

# 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.





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».

Товар что вышло из печати и поступает в продажу имеет надпись А. Ф. МАРСА.

# „НЕПОКУПНОЕ“

Известия Н. Н. Попова.

Съ 25 оригинальным рисунками Е. П. Савицкой-Судовской.

Большой роскошный томъ въ 4-ю долю листа въ художественномъ переплетѣ, тисненный золотомъ, серебромъ и красками.

Содержаніе этой новой книги является настолько заманчиво и интересно, что непреодолимо влечетъ къ ней. Дѣйствио ее произведетъ сначала въ Москвѣ, а затѣмъ въ Savannah, въ основѣ которой положены очень славныя школы, выработавшія авторами, какъ въ словесной такъ и въ рисункѣ искусство. Такъ и въ этомъ случаѣ въ Москвѣ и Savannah, художники Холландъ, Лувинъ, де Гейль и Венгеръ. Гармоничность этой книги автора и дополняетъ своею пылкостью, въ высшей степени изящной, иллюстраціей въ 12-ти частяхъ, выполненъ до глубокаго совершенства. Разнообразная матерія, съ роскошными, оригинальными авторами, и изъясненными карбовой принадлежностью иллюстраціи и художественными образами иллюстрируетъ книгу, не только невольно въ читателѣ будитъ чувство глубокаго уваженія къ автору, но и даже придаетъ ей некое личное значеніе.

Приведемъ, художественно воспроизведенныя, иллюстраціи Е. П. Савицкой-Судовской не только служатъ украшеніемъ книги, но и въ высшей степени помогаютъ автору, образу образъ книги, какъ заманчивыя, такъ и выходящія изъ мысли автора, которые служатъ автору въ своей мысли. Подлинныя бумага, черная, красная и желтая краски (въ 4-й доль листа), иллюстраціи 24-хъ листовъ, тиснение красное, серебряное, и золотомъ переплетъ краснаго шпата, разноцветнаго издѣлія.

Цѣна 2 р. 40 к., съ перес. 2 р. 80 к., въ художественномъ переплетѣ — 3 р. съ пересланиемъ — 3 р. 80 к.

Треб. просить адресъ въ контору издатель А. Ф. Марса, СПб., М. Морская, № 22.

**ЮВЕЛИРЪ**

**К. И. БОКЪ**

Бывшій

**С.-ПЕТЕРБУРГЪ. БЮЛЕРЪ. МОСКВА,**

Большая Морская, в. Музейный мостъ, в.

Тренидный выборъ бриллиантовыхъ и рубиновыхъ вещей на россійскій и иностранный рынки. Изготовленъ всевозможные жемчуга: императорской выставки въ Н. Новгородѣ 1896 г., XII международнаго медицинскаго конгресса въ Москвѣ, У фотографической выставки Императорскаго Техническаго общества въ С.-Петербургѣ, 100-лѣтняго юбилея министерства путей сообщенія и мн. др. Покупаются золото и драгоценныя камни.

№ 19093 15-1

**„ОТРОКЪ-МУЧЕНИКЪ“**, Угласило пророку, Известия В. М. Автимова, в 20 рис. изъ текста И. В. Густерова, В. П. Стрелова и С. М. Бича.

Большой роскошный томъ въ 4-ю долю листа въ худож. переплетѣ, тиснениемъ золотомъ и красками.

Цѣна 2 р. 80 к., съ перес. 2 р. 80 к., въ художественномъ переплетѣ, тиснениемъ золотомъ и красками — 3 р., съ пересланиемъ 3 р. 80 к.

Требовать адресовать въ контору издатель А. Ф. Марса, СПб., М. Морская, № 22.

**ГИТАРЫ**

Ирландскія въ 3 р. 75 к. и 5 р. 75 к.  
Для английской въ 4, 5, 7, 10, 15 и 20 руб.  
Для французской въ 25, 30, 40, 50, 75, 100 и 125 руб.

**БАЛАЛАЙКИ**

Для однопольной игры въ 3, 4, 6 и 10 руб.  
Для трехпольной игры въ 6, 9, 14, 18 и 25 руб.

**МАНДОЛИНЫ**

въ 8, 10, 20, 30, 50, 75, 100 и 125 руб.

**ЦИТРЫ** въ 8, 14, 18, 20, 25, 30, 40, 60, 80, 90, 100, 125 и 150 руб.

Но и другие музыкальныя инструменты по изобрѣтеннымъ цѣнамъ. Прислать каталогъ.

**Юлій Генрихъ ЦИММЕРМАНЪ.**

С.-Петербургъ, К. Морская, № 21. Москва, Царицкинъ м. д. Захарьича.

**СЪЕМНАЯ**

**ТОРГОВЛЯ**

**А. Б. МЕЙЕРЪ.**

Москва, Мясницкая, д. Кузнецова.

