

Тема

**ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ
И РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ**

Рассматриваемые этапы

- Античная реклама
- Реклама в Средние века
- Западноевропейская реклама XVII-XIX вв.
- Протореклама в Древней Руси
- Российская реклама в XV-XVIII вв.
- Российская реклама XIX в.

Первой рекламой в письменном виде считают хранящийся в Лондоне египетский папирус, где сообщается о продаже раба

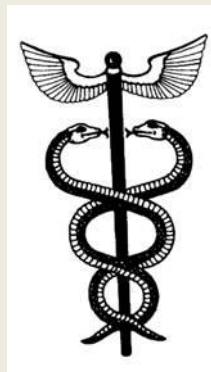


Античная реклама

Глашатай – это не просто определённое физическое лицо, так называли тех, кто занимался рекламой профессионально, т. е. не от своего имени, а от имени клиента.

Преобладала *устная* форма рекламы, и глашатаи обычно считались профессионалами достаточно высокой степени.

Кадуцей Меркурия



Изобразительная символизация

Четыре группы изображений:

- 1) различные предметы, например, треножник, молоток, алебарда;
- 2) растения: ветки, венки, цветы;
- 3) животные, например, бык, слон, собака, конь, лев;
- 4) изображения божеств в человеческом облике.

Текстовая реклама в античности

- Граффити
- Афиши

Вывески в античности

три варианта вывесок:

- первый вариант (если все изложить в исторической последовательности) – это предметно-символьный образ, т. е. рядом с заведением помещался какой-то предмет, напоминающий о той деятельности, которой оно занималось.
- рельефные, барельефные,
- текстовые вывески.

Средневековая реклама

- Конфессиональная реклама
- Устная реклама (глашатаи и герольды)
- Фольклорные виды устной рекламы («крики улиц»)
- Цеховая и торговая эмблематика
- Плакатные формы
- Вывески
- Сиквес (объявление)
- Рукописный каталог

Вывеска



Средневековая реклама

С появлением книгопечатания (1445 г.)
новые рекламные средства:

Летучий печатный листок

Печатный каталог

Проспект

Прейскурант

Печатная афиша

Типографские эмблемы

Появление журналистики в XVII в.

- Периодическая печать (одновременно в Германии, Франции и Англии)
- Информационные бюро (первое упоминание – Венеция, 1530 г., первый патент в XVII в., Теофраст Ренодо – европейский отец рекламы)

Первые рекламные кампании

- В XVII в. Англия является «владычицей морей», и в Европе распространяются многие колониальные товары. Такие напитки, как чай, кофе, какао – это прямое следствие эпохи великих географических открытий. В результате в Англии возникает настоящий бум по торговле заморскими товарами. Ожесточается конкуренция между торговыми компаниями, и поэтому они нуждаются в популяризирующей их рекламе.
- Эти рекламные объявления, рекламные статьи публикуются в рекламном журнале, «Republic Advisor» изданном в 1657 г. (первый выпуск). В этом журнале публикуются в основном объявления о продаже заморских товаров и их целебности, в частности, целебности кофе. Одновременно коммерсанты запускают летучие листки, расписывающие жизненную необходимость новых напитков, поэтому можно сказать, что в Лондоне в середине XVII в. начинаются первые *рекламные кампании*.

- В XVIII–XIX вв. в Европе появляются многочисленные рекламные новации. Например, образуются *малые рекламные средства*, такие как вкладыши, открытки, рекламные меню, пригласительные билеты, этикетки, театральные и цирковые программки и т. д. Развивается иллюстрированная реклама в прессе, когда в XIX в. начинают активно использоваться иллюстрации ради привлекательности рекламных текстов. Сначала появляются малоформатные иллюстрации, затем – более крупноформатные. Это происходит путем освоения опыта гравированных летучих листков, особенно через журнальные иллюстрации. Кроме того, на улицах английских городов появляются так называемые «люди-сэндвичи»: в английской столице появляются передвижные рекламные установки, которые двигают люди.

