais: „Malonus Skaitytojau! Nežiurėk šnaira akią į šią mažą ir tau gal nežingeidžia išrodančią knygelę, bet pasistenk perskaityti ją visą. Tiesa, šioje knygelėje gražių pasakų ir išmintingų žodžių gal ir nerasi, bet vis-gi skaityk su didžia atyda, nes visa, kas čia parašyta, labai naudinga žinoti tau ir tavo kaimynams“⁹³. Dialogo forma išliko ir toliau populiarė ne tik didaktiniuose spaudos draudimo laikų skaitiniuose, bet sėkmingai vėliau panaudota reklamai, užmezgant glaudesnius ryšius su knygų skaitytojais: „Mat, meilutis skaitytojau! Pirma tu manei, kad tau šita knygelė nereikalinga, o dabar aš matau, kad ji tau didžią naudą atneš, tiktai skaityk ją ligi galui, o rasi ant visų tavo klausimų naudingus ir išmintingus atsakymus“⁹⁴. Solidesnės leidėjų ar sudarytojų prakalbos buvo spausdinamos proginiuose leidiniuose, raštų rinkiniuose.

Atgavus lietuvišką spaudą, padaugėjo dedikuotų knygų žymiesiems kultūros ar visuomenės veikėjams. Tarp jų savo šmaikštumu išsiskiria A. Herbačiausko dedikacija esė knygoje „Erškėčių vainikas“ (1908) A. Dambrauskui-Jakštui, kritiškai vertinusiame modernų jaunojo poeto stilių: „Jo Mylistai galingiausia Lietuvos „kritikui“ ir kritiškiausių „minčių“ be jokio skausmo Perėtojui – Druskiui šiąją liesą, nuskurusią, šlamštišką, ligotą, megalomanišką, nepaklusnybę aimanojenčią, dekadentišką bei modernišką Knygelę pašvenčiu, nužemintai meldamas gerai, gerai pasudyti ir galingiausios „kritikos“ kamine puikiai išrukinti, – kad būtų skani jos liesa prasmė“⁹⁵. Išskirtinį šio laikotarpio knygos kultūros požymį atspindi ir preciziškai autoriaus parinktas dailininko V. Staniulio sukurtas knygos ženklas „Tik rudens vėjelis knygas Lietuvoje skaito“. Pirmojo atgautosios spaudos dešimtmečio knygos išsiskiria ir rankraštinų dedikacinių įrašų gausa bei įvairove.

Reklaminė knygų prekybos ir leidybos informacija, dažniausiai bibliografiniai knygų ir kitų spaudinių sąrašai, kiti skelbimai po spaudos draudimo panaikinimo dažniau išleidžiami atskirais lapeliais, lankstiniais ir pan. Juose dažnai dubliuojami periodikoje skelbti reklamos tekstai ir bibliografinė medžiaga. Ypač dideliais tiražais leisti periodinių leidinių reklaminiai prospektai, vadinami „Kviesliais“, kurių padaugėdavo metų pabaigoje, kai laikraščiams tekdavo rinkti prenumeratą kitiems metams. Gausėjančių periodinių leidinių redakcijos varžėsi tarpusavyje, todėl tekstus stengėsi parašyti lengva, paprastam žmogui gerai suprantama kalba, paįvairinti humoru, gausiau iliustruoti, atskleisti visus leidinio privalumus ir nuopelnus skaitytojui. Į kaimo bendruomenės poreikius labiau orientuotas savitraštis „Šaltinis“ kur kas dažniau nei „Lietuvos žinios“ ar kitas liberalusis periodinis leidinys reklamoje apeliuodavo į materialųjį skaitytoją – ūkininkų suinteresuotumą. Dažniau skatindavo jį įvairiomis dovanomis, loterijomis, įvairiais nemokamais priedais, bet ir stengdavosi įtikinti prenumeratorius, kad jie skaito ne tik gražiausią, labiausiai tinkamą padoriam ūkininkui, įdomiausią, bet ir pigiausią dienraštį, dovanų gaudami reikalingiausių knygų: „Ateinančiais metais duosime vėl dovanų dvejas labai kiekvienam reikalingas knygas, kurias perkant reikėtų **rublį mokėti**. Be to dar duosime kiekvienam ūkininkui labai reikalingas knygas „**Ūkininko Draugas**“. Rasi čionai, skaitytojau, surašytus visų metų ūkininko darbus. Tenai bus surašyta, kaip tie darbai reikia atlikti, kad kuodaugiausia iš jų naudos turėtum. Džiaugiesi, skaitytojau, šiemet gautu „Naminio Gydytoju“, nemažesnę turėsi naudą iš „Ūkininko Draugo“. Be šių knygų negali apsieiti nei vienas, kurs savo ūkį nori pagerinti“⁹⁶.

Reklaminiai prospektai ar lankstiniai didesniais tiražais buvo išleidžiami ir nemokamai dalijami raginant užsiprenumeruoti atskirus reikšmingesnius ir brangesnius leidinius. Jie informuodavo apie leidybos eigą, jei šis procesas

nusitęsdavo keleriems metams, padėdavo surasti daugiau naujų knygos prenumeratorių, buvo patogūs siųsti paštu. Šv. Kazimiero knygų leidybos draugija ne tik savo leidžiamoje periodinėje spaudoje, bet ir atskirai išleistuose lankstiniuose informavo apie Šv. Rašto pilnąjį vertimą, leidžiamą atskirais tomis: „Jau išėjo šeši Šv. Rašto sąsiuvai, kurie visiems užsimokėjusiems jau išsiūsta...“ (Kaunas, 1912). Vilniaus leidėjai K. Strazdas ir A. Vėgėlė taip pat 1913 m. papildomai išleido lapelį, reklamuodami pradėtą prenumeratos būdu leisti Lazdynų Pelėdos raštų rinkinį: „Jau nuo „Varpo“ laikų nenuilsdama darbuojasi Lazdynų Pelėda lietuvių raštijos dirvoje...“ Į visuomenę kreiptasi, ruošiantis leisti antrąjį po A. Maciausko (1900 m.) Lietuvos žemėlapi: „Gerbiamasai Tamsta! Tuo tarpu mes dar neturime savo krašto žemėlapio...“ (1906).

