

# Введение в профессию «Реклама и связи с общественностью»

## Лекция 3\_1



# **История рекламы в России**

## **1. Реклама в дореволюционной России**

- Устная реклама**
- Печатная реклама**
- Рекламные агентства**

## **2. Реклама советского периода**

- Особенности советской рекламы**
- Направления государственной рекламы**
- В.Маяковский — теоретик и практик рекламы**

## **3. Реклама в постсоветской России**

# 1. Реклама в дореволюционной России

**Устная реклама** существовала с тех пор, как появилась необходимость обмениваться товарами и торговать.

В городской среде ее представляли уличные торговцы-мальчишки — продавцы газет, напитков, сладостей, сигарет, а также приказчики магазинов, трактирщики, извозчики, старьевщики.

# Устная реклама имела две разновидности:

## 1. Призывы:

- простые призывы:

*«Булочки, булочки, горячие булочки!»*

- рифмованные строки:

*«Вот мех пушистый — золотистый, вот — нежный — белоснежный! Вот — темный — скромный!!»*

2. **Рекламные тексты** — веселые стихотворные монологи, включающие в себя характеристики товара, стоимость и другие детали:

*«Есть ниточка, есть катушечка!!  
Приходите покупать, девки — душечки!»*

В стихотворных текстах использовались юмор, показное удальство:

*Вот так квас —  
В самый раз!  
Баварский со льдом —  
Даром не берем!  
Пробки рвет!  
Дым идет!  
В носи шибает!  
В рот икает!*

# Печатная реклама

**Лубком**, или **лубочной картинкой**, называется дешевое массовое издание, получившее широкое распространение в дореволюционной России.

Термин «лубок» происходит от слова «луб» (внутренняя часть древесной коры), поэтому первоначально лубок представлял собой оттиск на листе большого формата с гравированной на дереве картинке, сопровождаемой кратким пояснительным текстом.

Она предназначалась для людей, которые плохо читают или совсем не умеют читать, отличалась простотой и доступностью образов, красочностью изображения (раскрашивалась от руки в несколько красок); текст писался живым, образным разговорным языком и нередко — в стихотворной форме.

# Лубок «Архангел Михаил»







# Лубок «Медведь с козой»

# Гравюра

Гравюра  
«Ермак».  
XVII век.





# Гравюра Петр I

Активное развитие **плаката** в России пришлось на последнюю четверть XIX и начало XX века.

Настоящими произведениями искусства стали рекламные плакаты, созданные русскими художниками, входившими в объединение «Мир искусства»: М. Врубелем, Е.Лансере, Л. Бакстом, К. Сомовым, Л.Билибиным.

Плакаты мирискусников были выполнены в стиле модерн и отличались изысканной графикой, причудливостью линий и тонкими цветовыми переходами.

Плакат М. Врубеля  
(1901 год)  
«Выставка работ  
36-ти художников»



Первый номер российской печатной газеты вышел 2 января 1703 года.

Первое **объявление коммерческого характера** было приложено к 12-му номеру «Ведомостей» от 31 мая 1770 года.

Исключительное право печатать частные объявления в губерниях Российской империи в 1830 году предоставляется «Губернским ведомостям».



К началу XX века появляется достаточно обширная **специализированная пресса**, содержащая рекламные материалы, в частности рекламные журналы: «Торговля», «Торговля и жизнь», «Деловой будильник», «Искусство рекламирования» (Санкт-Петербург); «Комиссионер» (Москва), «Рекламист» (Одесса) и многие др.



В 1878 году в России открылось первое **рекламное агентство** Л. Метцля.

Основателю этой конторы принадлежит знаменитая фраза: «Объявление есть двигатель торговли».

## 2. Реклама советского периода

После 1917 г. российская реклама была **монополизирована** государством.

В советский период она отличалась

- меньшим распространением, чем в западных странах,
- отсутствием коммерческой основы,
- простотой, использованием традиционных форм.

**20-е годы реклама — политическая, социальная, коммерческая — стала социальным инженером труда и быта людей, конструктором правильных потребностей:**

- Какими профессиональными и бытовыми навыками должны обладать «советские люди»?
- Что они должны были знать и уметь?
- Какие вещи должны их окружать?
- Как разграничивались жизненные реалии на «советские» и «несоветские»?