Новые рекламные формы

- в Англии были изобретены **афишные тумбы**, однако французское правительство гораздо оперативней, чем в Англии, нашло им применение. Стремясь к упорядочению уличной рекламы, оно стало широко использовать афишные тумбы. То же самое относится и к **витринам**. Впервые витрины были изобретены в Англии, опередив континентальную Европу

Выводы

Не все страны Западной Европы в равной мере являются активными участниками рекламного процесса. И этому объяснение мы находим в истории каждой из стран. Например, Великобритания держала первенство по торговле и, следовательно, по рекламе колониальных товаров, будучи в то время владычицей морей. Франция пережила революцию 1789–1793 гг., и поэтому на определенный период выпала из общего русла западноевропейской рекламы. Германия несколько задерживала рекламный процесс, так как в ней оставались элементы феодальных отношений. Но в целом к концу XIX в. все страны в той или иной степени активно развивали рекламную деятельность. Несмотря на то, что изобретались новые рекламные средства в какой-либо одной стране, позднее они начинали широко применяться и в остальных странах.

История отечественной рекламы

Протореклама на Руси:

- Клейма
- Глашатаи-вестники
- Фольклорная устная реклама
- Уличные разносчики и коробейники
- Лубок
- Живописная вывеска

Лубок



Конклюзия

Конклюзия – это комплекс гравированного изображения и текста приглашения либо на диспуты, либо на придворные праздники. В некоторых конклюзиях подробно излагалась программа предстоящего события. Впоследствии конклюзии разделились на три самостоятельных жанра:

- зрелищную афишу,
- театральную программку
- пригласительный билет.

Появление прессы в России

В XVII в. издавалась только рукописная газета «Куранты», которой пользовался монарх и его приближенные. Можно сказать, что это не являлось газетой в собственном смысле этого слова, а только предвестником газет, так как ни о каком тираже говорить не приходилось. По некоторым сведениям, «Куранты» «издавались» только в двух экземплярах.

Первая газета – «Ведомости», 1703 г.



Печатная реклама

В XVIII в. россияне получили две другие газеты: «Санкт-Петербургские ведомости» и «Московские ведомости». Начинается практика коммерческих объявлений, помещаемых под рубриками «Продажи», «Подряды», «Отъезжающие». С увеличением числа объявлений они выделились в специальное приложение «Суплемент», и в середине XVIII в. по объему «Суплемент» сравнялся с основной частью газеты. Помещались объявления о продаже различного рода товаров, а также крепостных с указанием их достоинств и цен.

Печатная реклама

- В 30-х и 60-х гг. XIX в. характер издания русских газет меняется. Появляются такие издания, как «Московский телеграф» Полевого, «Северная пчела» Булгарина и Греча, ряд других изданий. С этой поры начинается такое явление, как коммерциализация прессы.
- В 30–50–гг. XIX в. также появляются частные специализированные издания – газеты и журналы. Например, еженедельники «Купец», «Журнал для акционеров» и газета «Посредник промышленности и торговли».

Печатная реклама

- В середине 60-х гг., после отмены крепостного права, начинается новый этап в развитии отечественной рекламы. В 1865 г. выходит правительственный указ «Временные правила о печати», который давал существенные свободы для развития частного газетного предпринимательства. Самым важным моментом была отмена государственной монополии на публикацию частных объявлений. Естественно, что цензура оставалась и здесь, как и меры наказания для неблагонадежных. Но, во всяком случае, реклама в средствах массовой информации переживает новый этап в своем развитии. Газетный раздел «Объявления» становится легальным и содержит подробные сведения об условиях публикации и адресах приемных пунктов, что очень важно для развития рекламного бизнеса. Такой газетой была газета «Голос» Краевского – это первое массовое российское издание.

Печатная реклама

Ближе к концу XIX в. в российской экономика переживает бурный расцвет капитализма. В это же время достигает пределов и рекламная деятельность по своему объему.

Как правило, реклама занимает от 1/3 полосы до полной полосы. Реклама дает огромные доходы тем, кто её печатает, доходы от публикации объявлений в газетах составляют от 70 тыс. рублей до 500 тыс. рублей, в зависимости от имиджа газеты и её солидности.





ВСЕМІРНАЯ ПОБѢДА!