**СЪЕМНА**

**ЦВѢТЧИННА, ОГОРОДНАЯ И ПОВЕЯНА**

**НАИЛУЧШАГО КАЧЕСТВА**

**И ИСПЫТАННОЙ ВОСКОПЕСТИ,**

**по изобрѣтеннымъ цѣнамъ.**

Иллюстраціи. Выпущены БЕЗПЛАТНО.



**ТОЗАРИШЕСТВО**

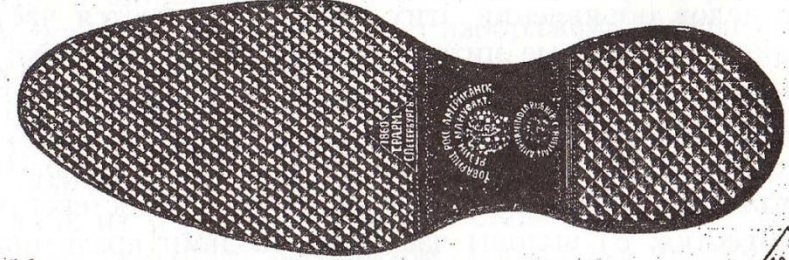
**РОССІЙСКО-АМЕРИКАНСКОЙ РЕЗИНОВОЙ МАПУФАКТУРЫ**

**ВЪ С.-ПЕТЕРБУРГѢ,**

учрежденное въ 1860 году,

просить при покупкѣ **РЕЗИНОВЫХЪ ГАЛОШЪ**

обращать вниманіе на клейма на подошвахъ:



на Государственный гербъ и въ особенности на годъ учрежденія Товарищества „1860“, и на слово „С.-Петербургъ“ въ красномъ треугольничкѣ (фабричное клеймо).



Рекламная  
страница из  
журнала «Нива»,  
1898 год.

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

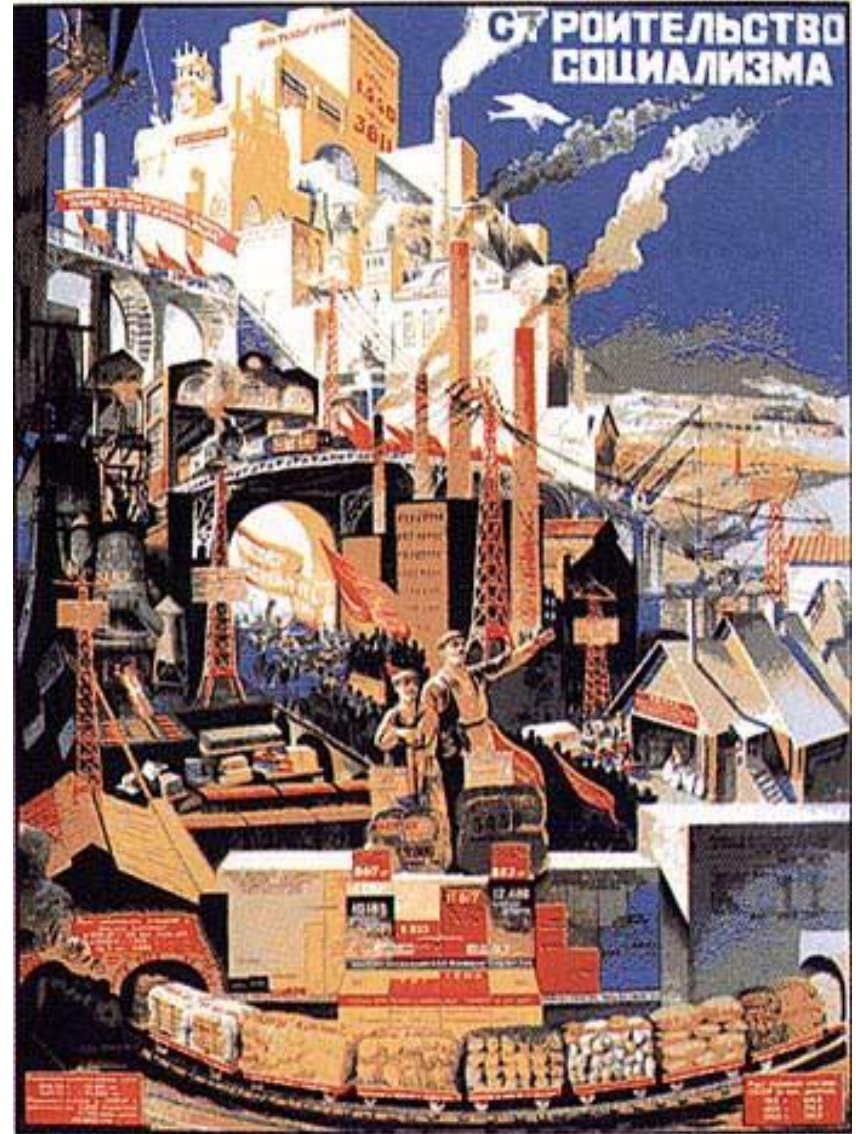


*«Бесконечной вереницей из столицы, с разных фабрик и заводов деревенскому народу день и ночь везут товар. А взамен сапог и ситца вереницей из деревни в города на подводах в три ряда едут мясо, масло, хлеб....»*