# 1. «Смычка» города и деревни

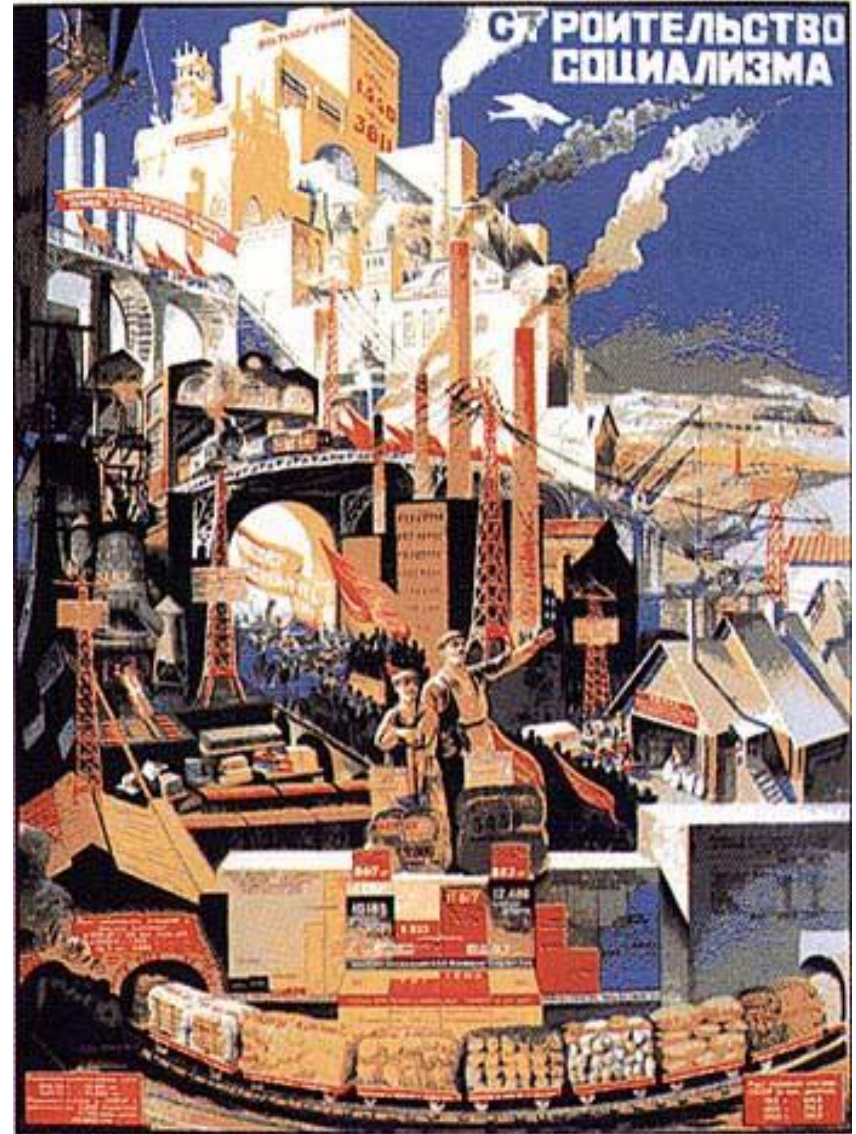


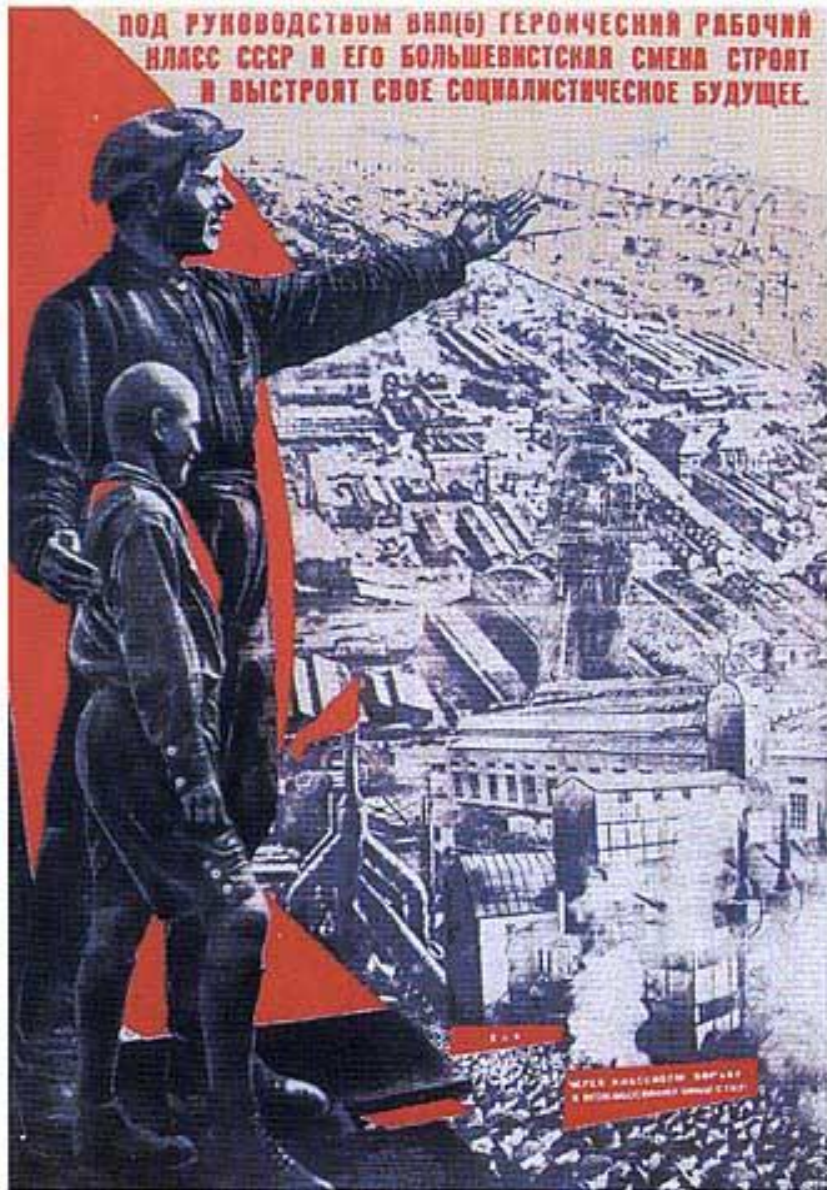
*«Бесконечной вереницей из столицы, с разных фабрик и заводов деревенскому народу день и ночь везут товар. А взамен сапог и ситца вереницей из деревни в города на подводах в три ряда едут мясо, масло, хлеб....»*

## 2. Индустриализация

Трубы, мачты,  
рельсы, мосты,  
платформы. Образ  
идеальной страны-  
фабрики.

Худ. Н. Котов. 1927 г.





Будущее  
представало  
прежде всего как  
пространство  
индустриального  
труда.

**Худ. Б. Клинич. 1932 г.**

### 3. Все, кто мешает индустриализации, — враги.



**Бракодел:**

*«Я — враг рабочего правительства.  
Твой брак милее мне  
вредительства.  
Я оценю твои усилия.  
Как, бишь, дружок, твоя  
фамилия?».*

**Худ. Б. Клинич. 1932 г.**

**«Летун»** —  
квалифицированный  
специалист,  
меняющий места работы  
в погоне за  
более высоким  
заработком и лучшими  
бытовыми условиями  
— враг  
индустриализации.

**Бригада  
монументалистов АХРР,  
1931 г.**







**Прогульщиков  
и лодырей  
предлагалось  
выгнать вон.**

**Худ. И.  
Громицкий, 1933 г.**

## 4. Реклама санитарно-гигиенических навыков

*Долой  
рукопожатия!  
Без рукопожатий  
встречайте друг  
друга  
и провожайте.*

