



- РЕКЛАМА КУРЕНИЯ В
1950-Е: КРАСИВО ЖИТЬ НЕ
ЗАПРЕТИШЬ.

- РЕКЛАМА СИГАРЕТ СЕРЕДИНЫ XX-ГО
ВЕКА .

- В первой половине XX века наслаждение дымом сигарет считалось признаком определенного социального уровня.



В рекламе сигарет все средства хороши



*Guard
Against
Throat-Scratch*

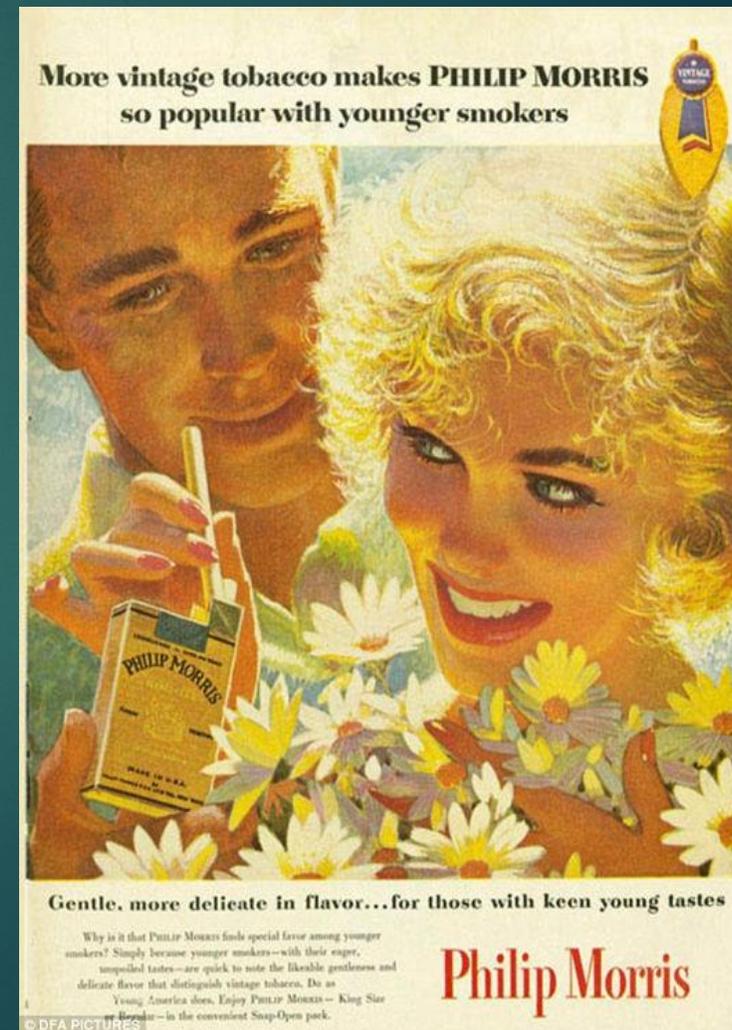
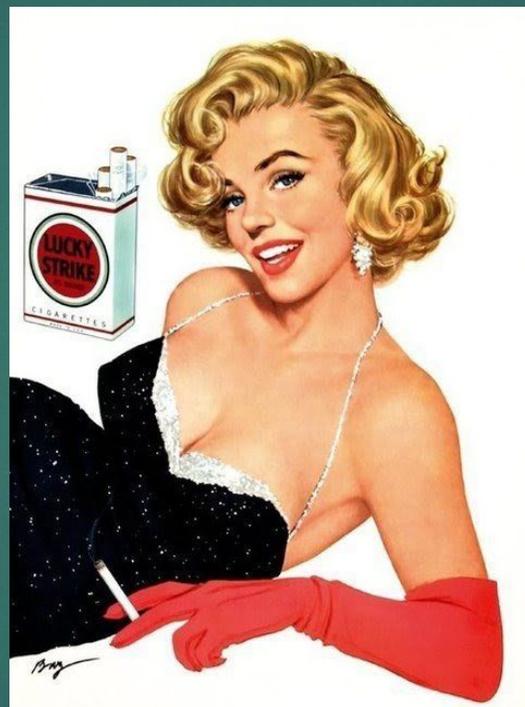
enjoy smooth
smoking

