История развития рекламы

Лекция

Автор – СЕЛЕВИЧ Татьяна Семёновна, доцент кафедры маркетинга и антикризисного управления

ТЕМА 2. История возникновения и развития рекламы

1. Зарождение рекламы в Древнем Мире
2. Реклама в Средние века
3. Западноевропейская и Американская реклама Нового времени
4. Дореволюционная отечественная реклама
5. Реклама Советского периода
6. Реклама в современной России

1. Зарождение рекламы в Древнем Мире

Протореклама – зачаточные формы рекламы, содержащие элементы стимулирования, убеждения (как правило, в устной форме).

Реклама (франц. reclame , от лат. reclamare - выкрикивать) - разнообразные мероприятия, имеющие целью оповещение о чем-либо.

Древняя Греция

Сохранилось несколько носителей рекламных сообщений на дощечках и плитах:

«Чтоб глаза сияли, чтоб алели щеки, чтоб надолго сохранялась девичья краса, разумная женщина будет покупать румяна по разумным ценам у Эклиптоса».

Древний Египет

В городе Мемфис был обнаружен один из наиболее древних образцов наружной рекламы - каменный столбик с высеченной надписью:

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

Древнеримская империя

В Помпеях при раскопках было найдено около полутора тысяч настенных рекламных надписей. Одна из них сообщает: "Прохожий, пройди отсюда до двенадцатой башни. Там Сирипус держит винный погребок. Загляни туда. До встречи". Другая надпись сообщала, что можно снять "виллу - хорошую и добротно выстроенную. Наниматель должен обратиться к..."

Наиболее распространенные формы проторекламы:

1. **Устная**
   - глашатаи;
   - народная молва;
   - ярмарки.
2. Зачатки **фирменного стиля** (клейма, названия лавок, знаковые и текстовые вывески);
3. **Письменная**
   - на каменных плитах (амбусы, альбумусы);
   - на папирусах и пергаментах;
   - графитти.

2. Реклама в Средние века

1. Раннее Средневековье (с нашествия варваров в Римскую Империю, IV - V вв.);
2. Классическое Средневековье (VI - XIII вв. - эпоха феодализма, период формирования цеховой организации промышленности);
3. Позднее Средневековье (XIV - XVIII вв., закончилось эпохой Великих Географических открытий).

Раннее средневековье:

- Гибель старой античной цивилизации;
- Становление раннегерманского феодализма;
- Натуральное хозяйство;
- Власть военной силы;
- Господство религиозной идеологии;
- Отсутствие торговли и конкуренции.
- Отсутствие рекламы.

Классическое средневековье:

- Натуральное хозяйство, развитие ремесел;
- Бурный рост городов в Западной Европе;
- Возникновение цеховых организаций.
- Развитие рекламы, в основном устной.
- Развитие и регламентация института глашатаев.

Позднее Средневековье:

- Распространяются летучие листки;
- Рукописные газеты;
- Продолжает развиваться фирменный стиль у цеховиков (знак, клеймо, герб, знамя);
- На ярмарках продавались предметы роскоши, повседневные товары производились внутри феодального хозяйства.
- Знаковые и текстовые вывески => фирменные названия.

Главное достижение Позднего Средневековья – 1450 г.

изобретение в Германии Иоганом Гутенбергом печатного станка.

Началось развитие книгопечатания и печатной рекламы (каталоги, плакаты, листовки).

3. Западноевропейская и Американская реклама Нового времени

(эпоха Ренессанса и просвещения)

- С начала XVIII века началось бурное развитие печатных СМИ;
- Выпуск газет в Германии, Голландии, Англии, Франции, Америке;
- Возникают первые специализированные рекламные издания.

- XIX век – резкое повышение грамотности населения,
- Совершенствование типографического оборудования, снижение себестоимости газет, увеличение их тиражности =>

Повсеместное распространение газет.

- Появление технологии фотоцинкографии (иллюстрации и фотографии в журналах).

- Появление рекламных агентств (Первое в мире агенство – бюро Артура Горжа и Уолтера Кона в Лондоне, 1811 г.)
- В конце XIX в. В Европе и США появляются агенства с полным циклом услуг. Началось проведение первых рекламных кАмпаний.
- Развитие наружной рекламы (вывески, афишные тумбы, витринные выкладки товара, стеклянные плакаты с подсветкой).

- В 1904 г. Изобретатели кинематографа братья Люмьер сняли первый в мире рекламный ролик (посвященный шампанскому вину).
- Зарождение PR в форме паблисити («скрытая» реклама от имени журналиста);
- Купцы преобразовались в коммивояжеров (прямой маркетинг);
- Ярмарки из торжищ превратились в выставки, привлекая огромное количество посетителей.

- Появление крупных производителей, действующих и поныне (Coca-cola, P&G, Gillet и т.д.);
- Первые законы, регулирующие рекламную деятельность и ограничивающие недобросовестную рекламу).
- В конце XIX в. - первые общественные организации рекламистов, формируются этические нормы рекламы.
- В нач. XX в. в Американских университетах рекламную деятельность стали преподавать как научную дисциплину.

4. Дореволюционная отечественная реклама

- во времена Киевской Руси (X-XI вв.) купцы пользовались услугами глашатаев;
- XVIII в. распространилось книгопечатание (И. Федоров);
- Мелкие странствующие торговцы (офени, коробейники);
- Лубки (народные картинки);

- Вот так квас -
  В самый раз!
  Баварский со льдом -
  Даром не берем!
  Пробки рвет!
  Дым идет!
  В носи шибает!
  В рот икает!

- XVIII в. – печатне плакат, календари, листовки, прейскуранты.
- Ярмарки, с XIX в. – вставки;
- 1878 г. В России организовано первое рекламное агентство Метцля.

5. Реклама Советского периода

- 20 ноября 1917 г. Декрет «О введении гос. монополии на объявления»;
- Имущество всех рекламных агенств конфисковалось;
- Рекламы, кроме политической, не существовало;

- Во время НЭПа возрождение элементов торговой рекламы, в производстве которой участвовали известные художники, поэты (Маяковский, Моор, Родченко)

- *Тому не страшен / мороз зловещий*,
- *Кто в ГУМе / купит / тёплые вещи*.

Или:

- *Беги со всех ног*
- *Покупать / «Огонёк».*

Или:

- *Лучше сосок / не было и нет,*
- *Готов сосать / до старости лет!*

(Реклама «Резиностреста»)

- Реклама стала достаточно распространенным делом в прессе, на улицах (в основном в виде пропагандистских призывов)

- «Мосторгреклама» изготавливала различные рекламоносители и использовала для их размещения 1000 трамваев, , 30 000 столбов, арендовала вестибюли и фойе 6 театров и 40 гостиниц.
- С 1970-х гг. начался выпуск специализированных журналов «Реклама» и «Коммерческий вестник».
- Существенные изменения в рекламной отрасли связаны с началом перестройки.

6. Реклама в современной России

- Доверие к рекламе подорвано в результате серии скандалов на финансовых рынках (жертвами мошенников стали более миллиона человек, потерявших в сумме более 5 млрд. долларов).
- Несовершенство Российского законодательства в области налогов и рекламы.
- Лидирующее место на российском рынке в 1990-х гг. занимали зарубежные рекламные агентства.

- Сейчас по-прежнему наибольший объем финансов вкладывается со стороны зарубежных рекламодателей.
- Рынок рекламы оценивается как быстрорастущий и очень перспективный, происходит совершенствование технологий и рост профессионализма кадров.