Dažniausiai reklaminiuose prospektuose, lapeliuose ir pan. leidėjai reklamavo naujai išleistas knygas ir ankstesnius leidinius, skelbdami jų bibliografinius sąrašus bei nurodydami, kur jų galima įsigyti: „Reikalaukite ir pirkite visuose knygynuose tik K. Stiklelio čia paminėtas knygeles!...“ Aktyvia leidybine veikla pasižymėjusi katalikų „Blaivybės“ draugija reklaminiame prospekte „Skaitykite „Blaivybės“ leidinius!“, pristatydama 13 išleistų knygucių, pabrėžė, kad jų kaina ne per brangi: nėra brangesnių už 10 kap. leidinių, ir ragino savo skaitytojus: „Dirbkime gerą darbą, o dievas mums laimins ir padės! Neužmirškime, kad ateityje užsiliks tikrai blaivios šeimos ir tautos, girtuokliaujančios gi išsigims ir išnyks...“⁹⁷

Kartais reklama įgydavo atsišaukimų į visuomenę formą, raginant remti knygų ir laikraščių leidybą bei platinimą. Prieš steigiant katalikišką knygų leidimo bendrovę Seinuose, lapelyje: „Gerbiamasai tamsta! Mūsų žmonės, lietuviai kaimiečiai dar neišmano kaip reikiant naudoti iš skaitymo gerų laikraščių ir knygų...“, kurį pasirašė šio periodinio leidinio redaktorius kanauninkas K. Prapuolenis, kunigai asmeniškai buvo raginami remti bendrovę ir prenumeruoti jos leidžiamą savaitraštį „Šaltinis“, nes to neįstengia paprasti parapijiečiai. „Šaltinis“ leido reklaminius lapelius ir masinei auditorijai: „Kviečiame visus kuogreičiausiai užsisakyti didžiausią, labiausiai Lietuvoje skaitomą savaitinį laikraštį su paveikslais vardu „Šaltinis“...“ (Seinai, [1912?]).

Nors ir leisti masiniais tiražais, šie puslapio ar kelių reklaminių knygų leidybos ir prekybos lankstiniai, lapeliai ir pan. yra gana sunkiai identifikuojami, leisti ir kaip periodinių leidinių priedai, ir kaip akcidentinė produkcija. Tikslingai bibliotekos jų neprenumeravo, o išlikę asmeniniuose ar valstybiniuose archyvuose nėra subibliografuoti. Šiuo atžvilgiu nacionalinės retrospektyvinės bibliografijos rodyklės „Lietuvos bibliografija. Serija A. Knygos lietuvių kalba, 1905–1917“ trečiasis tomas yra vienintelis išsamiausias informacijos šaltinis apie šiuos spaudinius. Jų išlikimui iškilęs ne mažesnis pavojus nei trapiai XX a. pradžios

periodikai, nes spaudai naudotas tas pat laikraštinių popierius ir poligrafinės medžiagos. Pirmojo atgaautosios spaudos dešimtmečio reklaminiai lapeliai itin įdomūs laikmečio ženklais, autografais, rašyti ir dažnai siuntinėti personaliai žymiesiems lietuvių visuomenės ir kultūros veikėjams. Spaudos ir knygų reklama sąlygojo ir įdomesnę bei įvairesnę jų poligrafinį apipavidalinimą, šriftų įvairovę, iliustracijų gausą. Tai vienas reikšmingiausių ir informatyviausių šio laikotarpio knygos istorijos šaltinių.

Sparti lietuviškų knygų rinkos raida paskatino leidėjus ir knyginkus ieškoti kuo įvairesnių reklamos būdų ir formų. Kai kurios knygų leidybos bendrovės organizuodavo sezoninius knygų išpardavimus, skelbdavo knygų loterijas, išleisdavo knygų dovanoms už periodinės spaudos prenumeratą, leidybos bendrovės rėmimą, rengdavo kitas reklamines akcijas. Tarp jų pirmavo knygų leidyba nemokamais periodinės spaudos priedais, skirtais prenumeratoriams skatinti. „Vilniaus žinios“ prenumeratoriams išleisdavo knygas nemokamais priedais kas mėnesį ar kelis. Šiam tikslui buvo gautas specialus cenzūros leidimas. Pavyzdžiui, 1906 m. dienraščio prenumeratoriai kovą gavo 73 puslapių I. Franko „Ant dugno“, liepą – P. Vileišio „Kam, kada ir kaip reikia atbūti karūmenė“, rugsėjį ir spalį buvo dalinamas dviejų dalių po šimtą puslapių vadovėlis žemdirbiams „Apie ūkininkavimą“, gruodį – mokytojos J. Juškytės sudaryta skaitinių knygelių pradinėms mokykloms „Vaikų skaitymėliai“. Tuo metu dienraščio leidėjui P. Vileišiui dar nepavyko išleisti gana plačiai reklamuotos atskiros mokslo populiariosios ir grožinės literatūros knygų serijos „Nėris“, nes išankstinei prenumeratai pakankamo skaitytojų skaičiaus nesurinkta.

Ne taip gausiai, bet atskirais nemokamais priedais savo prenumeratoriams knygas dovanodavo ir kiti periodiniai leidiniai. Štai, prie katalikų savaitraščio „Vienybė“ (1911, Nr. 42) skaitytojams buvo išsiuntinėta knygelė „Linai – ūkininko pinigai“, nes jos autorius teigė norintis išplatinti tarp ūkininkų žinias apie linų auginimą. Savaitraštis „Šaltinis“ metiniams prenumeratoriams dovanodavo kasmet po 2 knygas, kurių kiekviena kainavo ne mažiau kaip 50 kap., o metinė laikraščio prenumerata siekė 3 rub. Savaitraščio „Rygos naujienos“ leidėjas L. Jakavičius aktyviai reklamavo savo knygas. Pavyzdžiui, 1911 m. savaitraščio prenumeratoriai kaip priedą gavo „Juokų kalendorių“ bei „Naminis gydytojas ir aptieka“, o 1912 m. prenumeratoriams buvo siūlomos jau 6 knygos už pusantrą rublio. Kai kurie laikraščio prenumeratoriai, negaudami žadėtų dovanų, bet vietoje – jų užsakymo blankus ir reklaminius šio savaitraščio „Kvieslius“, skundė L. Jakavičių spaudoje ir prašė, kad dori laikraščiai nespausdintų jo reklaminių skelbimų, „nepadėtų tokiems ponams žuvis į savo tinklą gaudyti, bet visuomet stengtųsi jų gešftmacheriškus siekimus savo laiku žmonėms paaiškinti“⁹⁸. „Lietuvos ūkininkas“, viliodamas prenumeratorius,

1912 m. siūlė nemokamai populiarią „Vilniaus kalendorių“. Knygas nemokamais priedais siuntinėjo dienraštis „Kurjer Wileński“ ir kiti populiarūs lenkiški laikraščiai.

