



**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.

Вклады

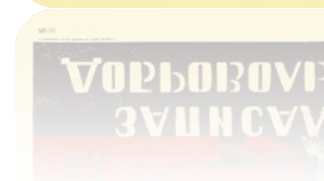
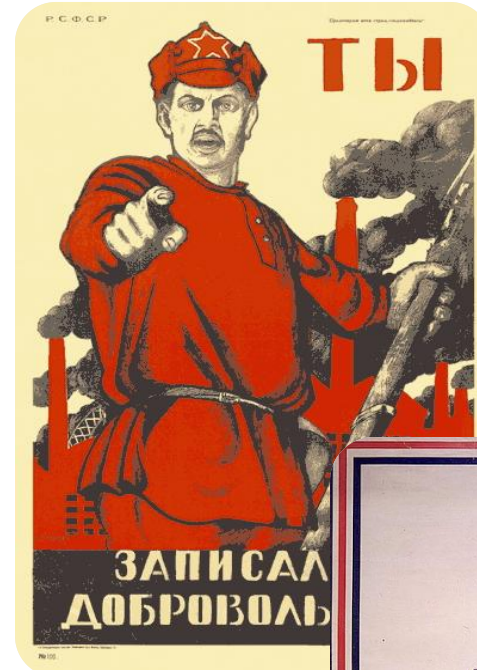
- Большое значение для развития печатной и прессовой рекламы имело изобретение французским художником Луи Дагером в 1839 году принципа дагеротипии, послужившего основой для развития фотографии. Использование фотографических снимков для иллюстрации рекламных сообщений коммерческого характера, политических 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