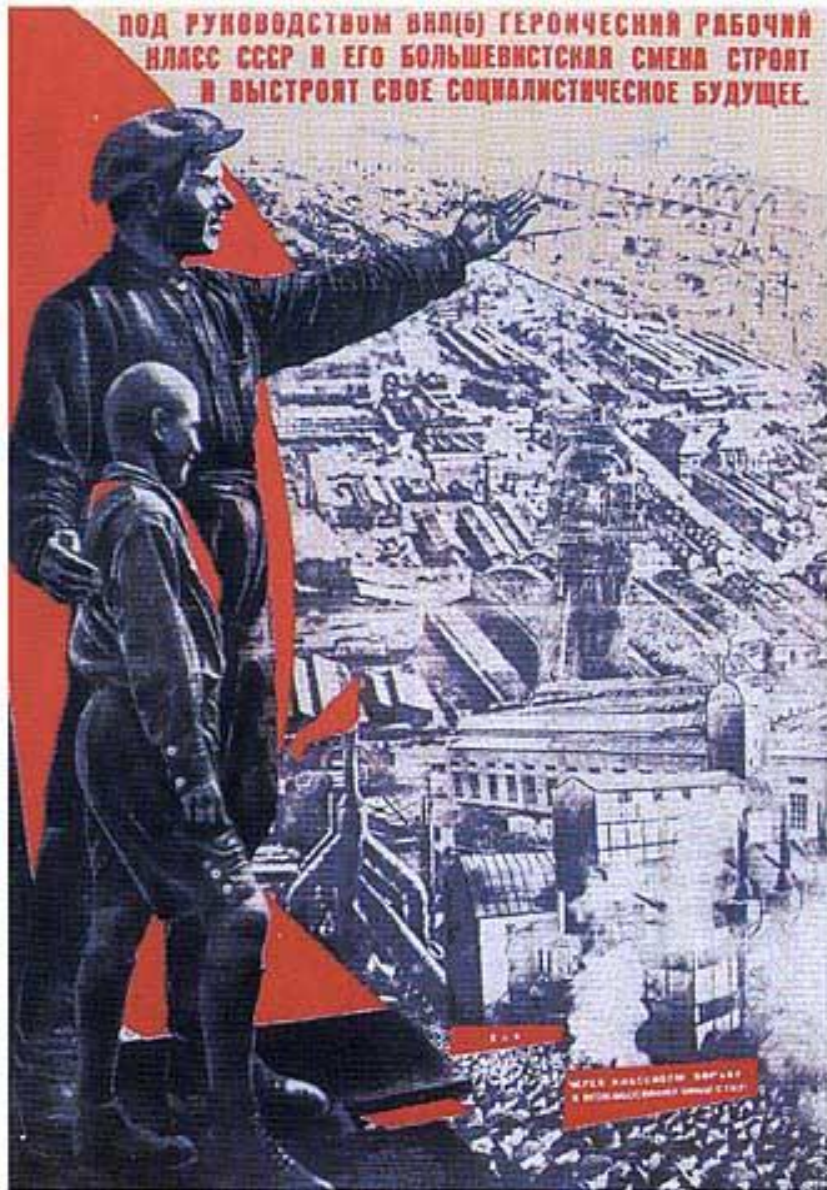
## 2. Индустриализация

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.**



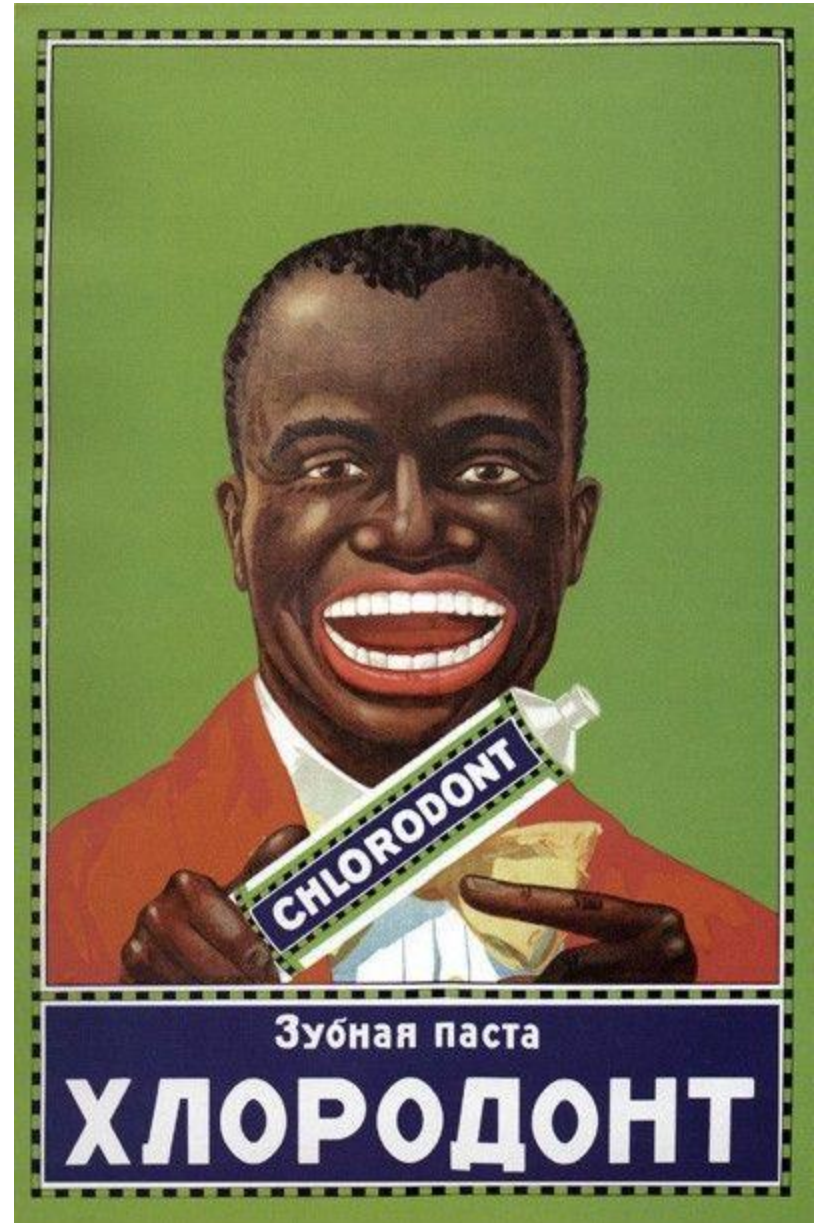
**ИДИ В БАНЮ**



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. В. Рыжов  
Рисунки: А. В. Рыжов  
Восстановил: С. В. Мухомов  
Художественный редактор: В. В. Давыдов

ЦЕНТРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ИЗДАТЕЛЬСТВО  
АВТОМАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ  
M-1444 1937

Л. Давыдов. Проезд с подножки. 1937 г. 2-е изд.  
Тиража 1000 экз. Москва, Издательство ИЛ, 5.



**ВОДИТЕЛЬ! СОБЛЮДАЙ  
ПРАВИЛА ДВИЖЕНИЯ НА ПЕРЕКРЕСТКАХ**

Иллюстрация: В. Смирнов. Фото: А. Смирнов. Дизайн: В. Смирнов. Издательство: М. Смирнов. 1950 г.

***Пешеходы!*** НЕ ПОДВЕРГАЙТЕ  
ОПАСНОСТИ  
СВОЮ ЖИЗНЬ!

An illustration showing a pedestrian crossing a road. A woman in a red jacket and white skirt is walking across the road. A black car is stopped, and a man in a white coat is standing next to it. In the background, a red and yellow bus is visible. The scene is set in a city with buildings and trees.

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

Иллюстрация: В. Смирнов. Фото: А. Смирнов. Дизайн: В. Смирнов. Издательство: М. Смирнов. 1950 г.





