

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

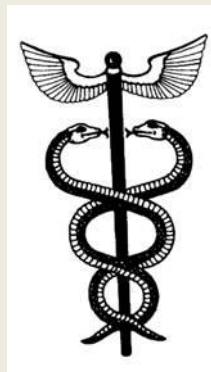


Античная реклама

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 «Супplement», и в середине XVIII в. по объему «Супplement» 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 экономике 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.





ВСЕМІРНА ПОБѢДА!



ПЕРВАЯ СЪЗДАНА ШКОТОМЪ ЛУЧШАЯ И ВЪ МІРѢ

АМЕРИКАНСКАЯ ПИШУЩАЯ МАШИНА

УНДЕРВУДЪ



ВЫСШІЯ НАГРАДЫ НА ВСѢХЪ ВЫСТАВКАХЪ

ЗА ВЫДАЮЩИЕСЯ КАЧЕСТВА И ПРОЧНОСТЬ ПАТЕНТОВАННОГО 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



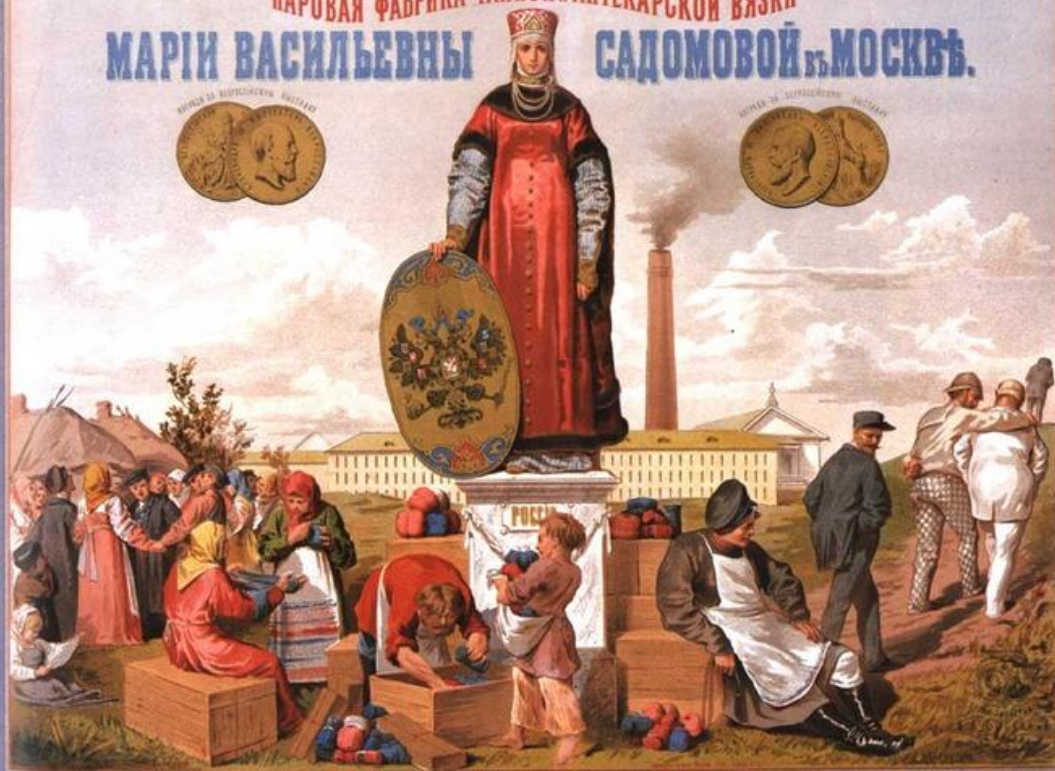
23. Неизвестный художник
Страховое общество «Россия»... 1903



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



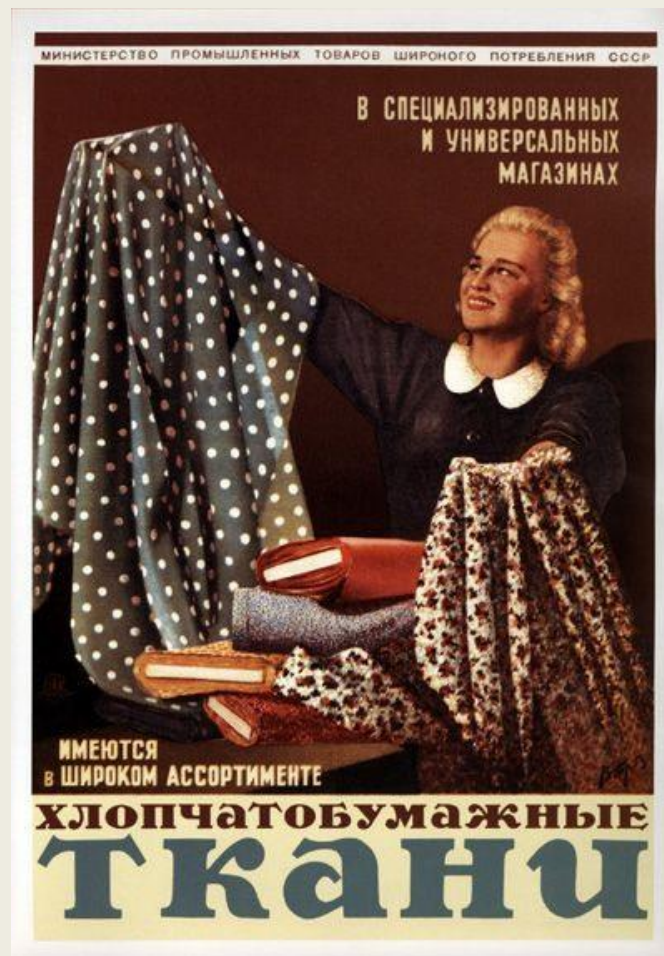
ПЕРВАЯ РУССКАЯ ФАБРИКА ВЯЗАЛЬНОЙ И ВЫШИВАЛЬНОЙ БУМАГИ
ПАРОВАЯ ФАБРИКА ЧАЙНОЙ И АПТЕКАРСКОЙ ВЯЗКИ
МАРИИ ВАСИЛЬЕВНЫ САДОМОВОЙЪ ВЪ МОСКВѢ.



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



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



Ретрореклама

