

УДК 659.1

ББК 76.0

C12

Авторы:

О. О. Савельева — доктор социологических наук, профессор, профессор департамента интегрированных коммуникаций факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»;

Н. В. Трубникова — кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой рекламы и бизнес-коммуникаций экономического факультета Российского университета дружбы народов.

Рецензенты:

В. А. Евстафьев — доктор филологических наук, профессор, вице-президент Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР);

Э. М. Глинттерник — доктор искусствоведения, профессор, заведующая кафедрой рекламы Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, член Союза художников России и Союза дизайнеров РФ.

Савельева, Ольга Олеговна.

C12

Всеобщая история рекламы : учебник для бакалавров / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 450 с. : ил.

ISBN 978-5-394-05234-7.

Учебник написан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». История рекламы показана как экономический феномен и часть истории человеческой культуры и цивилизации; она увязана с историей повседневности, историей искусства, науки и технологий и т. д. Изложение начинается с генезиса рекламной коммуникации в доисторическое время. В последней главе рассматриваются современное состояние и тенденции развития мировой рекламной индустрии. Текст сопровождается множеством иллюстраций. Материал разделен на основной и дополнительный, к каждой теме прилагаются методические разработки.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Реклама и связи с общественностью», «Торговое дело» и «Менеджмент», а также для изучающих «Историю коммуникаций», «Коммуникологию», «Историю маркетинга» в рамках других образовательных направлений.

© Савельева О. О., Трубникова Н. В., 2021,
с изменениями

ISBN 978-5-394-05234-7

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2021, с изменениями

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	8
ГЛАВА 1. ГЕНЕЗИС РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ. ПРОТОРЕКЛАМА	13
1.1. Истоки рекламной коммуникации	13
1.2. Развитие проторекламных технологий	18
Вопросы для обсуждения	29
Контрольные задания	29
Темы рефератов	29
Глава 2. РЕКЛАМА В ДРЕВНЕМ МИРЕ	30
2.1. Начало цивилизации	31
2.2. Новые технологии рекламирования	40
Вопросы для обсуждения	54
Контрольные задания	55
Темы рефератов	55
Глава 3. РЕКЛАМА В СРЕДНИЕ ВЕКА: УПАДОК ИЛИ РАЗВИТИЕ.	56
3.1. Средние века: временные рамки, строй жизни	56
3.2. Символическая вселенная Средних веков	59
3.3. Ярмарочная реклама	71
3.4. Реклама в городском пространстве	75
3.5. Товарные знаки	83
3.6. Письменная и печатная реклама	84
Вопросы для обсуждения	86
Контрольные задания	87
Темы рефератов	87
Глава 4. НОВОЕ ВРЕМЯ РЕКЛАМЫ: ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОРЫВ.	88
4.1. Новое время — новые потребители	90

4.2. Книгопечатание и развитие печатной рекламы	92
4.3. Афиша, плакат, постер	105
4.4. Печатные товарные и владельческие знаки. Визитные карточки	109
4.5. Газета и журнал — новые носители печатной рекламы ...	114
4.6. Традиционные формы рекламы и рекламные новации.	122
4.7. Создание рекламных агентств	124
Выводы.	128
Вопросы для обсуждения.	128
Контрольные задания.	129
Темы рефератов.	130

Глава 5. РЕКЛАМА ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ

И США В XIX ВЕКЕ:

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ

И НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. 131

5.1. Технические нововведения и социальные завоевания.	131
5.2. Развитие коммуникаций в XIX веке.	135
5.3. Появление рекламных агентств и расширение сферы их деятельности.	145
5.4. Торговые марки и бренды	153
5.5. Усиление роли креативной составляющей рекламы. Реклама и искусство	159
5.6. Новая роль упаковки	168
5.7. Наружная и транзитная реклама	173
5.8. Новые формы организации торговли	177
5.9. Появление первых каталогов посылочной торговли	180
5.10. Выставки — канал социальной коммуникации	181
5.11. Законодательное регулирование рекламы и возникновение саморегулирования рекламного сообщества.	185
5.12. Появление первых трудов по теории и практике рекламы и профессиональной периодической печати.	186
Выводы.	187
Вопросы для обсуждения.	188
Контрольные задания.	189
Темы рефератов.	189