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



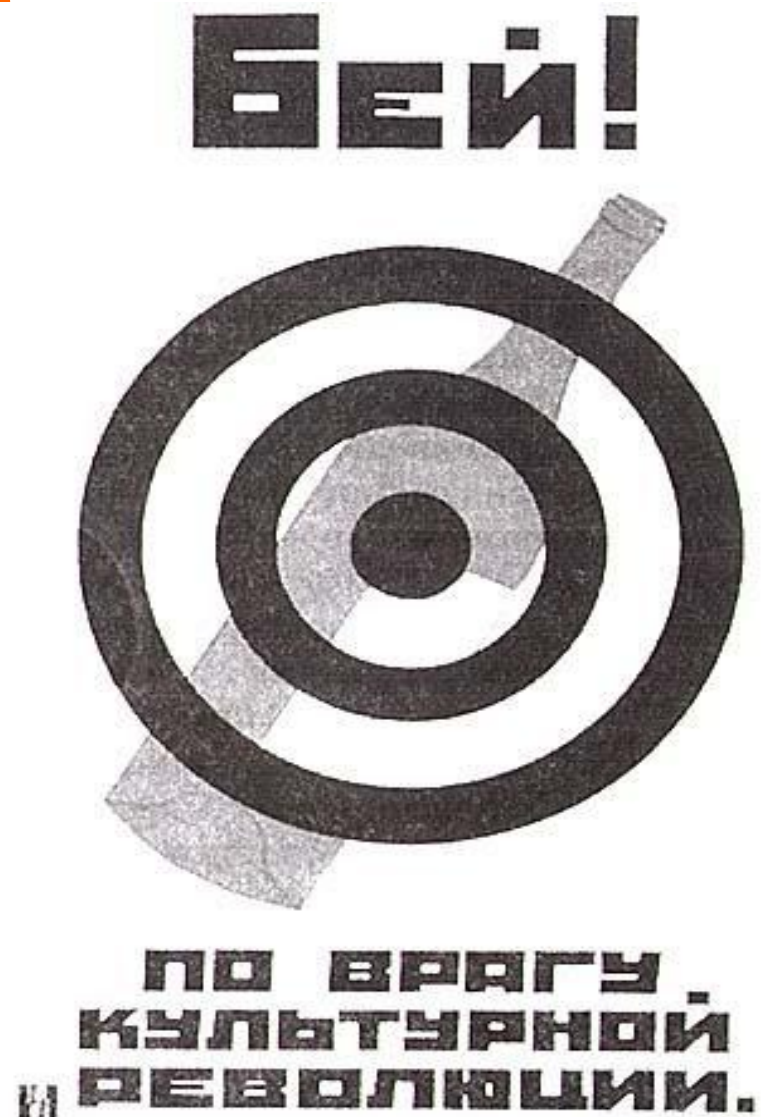
**ВЕДЕТ К ДОРОЖНЫМ ПРОИСШЕСТВИЯМ.**



## 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

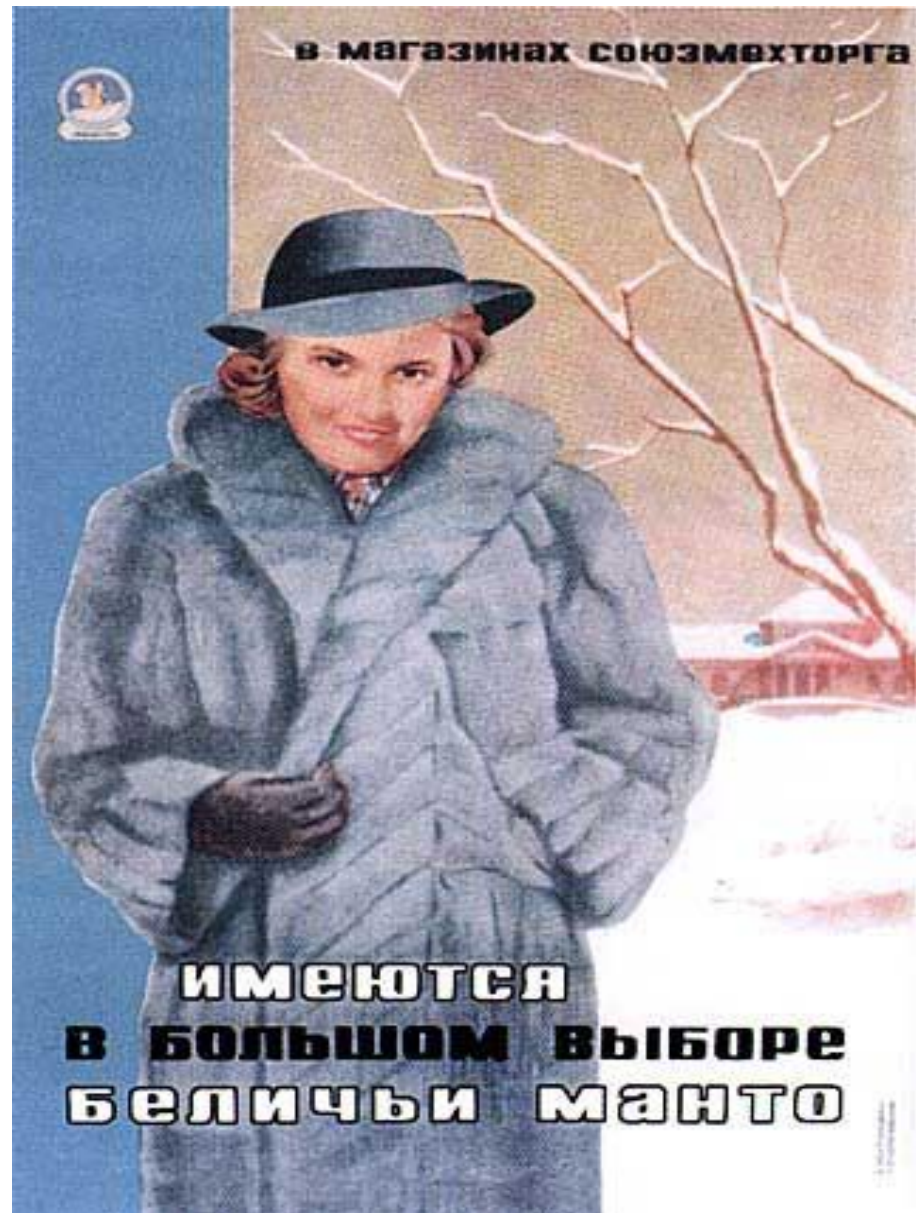


МИНИСТЕРСТВО РЫБНОГО ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР - ГЛАВРЫБСБЫТ





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 универсага: 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