**1929 г.**

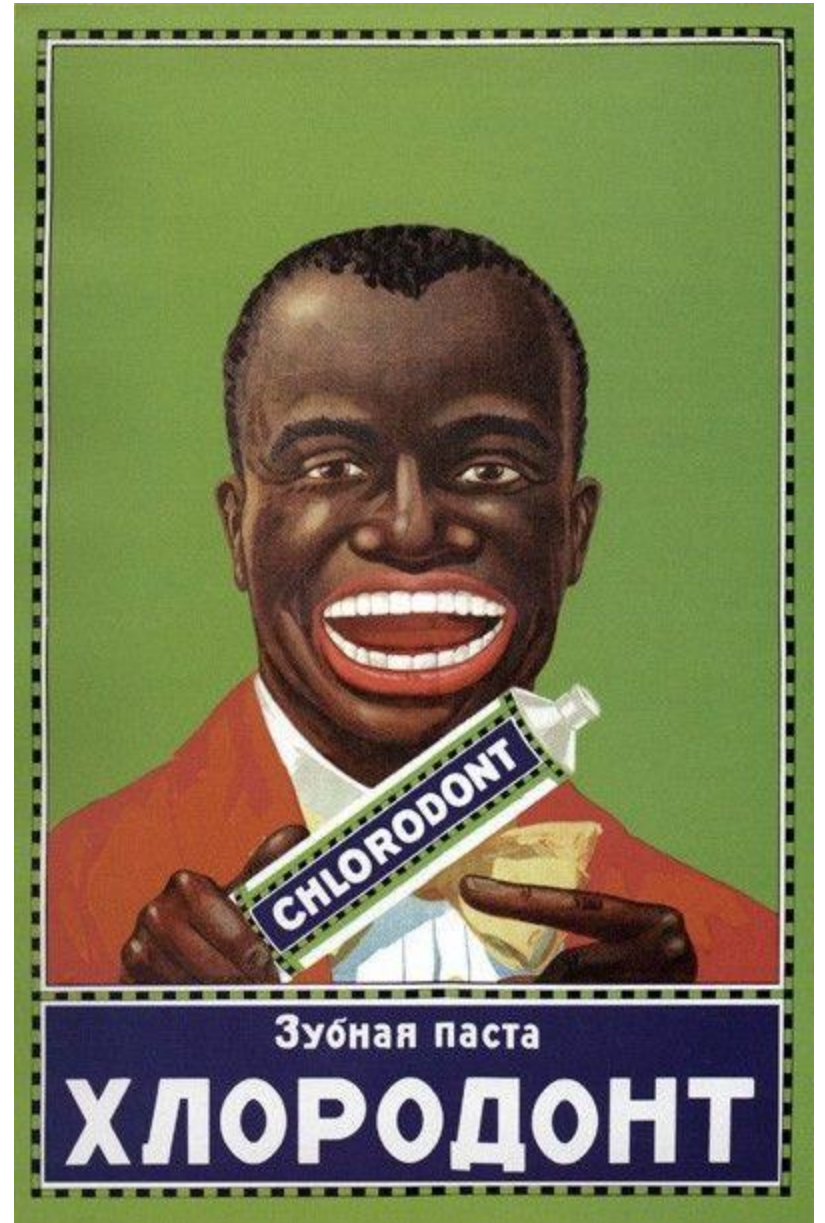


**ИДИ В БАНЮ**



Санитария в быту  
считалась  
обязательной  
частью «новой  
пролетарской  
культуры»

**1932 г.**



1929 год

## 5. Реклама безопасности на дорогах



В 1925 году под трамваем ПОСТРАДАЛО  
200 человек.

Проблемой  
для нового  
горожанина  
был и  
городской  
транспорт

Водитель!  
1937-38



# Водитель!

**НЕ ДОПУСКАЙ ПРОЕЗДА  
НА ПОДНОЖКАХ АВТОМОБИЛЯ**

Автор: А. А. Рыжов  
Рисунки: А. А. Рыжов  
Скульптор: С. А. Мухоморов  
Художественный редактор: В. В. Давыдов

ЦЕНТРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО  
АВТОМАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ  
M-1444 (1937)

Л. Давыдов. Фото: А. Г. Гусев. 1937 г. Заг. № 100.  
Вып. 8/1937, стр. 124-125. 1 л.  
Тиражафсетом: Москва, Издательство Ц. С.



**ВОДИТЕЛЬ! СОБЛЮДАЙ  
ПРАВИЛА ДВИЖЕНИЯ НА ПЕРЕКРЕСТКАХ**

Составил редактор журнала «Автомобиль» Г. П. Смирнов. Рисунки: В. Смирнов. Издание в Москве при № 100 000 000. Цена 100%.

1948

1948

***Пешеход!*** НЕ ПОДВЕРГАЙТЕ  
ОПАСНОСТИ  
СВОЮ ЖИЗНЬ!

 An illustration showing a pedestrian in a red jacket and white skirt crossing a road. A black car is stopped, and a yellow and red bus is approaching from the right. In the background, there is a classical building with columns and two red flags on poles. The sky is blue with white clouds.
 

**НА ДОРОГАХ, ГДЕ НЕТ ТРОТУАРА, ХОДИТЕ ТОЛЬКО ПО  
ЛЕВОЙ ОБОЧИНЕ, НАВСТРЕЧУ ДВИЖУЩЕМУСЯ ТРАНСПОРТУ**

1948

1948

Составил Г. П. Смирнов. Рисунки: В. Смирнов. Издание в Москве при № 100 000 000. Цена 100%.



**ВОДИТЕЛЬ!**  
НАРУШЕНИЕ УСТАНОВЛЕННОЙ  
СКОРОСТИ  
*движения*



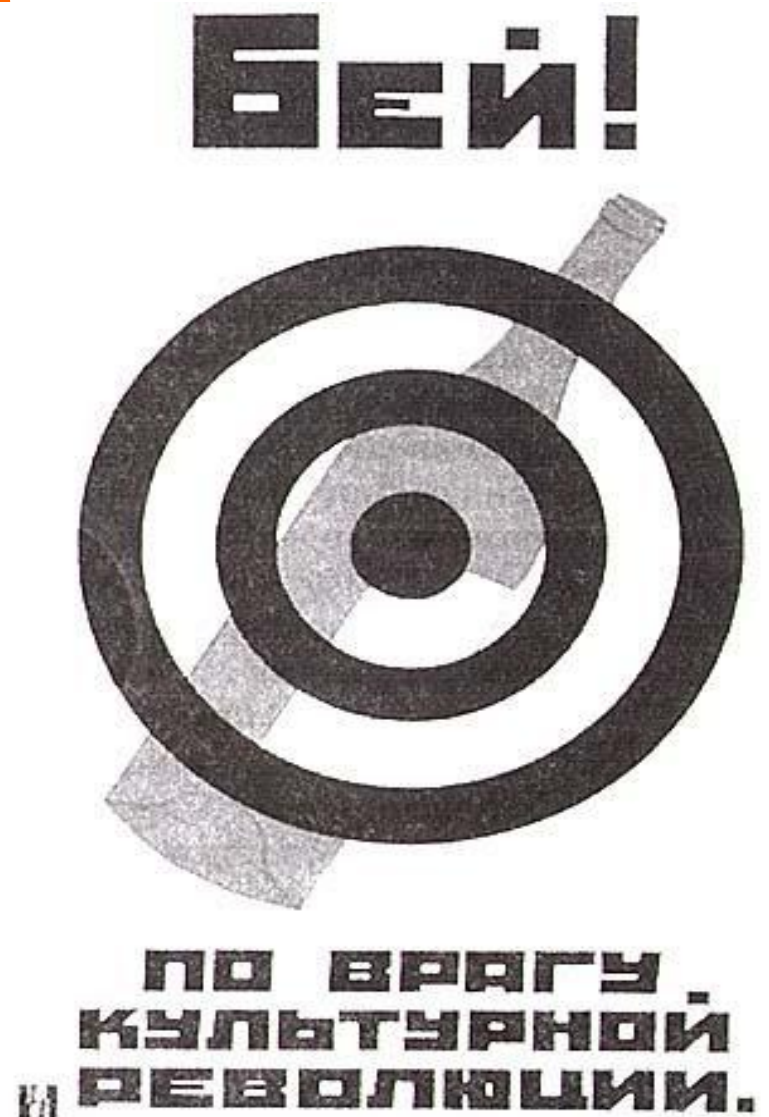
**ВЕДЕТ К ДОРОЖНЫМ ПРОИСШЕСТВИЯМ.**



## 6. Злым врагом культуры считалась водка

В 1928 г. был создан  
Всесоюзный Совет  
Противоалкогольных  
Обществ СССР.