PALL MALL
greater length of fine tobaccos
travels the smoke further...
filters the smoke and makes it mild

PUFF BY PUFF... YOU'RE ALWAYS AHEAD
when you smoke PALL MALL

*Outstanding/and they
are mild!*

STUDY THE PUFF CHART! At the first puff, PALL MALL's smoke is filtered
further than that of any other leading cigarette. Moreover, after 8 puffs of each
cigarette -- or 16, or 18, or 17... PALL MALL still gives
you a longer, milder filter of fine tobacco --
generally regarded throat-scratch.



More vintage tobacco makes PHILIP MORRIS
so popular with younger smokers

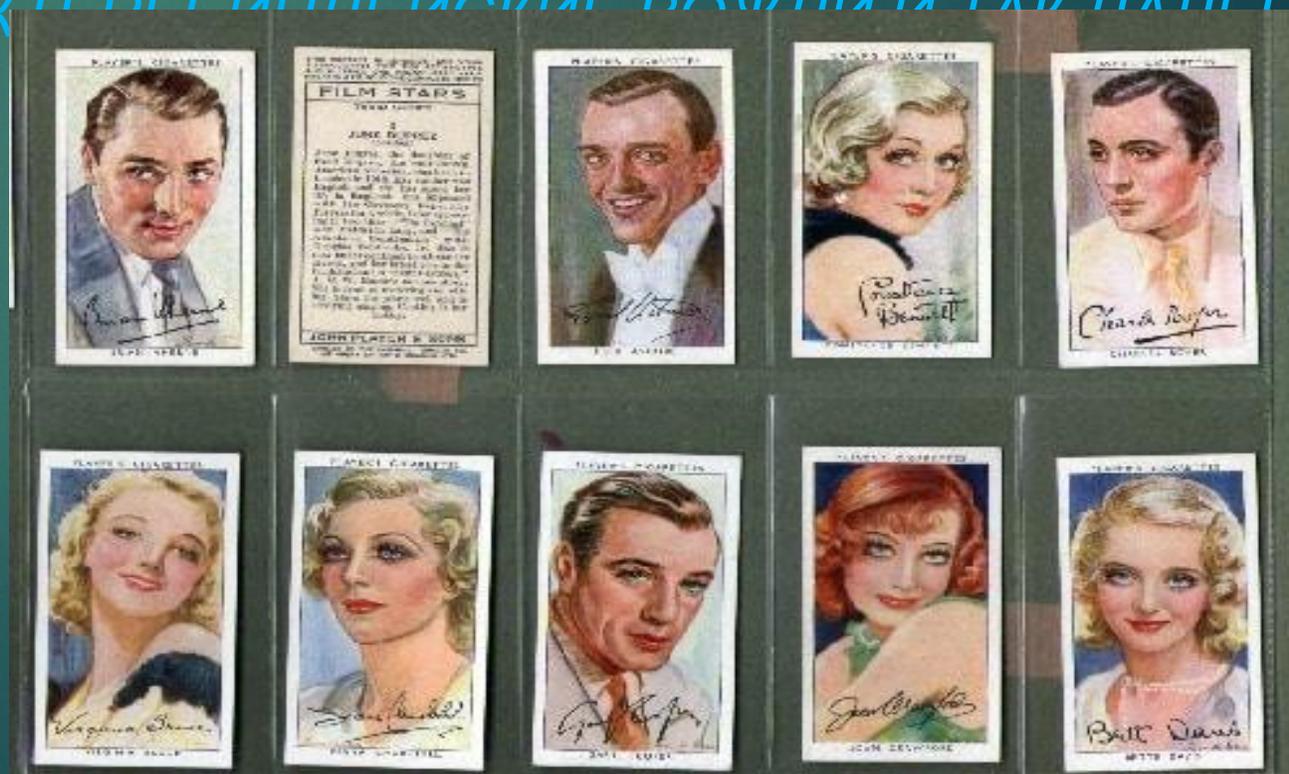
Gentle, more delicate in flavor...for those with keen young tastes

Why is it that Philip Morris finds special favor among younger
smokers? Simply because younger smokers--with their eager,
unspoiled tastes--are quick to note the likeable gentleness and
delicate flavor that distinguish vintage tobaccos. Do as
Young America does. Enjoy Philip Morris-- King Size
or Regular--in the convenient Snap-Open pack.

