

Российские выставки как синтетический рекламный жанр

Введение в специальность. Реклама.
Преподаватель Шерышова Л.С.

Российские выставки как синтетический рекламный жанр

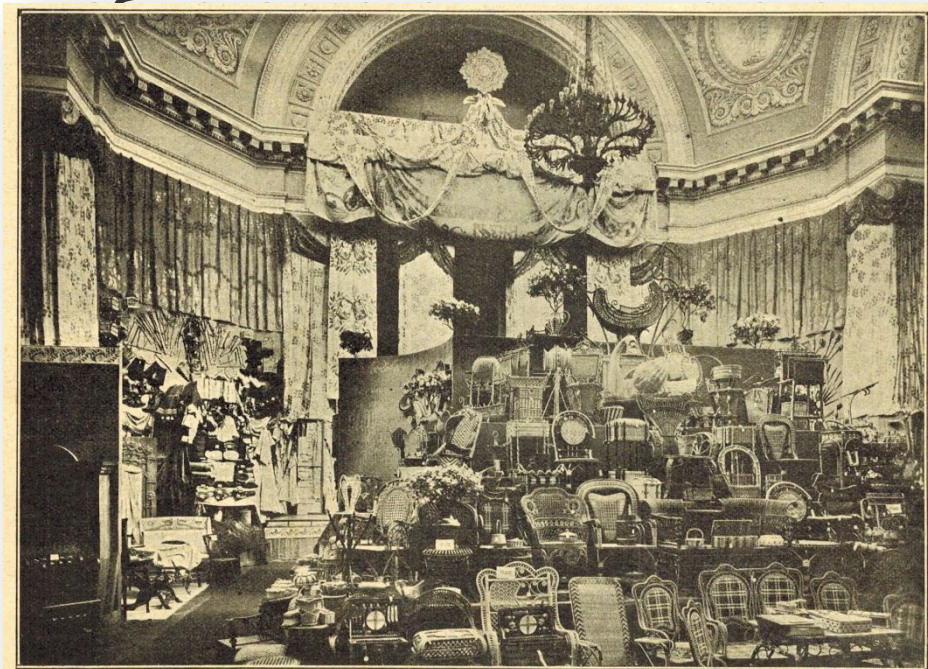
- Важную и хорошо развитую в России форму рекламной презентации составили разнообразные виды выставок.
- Всероссийские промышленные (мануфактурные) выставки — публичные демонстрации промышленных изделий Российской Империи. Проводились по правилам, утверждённым Мануфактурным советом в октябре 1828 года.
- Согласно Уставу о промышленности 1848 года, на выставки допускались «изделия всех родов, по желанию фабрикантов и ремесленников, имеющих собственные заведения во всех частях Империи, Царства Польского и великого княжества Финляндского», на варшавскую Выставку допускались также и сельскохозяйственные экспонаты.



- Гиперболоидная конструкция — башня В. Г. Шухова на Всероссийской выставке в Нижнем Новгороде в 1896 году, фотография А. О. Карелина

Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- Первая публичная выставка Российских мануфактурных изделий состоялась в 1829 г. в Петербурге. Второй подобный смотр прошел в 1831 г. в Москве в здании Дворянского собрания, сохранившемся до наших дней.
- Организацией таких дорогостоящих смотров изготовленной продукции государство стремилось возбудить творческую конкуренцию между отечественными промышленниками, завязать между ними более тесные связи, а потенциальным потребителям – посетителям продемонстрировать лучший из возможных товар.
- В России на протяжении XIX века было устроено шестнадцать



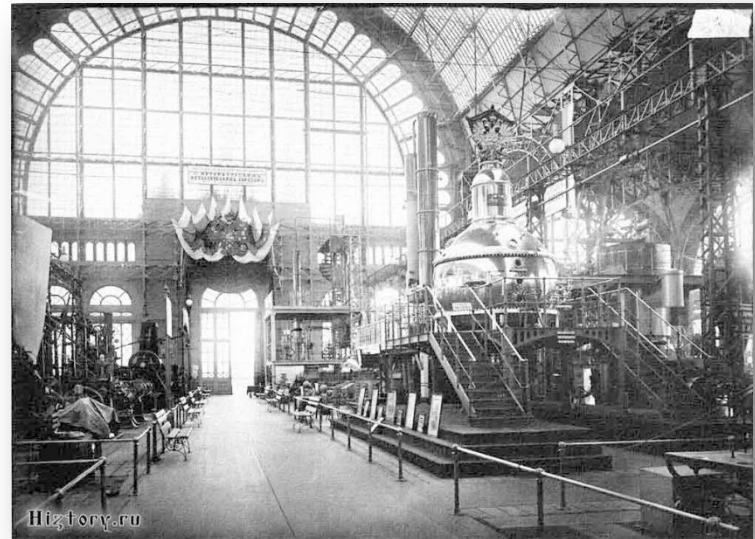
Всероссийская кустарно-промышленная выставка в Петербургѣ. Отдѣль московской губ. По фот. К. Булла, авт. «Нивы».