Выпускались журналы  
(самым популярным  
был московский  
«Трезвость и  
культура»), листовки,  
плакаты, проводились  
антиалкогольные  
недели и месячники.



## 7. Привлечение женщин к фабричному и заводскому труду



**Худ. М. Бри-Бейн.  
1933 г.**

«Женщина у  
станка»  
появилась на  
русских плакатах  
еще в период  
Первой мировой  
войны

1916 г.





Американский  
плакат  
на ту же тему  
появился  
значительно  
позже

«Клепальщица  
Рози»,  
Худ. Дж.Г. Миллер,  
1942 г.



При всей производственной нагрузке советская женщина должна была исправно нести свои традиционные гендерные функции — содержать дом, рожать и воспитывать детей.

**Худ. П. Караченцов,  
1939 г.**



## 8. Реклама товаров

Основная задача государственных рекламных организаций состояла в том, чтобы «восхвалить» наилучшим образом товар государственных предприятий, победить частника на рекламном фронте.

ВИНО ВОДКУ  
НАЛИВКИ НАСТОЙКИ  
КОНСЕРВЫ РЫБУ  
КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ  
СПИЧКИ ПАПИРОСЫ,  
СОЛЬ САХАР



МОЖНО КУПИТЬ В МАГАЗИНАХ  
ПОТРЕБКООПЕРАЦИИ.

ОТЛИЧНАЯ  
ЗАКУСКА

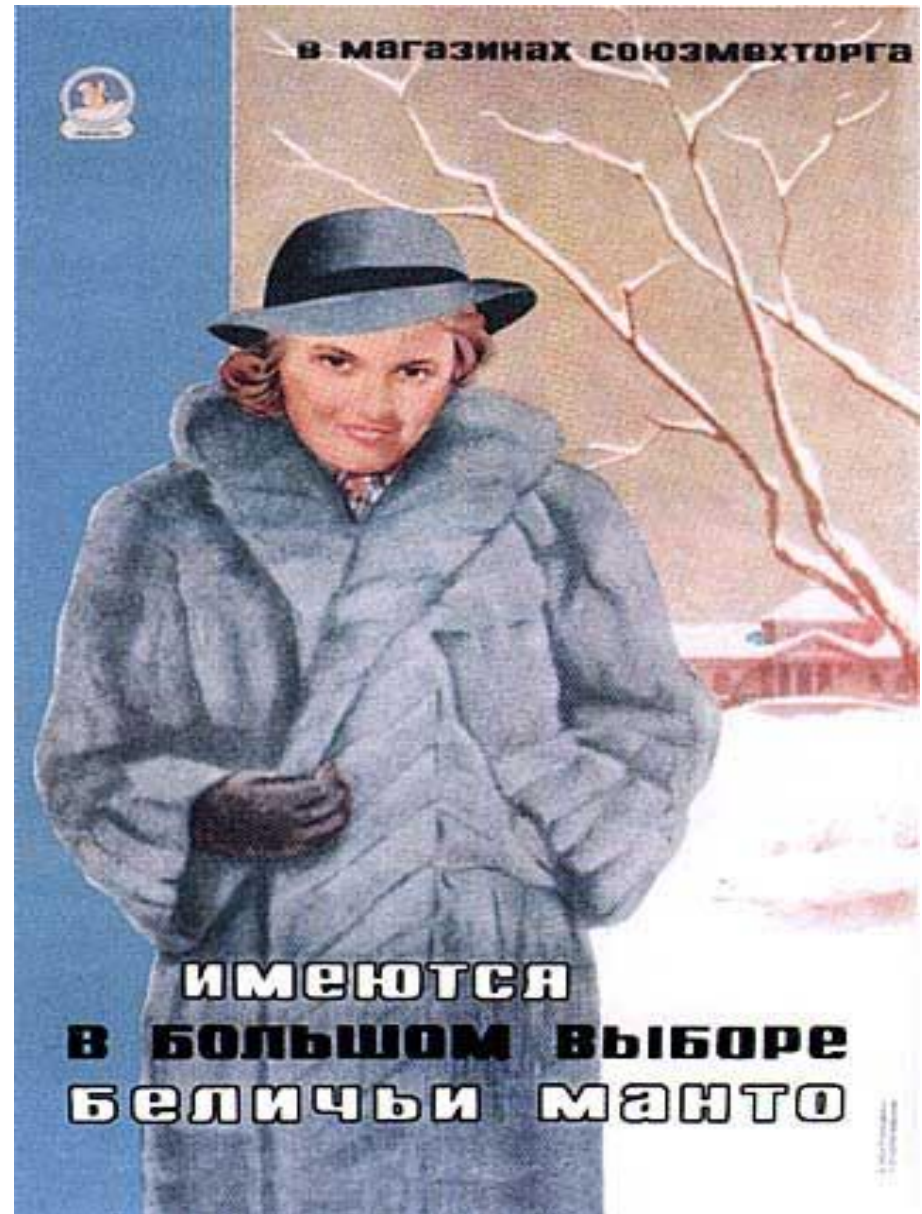
ПИТАТЕЛЬНАЯ  
И ВКУСНАЯ



МИНИСТЕРСТВО РЫБНОГО ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР - ГЛАВРЫБСБЫТ



1935 год



1937 год





1938 год

В 1935 г. Наркомат внутренней торговли принял постановление «**Об использовании рекламных методов в деле расширения товарооборота**».

В 1936 г. учреждаются:

«**Торгрeклама**» при Наркомате внутренней торговли СССР,

«**Союзпищепромреклама**» при Наркомате пищевой промышленности,

**Рекламное бюро** при Госторгиздате.

Обосновали норматив — **тратить на рекламу 0,1% от товарооборота**, обратив особое внимание на рекламу новых продуктов, разъяснение покупателям их свойств и способов использования.

# Лучшие ПОДАРКИ

В ОБРАЗЦОВО-ПОКАЗАТЕЛЬНОМ УНИВЕРСАЛЕ  
УКРАИНСКОГО СОЮЗА ХУДОЖЕСТВЕННО-  
ПРОМЫСЛОВОГО КООПЕРАТИВА  
[«УКХУДОЖПРОМСОЮЗ»].