Nuo 1906 m. pradėto leisti savaitraščio „Šaltinis“ redakcija Seinuose, bandydama įsitvirtinti lietuviškų leidinių rinkoje, 1907 m. rudenį organizavo loteriją, kurioje dalyvavo kiekvienas, užsiprenumeravęs laikraštį už 30 kap. gruodžio mėnesį. Šiai loterijai buvo skirta tūkstantis knygų nuo 10 kap. iki 5 rub. vertės, 20 laikrodžių už 120 rub. ir 3 didelio formato popiežiaus Pijaus X portretai už 18 rub. Gruodį spaustuvei „Šaltinį“ teko spausdinti rekordiniu 50 tūkst. egzempliorių tiražu, o po loterijos jo prenumeratorių skaičius patrigubėjo ir toliau augo⁹⁹. Iki Pirmojo pasaulinio karo savaitraštis pasiekė didžiausią tuo metu Lietuvoje – 15 tūkst. egzempliorių tiražą. Vilniaus leidėjai pasipiktino šia akcija, nurodydami, kad ji užgavo publicistikos teises ir etiką, nes buvo pasipelnyta iš žmonių tamsumo, o savaitraštis suviliojo skaitytojus ne publicistikos lygiu ar turiniu, bet pasinaudojęs jautriausiais minios instinktais gauti dovanų. „Geras laikraštis, gera knyga išskverbs žmonėse ir be priedų – priedai tik sumažina vertę gero“, – rašė „Vilniaus žinių“ redakcijos bendradarbis O. Pleirytė-Puidienė¹⁰⁰.

Tuo tarpu kiti Vilniaus ir Kauno leidėjai taip pat nevengė vilioti savo skaitytojų dovanomis ir kitomis reklaminėmis akcijomis. Vilniaus savaitraštis „Lietuvos ūkininkas“ metiniams prenumeratoriams tarp kitų dovanų siūlė sėklų ir trąšų, mažiau raštingiems Rytų Lietuvos gyventojams leidžiamas savaitraštis „Aušra“ akcentavo, kad 1915 metams dovanų prenumeratoriams skiria arpa rugiams valyti, 12 plūgų, 37 dalgius, 10 šakių, didelį paveikslą „Kristus Alyvų darže“, 7 graviūras, galimybę išsirinkti vieną iš 100 spalvotų paveikslėlių. L. Jakavičiaus Rygoje organizuojamos loterijos buvo plačiai populiarinamos: „Jei nori išlošti ant lioterijos 100 rublių, tai užsisakyk „Rygos Naujienas“ 1912 metams; apsišviesi ir dar 100 rub. gali laimėti. Beskaitydamas paliksi turtingas ir apsišvietęs“¹⁰¹. Savaitraščio „Rygos naujienos“ prenumeratoriams už metinę 3 rub. prenumeratą dažniausiai buvo siūloma dovanų knygomis už 1,50 rub. bei galimybė laimėti loterijoje 100 rub.

Apie 20 proc. nuolaidą visoms savo išleistoms knygoms žadėjo J. Rinkevičius tiems, kurie užsisakys pirmąjį literatūrinį metraštį „Švyturys“ su kalendorium 1913 m. Šv. Kazimiero knygų leidimo draugija gausiais skelbimais ragino tapti jos nariais, metiniams rėmėjams, paaukajusiems 1,50 rub., siūlydama knygų už dvigubai didesnę 3 rub. sumą, Šv. Mišių malones, kurios laikomos už draugijos narius.

Kviečiame rašyti

ŠVENTO KAZIMIERO DRAUGIJON

ir prisidėti prie platinimo krikščioniškų raštų.

Visi sąnariai 1910 metais gaus šias naudingas lėngules. Šv. Povilas Apaštalas, jo gyvenimas ir darbai, Šventųjų gyvenimų III dalis, Naują Maldaknygę, daliai aptaisyta, Kauno kalendorių, ir kolas gražias kniungeles vertes 3-jų rub. Ant metų įrašant Šv. Kazimiero Draugijon reikia mokėti 1 rub. 50 kap. Visi Šv. Kazimiero Draugijos sąnariai naudojas dideliais alaidais, išvardytais šiame kalendoriuje. Ant kiekvieno pareiklavimo surizame veltū kniungeles su paaiškinimais apie „Šv. Kaz. D.-jos“ tikslą ir jos dvasiškas mylietas. Įrašant Šv. Kazimiero Draugijon reikia kreiptis šiuo adresu Kaunas Šv. Kazimiero Draugija

(Ковно, О-во Св. Казиміра)

Reklaminis Šv. Kazimiero knygų leidimo bendrovės skelbimas „Kauno kalendoriuje 1910 metams“

Per pirmąjį atgautosios spaudos dešimtmetį aktyviai reklamuoti ir proginiai knygų išpardavimai. Prieš Kalėdas organizuota daugiausia įvairių reklaminių akcijų. Štai Seinų katalikų leidybinės bendrovės „Šaltinio“ knygynas gana apdairiai sudarė penkių serijų knygų komplektus kalėdaujantiems kunigams, kurie už 10 rub. galėjo įsigyti 200 dovanoms dalyti skirtų knygelių, kurios įprastai kainuotų apie 18–22 rub. Kiekvienoje serijoje buvo siūloma nuo 15 iki 50 egzempliorių atskirų pavadinimų knygyne susikaupusių knygelių. „Vilties“ redakcija 1914 m. gruodį ragino, kai perkami labiau kalendoriai ir maldaknygės, šalia jų įsiūlyti ir kitokių knygų: „kalendorius gi tai geriausias kelio skynėjas ir kitoms naudingoms knygoms“¹⁰². Kalėdinė knygų prekyba tiek suaktyvėdavo, kad spaudoje ne tik patrigubėdavo reklamos, bet pasirodydavo raginimų nepasikliauti pažadais prieš Kalėdas sodiečius aplankančių kai kurių reklamos agentų, kurie pasielgdavo ir nesąžiningai rinkdami metinę prenumeratą bei reklamos skelbimus.

Buvo skelbta apie knygų kainos mažinimo akcijas ar knygų išpardavimus. Norint greičiau išparduoti katalikų „Blaivybės“ draugijos išleistas knygas ir gautus pinigus investuoti į naują leidybą, draugijos susirinkime nutarta sumažinti knygų kainą nuo 8 iki 5 kap., nuo 5 iki 3 kap. Pigių knygų akcijas skelbdavo L. Jakavičiaus knygynai Rygoje.

