



**ПРЕДПОСЫЛКИ  
ВОЗНИКНОВЕНИЯ РЕКЛАМЫ**



- «Реклама- это не просто рекламное объявление само по себе, это часть нашего общества, социальное явление, которое оказывает влияние на стиль нашей жизни и, в свою очередь, зависит от него».




# Устная реклама

---

Первой формой проторекламы, естественно, была устная реклама, зародившаяся еще до распространения письменности. В ходе общения люди передавали определенные сведения, которые могли выполнять и рекламные функции.

Позже, в античные времена профессиональными распространителями таких сведений стали городские глашатаи, которые помимо оглашения административной, политической и деловой информации выполняли и роль распространителей сведений коммерческого и рекламного характера (песни).

---



# Предметно-изобразительная реклама в Античности

---

Истоки изобразительной рекламы тесно связаны с освоением человечеством орнамента, рисунка, скульптуры.

В Древнем Египте, Греции и Древнем Риме имела место практика расписывания стен, резьбы по камню, дереву и кости рекламными сообщениями о зрелищных мероприятиях, достоинствах товаров и т.д.



---

В городе Мемфис был обнаружен один из наиболее древних образцов наружной рекламы- каменный столбик, примерно III века до нашей эры, с высеченной надписью:

«Я, Рино, с острова Крит, по воле богов, толкую сновидения».



# Средневековье

---

В XI-XII веках в европейских странах появляются так называемые «герольды», которые при дворах королей и крупных феодалов выполняли функции доведения до подданных их указов, роль распорядителей на торжествах и рыцарских турнирах, а также занимались составлением родословий, летописных материалов и др.



---

К фольклорным разновидностям устной рекламы в средневековый период можно отнести:

- «Крики улиц» - сообщения бродячих торговцев, ремесленников, фокусников, акробатов и других о различных товарах и услугах.
- Сообщения зазывал.

В средние века получает значительное развитие наружная реклама. Сильно активизируется религиозная реклама, что обусловлено существенным усилением и закреплении основных ветвей религии в различных странах мира. Появляются предшественники современного плакатного жанра в виде гравюры.



# Прорыв

Революционным событием стало изобретение Иоганном Гуттенбергом в 1445г. печатного станка, которое подготовило предпосылки для возникновения различных видов печатной рекламы. Следует иметь в виду, что изобретенный в Китае наборный способ воспроизведения иероглифов известен с XI века, однако он не произвел того взрывного эффекта, который произошел в Европе благодаря изобретению И. Гуттенберга. В этот же период появляются такие новые виды рекламной продукции, как печатное объявление, каталог, проспект, прейскурант, «летучий листок» и афиша.





# Возникновение рекламной индустрии

Появлению первых газет предшествовало появление новых специфических профессий - английских “newsmens”, французских “нувеллистов”, итальянских “новелланти” и «газеттанти», то есть сборщиков, переписчиков и разносчиков новостей.

В обиходный язык слово «газета» вошло с 1631 года, когда Теофраст Ренодо (1586-1653) создал французскую «La Gazette», переименованную в 1762 году в «Gazette de France», которая просуществовала до 1914 года.

В 1625 г. появляется первая реклама в английской газете, в 1704 г. - первая рекламная газета «Бостон Ньюслеттер», в 1783 г. - первая американская ежедневная рекламная газета и в 1887 г. первая журнальная реклама.

В России первая печатная реклама была при Петре I в газете «Ведомости».

САНКТЪ ПЕТЕРЗБУРХЪ,



В Ъ ДОМОСТИ.

Полученные Сего Іюня въ 28 день, 1711.  
Изъ ЛЛгару изъ волоской земли,  
изъ заднеспра за мілю, 31 дня  
маія.

Его Царское Величество Изволѣлъ  
сюда прїишши изъ яворова 22 дня,  
шогожъ маія, которого дня и  
королев-

N<sup>o</sup>. XXI. ( 75 ) ( 1778. )

GAZETTE  
LITTE RAIRE,  
Pour la Ville & District de MONTREAL.

MERCREDI, 21 OCTOBRE.

PRESSE.  
*De la liberté de la Presse.*  
L'ADMIRATEUR.

Pourquoi ne voulez-vous pas qu'on écrive en paix tout ce qu'on voudra? L'homme que vous soudez gêner, fait plaisir à Libéraire. Sa collection annuelle n'est à l'égalé pendant ce mois qu'une papeterie. Si *Libéraire générale* le n'est, en occupe dix. Que ferions-nous de nos chiffrons, s'il n'y avait pas de bons Ecrivains qui les fissent valoir?

LE CENSEUR.

Je n'ai prétendu gêner que les ennemis du Christianisme & de l'Etat; que les autres écrivent en paix, fassent valoir les droits de la raison, sans violer ceux de la Religion, plus de plus juste; mais parce que vous ferez embarras de vos chiffrons, faudra-t-il permettre qu'on imprime tout impunément?

L'ADMIRATEUR.

Et pourquoi non? l'Etat ne s'en trouveroit que mieux. Le talent de couvrir des lambeaux de filage en de gros volumes de prose & de vers, fait circuler en France l'argent des étrangers; & pour quelques pensées de mille valeurs ou de peu de valeur, nous avons des choses solides.

LE CENSEUR.

Cet avantage est grand sans doute; mais que vous le payez cher! les auteurs le courent peut, le produit *Mémoires*, & nos *Diapirras* ont produit plus d'un *Carrousel*.

L'ADMIRATEUR.

Si cela est ainsi, je n'ai rien à dire. Mais si quelques Ecrivains gênent l'esprit & le cœur, il faut les réprimer. Il ne faut pas empêcher nos Apothicaires de vendre du Quina, parce que quelques-uns de leurs Confrères auront débité du poison.

