

image not found or type unknown



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
«УНИВЕРСИТЕТ» (МФПУ «УНИВЕРСИТЕТ»)**

Факультет Дизайна и рекламы



Реклама – красочное явление современности: всепроникающее и вездесущее. Цель данной работы просмотреть рекламу с исторической стороны и определить ее корни и истоки, понять этот род коммуникативной деятельности. Узнать, что поменялось с первых попыток рекламы, а что осталось неизменным.

В современном мире реклама проникает во всю жизнь современного общества, однако, как и всякое общественно-социальное явление, в своем развитии она прошла несколько этапов.

«Реклама (франц. *reclame*, от лат. *reclamare* –выкрикивать) - различные мероприятия, целью которых было оповещение о чем-либо, к примеру, о зрелищах, товарах, услугах, оказываемых кем-либо или каким-нибудь предприятием и т. д...»

Основной период развития рекламы, которую мы знаем в современном мире начал зарождаться во второй половине XX века. Однако, рекламная сфера начала зарождаться еще во времена античности. В то время не было возможности печатать или показывать рекламу в средствах массовой информации, но жители античности освоили альтернативные способы оповещения, удобные в то время.

Самая первая наружная реклама была обнаружена в городе Мемфис. По оценкам археологов она была создана в первом тысячелетии до нашей эры.

Рекламу античной эпохи можно разделить на несколько групп:

1. Реклама на папирусе в Египте. Некоторые виды рекламы были известны и раньше античности. Египетские папирусы с объявлением о продаже раба были очень популярны в Египте того времени. Этот вид рекламы можно сравнить с современными листовками и объявлениями.
2. В Финикии рекламу писали на пластинах, чем информировали сограждан о мероприятиях и продающихся товарах.
3. В древней Греции использовали гравировку на медных пластинах. В последствии такие тексты зачитывались на площадях.

В Средние века (с развитием живописи и скульптуры) реклама приобрела художественный облик. Археологи первую художественную вывеску датируют двенадцатым веком. В средневековом мире реклама имела образный характер.

Реклама у лавок имела вид тех предметов которые производили в данной мастерской. Так же реклама помещалась на сами предметы в виде инициалов автора. С помощью такого способа продвижения своего товара ремесленники наработывали себе постоянных клиентов.

Объявления и реклама писались вручную до изобретения Гуттенбергом печатного станка. С его появлением реклама приобрела более массовый характер и стала дешевле. Первая напечатанная листовка была в Лондоне и датируется 1472^М годом. Печатные объявления стали располагать в газетах.

С появлением фотографии реклама стала более красочной и запоминающейся. Она стала привлекать больше людей. Листовки стали украшать различными художественными средствами, что придавало правдивость рекламе.

Первое рекламное агентство было создано в 19 веке. Первым рекламным агентом был В. Палмер. Он продавал выгодные места для рекламы потенциальным рекламодателям. Рекламные агенты стали составлять тексты для будущей рекламы и постепенно создали сферу рекламной деятельности.

В России реклама начала появляться еще в 9-10 веках. Рекламой служили зазывалы, которые расхваливали товары купцов, чаще всего за отдельную плату.

Первые рекламные тексты в газетах в России появились в 18 веке при правлении Петра 1. Несколькими веками позднее на улицах стали появляться большие тумбы, на которых размещали объявления и рекламу. На улицах стали раздавать листовки и проспекты.

После гражданской войны развитие рекламы приостановилось и было полностью зависимо от государства и власти. После стали формироваться рекламные бюро и агентства.

На сегодняшний день самые большие рекламные агентства находятся в Японии и США. В России реклама развивается с огромной динамикой и скоростью. С каждым днем на рынке услуг появляются новые рекламные агентства, бюро, кампании.

Процесс восприятия рекламы идет по определенному сценарию, независимо от века или страны:

1. Привлечение внимания
2. Поддерживание интереса
3. Эмоциональность
4. Убедительность
5. Принятие решения
6. Покупка или принятие услуги