Reklamai pasitarnavo skelbiami knygų konkursai, garsinamos juose premijuotos knygos. Plačiai spaudoje informuota apie Amerikos lietuvių fondo remtus ir Lietuvių mokslo draugijos organizuotus konkursus būtiniausiems vadovėliams lietuviškoms mokykloms parengti. Geriausių dramos kūriniių konkursus skelbė lietuvių kultūros draugijos, norėdamos greičiau pagausti ir pajavairinti lietuviškos scenos repertuarą. Kai Šv. Kazimiero knygų leidybos bendrovės komitetas 1908 m. paskelbė konkursą dviem geriausiems originaliosios ir verstinės dramos kūriniais, spaudoje buvo pasipiktinta per menkomis premijomis: „Siūlyti 80 rub. už geriausį originalinį veikalą, reikiama žeminti ir dailiąją literatūrą ir dailiosios literatūros žmones“, – rašyta

„Vilniaus žiniuose“¹⁰³. Paaukojus konkursui dar porą šimtų rublių, jis buvo pratęstas. Apdovanotų premijomis 1913 m. dramos veikalų – P. Mičiulio „Sugriuvęs gyvenimas“ (I premija), K. Alytos „Ant bedugnės krašto“ (II premija) ir E. Rucevičienės verstos dramos „Smuklė“ – viršeliuose bei antraštiniuose puslapiuose jau buvo nurodyta, kad šie veikalai premijuoti.

Atgavus spaudą, lietuviškų knygų leidėjai turėjo daugiau galimybių jas reklamuoti parodose. Savaitraščio „Lietuvos ūkininkas“ išleistos knygelės buvo eksponuotos Šiaulių, Raseinių, Panevėžio, Biržų, Kupiškio žemės ūkio parodose, kur lankytojai šiuos spaudinius pradžia galėjo įsigyti dovanai, o vėliau čia buvo redakcijos įrengtas spaudos kioskas. Šiauliuose ir Marijampolėje „Lietuvos ūkininko“ bei Seinų „Šaltinio“ knygų ekspozicijos buvo apdovanotos, šie pasiekimai panaudoti ir kitų leidinių reklamai.

Lietuvių knygos nuo 1910 m. gana pasyviai dalyvavo kasmetinėse Peterburge organizuojamose Rusijos spaudinių parodose, tačiau jų organizavimas buvo ne be priekaištų: ekspozicijos neišsamios, pasitaikydavo netikslumų, kai į lietuviškų knygų skyrių patekdavo latvių leidiniai. Išsamiausiai su šio laikotarpio lietuviškomis knygomis galima buvo susipažinti Lietuvių mokslo draugijos 1914 m. birželio 11–18 d. surengtoje pirmojoje lietuviškų knygų parodoje, skirtoje pažymėti 10 metų spaudos atgavimo jubiliejų. Joje eksponuota apie 2500 leidinių, suskirstytų pagal temas ir išleidimo vietą, o šalia knygos ir periodinių leidinių ekspozicijos, ant sienų iškabinta žymesnių leidėjų, redaktorių, publicistų ir rašytojų nuotraukos, laikraščių prospektai, skelbimai, programos, atvirukai ir kita smulkioji spauda.

Reklamos tikslams tarnavo leidėjų ir knygynų firminiai ženklai, išleisti firminiai blankai, knygų užsakymo lapeliai, sąskaitos. Dalis jų buvo spausdinama lietuviškai ir rusiškai, atsižvelgiant į valdžios nurodymus oficialiame susirašinėjime ir buhalterinėje apskaitoje greta nacionalinės naudoti valstybinę rusų kalbą. Jie ne tik padėjo tvarkyti prekybinius sandėrius, bet reprezentavo firmos padėtį ir solidumą. Įvairesnius išspausdintus blankus turėjo seniausias leidybines tradicijas turinti J. Zavadzko firma, M. Piaseckaitės-Šlapelienės knygynas, L. Jakavičiaus leidybos ir spaudos bendrovė Rygoje. Pastaroji itin noriai reklaminiuose skelbimuose naudojo Lietuvoje ir Rusijoje gautus savo leidinių įvertinimo ženklus: padėkos raštus, diplomus, medalius. Laikraščių ir žurnalų užsakymo lapeliai buvo spausdinami populiariuose leidiniuose ir atskirais blankais siunčiami įvairiems adresatams.

Sauganti savo reputaciją J. Zavadzko leidybos ir spaudos įmonė viešai spaudoje atsiribodavo nuo kitų leidėjų noro prisidengti jos vardu, informuodama, kad neatsako už savo spaustuvėje išspausdintų knygų redakciją. Didelio pasipiktinimo J. Zavadzko spaustuvė sulaukė pareiškusi

norą gauti kompensaciją iš Mažosios Lietuvos spaustuvininkų už spaudos draudimo metais kontrafakciniuose leidiniuose plačiai naudotą jos firmos ženklą. Dalis lietuvių visuomenės ragino šiai firmai paskelbti boikotą šūkiu: „Lietuva, kelkis iš miego! Gana jau šelpti atėjūnus“¹⁰⁴. Primenant, kad tik spaudos draudimo metais skambėjęs J. Zavadzkių firmos vardas leido jai, atgavus spaudą, naudotis šiais dividendais, buvo raginama nespausdinti ir nieko iš šios firmos nepirkti, neduoti rankraščių leidybai ir pan. „Mes šiandien turime gana savų spaustuvių, savų knygynų Vilniuje ir kitur, kur mes visko dar pigiau galime gauti“¹⁰⁵.

Buvo kilę ir šiokių tokių nesusipratimų dėl gausios ir populiarios katalikų kultūros ir švietimo „Žiburio“ draugijos pavadinimo naudojimo Seinų kunigų knygų leidimo bendrovės leidžiamame kalendoriuje. Kai Seinuose „Žiburio“ kalendorius“ 1907–1914 m. buvo išleidžiamas po 15 tūkst. egzempliorių, 1913 m. „Žiburio“ draugijos valdyba Marijampolėje kreipėsi į knygų leidimo bendrovės valdybą dėl kompensacijos už draugijos vardo naudojimą savo leidinių populiarinimui. Į šį kreipimąsi buvo atsakyta raštu, prašant atsisakyti pretenzijų leidybinei bendrovei, nes: 1) kalendorius yra labai pigus, todėl gaunamas minimalus pelnas, 2) katalikiška bendrovė kovoja už savo išlikimą, todėl kelios dešimtys rublių jai yra labai reikalingos, 3) „Žiburio“ pretenzijas kai kas gali palaikyti labai nepamatuotomis ir noru dykai pasipelninti, 4) būtų pragaištinga abiem įstaigoms prarasti viena kitos palankumą¹⁰⁶.