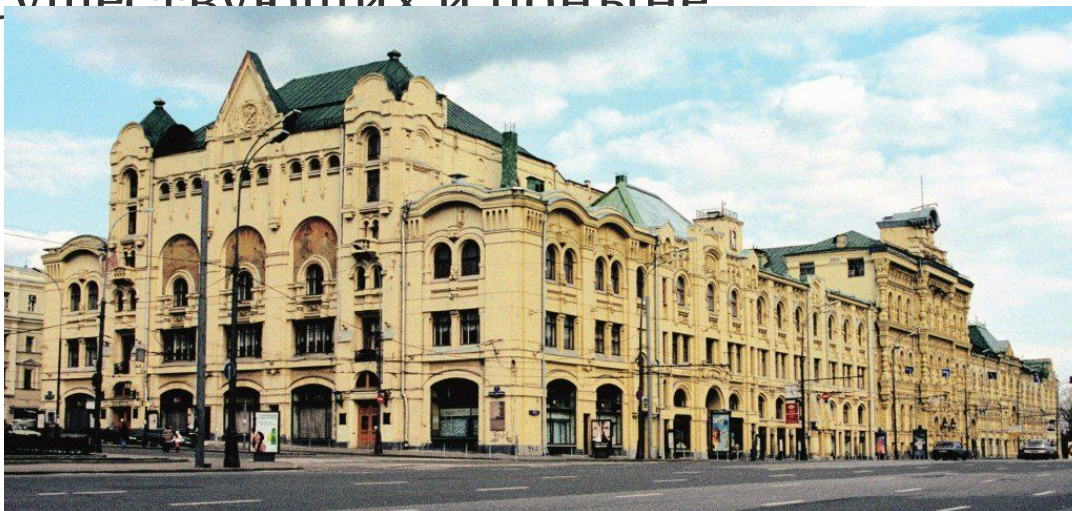
Посещение императором Николаем I с семьёй Мануфактурной выставки 1831 в Москве. Лубочная гравюра.

Российские выставки как синтетический рекламный жанр

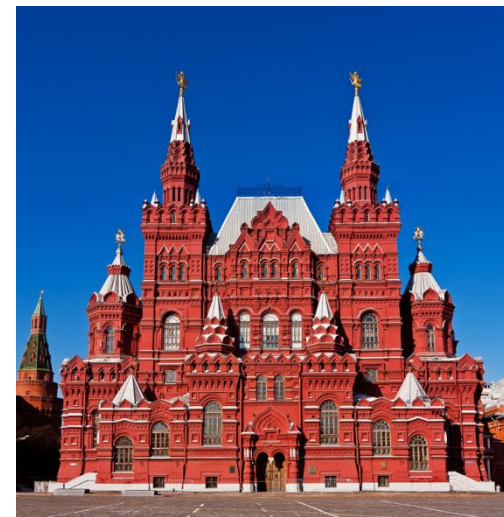
- Дополнительный стимул выставочное дело в России получило в пореформенный период в связи с сокращением удельного веса натуральных хозяйств в экономике страны, продвижением к общеевропейским стандартам производства и коммерции. Россия принимает все более активное участие во Всемирных промышленно-технических выставках.
- На Всероссийской мануфактурной выставке в Санкт-Петербурге в 1870 г. из губерний страны было представлено более 3 тысяч примечательных образцов. Они классифицировались по 43 разделам, в том числе: «Чугун, железо и сталь», «Ископаемое топливо», «Свинец и серебро», «Стекло и гончарное дело», «Машины и аппараты» и т.д. В нескольких отделах экспонировались пищевые продукты: мука, сахар, кондитерские изделия, напитки.



- Российские выставки как синтетический рекламный жанр
- Огромную роль в развитии выставочного дела сыграли такие общественные организации, как Вольное экономическое общество, Русское техническое общество, Российское общество садоводства и др. Именно обществом любителей естествознания, антропологии и этнографии при Московском университете в 1872 г. была организована Политехническая выставка в Москве.
 - Она была приурочена к 200-летию со дня рождения Петра Великого, основателя русской промышленности. Экспонаты этой выставки послужили началом создания в Москве Исторического и Политехнического музеев, существующих и поныне.



Политехнический
музей



Исторический
музей

Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- Выставки подобного рода в целом сформировались к концу 19 в. как синтетическая форма рекламы, где были представлены буквально все ее разновидности.
- Однако на первое место в условиях выставочного пространства выдвигаются рекламные акции, т.е. организация неких событий, имеющих рекламную цель, демонстрацию тех или иных объектов в динамике, в действии.
- Парфюмерная фирма «Брокаръ и Ко» под влиянием западных образцов около павильона, где экспонировалась парфюмерная продукция, устроила фонтанчик, из которого текла не вода, а одеколон «Цветочный».



Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- Любой выставочный навильон и в ту пору, как и в наши дни, был начинен малыми рекламными формами: каталогами, проспектами, рекламными сувенирами в виде карандашей, дешевых пепельниц, фарфоровых безделушек, несущих фирменный знак изготовителя.
- Выставочная жизнь России не ограничивалась общенациональными экспозициями. Такого рода мероприятия происходили по регионам, по различным профессиональным ответвлениям, а также с благотворительными целями.
- Особенно часто в российских столицах устраивались художественные выставки.



Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- В 1851 г. Россия приняла участие в первой Всемирной промышленной выставке в Лондоне. Русский отдел представлял на ней кустарные изделия - туркестанские ковры, тульские самовары, вышивку, керамику.
- Однако уже в 1862 г. в Лондоне наряду с продуктами сельского хозяйства, кустарных промыслов, декоративного искусства и изделиями мануфактурных производств Россия представила мореходные и хирургические инструменты, продукцию горных заводов, модель пневматической печи.

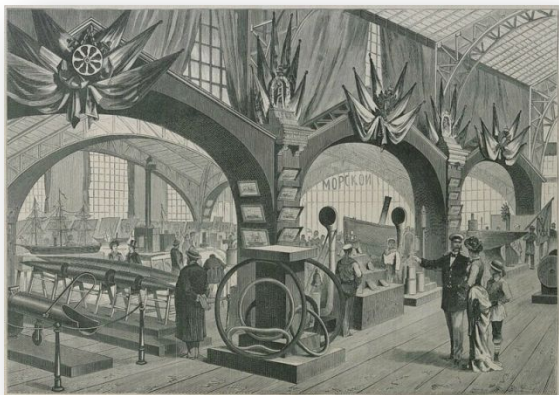


Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- Международные выставки того времени называли “свиданиями народов”.
- Первая всемирная выставка состоялась в Лондоне в 1851 г. Ее девизом стали слова: **“Пусть все народы работают над великим делом - совершенствованием человечества”**. За время работы выставку посетило свыше 6 млн. человек из разных стран.
- В 1928 году была подписана Конвенция о международных выставках. Данной Конвенцией было учреждено Международное бюро выставок и установлены простые правила, ограничивающие количество проводимых выставок и определяющие их характеристики.
- В Конвенцию 1928 года вносятся поправки в виде различных дополнительных протоколов, однако, основополагающий текст Конвенции действителен и в наши дни.

Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- Итак, выставки возникли как средство публичной демонстрации тех или иных достижений человечества, **по мере развития приобрели ярко выраженную коммерческую направленность.**



- Выставка – это комплексное рекламное мероприятие; показ, основная цель которого состоит в просвещении публики путем демонстрации средств, имеющих в распоряжении человечества для удовлетворения потребителей в одной или нескольких областях его деятельности или будущих его перспектив**
- Таким образом, **выставка относится к синтетическому рекламному жанру, соединяющего в себе несколько видов рекламы.**

ВДНХ – Выставка Достижений Народного Хозяйства

Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- Рекламу во время выставки можно разделить на:
 - — внешнюю рекламу оргкомитета выставки;
 - — внешнюю рекламу услуг и продукции фирмы;
 - — внутреннюю оформительскую рекламу;
 - — внутреннюю рекламу для раздачи посетителям.
- **Внешнюю рекламу услуг и продукции фирмы следует спланировать заранее, учитывая сроки размещения или изготовления рекламы. К средствам рекламы можно отнести газеты и журналы, где будет помещено наряду с рекламой фирмы и приглашение на стенд выставки; рекламные щиты.**
- **Основная цель, преследуемая данным видом рекламы, — привлечь посетителей на выставку и на стенд фирмы.**



Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- **Внутренняя оформительская реклама** — это вся текстовая или изобразительная информация о фирме, а также реклама продукции, размещенная в пределах выставочного стенда. Она может состоять из надписи на фризе (название фирмы, фирменный знак), плакатов, размещенных на стенах, крупногабаритных плоских или объемных изображений продукции или фирменных знаков, объемных фигур, шаров, экранов с бегущей строкой. К этому же типу рекламы можно отнести мониторы, на которых во время выставки демонстрируется рекламный ролик.
- Основная цель такого вида рекламы — привлечь посетителей, заинтересовать их фирмой, направлениями деятельности, заставить проявить интерес к более детальному знакомству с продукцией и услугами. Внутренняя реклама для раздачи посетителям может состоять из информационных, рекламных листов, буклетов, проспектов, прайс-листов, а также сувенирных изделий с рекламой фирмы: пакетов, ручек, календарей и т. п.
- Цель этого вида рекламы — оставить у посетителей материал для более детального знакомства с услугами фирмы.

Российские выставки как синтетический рекламный жанр

- **Практическое задание: разработать эскиз и макет витрины, либо места экспозиции на выставке. Формат А4, или А3.**

Эскиз можно сделать:

- **в графике** (черно-белый вариант), но только не черным маркером и не фломастером, - карандаш обвести в конце либо гелиевой ручкой, либо линером.

- **в цвете**, но! – не фломастерами!!!

- **коллаж**

- **Макет** выполняете объемным, используя различные материалы. Это уже после эскиза. Работа сложнее, поэтому оцениваться будет выше, чем один представленный эскиз.

Да, и попробуйте – это увлекательно! – для макета можете использовать коробку, но не маленькую, **в маленьких форматах работать гораздо сложнее!**





ROBBIE MILLS EXHIBITION STAND

CLIENT HOTCAKE MARKETING





■ СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!