ИЗДЕЛИЯ УКРАИНСКОГО НАРОДНОГО  
ИСКУССТВА:  
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ВЫШИВКА, ГУЦУЛЬСКАЯ  
ИНКРУСТАЦИЯ, ДЕКОРАТИВНЫЕ ТКАНИ,  
КОВРОВЫЕ ИЗДЕЛИЯ.

ВСЕГДА ИМЕЕТСЯ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ  
ВЫШИТЫХ СОРОЧЕК, ДАМСКИХ БЛУЗОК,  
ДЕКОРАТИВНЫХ ТКАНЕЙ, ВЫШИТЫХ СКАТЕРТЕЙ,  
ИНКРУСТИРОВАННЫХ ПРИБОРОВ, ШКАТУЛОК,  
РЕЗНЫХ ТАРЕЛОК, ПОРТСИГАРОВ, КОВРОВ,  
ПАЛАСОВ.

Для иногородних покупателей универсал прозводит пересылку товаров. Условия пересылки высылаются по первому требованию.

Адрес универсала: Киев, Красноармейская, 23.



# Длектро- ПЫЛЕСОС

ХОРОШО И БЫСТРО  
ОЧИЩАЕТ ОТ ПЫЛИ

КОВРЫ,  
ОДЕЖДУ,  
МЕБЕЛЬ,  
СТЕНЫ  
И ПОЛЫ



Имеется в продаже во всех  
универсальных магазинах  
Главунивермага

МИНИСТЕРСТВО  
ТОРГОВЛИ СССР  
ГЛАВТОРГВИНО



# ЛИМОНАД

ПРИЯТНЫЙ ОСВЕЖАЮЩИЙ ФРУКТОВЫЙ НАПИТОК

spynet.ru

СССРАРСР

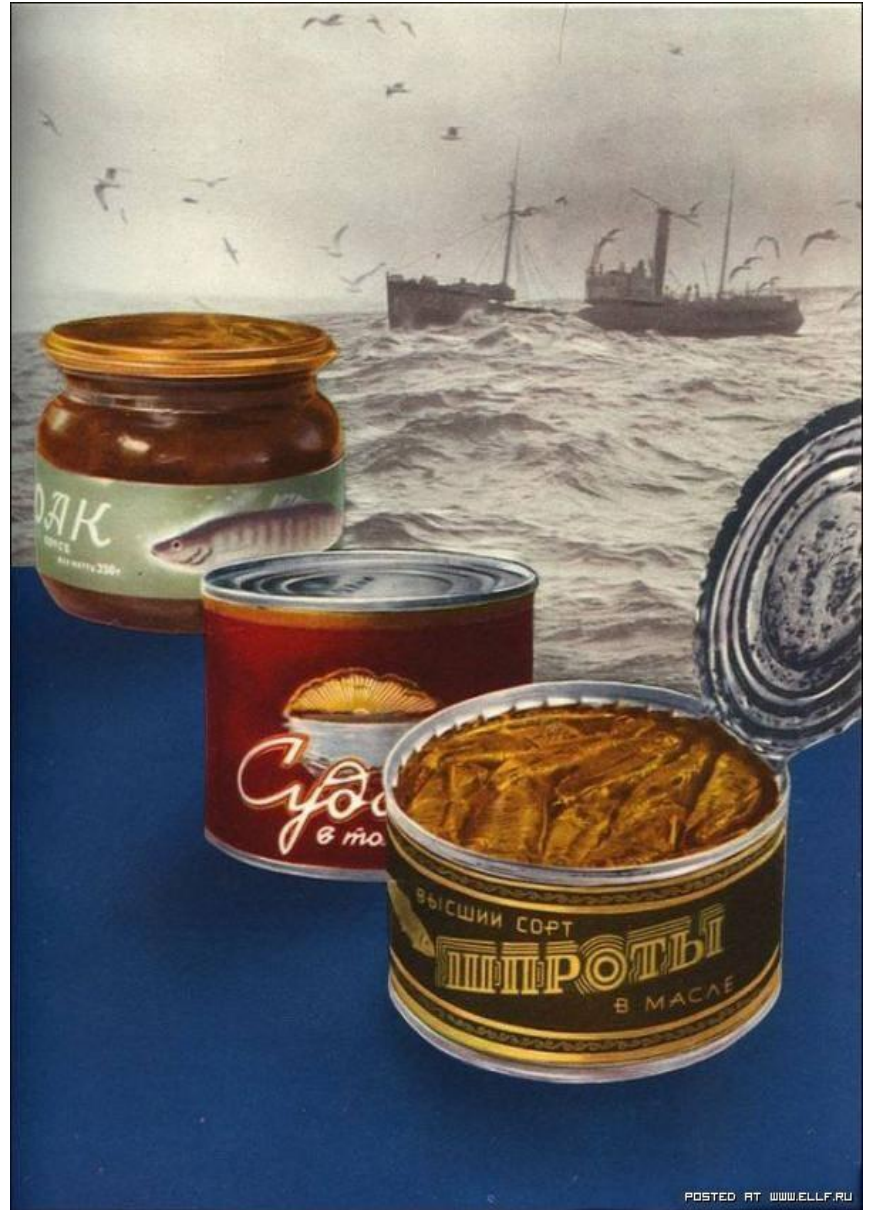
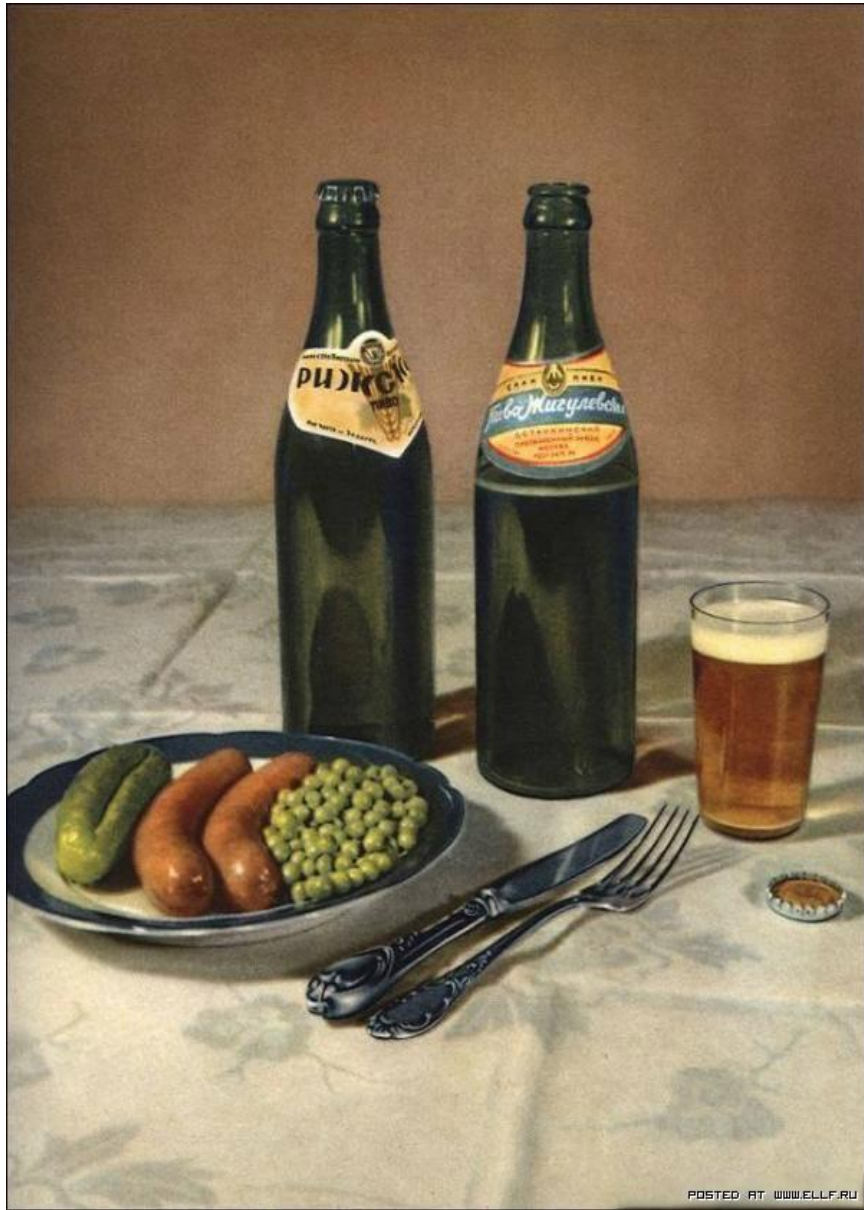
МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР - ГЛАВВИТАМИНПРОМ