Spaudos draudimo panaikinimas turėjo lemiamos įtakos spartesnei lietuviškos reklamos ir verslo raidai. Knygų reklamos priemonės buvo būtina atgausios lietuviškos spaudos savarankiško verslo vystymosi sąlyga. Knygų pardavimą tuo metu ribojo pirkėjų finansinių galimybių bei knygų kainos santykis, kuris lietuviams, tik pradėjusiems kurti savo knygų leidybos ir poligrafijos pamatus, buvo ypač nepalankus. Lietuviškos knygos užėmė 4-ąją vietą Rusijos imperijoje pagal vidutinį jų brangumą, aplenkdamos knygas lenkų, latvių, estų, žydų ir daugybe kitų kalbų. Rusijos 1909 m. spaudos statistikos duomenimis, vidutinė lietuviškos knygos kaina siekė 22,9, tuo tarpu vidutinė knygos kaina latvių kalba buvo – 21,7, lenkų k. – 20,3 kap., estų k. – 18,7 kap.¹⁰⁷ „Atminkite, jog pats apšvietimo platinimasis daug priguli nuo to, ar knyga žmonėms prieinama, ar ne“, – rašė J. Burba 1906 m. „Vilniaus žiniuose“, apgailestaudamas, kad už menką kelių lapelių brošiūrėlę tenka mokėti po 20 ir 30 kapeikų, o kadangi lietuviškos knygelės per brangios, tenka rinktis pigesnes rusiškas, vokiškas ir lenkiškas knygeles¹⁰⁸. Viename didžiausių M. Piaseckaitės-Šlapelienės knygyne pigiųjų leidinių, įvertintų 1–10 kap. buvo 33 proc., didesnę dalį (58 proc.) sudarė knygos vidutinėmis kainomis nuo 11 iki 99 kap., knygų, kainavusių rublį ir daugiau, buvo apie 9 proc.¹⁰⁹ Knygų reklama atliko keletą svarbių

funkcijų. Išskirtinę reikšmę knygų platinimui turėjo ir pirmą kartą po spaudos draudimo sistemingsi viešai skelbiamos lietuviškų knygų kainos.

Įvairios knygų reklamos priemonės pirmaisiais metais po spaudos draudimo panaikinimo ne tik skatino knygų pardavimą, bet žymia dalimi buvo nukreiptos bendresniems visuomenės savišvietos ir skaitymo populiarinimo tikslams, ugdė naują visuomenės santykį su knyga, formavo apsišvietusios pilietinės visuomenės vertybes. Knygų reklama buvo itin svarbi ir toje Lietuvos provincijos situacijoje, kuri 1909 m. savitiraštijoje „Lietuvos ūkininkas“ buvo įvardyta kaip „Degtinės ir alaus galdynė!“. Jame rašyta: „Iš visų pusių jie [korespondentai] praneša lygiai tą patį: knygų ir laikraščių žmonės neskaito, užtai gerai geria ir pasipeša, viršaičius, teisėjus ir kitus savo valdininkus už degtinę renka, alinių, smuklių ir kitokių vardų karčiamų visur skaičius augte auga. Du milijonai lietuvių neturi dabar nei 20 tūkstančių laikraščių ėmėjų“¹¹⁰.

Nuolat reklamuojama knygų skaitymo ir švietimo ekonominė nauda, raginimai pirkti bei kaupti knygas, skatino didžiosios tautos dalies – ūkininkų troškimą išmokslinti vaikus, užaugindama Lietuvos valstybei naują inteligentų kartą.

1904–1914 metais lietuviškoje spaudoje reklaminių skelbimų skaičius augo geometrine progresija. Knygos reklama čia užėmė solidžią vietą. Vieni aktyviausių ir pastoviausių reklamos tiekėjų buvo lietuviškos knyginkystės įstaigos bei įmonės, knygų autoriai bei leidėjai. Reklaminiai skelbimai spaudoje – dažniausiai naudota knygų reklamos priemonė. Iš spaudos draudimo laikų išlikęs glaudus periodinės spaudos ryšys su knygų leidyba leido joje skirti itin daug vietos įvairiems knygos reikalams bei problemoms aptarti, kurio ji stokoja mūsų dienomis. Knygų reklamai buvo žymiai atviresnės masinės informavimo priemonės.

Knygų reklama tapo sudėtine verslo dalimi, o pajamos iš reklamos populiariuose kalendoriuose jau garantavo jų leidėjams tam tikrą ekonominį stabilumą. Šiuo laikotarpiu atsirado pirmosios lietuviškos reklamos tarnybos ir asmenys, besiverčiantys šiuo verslu. Tačiau tautinė reklama sunkiai skynėsi kelią daugiakalbėje spaudos terpėje, prisidėdama prie ekonominio bei kultūrinio tautos brendimo ir buvo vienas iš pažangiausių realių žingsnių savarankiškumo link.

Su kultūros reikmėmis šiuo laikotarpiu buvo siejama ir dažna ekonominė reklama: „Lietuvių kultūra kyla...“ – pradedamas lietuvių akcinės bendrovės „Vilija“ kreipimasis į Lietuvos visuomenę, raginantis remti bendrovę; „Tautiečių pramonė – tautos lobis. Todėl, tautiečiai, r e m k i t s a v a j i!“: saldinių fabriko „Birutė“ reklama viename populiariausių „Lietuvos ūkininko kalendoriuje 1914 me-

tams“. Svarbiausia krašto įvykių informacija, sutekanti į periodinių leidinių redakcijas, padėjo sujungti daugialypiais kultūriniais ir ekonominiais ryšiais okupuoto krašto etninę visuomenę į neišardomą branduolį, būtiną nacionalinės valstybės genezei¹¹¹. Panašu, kad šio laikotarpio reklamoje galima nesunkiai apčiuopti suvoktą bendrą tautos kultūrinio ir ekonominio kilimo būtinybę. XX a. pradžioje tauta išliko pagrindinė mąstymo kategorija, kaip ir draudžiamosios spaudos laikais¹¹². Tai atsispindėjo ir viename pagrindinių, dažniausiai vartotame reklaminiame šūkyje: Tautos turtingumo paslaptis: visada pirkti tautiečių dirbinius, remti tautines įstaigas, palaikyti savuosius.

Šio laikotarpio knygų reklama įdomi tuo, kad atspindėjo ne vien ekonominius, bet ir ideologinius bei pasaulėžiūrinius ją teikusius politinių partijų, visuomeninių ir kultūrinių draugijų bei konfesinės inteligentijos lūkesčius. Kiekviena jų viešai deklaravo knygų reklamos reikšmę, pasirinkdama atitinkamas jos priemones.

