

РЕКЛАМА

В древността, когато Цицерон завършвал речта си, хората възкликвали:

“Колко хубаво говори!”

След речите на Демостен тълпата викала:

“Води ни на бой”

ИСТОРИЧЕСКО РАЗВИТИЕ НА РЕКЛАМАТА

- ◆ **1438 г.** - откритието на Гутенберг
С книгопечатането става възможно да се разпространяват тиражно търговските вестни
- ◆ **1477 г.** се появява първата печатна обява
листовката на английския печатар Уйлям Кактън, предлагаща молитвеници
- ◆ **1485 г.** - венецианският печатар Мануций издава първия каталог, в който са посочени и цени
- ◆ **1494 г.** - Албрехт фон Майнинген предлага подробен каталог за издаваните от него книги
- ◆ **1527 г.** - градският съвет на Франкфурт спонсорира издаването на първия официален каталог на панаира на книгата, събрал стотина книготърговци от цяла Европа

- ◆ 1596 г. - в Англия се открива посредническо “анонсно” бюро,
наречено “The Publicke Register for General Commers”
- ◆ 1629 г. - френският лекар Рьонодо, създава първото анонсно бюро във Франция
поставя се началото на рекламни издания – “Парижки афиши” или “Малките Афиши”
- ◆ През XVIII век в Париж се появяват и първите модни журналы
- ◆ В Лондон обявите навлизат в колоните на “сериозната” вестникарска информация
текстът започва да се откроява със заглавия

- ◆ 1710 г. - Чарлз Повей замисля дългосрочното рекламиране подобно на съвременните рекламни кампании

Една и съща печатна обява излиза непрекъснато в течение на цели 6 месеца

- ◆ Джоузеф Адисън, Хенри Фийлдинг и Самюел Джонсън обръщат нееднократно внимание на рекламата в страната, като ѝ отправят първите критики в печата

- ◆ След Френската революция се отменят правилниците, забраняващи всяка форма на разгласа, установява се свободата на търговията и на конкуренцията, прокламира се свободата на печата

Масовият печат се нуждае от реклама

- ◆ Емил дьо Жирарден замисля евтин и широко-достъпен всекидневен печат

като компенсират занижените цени с постъпленията от обявите

Рекламата става основен и постоянен източник на приходи за вестниците, а след това – и за всички средства за масова информация

Америка става новата родина на рекламата

- ◆ 1835 г. - Барнъм започва интензивна реклама на цирка си

Той олицетворява американската предприемчивост и новия стил на ексцентрично, натрапчиво и брутално въздействие

- през 1849 г. пуска два вагона с впрегнати слонове край ж.п. линията Ню Йорк – Нюхавън
- през 1886 г. достига до невероятната и днес сума от **637 000 USD**
- започва да дава отстъпки за вестникари и свещеници
- продава името на певицата Жени Линд за означаване на луксозни изделия

Така се появяват първите стоки идоли

КРИТИКА

- ◆ в Англия и Америка рекламата продължава да се смята за нещо непочтено, срамно и – естествено – нежелано
- ◆ Първите социалисти започват борба с рекламата
- ◆ Българските комунисти се вдигат срещу проектозакона за рекламата, внесен от правителството на Александър Стамболийски

Институционализиране на рекламата

- ◆ Агенциите постепенно налагат принципа на агентска комисионна

За да се справят по-добре от конкурентите си с клиентските поръчки, те наемат добри текстери и находчиви дизайнери

- ◆ през **1891 г.** в Германия се приема закон за **рекламата** под натиска на католици и социалисти
- ◆ в Америка се прокарват законови актове съдържащи ограничения за рекламиране
- ◆ **1911 г.** - Американска рекламна федерация започва кампания за истинна и етична реклама и създава **Кодекс за подобряване на рекламната практика**

приема лозунга “За истина в рекламата”

◆ Рекламата се сдобива с нов канал за комуникации – радиото

◆ След Първата световна война кинорекламата постепенно завладява масите

◆ Четирицветният печат разширява възможностите на печатна реклама

◆ Голямата криза нанася жесток удар на бранша

80% от рекламните агенции фалират, а общественото мнение се нахвърля върху рекламата, защото създава фалшив пазар и лъжливи илюзии

- ◆ През 30-те години се интензифицират пазарните проучвания, въвежда се контрол върху тиражите и разпространение на рекламоносителите
- ◆ Появяват се изследванията на Джордж Галъп за четимостта на вестниците и рейтинга на радиопрограмите
- ◆ Рекламата започва да се преподава в елитни университети.
- ◆ След Втората световна война рекламата става стопански отрасъл в десетки страни
- ◆ Рекламата постепенно са интернационализира
- ◆ Развитието на технологиите проправя пътя към глобалната реклама

Развитие на рекламата в България

- ◆ 1805 г. - Софроний Врачански разпраща ръкописно възвание до неколцина български първенци за съставения от него “Неделник” – първата новопечатна книга в българската литература
- ◆ 1892 г. - Иван Мърквичка изработва първия цветен литографски плакат за Първото българско земеделско-промишлено изложение в Пловдив
- ◆ 1893 г. - Илия Бояджиев основава в София Анонсно бюро

◆ 1921 г. - правителството на Александър Стамболийски прокарва първия закон за рекламата в България:

“Всяко писмено, картинно, гравюрно или по какъвто и да било друг начин препоръчване на стоки, предмети от всякакъв род, знания и прочие или подчертаване – пряко или косвено – превъзходството им над други, както и въобще всяко публично оповестяване от частен или спекулативен характер с цел печалба или въобще придобиване на изгода.”

Законът просъществува до 1925 г., когато е отменен

- ◆ през 20-те год. по киноекраните в България се появяват световните марки

изграждат се колони за афиши по оживените кръстовища над софийското бюро на “Ер Франс” свети първият неонов надпис

- ◆ през 1930 г. се създава съюз “Родно Радио” и започва излъчване на първите радиореклами под формата на диалози и кратки песнички.

- ◆ Обявяват се конкурси за етикети, търговски марки, слогани

Наградата на заводите “Чилор” печели Елисавета Багряна със слогана:

“За красотата на света Бог жената дал, за красотата на жената пудра Идеал!”

- ◆ през 1948 г. Васил Коларов изобличава рекламата като продукт на капитализма