# ВИТАМИН

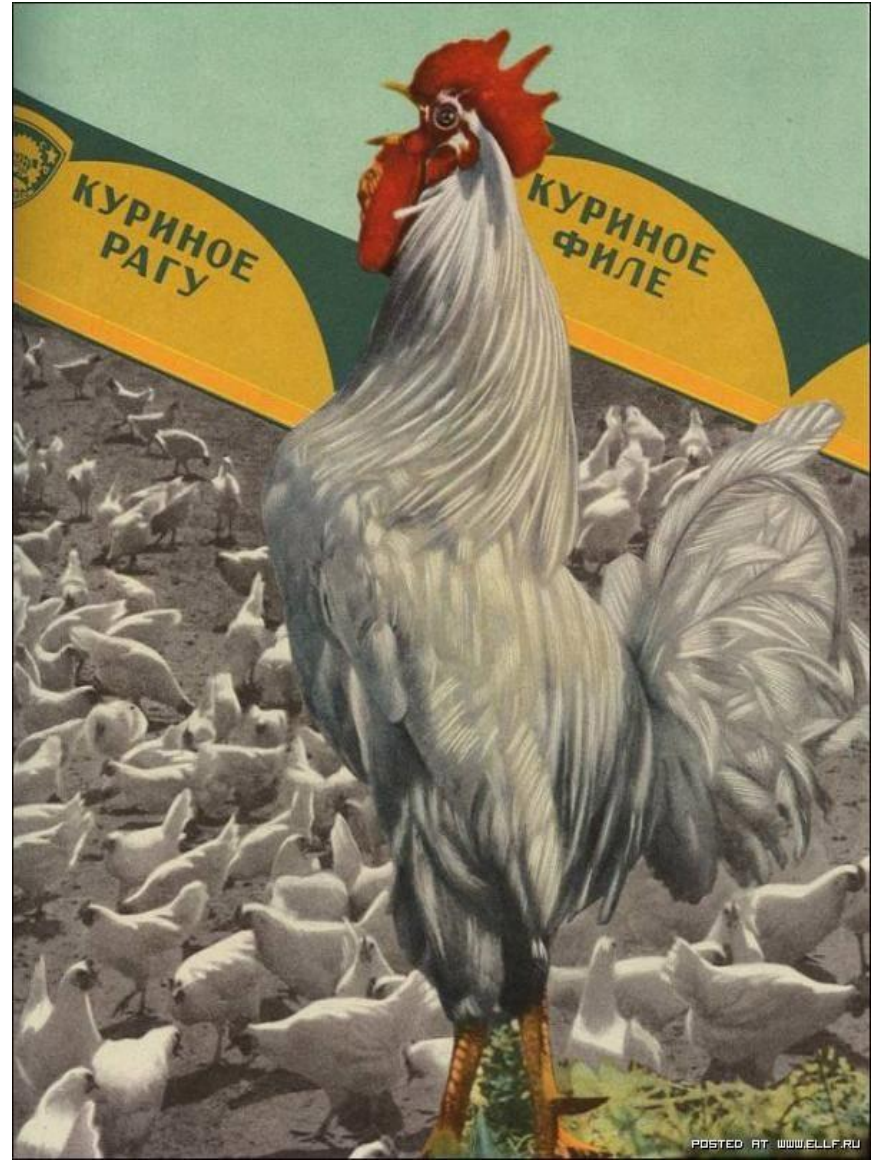
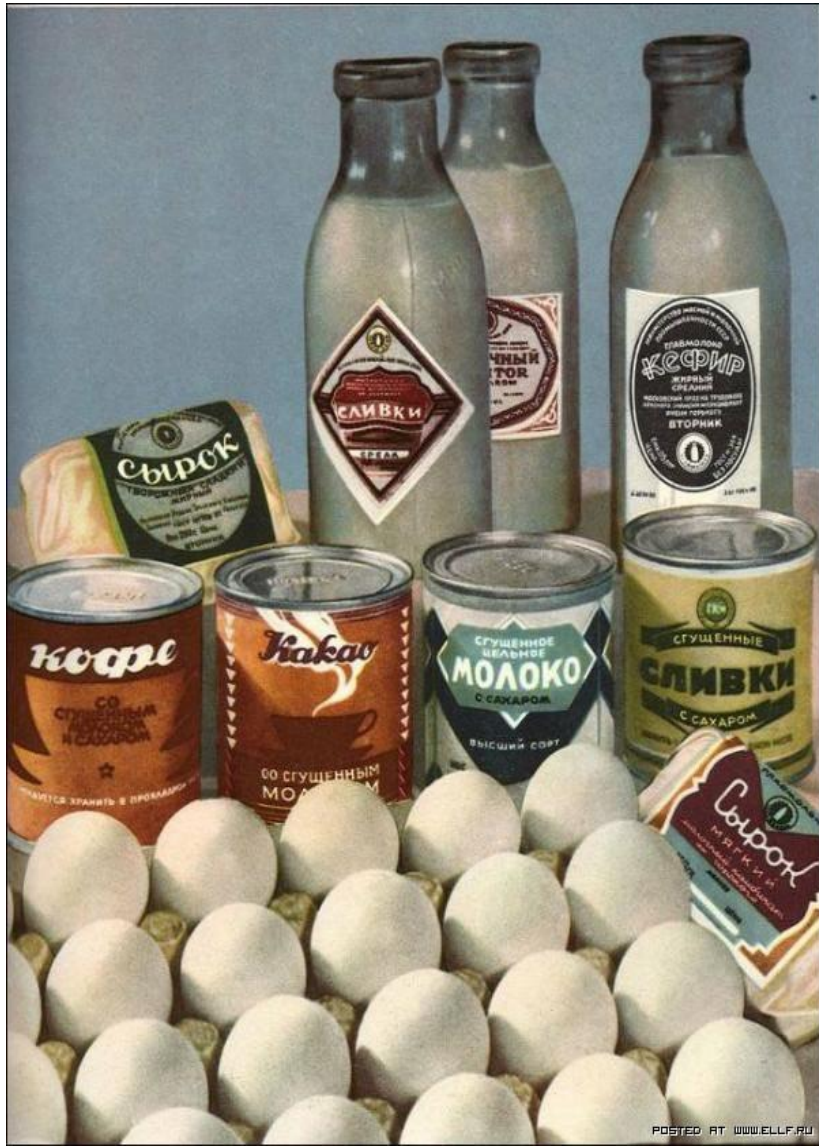