Глава 6. РЕКЛАМА В XX ВЕКЕ:

СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАРКЕТИНГА, СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ, ЧАСТЬ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ 190

6.1. Реклама как социальный институт общества потребления	190
6.2. Реклама и массовая культура XX века	194
6.3. Реклама и искусство XX века	204
6.4. Реклама как бизнес	211
6.5. Реклама и новые технологии коммуникации.....	220
Радио и мыльные оперы	221
Телевидение как рекламоноситель	222
Реклама в сети	225
Световая реклама	228
Фотография завоевывает рекламное пространство	230
6.6. Креативная реклама XX века	234
6.7. XX век — век имиджевой рекламы	241
6.8. Реклама социальная и политическая	245
6.9. Итоги XX века	249
Вопросы для обсуждения.....	251
Контрольные задания.....	252
Темы рефератов.....	252

Глава 7. РЕКЛАМА В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ 253

7.1. Устная реклама	258
7.2. Печатная реклама	269
Лубки как печатный носитель информации.....	269
Рекламный плакат	276
Рекламная открытка.....	282
7.3. Реклама в прессе	285
7.4. Городские вывески и витрины	292
7.5. Маркетинговые и рекламные акции	298
7.6. Брендинг в России: товарные знаки, знаки обслуживания и имена производителя.....	307
7.7. Организация рекламного дела в России	320
7.8. Правовое регулирование рекламы.....	326
Вопросы для обсуждения.....	327
Контрольные задания.....	328
Темы рефератов.....	329

Глава 8. СОВЕТСКАЯ РЕКЛАМА	330
8.1. Установление советской власти, Гражданская война и военный коммунизм: период бурного развития агитации и пропаганды	331
Государственная монополия на информацию и рекламу	331
Пропагандистские и агитационные материалы 1917–1922 гг.	334
8.2. Советская реклама в 1920-е годы. Период нэпа	343
Организация рекламного дела	344
Рекламодатели	349
Форма и содержание рекламы в период нэпа	354
Социальная реклама в период нэпа	358
8.3. Советская реклама в период первых пятилеток	361
Организация рекламного дела	363
Содержание и стиль советской торговой рекламы в 1930-е годы	365
Агитационно-пропагандистские материалы и социальная реклама 1930-х годов	372
Агитационно-художественное оформление праздников и выставочное дело в 1930-е годы	377
8.4. Советский плакат периода Великой Отечественной войны	380
8.5. Реклама в 1945–1955 годы	381
8.6. «Оттепель» в рекламе	388
VI Всемирный фестиваль молодежи и студентов в Москве: рождение нового стиля	388
Новый язык рекламы	390
Новые каналы рекламы	392
Товарные знаки	394
Организация рекламного дела	394
8.7. Реклама в 1965–1989 годы	395
Знак качества	395
Организация рекламного дела	397
Внешнеторговая реклама	398
Кинореклама	400
Олимпиада-80	400
Выводы	401
Вопросы для обсуждения	402

Контрольные задания.....	402
Темы рефератов	403
Глава 9. НОВЕЙШАЯ ИСТОРИЯ РОССИЙСКОЙ РЕКЛАМЫ (1990-е годы)	404
9.1. Рекламные агентства и рекламодатели новой России	406
9.2. Каналы рекламы	410
Реклама в печатной прессе.....	410
Реклама на радио	412
Наружная реклама	413
Реклама на телевидении.....	415
9.3. Креатив девяностых	419
9.4. Политическая реклама девяностых	422
9.5. Социальная реклама 1990-х годов	426
9.6. Правовое регулирование рекламной деятельности.....	428
9.7. Саморегулирование рекламной деятельности	429
9.8. Фестивали рекламы	430
9.9. Образование в сфере рекламы	430
Выводы.....	430
Вопросы для обсуждения.....	430
Контрольные задания.....	431
Темы рефератов.....	431
Глава 10. МИРОВАЯ РЕКЛАМА В XXI ВЕКЕ (ВМЕСТО ПОСЛЕСЛОВИЯ).....	432
ЛИТЕРАТУРА.....	445