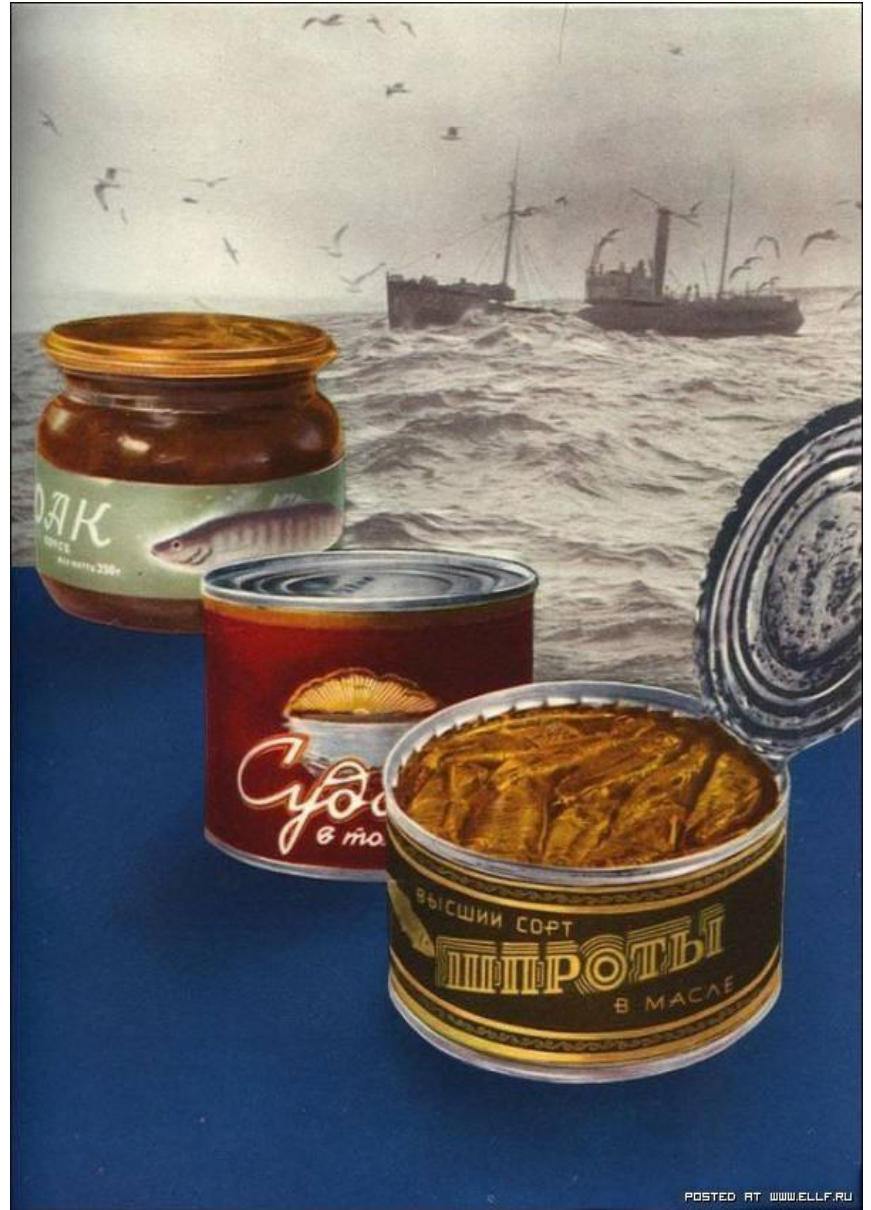
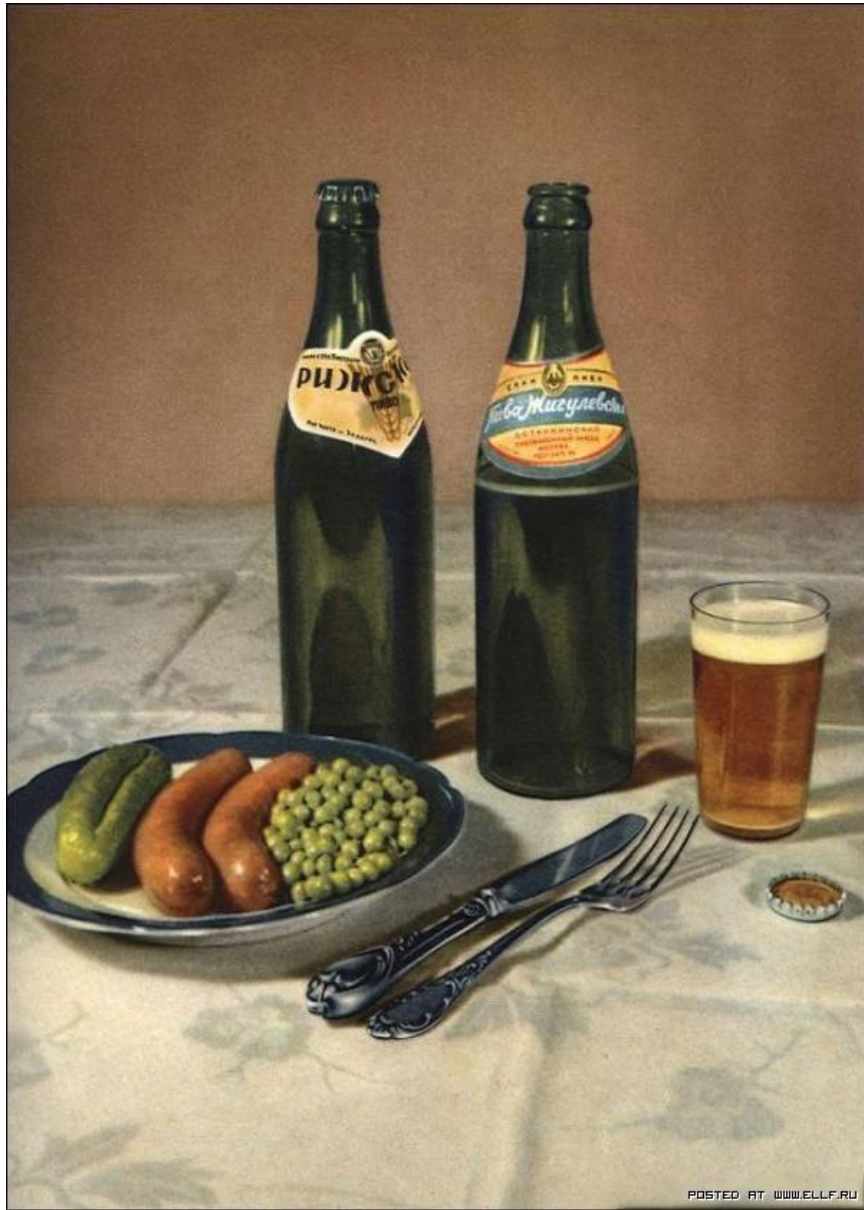
МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР - ГЛАВВИТАМИНПРОМ