Philip Morris

© DFA PICTURES

ПЕРВОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИЕЙ СЧИТАЕТСЯ ИДЕЯ LORILLARD TOBACCO COMPANY ВКЛАДЫВАТЬ В ИЗБРАННЫЕ СИГАРЕТНЫЕ ПАЧКИ МЕЛКИЕ ДЕНЕЖНЫЕ КУПЮРЫ. ПРОИЗОШЛО ЭТО ПРИМЕРНО В СЕРЕДИНЕ 19-ГО ВЕКА — ТОЧНОЙ ДАТЫ ИСТОРИЯ НЕ СОХРАНИЛА. НО К 1880 ГОДУ ЖАДНОСТЬ ТАБАЧНЫХ МАГНАТОВ ВОЗОБЛАДАЛА, И РЕКЛАМА СИГАРЕТ ВЫШЛА НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ: В ПАЧКИ СТАЛИ ВКЛАДЫВАТЬ КАРТОЧКИ С ТЕМАТИЧЕСКИМИ ФОТОГРАФИЯМИ. ЭТО БЫЛИ ИЗВЕСТНЫЕ БЕЙСБОЛИСТЫ, ПОЛИТИКИ, АКТЕРЫ ИЛИ ДЕЙСКИЕ ВОЖДИ И ТАК ДАЛЕ.



Первым в истории сигаретным брендом стал **Camel**. Всего за пару лет, к **1915** году эта марка стала самой продаваемой в США.



CAMEL
CIGARETTES
Are Here!

To cigarette smokers of America who smoke 5c, 10c, 15c, 20c or 25c cigarettes:

Here are Camels—20 cigarettes for 10 cents—a choice blend of specially selected Turkish and domestic tobaccos!

No man's money can buy a more delightful cigarette at any price.

High grade tobacco and expert blending gives you a cigarette that will not bite the tongue and leaves no cigarette taste (you know what that means!) in the mouth.

Every time you buy another brand you're simply wasting money and pleasure.

On sale all along the line—20 for 10c.

If your dealer won't supply you, send 10c for one package or \$1.00 for a carton of ten packages (100 cigarettes); postage prepaid. After receiving one package, if you don't find CAMELS as represented, return the other nine packages and we will refund your money.

20 for 10 cents

Don't look for premiums or coupons. Among the best of tobacco products there are. You haven't enough money to buy a more delightful cigarette!

R. J. REYNOLDS TOBACCO CO., Winston-Salem, N. C.

С 1925 ГОДА ТАБАЧНЫЕ КОМПАНИИ НАЧИНАЮТ ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ НА ЖЕНЩИН. ИМЕННО В ЭТОМ ГОДУ ВПЕРВЫЕ В РЕКЛАМЕ СИГАРЕТ CHESTERFIELD ПОЯВЛЯЕТСЯ ДЕВУШКА. ОНА НЕ КУРИТ И ДАЖЕ НЕ ДЕРЖИТ СИГАРЕТУ В РУКЕ, А ЛИШЬ СИДИТ РЯДОМ С КУРЯЩИМ МУЖЧИНОЙ, НО С ИНТЕРЕСОМ СМОТРИТ НА ТО, КАК ОН ПРИКУРИВАЕТ. СЛОГАН BLOW SOME MY WAY МОЖНО ПЕРЕВЕСТИ КАК «ПОДУЙ НЕМНОГО В МОЮ СТОРОНУ». ЭТО БЫЛ ЛИШЬ ПЕРВЫЙ РОБКИЙ ШАГ, ПОТОМУ ЧТО В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ ТЕХ ЛЕТ СИГАРЕТЫ АССОЦИИРОВАЛИСЬ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО С МУЖЧИНАМИ.