ВИТАМИНЫ ПОМОГАЮТ СТАТЬ  
ЗДОРОВЫМ, СИЛЬНЫМ, ВЫНОСЛИВЫМ.

А. Лавренко











ВОЛГА



VOLGA

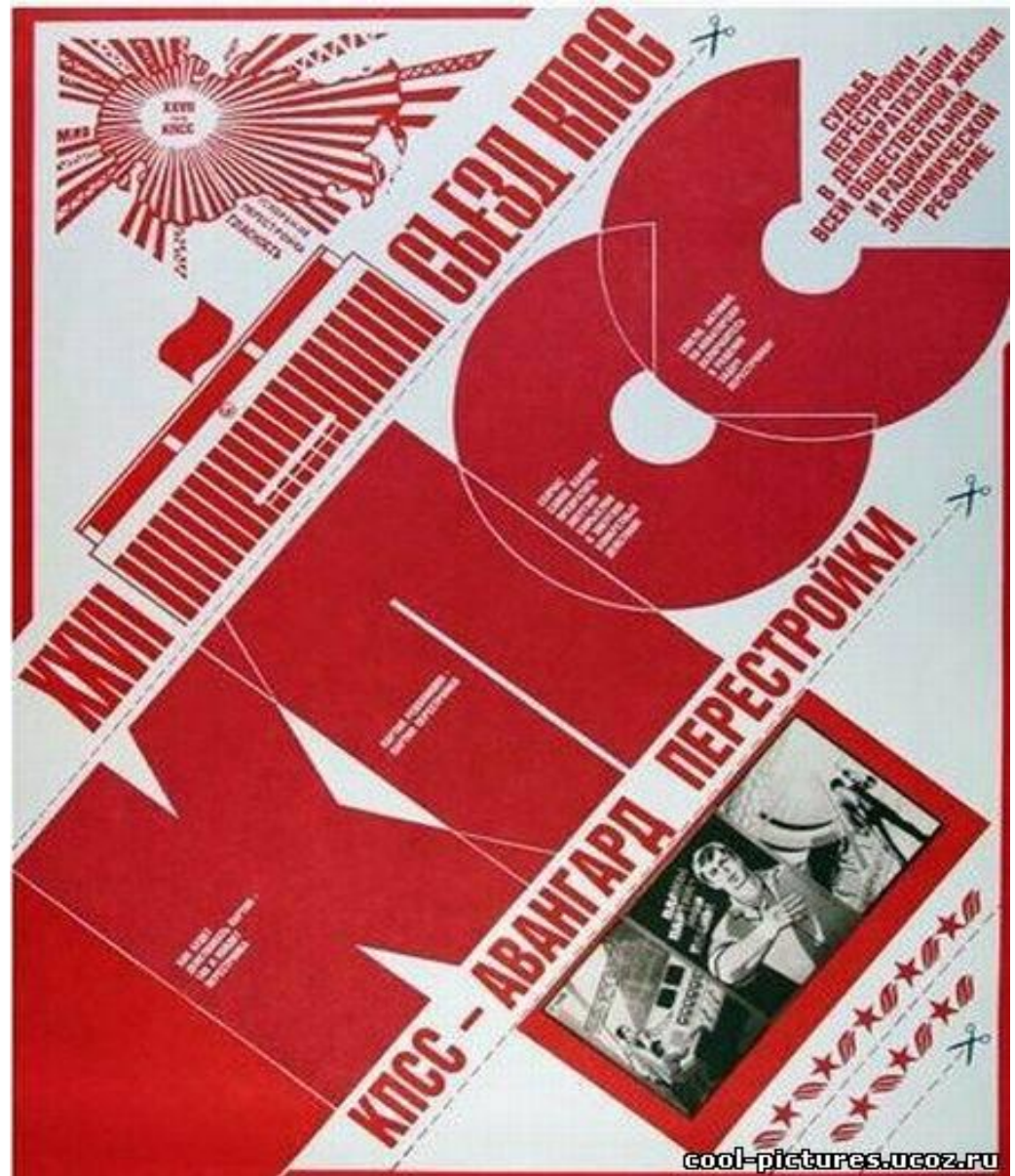
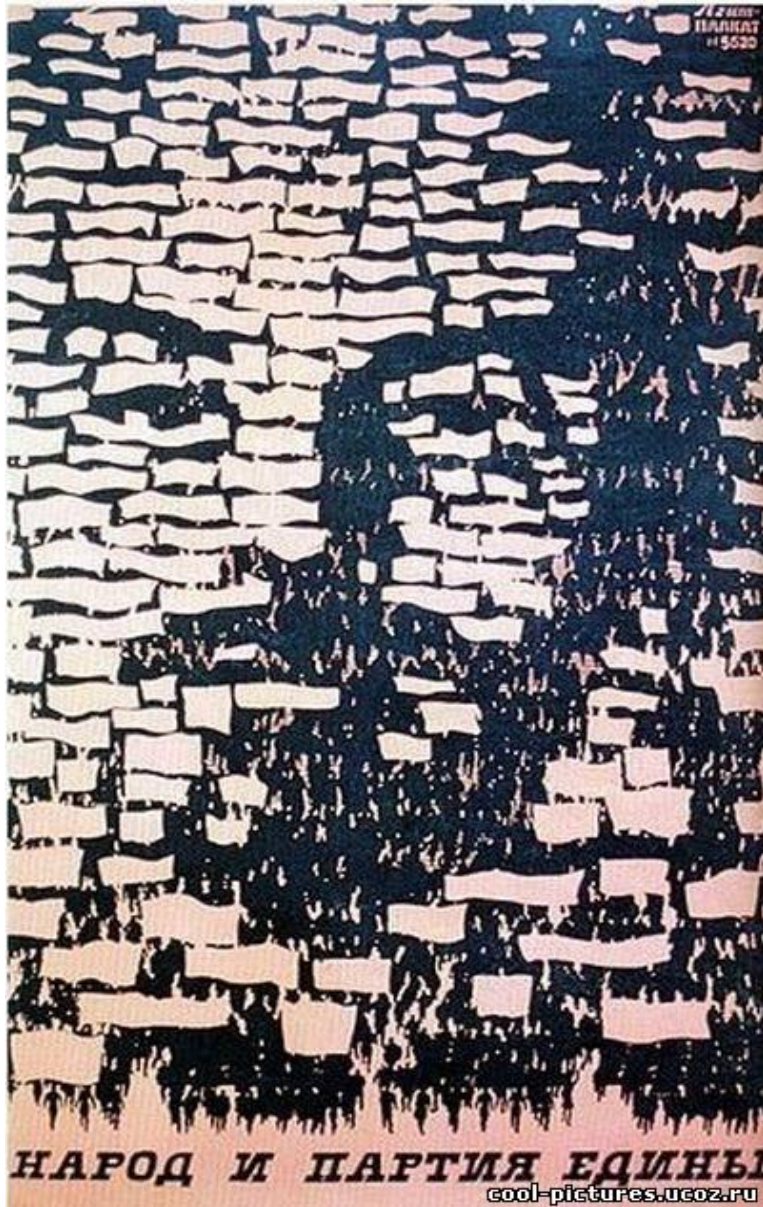
JIG scan-o-matic