Knygų reklamos poreikiai skatino spartesnę knygų leidybos ir prekybos bibliografijos rodyklių raidą, ypač plito katalogai, kurie šiuo laikotarpiu atliko ir einamosios registracinės apskaitos bei visuomenės informavimo funkcijas. Pasirodė pirmieji leidėjų katalogai, dalis jų buvo anotuoti, išleisti pirmieji lietuviški rekomendaciniai knygų sąrašai, skaitymo programos, vadovėliai. Informacija apie naujai išleistas ar ką tik į knygų prekybos tinklą patekusias knygas bei kita bibliografinė informacija buvo viena objektyviausių knygų reklamos formų. Iškalbingesnė knygų reklama buvo skiriama mažiau išsilavinusiems skaitytojams, labiau išprususiems skaitytojams adresuota knygų leidybos ir prekybos bibliografinė informacija, informacija apie naujas knygas, paremta literatūrine kritika.

Pirmuosius profesionalios knygų reklamos žingsnius parodė jos diferencijuotas skelbimas tam tikrai auditorijai ir tam tikruose leidiniuose: reklamos privalumai labiausiai vertinti masinėse informavimo priemonėse, bibliografijos leidiniuose bei populiariais leidiniuose – kalendoriuose. Suinteresuotoms skaitytojų grupėms buvo išleidiama knygų reklama atskirais lapeliais ar lankstiniais, atsirado galimybės reklamą siųsti paštu, rengti geriausių knygų konkursus, loterijas ir kitas knygų reklamos akcijas.

Knygų reklamos priemonės – vienas iš svarbiausių knygos istorijos šaltinių, todėl jų išsaugojimui turi būti teikiami tam tikri prioritetai. Pirmojo atgautosios spaudos dešimtmečio knygos nestokoja įvairios reklamos, kuri yra neatsiejama pirmųjų lietuviškų tautinės pramonės įmonių bei įstaigų istorijos dalis. Tikimasi, kad gerokai papildyta išsami 1905–1917 metų knygų ir autorių smulkųjų spaudinių rodyklė „Lietuvos bibliografija. Serija A. Knygos lietuvių kalba“ paskatins kitus tyrinėtojus tapti ištikimais šio laikotarpio knygų vertintojais ir atradėjais.