ВИТАМИН



ВИТАМИНЫ ПОМОГАЮТ СТАТЬ  
ЗДОРОВЫМ, СИЛЬНЫМ, ВЫНОСЛИВЫМ.







**КУРИ**

**ПАПИРОСЫ**  
**„ПАЧКА“**  
 НИГДЕ КРОМЕ КАК В  
**МОССЕЛЬПРОМ**

Производство: 1950-1955 гг.

**НАРКОПИЩЕПРОМ**  
**ГЛАВКИКЕРВОДКА**  
**СССР**

**СТАРКА**  
 ВОДКА

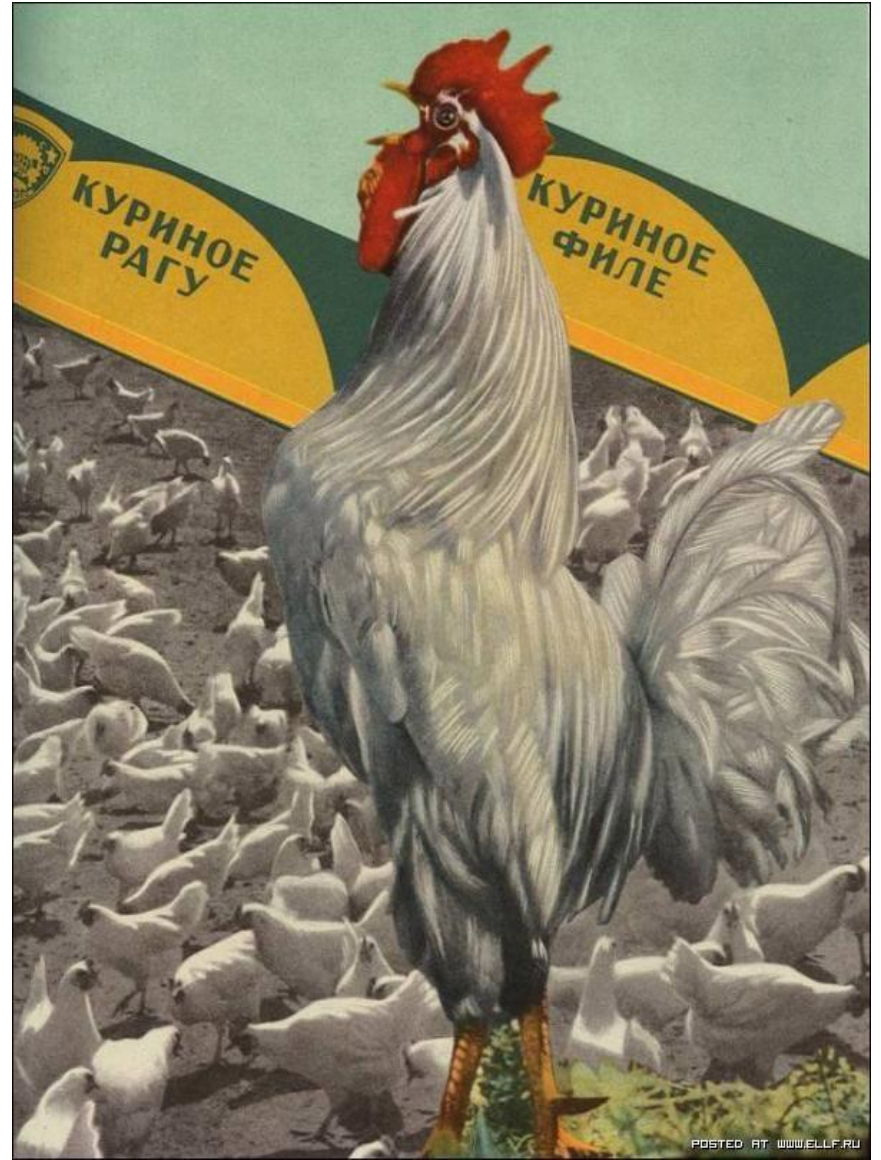
**ВОСТОК**  
 ГОЛЛАНДСКИЙ

**ЗУБОВКА**

**Горькие Настояйки**

Восстановление № 7 1960. Тираж 10000 экз. Издание „ГОРЬКИЕ НАСТОЯЙКИ“ 1950 г. Тираж 1000 экз. ЛАТ









