



РЕКЛАМА АДВОКАТІВ НА УКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ НАПРИКІНЦІ XIX — ПЕРШОЇ ТРЕТИНИ XX СТ. ЯК СПОСІБ САМОВИЯВЛЕННЯ ТА САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ



Ірина Василик, керівник Центру досліджень адвокатури і права, проректор Вищої школи адвокатури НААУ

Адвокатська реклама дає комплексне уявлення про стан і рівень адвокатури минулого, її багатогранність і багатовимірність, дозволяє побачити тяглість традицій, а також зробити висновки сучасним адвокатам щодо позитивного досвіду попередніх поколінь.

АДВОКАТУРА ПЕРЕЛОМУ XIX — XX СТ.

Кінець XIX — початок XX ст. — знаковий для адвокатури України, оскільки в цей час відбулася низка судових реформ у Російській та Австро-Угорській імперіях, до яких входили українські Наддніпрянщина, Східна Галичина, Буковина та Закарпаття. Під час реформ зазнав змін й інститут адвокатури.

Період кінця XIX — початку XX ст. в історії української адвокатури відомий як «адвокатська доба», коли адвокати, такі як **Кость Левицький** (Івано-Франківщина), **Євген Олесницький**, **Євген Петрушевич**, **Степан Витвицький**, **Степан Баран** (Львівщина), **Андрій Лівицький**, **Микола Дмитрієв** (Полтавщина), **Микола Міхновський** (Харківщина), **Теодот Галін** (Буковина), **Ілля Шраг**, **Олександр Кониський** (Чернігівщина), **Григорій Степура** (Хмельниччина), **Іван Ковшаров** (Одеса), **Олександр Гольденвейзер**, **Опанас Андрієвський** (Київщина) й багато інших, крім фахової діяльності, ставали суспільними діячами, рушіями кооперативного та освітнього руху, політиками, а в кінцевому підсумку, у післяімперський період, — будівничими української державності, президентами, прем'єрами, міністрами тощо.

Саме мистецька сфера запропонувала підприємству, яке активно розвивалося, способи повідомлення світу про себе — можливості публічної реклами, мистецького оформлення своєї професійної діяльності. Цьому сприяв і загальний стиль епохи кінця XIX — початку XX ст., який характеризувався особливою декоративністю, використанням каверзних, вигадливих криволінійних візерунків, синусоподібних асиметричних ліній, використання рослинного орнаменту. Популярні у той час квіткові, рослинні мотиви використовувалися в архітектурі, дизайні, предметах побуту, художніх ілюстраціях, живописі та скульптурі. Після Першої світової війни, під впливом завданих війною травм, став популярним стиль Art Deco, якому притаманні строгі лінії, кубістичне освоєння простору. Ці два стилі знайшли своє відображення й у рекламі адвокатів, зокрема візитівках, штампах, газетних оголошеннях, які виготовлялися в дусі епохи і відповідали стандартам зовнішнього оформлення. Для обрамлення використовувалися декоративні шрифти, переплетені лінії, вкраплення рослинного орнаменту. Ці артефакти були оформлені за стандартами, продиктованими