- ¹ Organizuokime raštų platinimą! / S.M.G. // Viltis. – 1914, kovo 7 (20), p. 2.
- ² Dviguba našta // Varpas. – 1904, Nr. 11, p. 153-154.
- ³ Spaudos galybė // Vilniaus žinios. – 1905, spal. 29 (lapkr. 11), p. 4.
- ⁴ Журков, Г. История цензуры России XIX-XX в.в. – Москва, 2001. – P. 186.
- ⁵ Lietuvos bibliografija. Serija A. Knygos lietuvių kalba. – Vilnius, 2006. – T. 3, kn. 1, p. 21.
- ⁶ Mūsų apšvietimo reikalai / J. Bekampis // Vilniaus žinios. – 1905, kovo 30 (bal. 12), p. 1.
- ⁷ Dar vienas skundas / Vargovaikis // Lietuvos žinios. – 1910, rugpj. 14 (27), p. 1-2.
- ⁸ Raguotienė, G. Spaudą atgavus: knyga ir skaitytojas 1904-1918 Lietuvoje. – Vilnius, 1996. – P. 330-337.
- ⁹ Smith, C.D. Knygų leidybos pradmenys. – Vilnius, 1994. – P. 112.
- ¹⁰ Передний, Д.М. Реклама книги: модификации и тенденции развития: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. <http://www.mediascope.ru?id_menu=2&id_menu_item=6&id_object=4&id_item=416>.
- ¹¹ Knygų prekybos reklama // Knygotyra: enciklopedinis žodynas. – Vilnius, 1996. – P. 198.
- ¹² Žukas, V. Knygų prekybos bibliografija (1795-1864 m.) // Bibliotekų darbas. – 1971, Nr. 1, p. 31.
- ¹³ Reklama // Knygotyra: enciklopedinis žodynas. – Vilnius, 1996. – P. 309.
- ¹⁴ Kaunas, D. Mažosios Lietuvos knyga. – Vilnius, 1996. – P. 498.
- ¹⁵ Ten pat, p. 497.
- ¹⁶ Čereška, B. Reklama: teorija ir praktika. – Vilnius, 2004. – P. 31.
- ¹⁷ Vileišis, P. Pirmasis numeris // Vilniaus žinios. – 1904, gruod. 10 (23), p. 1.
- ¹⁸ Mūsų šventė ir mūsų rupestis // Vilniaus žinios. – 1904, gruod. 10 (23), p. 1.
- ¹⁹ Nepraileiskime neišnaudoję geros progos! / Dz. // Viltis. – 1914, gruod. 19 (saus. 1), p. 1.
- ²⁰ Šviesa – galybė. – Vilnius, 1908. – P. 1.
- ²¹ „Iš M. Piaseckaitės-Šlapelienės „Lietuvių knygyno“ mums atsiųstos yra paminėjimui ...“ // Vilniaus žinios. – 1906, geg. 24 (birž. 6), p. 4.
- ²² Apie knygas // Naujoji gadynė. – 1906, geg. 3 (18), p. 15.
- ²³ Jablonskis, J. Apšvietimo reikalai / R.J. // Lietuvos ūkininkas. – 1906, vas. 2 (15), p. 93-97.
- ²⁴ Burba, J. Kas girdėti kaime / J. Bur. // Vilniaus žinios. – 1906, rugpj. 30 (rugs. 12), p. 1.
- ²⁵ Katalikiška spauda Lietuvoje / Žemaitis kunigas // Nedėdienio skaitymas. – 1907, saus. 16 (26), p. 18-19.
- ²⁶ Šleivys, K. Katalogas knygų katalikiškoms skaitykloms su naudingais patarimais / parengė S-vys. – Kaunas, 1906. – P. 10.
- ²⁷ Žilinskas, T. Į kunigiją žodis // Draugija. – 1907, Nr. 1, p. 90.
- ²⁸ Persekioja pirmieji laikraščiai: priedas prie „Lietuvos žinių“ Nr. 3. – Vilnius, 1913. – P. 3.
- ²⁹ Ten pat, p. 4.
- ³⁰ Netautiškas ir pragaištingas darbas / Petraitis // Lietuvos žinios. – 1915, kovo 18 (31), p. 1.
- ³¹ Per šviesą į laimę // Rygos garsas. – 1914, saus. 28 (vas. 10), p. 4.
- ³² Dambruskas-Jakštas, A. Šv. Kazimiero draugija, jos kūrimasis ir pirmųjų XXV metų veikimas (1906-1931) / sustatė A. Dambruskas. – Kaunas, 1932. – P. 15.
- ³³ Ten pat, p. 14.
- ³⁴ Artojas ir rašėjas // Ežys. – 1907, Nr. 1, p. 4-5.
- ³⁵ Gyvas reikalas – tai garsinimasi „Vilty“ // Viltis. – 1914, birž. 12 (24), p. 4.
- ³⁶ Skaitymas apskelbimų užsimoka // Juokų kalendorius 1912 metams. – Ryga, 1911. – P. 24.
- ³⁷ История русской журналистики начала XX века. <http://media.utmn.ru/library_view_book.php?chapter_num=1&bid=68>.
- ³⁸ Ten pat.
- ³⁹ Vilniaus gubernatoriaus kanceliarijos raštas 1914 sausio 18 d. CVIA. F601, ap. 1, b. 106, lap. 18.
- ⁴⁰ Ištrauka iš protokolo bendrovės narių susirinkimo // Lietuvos žinios. – 1914, bal. 15 (28), p. 1.
- ⁴¹ F. Bortkevičienės laišakai iš „Lietuvos žinių“ archyvo. Vilniaus universiteto bibliotekos Rankraščių skyrius. F1, E308.
- ⁴² Žurnalistikos enciklopedija. – Vilnius, 1997. – P. 423.
- ⁴³ Журков, Г. История цензуры ..., p. 199.
- ⁴⁴ Išėjo iš spaudos „Davatkos liežuvis“ // Ežys. – 1907, Nr. 1, p. 16.
- ⁴⁵ „Ežio“ pirkikams // Ežys. – 1907, Nr. 1, p. 16.
- ⁴⁶ Naujiena // Ežys. – 1908, Nr. 3, p. 8.
- ⁴⁷ Žukas, V. Marijos ir Jurgio Šlapelių lietuvių knygynas Vilniuje. – Vilnius, 2000. – P. 66.
- ⁴⁸ Dešimtis Rusijos biurokratijos prisakymų // Ežys. – 1907, Nr. 1, p. 3-4.
- ⁴⁹ Nuo „Ežio“ išleistuvės / K. Stiklelis // Ežys. – 1907, Nr. 2, p. 1-2.
- ⁵⁰ Vilniaus spaudos reikalų laikinojo komiteto žiniaraščiai. Lietuvos valstybinis istorijos archyvas. F601, ap.1, b. 50, lap. 44-45.
- ⁵¹ Redaktojų vargai // Garnys. – 1910, Nr. 9, p. 141.
- ⁵² Устав о цензуре и печати // Справочная книга о печати. – Санкт-Петербург, 1907. – P. 22.
- ⁵³ Žukas, V. Knygų prekybos bibliografija (1864-1917) // Bibliotekų darbas. – 1971, Nr. 2, p. 29.
- ⁵⁴ Stiklius, K. Laiškas į „V. ž-nių“ redakciją // Vilniaus žinios. – 1908, liep. 20 (rugpj. 2), p. 4.
- ⁵⁵ Ieško leidėjo // Vilniaus žinios. – 1908, liep. 22 (rugpj. 4), p. 1.
- ⁵⁶ Jakavičius, L. Laiškas į redakciją // Lietuvos ūkininkas. – 1908, vas. 6 (19), p. 86-87.
- ⁵⁷ Nuo redakcijos // Lietuvos ūkininkas. – 1906, lapkr. 23 (gruod. 6), p. 681.
- ⁵⁸ Jablonskis, J. Pirmieji spaudos žingsniai / R.J. // Vilniaus žinios. – 1905, saus. 1 (14), p. 3.
- ⁵⁹ Rimka, A. Mūsų knygos ir kaip jas platinti / A.R. // Lietuvos žinios. – 1909, gruod. 12 (25), p. 1-2.
- ⁶⁰ Dar vienas skundas ..., p. 2.
- ⁶¹ Mūsų knygelės ir jų skaitytojai // Viltis. – 1909, bal. 12 (25), p. 1.
- ⁶² Biržiška, M. Lavinimosi knygynėlis / Mikas-Krėtikas // Žarija. – 1907, rugpj. 29 (rugs. 11) (Nr. 9), p. 142-143.
- ⁶³ Grinius, K. Andersono pasakos ... / K.G. // Varpas. – 1905, Nr. 1/2, p. 12-13.
- ⁶⁴ Žilinskas, T. „Pelėda“ ir „Šviesa“ / Adomas Domeika // Lietuvių laikraštis. – 1905, Nr. 44/45, p. 651.
- ⁶⁵ Gražioji literatūra ir „Šaltinis“ / L. Gerulis // Vilniaus žinios. – 1906, birž. 8 (21), p. 2.
- ⁶⁶ Loeb, E. Kultūra ir spauda. – Čikaga, 1912. – P. 59.
- ⁶⁷ Baverstock, A. Leidybos marketingas. – Vilnius, 2002. – P. 194.
- ⁶⁸ Mūsų reikalai / A.A. // Draugija. – 1907, Nr. 1, p. 47.
- ⁶⁹ Gudaitis, L. Platėjantys akiračiai: lietuvių literatūrinė spauda 1904-1917 metais. – Vilnius, 1997. – P. 118.
- ⁷⁰ Nuo redaktojų // Vaivorykštė. – 1913, kn. 1, p. 208.
- ⁷¹ Jono Rinkevičiaus ir Antano Rucevičiaus bendrovės išleistųjų knygų katalogėlis. – Vilnius, 1914. – P. 2.
- ⁷² Ten pat, p. 6.

