

УДК 659.1
ББК 76.0
Т77

Авторы:

Л. Е. Трушина — кандидат философских наук, доцент.

Рецензенты:

М. А. Судаков — кандидат исторических наук, доцент;

Е. В. Касимов — кандидат исторических наук, доцент.

Трушина Л. Е.

Т77

История отечественной и зарубежной рекламы: Учебник / Л. Е. Трушина. — 2-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 244 с.

ISBN 978-5-394-03591-3

В учебнике рассказывается об истории рекламы как части экономики и маркетинга, с одной стороны, и как составляющей культуры — с другой. Рассматривается зарубежная и отечественная реклама в историческом контексте, анализируются процессы ее становления и развития, а также ее современное состояние. Выделяются основные этапы в истории рекламы, увязываются процессы эволюции рекламы с историческим и культурным развитием России и зарубежных стран.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», преподавателей, а также всех интересующихся историей рекламы.

Подписано в печать 25.12.2019. Формат 60×84 1/16.

Печать офсетная. Бумага газетная. Печ. л. 15,25.

Тираж 100 экз.

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»

129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732

Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 183-93-23

Е-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;

office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

ISBN 978-5-394-03591-3

© Трушина Л. Е., 2010

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2010

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Часть 1. ОСНОВНЫЕ ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ РЕКЛАМЫ ..	9
Глава 1. Зарождение рекламы в традиционном обществе	9
§ 1. Становление ранних форм рекламы в архаических обществах.....	9
§ 2. Роль и значение рекламы в культуре цивилизаций Древнего Востока.....	13
§ 3. Рекламные коммуникации в античном мире	18
§ 4. Реклама эпохи средних веков и Возрождения	30
Выводы	42
Контрольные вопросы	44
Глава 2. Становление профессиональной рекламной деятельности в индустриальном обществе	45
§ 1. Развитие рекламы в Новое время. Становление рыночной экономики.....	45
§ 2. Теоретическое осмысление рекламной практики.....	81
§ 3. Взаимодействие дизайна и рекламы в индустриальном обществе.....	95
§ 4. Влияние средств массовой коммуникации на развитие рекламы	116
Выводы	120
Контрольные вопросы	121
Глава 3. Роль и значение рекламы в культуре постиндустриального (информационного) общества	124
§ 1. Цели и формы рекламной деятельности в эпоху постмодерна	124
§ 2. Взаимодействие рекламы, дизайна и моды в культуре информационного общества	134
Выводы	140
Контрольные вопросы	142

Часть 2. СВОЕОБРАЗИЕ И ОСОБЕННОСТИ ИСТОРИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РУССКОЙ РЕКЛАМЫ.....	144
Глава 1. Ранние формы рекламы в средневековой Руси.....	144
§ 1. Реклама времен Киевской Руси.....	144
§ 2. Реклама в период феодальной раздробленности	153
§ 3. Реклама периода централизации Руси и образования Московского государства	154
Выводы	162
Контрольные вопросы	163
Глава 2. Развитие русской рекламы в Новое время.....	164
§ 1. Влияние деятельности Петра I на развитие российской экономики и рекламы.....	164
§ 2. Печатная реклама и реклама в прессе как доминирующие формы русской рекламы в Новое время ...	169
§ 3. Эволюция других форм отечественной рекламы в Новое время	184
Выводы	194
Контрольные вопросы	195
Глава 3. Положение рекламы в СССР.....	196
§ 1. Реклама времен Гражданской войны и НЭПа.....	196
§ 2. Советская реклама 1930-1950-х гг.....	203
§ 3. Эволюция советской рекламы в 1960–1980-е гг.	208
Выводы	212
Контрольные вопросы	213
Глава 4. Отечественная реклама в постсоветское время	213
§ 1. Становление российского рекламного рынка в 1990-е гг.	213
§ 2. Современное состояние российского рекламного рынка	224
Выводы	232
Контрольные вопросы	235
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	236
ЛИТЕРАТУРА.....	241