ВОЛГА



VOLGA

JIG scan-o-matic



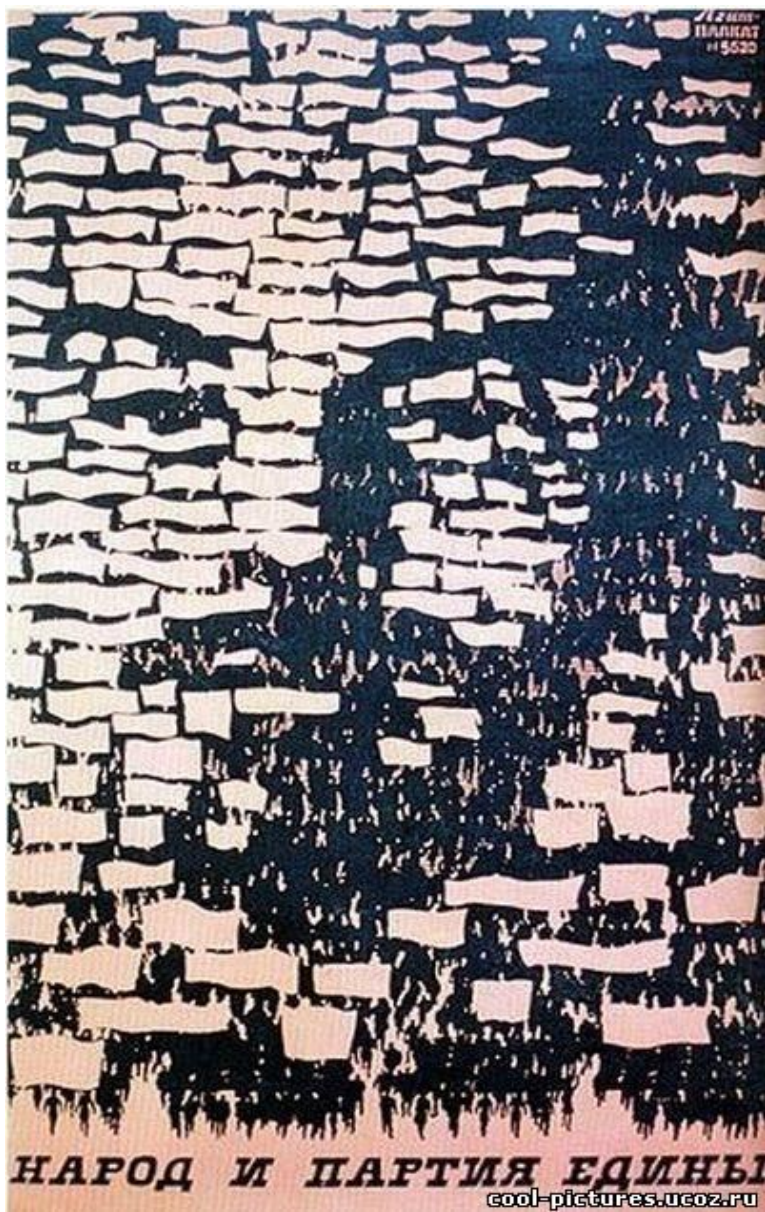
## 9. Социальная реклама



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** **ВСЕ**  
**НАЙДЕШЬ**

**АККУРАТНО**  
**БЫСТРО**

**И** **ДЕШЕВО!**



ГУМ - РЕГИСТРИРОВАННЫЙ  
ТМ И СТИЛЬ ДИЗАЙНА  
ПРОДУКЦИИ



# 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