ПЕРВАЯ СЪЗДАНА ШКОТОМЪ ЛУЧШАЯ И ВЪ МІРѢ

АМЕРИКАНСКАЯ ПИШУЩАЯ МАШИНА

УНДЕРВУДЪ



ВЫСШІЯ НАГРАДЫ НА ВСѢХЪ ВЫСТАВКАХЪ

ЗА ВЫДАЮЩИЕСЯ КАЧЕСТВА И ПРОЧНОСТЬ ПАТЕНТОВАННАГО МЕХАНИЗМА

Главный Представитель  для всей России и нѣмн

Г. ГЕРЛЯХЪ

ПЕТЕРБУРГЪ • ВАРШАВА • МОСКВА

ПРЕДСТАВИТЕЛИ ВО ВСѢХЪ ВАЖНѢЙШИХЪ ГОРОДАХЪ

КУРИТЕ ЛУЧШІЯ ПАПИРОСЫ!

ФАБРИКА
"ДУКАТЪ"

ВЪ МОСКВѢ.



YAPLAKAL.COM



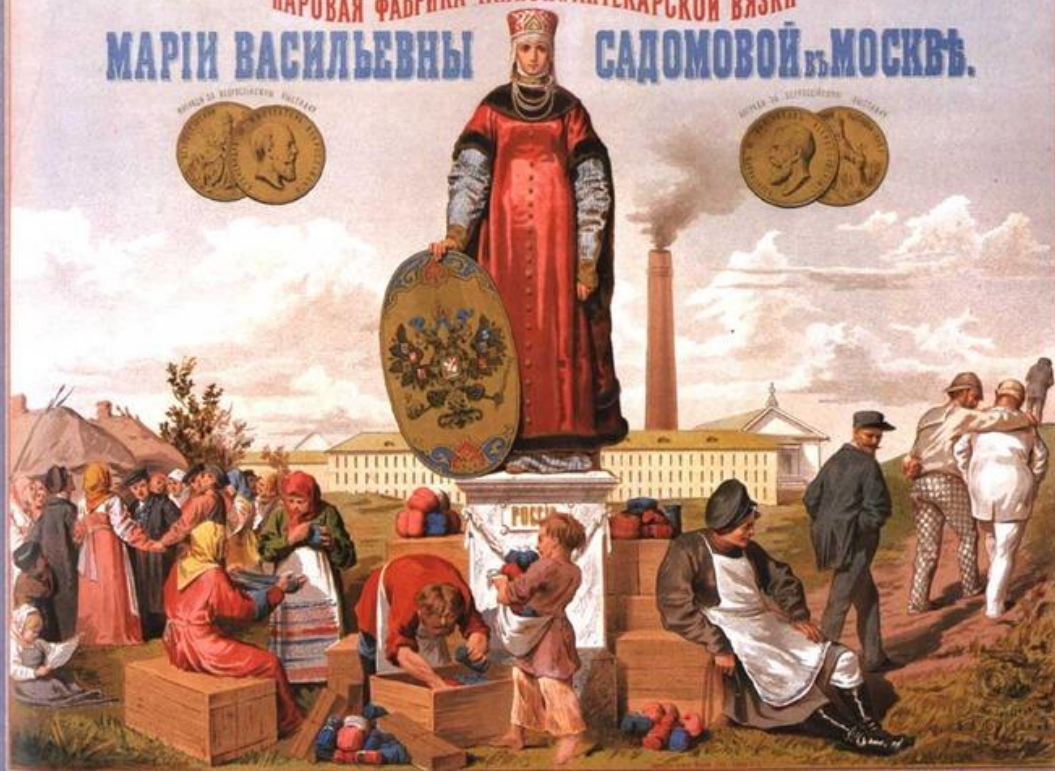
23. Неизвестный художник
Страховое общество «Россия»... 1903



ЗАВОДЫ ЗЕМЛЕДЕЛЬЧЕСКИХЪ МАШИИЪ И ОРУДИЙ
АКЦ. ОБЩ. **ДЖОНЪ ГРІЕВЪЗЪ И К^о**
БЕРДЯНСКЪ.