- ⁷³ Biržiška, V. Mūsų kalendoriai 1914 m. / B-ka // Lietuvos žinios. – 1914, vas. 12 (25), p. 2-3.
- ⁷⁴ Petkevičaitė-Bitė, G. Naujos vaikų knygos / G.P. // Lietuvos žinios. – 1909, gruod. 19 (1910 saus. 1), p. 3.
- ⁷⁵ Mūsų raštai 1907 metams // Vilniaus žinios. – 1908, saus. 8 (21), p. 3-4.
- ⁷⁶ Mūsų socialinio gyvenimo chronika // Draugija. – 1911, Nr. 55/56, p. 251.
- ⁷⁷ Rimka, A. 1911 m. pas lietuvius / R-ka. // Lietuvos ūkininkas. – 1912, saus. 5 (18), p. 2-3.
- ⁷⁸ Žukas, V. Knygų prekybos bibliografija (1864-1917) // Bibliotekų darbas. – 1971, Nr. 2, p. 29.
- ⁷⁹ „Nuo gegužės mėnesio ...“ // Vilniaus žinios. – 1906, bal. 2 (15), p. 3.
- ⁸⁰ „Lietuvos“ kalendorius (su visų lietuviškų knygų sąrašą) 1907 metams, išleistas knygyno „Lietuvos“. – Vilnius, 1906. – 176 p.
- ⁸¹ Katalogas cenzūros leistų lietuviškų knygų gaunamų lietuviškame knygynė „Lietuva“. – Vilnius, 1906. – 126 p.
- ⁸² Lietuvninkaitė, N. Lietuvos kalendoriai 1904-1917 metais // Knygotyra. – T. 25 (1998), p. 329.
- ⁸³ „Vilniaus žinių“ knygyno katalogas. – Vilnius, 1905. – 32 p.
- ⁸⁴ M. Piaseckaitės-Šlapelienės ir E. Brazaitytės „Lietuvių knygyno“ katalogas. – Vilnius, 1906. – 61 p.
- „Vilniaus žinių“ Petro Vileišio knygyno katalogas. – Vilnius, 1906. – 61 p.
- ⁸⁵ M. Piaseckaitės-Šlapelienės „Lietuvių knygyno“ katalogas. – Vilnius, 1908. – 92 p.
- „Apšvietimo“ knygyno katalogas : Panevėžyje, Prekyvietės (Bazarnaja) placiūs. – Vilnius, 1908. – 88 p.
- Juozapo Zavadzčio knygyno katalogas. – Vilnius, 1908. – 99 p.
- ⁸⁶ M. Piaseckaitės-Šlapelienės knygyno 1910 metų katalogo priedas. – Vilnius, 1913. – 43 p.
- ⁸⁷ Marijos ir Jurgio Šlapelių archyvas / parengė Vladas Žukas. – Vilnius, 2006. – P. 120.
- ⁸⁸ Ten pat.
- ⁸⁹ Matulaitis, S. Lavinimosi knygynėlis. – Vilnius, 1907. – P. 30.
- ⁹⁰ Šviesa – galybė ...
- ⁹¹ Skaityk – galvok ; Gudriai manyk ; Gerai daryk. – Boston, 1917. – P. 5.
- ⁹² Graži pasakų knygelė. – Ryga, 1910. – 80 p.
- ⁹³ Stiklius, K. Degtinė / pagal M.Z. Gescelevičių sutaisė K. Stiklelis. – Bitėnai, 1908. – P. 3.
- ⁹⁴ Ten pat, p. 4.
- ⁹⁵ Herbačiauskas, J.A. Erškėčių vainikas / Jaunutis Vienuolis (Juozapas Gerbačiauskis). – Krokava, 1908. – P. 1.
- ⁹⁶ „Šaltinio“ kvieslys. – Seinai, 1908. – P. 3-4.
- ⁹⁷ Skaitykite „Blaivybės“ leidinius. – Kaunas, 1910. – P. 2.
- ⁹⁸ Dėl Jakavičiaus „dovanų“ : laiškas redakcijai // Lietuvos ūkininkas. – 1912, vas. 9 (22), p. 59.
- ⁹⁹ Vileišytė, B. Kultūrinė Seinų spaustuvs veikla. – Roma, 1969. – P. 24.
- ¹⁰⁰ Pleirytė-Puidienė, O. Apie „Šaltinio“ dovanas // Vilniaus žinios. – 1907, lapkr. 8, p. 2-3.
- ¹⁰¹ Jei nori išlošti ant lioterijos 100 rublių ... // Juokų kalendorius 1912 metams. – Ryga, 1911. – P. 6.
- ¹⁰² Nepraleiskim neišnaudoję geros progos! / Dz. // Viltis. – 1914, gruod. 19 (saus. 1), p. 1.
- ¹⁰³ Jasiūnas. Prie „Dainos“ konkurso sceniškiems veikalams // Vilniaus žinios. – 1908, bal. 30 (geg. 13), p. 2-3.
- ¹⁰⁴ Pirmasis boikotas Lietuvoje. – Vilnius, 1906. – 7 p.
- ¹⁰⁵ Ten pat, p. 7.
- ¹⁰⁶ J. Narjausko laiškas 1913 balandžio 22 d. „Žiburio“ draugijos valdybos pirmininkui M. Gustaičiui. Lietuvos mokslų akademijos bibliotekos Rankraščių skyrius. F130, Nr. 1949.
- ¹⁰⁷ Biržiška, V. Spaudinių statistika / V. // Visuomenė. – 1911, Nr. 2, p. 63-64.
- ¹⁰⁸ Burba, J. Brangios knygos // Vilniaus žinios. – 1906, spal. 12 (25), p. 1.
- ¹⁰⁹ Žukas, V. Marijos ir Jurgio Šlapelių ..., p. 103.
- ¹¹⁰ Degtinės ir alaus gadyne! / K. // Lietuvos ūkininkas. – 1909, liep. 22 (rugpj. 4), p. 257-258.
- ¹¹¹ Kubilius, V. XX amžiaus literatūra. – Vilnius, 1995. – P. 16.
- ¹¹² Ten pat, p. 70.

Summary

The Advertising of Lithuanian Books after the Abolition of the Ban on the Lithuanian Press in 1904–1914

Violeta ČERNIAUSKAITĖ

As publishing in Lithuania was expanding after the restoration of printing of Lithuanian books in 1904–1914, the need for advertising the Lithuanian books grew accordingly. The article aims to give an overview of the specific features in the advertising of Lithuanian books, its major influence on the distribution of Lithuanian books and their popularity among readers, strong stimulation of

the national book trade and publishing with its great impact on the new political, social, education and business modernisation processes at the beginning of the 20th century.

In the present investigation advertising is defined as a special emotionally expressed printed information directed at readers and aimed at promoting the process of book trading and printing.

The article presents brief characteristics of book advertising in newspapers and magazines, in other books, especially in popular calendars, booksellers' or publishers' catalogues, prospectuses and leaflets as well as large variety of the old and new forms of its content. The start of the first advertising press agencies, which continuously used an increasing number of professional advertising

methods: sending books to newspapers and magazines for revision, forthcoming and new printed book lists, catalogues for special order, seasonal price changes, book awards, lotteries, exhibitions and other mechanisms for promoting books in this field represented a new stage of the Lithuanian advertising history.