LE CENSEUR.

Je ne veux pas non plus autre chose. Que la Librairie fleurisse, à la bonne heure, mais que ce ne soit pas aux dépens des mœurs. Je fais qu'il y a une multitude d'hommes employés à fabriquer du papier, à le charger de blanc & de noir, à le convertir en brochures. Il est juste qu'ils vivent. Si recultivaient la terre, ils feroient peut-être plus utiles à l'Etat; mais enfin puisqu'ils ont une profession honnête, qu'ils la gardent. Mais quel qu'un d'eux méritât-il de s'en aller, parce qu'on n'auroit pu le laisser mourir le droit ou l'impression d'une brochure impie d'une centaine de pages? Non, le commerce typographique n'en ira pas moins son train.

L'ADMIRATEUR.

Vous voudriez donc qu'on réduisît la faculté de penser & la liberté d'écrire au seul utile, au seul honnête. Voilà un projet digne des premiers siècles du Christianisme; mais ce projet réduisera à rien le génie de nos Ecrivains modernes.

LE CENSEUR.

Point du tout. *Fables, Romans, Belles Lettres* se sent d'autres Auteurs du *Journal Ecclé* en ont-ils moins valu, parce qu'ils ont renfermé leurs talents précieusement dans les bornes qui vous paroissent des entraves?

L'ADMIRATEUR.

Mais si nos Poètes du jour les avoient imités, aurions-nous tant de jolies Bayardes, la *Précieuse*, la *Comédie d'Arras*, les *Contes de Guillaume Vautin*, le *Discours de la Philosophie*?

LE CENSEUR.

Nous ferions à la vérité moins riches en pareils chefs-d'œuvre. Mais n'aviez-vous des trésors de cette espèce, c'est être dans l'indigence. Il vaut mieux avoir une fortune solide, que de posséder des talents chimiques qui ruinent, ou qui font pendre celui qui les possède.

L'ADMIRATEUR.

Nous n'avons vu encore aucun Auteur donner des leçons sur la Grèce.

LE CENSEUR.

Mais vous avez vu des Libraires vendre pour avoir

# Вклады

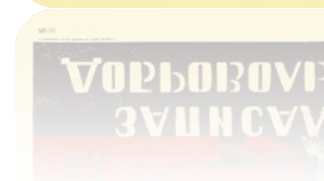
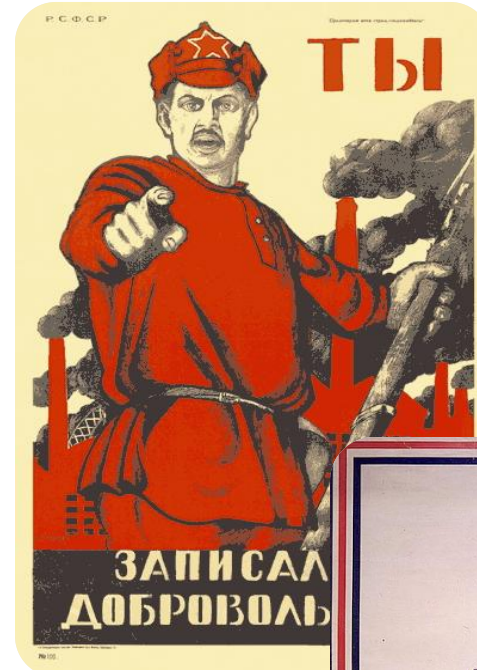
- Большое значение для развития печатной и прессовой рекламы имело изобретение французским художником Луи Дагером в 1839 году принципа дагеротипии, послужившего основой для развития фотографии. Использование фотографических снимков для иллюстрации рекламных сообщений коммерческого характера, политических листовок и плакатов существенно повысили эффективность рекламной продукции.
- Появляется прототип современной телефонной связи, который в дальнейшем позволил развивать такую разновидность устной рекламы, как реклама по телефону (Ч. Пейдж, Ш. Бурсель, Ф. Рейс, Э. Грей, А. Белл).
- Изобретение фонографа Т.Эдисоном в США (1877) – предшественника граммофона и других приборов механической звукозаписи сделало еще один значительный вклад в развитие аудиовизуальной рекламы.
- Новая форма рекламы – радиореклама была интернациональным детищем и возникла в связи с изобретениями русского ученого А.С. Попова (1895), итальянца Г.Маркони (1897).



# Конец XIX – начало XX века

С концом XIX века (1871) связано и возникновение первого рекламного агентства в США и получившего широкую известность филаделфийского рекламного агентства «Айер и сын» (1890). Современная численность рекламных агентств в различных странах сегодня уже близка к стотысячной отметке.

В 1917 году была сформирована американская ассоциация рекламы. «Дядя Сэм» впервые появился на рекламных плакатах, призывающих новобранцев в армию США (плакат по замыслу похожий на отечественный плакат 1919 года «А ты записался в добровольцы?»).



Довольно быстро развивалась радиореклама, со второй половины 20-х годов начинает развиваться практическое телевидение и к середине 40-х годов оно приобретает массовый характер. В 1947 году в США создается первое коммерческое телевидение. Реклама «завоевывает» канал СМИ, который до нынешнего времени выступает как самый массовый и, одновременно, самый дорогостоящий.

Важнейшим фактором, связанным с появлением самой молодой формы – компьютеризованной рекламы – стало изобретение компьютера, широкое внедрение информационных и коммуникационных технологий практически во все сферы жизнедеятельности. Появившаяся в начале 90х годов XX века сеть «Интернет» стала быстроразвивающейся средой для коммерческих, маркетинговых и рекламных коммуникаций.

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

Презентацию  
подготовила  
студентка группы  
13812/2  
Нечитайлова Тамила