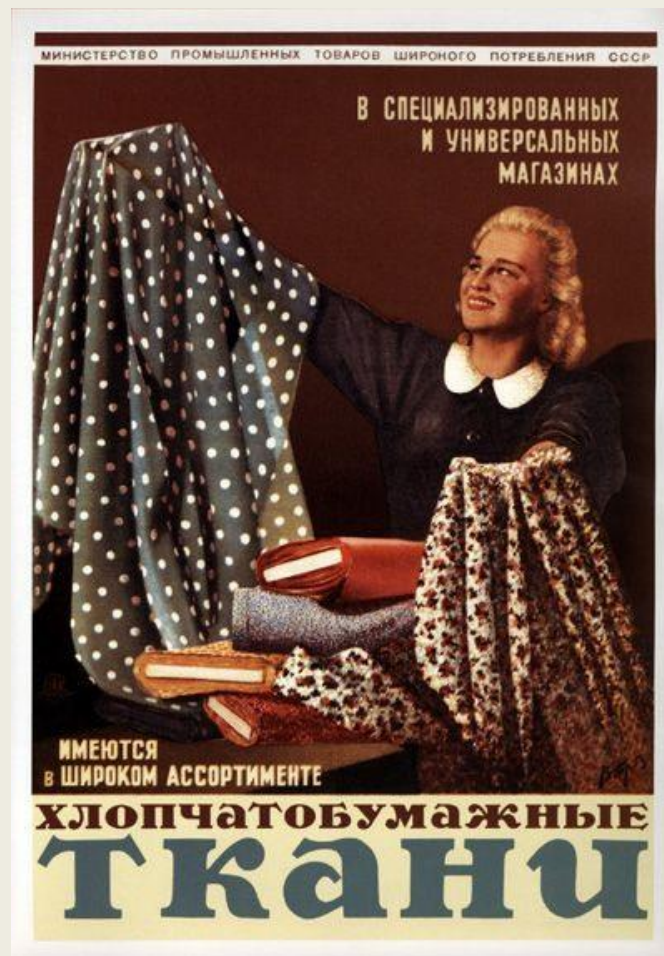
ПЕРВАЯ РУССКАЯ ФАБРИКА ВЯЗАЛЬНОЙ И ВЫШИВАЛЬНОЙ БУМАГИ
ПАРОВАЯ ФАБРИКА ЧАЙНОЙ И АПТЕКАРСКОЙ ВЯЗКИ
МАРИИ ВАСИЛЬЕВНЫ САДОМОВОЙЪ ВЪ МОСКВѢ.



Выводы

- Таким образом, к началу XX в. все традиционные виды рекламы (рекламные средства) переживали свой расцвет. Двадцатый в. открыл новые возможности (фоторекламу, кинорекламу и т. д.), но это уже за пределами данного материала, так как тесно связано с научно-техническим прогрессом и развитием маркетинга, появившегося в мире именно в начале XX в.

Советская реклама



Советская реклама

ПОКУПАЙТЕ
в личное пользование автомобили
Москвич
с четырёх дверным кузовом



в специализированных
магазинах Министерства
автомобильной
и тракторной
промышленности СССР

Советская реклама



Советская реклама



Советская реклама



Советская реклама



Ретрореклама

30/-

"Good Day Sir."

"Good day Oscar. Fanny and I have downloaded your latest blog on our new Nokia and we both agree it is most interesting!"

Used by her Majesty Queen Victoria

MR. NOKIA'S
Patent Mobile Telephonic Communicator
& Typographic Messenger
with Box-Brownie J-Peg Maker & MP3 Gramophone.

The future is bright. The future is sepia.

1000.com

Ретрореклама



Want to make her happy?

**IBM THINKPAD T22 900MHZ
PENTIUM III LAPTOP**

creativng.net

Ретрореклама

Beauty. Brains. And now more brawn.

RUNNING AT SPEEDS UP TO 3.06GHZ

Makes ordering groceries, farm supplies, and organizing, a breeze

iMAC by **APPLE**
MACINTOSH

creativiving.net

Ретрореклама



Ретрореклама