## 9. Социальная реклама



Худ. М. Буланов.  
1929 г.

# 10. Партийная идеология



# Маяковский — теоретик рекламы

*«Мы знаем силу агитации... Буржуазия знает силу рекламы. Реклама — это промышленная, торговая агитация.*

*Обычно думают, что рекламировать надо только дрянь — хорошая вещь и так пойдет. Это самое неверное мнение. Реклама — это имя вещи.*

*...Конечно, реклама не исчерпывается объявлениями. Объявления — это простейший вид. Реклама должна быть с разнообразием, выдумкой.*

*...Думайте о рекламе!»*

**В.Маяковский «Агитация и реклама» 1923 г.**

# **В заметках Маяковского описано что такое реклама, зачем она нужна, каковы критерии ее эффективности.**

- Тонко подметил, что важнейшая составляющая рекламы — имидж.
- Указал на необходимость неоднократного воздействия на аудиторию.
- Наконец, подчеркнул, что реклама — это творческая деятельность, искусство, но основанное на мысли, расчете.

# Но прежде всего Маяковский был рекламистом-практиком:

- Чаеуправление, Госиздат, Резинотрест, Мосполиграф — это все государственные предприятия, продукцию которых и продвигали Маяковский с Родченко.
- Папиросы «Араби» производились «Табактрестом».
- Журнал «Огонек» был государственным изданием.



Слово «Моссельпром» прочно ассоциируется с Маяковским. Аббревиатура Моссельпром означала: «Московское губернское объединение предприятий по переработке продуктов сельскохозяйственной промышленности».



Знаменитая,  
благодаря  
Маяковскому и  
немому фильму,  
«Папиросница  
от  
Моссельпрома»



**ПРИЕЗЖИМ** С ДАЧ ИЗ ГОРОДОВ  
И СЕЛ



**НЕЧЕГО  
В ПОИСКАХ  
ТРЕПАТЬ ПОДОШВЫ  
СРАЗУ**

**ВГУМЕ** НАЙДЕШЬ **ВСЕ**

**АККУРАТНО  
БЫСТРО**

**И**  **ДЕШЕВО!**

АВТОМОБИЛЬНЫЙ  
ПРОДУКТ  
ПРОДАЕТСЯ

# Рекламные лозунги В. Маяковского

## Темы:

- *Лишь тогда работать можно,  
если лестница надежна*
- *На работе прячь волосы*
- *Только немедленно начатое  
искусственное дыхание может  
спасти пораженного  
электричеством*

## Лозунги В. Маяковского

- *Работай только  
на прочной лестнице.  
Убьешься, если  
лестница треснется.*
- *На работе волосы  
прячьте лучше:  
от распущенных волос —  
несчастный случай.*
- *Электрический ток —  
рабочего настиг.  
Как от смерти  
рабочего спасти?  
Немедленно  
еще до прихода врача  
надо искусственное  
дыхание начать.*

Плакат из серии  
«Трудовая  
дисциплина»

Стихи В.  
Маяковского, худ. К.  
Ротов. 1930 г.



УВАЖАЕМЫЕ ДЯДИ И ТЕТИ!  
СКАЖИТЕ,  
СДЕЛАЙТЕ ОДОЛЖЕНИЕ:  
ЧЕГО ВЫ  
НОС  
ПОД АВТОБУС СУЕТЕ?!  
ЧЕГО ВЫ ПРЁТЕ  
ПРОТИВ ДВИЖЕНИЯ?!

В. МАЯКОВСКИЙ.



# **3. Реклама в постсоветской России**

- 1 этап — 1991-1994 гг.
- 2 этап — 1994-1998 гг.
- 3 этап — с 1998 г. по н.в.

# 1 этап (1991-1994 гг.)

«Реклама — это искусство»

В рекламе доминировали перешедшие из смежных областей режиссеры, писатели, дизайнеры.

Цель рекламы — создание «красивых» имиджей.

Газетные объявления — «наивный рекламизм», порожденный самовыражением начинающих бизнесменов и художественной самодеятельностью информационных отделов государственных предприятий.

## 2 этап (1994-1998 гг.)

Ориентация на удовлетворение любых запросов рекламодателя — «Чего хочет клиент».

Рекламные полномочия делегированы в отделы и рекламные агентства.

Получили развитие методы планирования и оценки рекламных кампаний, обоснование рекламных бюджетов.

## 3 этап (с 1998 г.)

- упор на формирование символической ценности и мифов о товаре;
- хирургически точная имплантация рекламных сообщений в систему ценностей и внутренний мир потребителя;
- интенсивное развитие отечественных брендов и полная интеграция лучшего мирового опыта в технологии российской рекламы.



## **Литература по теме 3\_1:**

**Ромат Е.В.** Реклама. — Киев-Харьков: НВФ «Студент центр», 1999.

**Савельева О.О.** Советская реклама 20-х годов как средство агитации и пропаганды. — «Человек», №№2-3, 2006 г.

# Лекция 3\_1 завершена

