**Зарождение рекламы**

Уткин Э.А.

Простейшие формы рекламы существовали еще до нашей эры. Одним из первых дошедших до нашего времени рекламных обращений считается египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба. Его текст гласил: "Он прекрасно слышит обоими ушами, видит обоими глазами.

Гарантирую его умеренность в пище, честность, покорность". Хранится папирус в Британском музее. Современные исследователи также считают одним из древнейших рекламных текстов высеченную на камне надпись, найденную в развалинах древнейшего города Мемфиса: "Я, Рино с острова Крит, по воле богов толкую сновидения". Однако оперативность рекламы, исполненной на камне и металле, весьма низка по сравнению с настенной рекламой.

Гораздо более распространенными были надписи, нацарапанные или начертанные краской на стенах. У исследователей античности эти тексты именуются граффити (от ит. "graffito" — нацарапанный). В Древней Греции и Риме рекламные объявления писали на деревянных досках, гравировали на меди или кости, громко зачитывали на площадях и других местах скопления народа.

Дошедшие до наших дней памятники письменной истории свидетельствуют, что в Древнем Риме стены расписывались объявлениями о гладиаторских боях, продаже рабов, домашних животных и т. д. Рекламные объявления помещались на специально выстроенных побеленных стенах — "амбусах", на стенах жилых домов, что вызывало протесты жителей этих домов. Городские власти Рима пытались помешать такому размещению рекламы, в связи с чем один из указов гласил: "Запрещается писать здесь. Горе тому, чье имя будет упомянуто здесь. Да не будет ему удачи".

Древнейший город Помпеи, сохранивший свой первоначальный облик благодаря затопившей его лаве (73 г. н. э.), донес до нас более полутора тысяч различных рекламных обращений, вполне схожих с современной рекламой. Свидетельство тому — обилие и разнообразие предметов рекламирования, богатство приемов и средств, свойственных античной рекламе. Предметы рекламирования охватывают все сферы жизнедеятельности — экономическую, политическую, зрелищную, межличностную рекламу, объявления о различных услугах и т. п.

Например, изображение учителя, наказывающего розгами ученика, символизировало школьное заведение. Не менее броско, чем в современном городе, рекламировались гостиницы, таверны, кабачки. Как правило, таверну рекламировала вывеска и насаждения плюща или терновника. Помимо вывесок на самих заведениях существовали разбросанные в разных местах надписи-указатели типа: "Прохожий, пройди отсюда до двенадцатой башни. Там Сирикус держит винный погребок. Загляни туда. До встречи".

Рекламировались и термы (античные бани), любимое место отдохновения римских граждан. Один из рекламных текстов предлагает снять "...виллу — хорошую и добротно выстроенную". Далее следует рисунок рекламируемого жилья. Среди графита, открытых в Помпеях, многие относятся к предвыборной борьбе римских политиков и администраторов: "Прошу, чтобы вы сделали Эдилом (т. е. выборным лицом в селекте) Модеста» и даже: "Если кто отвергнет Квинтия, тот да усядется рядом с ослом".

Античный мудрец и философ Луций Анней Сенека две тысячи лет тому назад в письме к приятелю жаловался на раздражающие и отвлекающие от сосредоточенности многочисленные уличные шумы:

"Сейчас вокруг меня со всех сторон многочисленный крик: ведь я живу над самой баней. Вот вообрази себе все многообразие звуков, из-за которых можно возненавидеть собственные уши. <...> К тому же есть еще и пирожники, и колбасники, и торговцы всякими кушаниями, каждый на свой лад выкликающие товар".

Звуковая атмосфера античного города была насыщена выкриками зазывал, торговцев, официальных глашатаев, объявляющих правительственные указы, распоряжения и постановления.

Важнейшим средством распространения информации и рекламы в древних государствах мира являлся так называемый институт глашатаев один из древнейших установлений государственной власти. Эти должности были установлены в различных древних государствах.

Профессия глашатая предназначалась для повседневного информирования больших скоплений людей, какими являлись в то время города. Причем информация глашатаев носила разнообразный характер — от политических призывов и обличений, чествований прославленных полководцев, сообщений о прибывающих в город посольствах, цирковых представлениях до сугубо торговой рекламы.

В Древней Греции глашатаи ходили по улицам с рекламными песнями. Одна из них, например, звучала так: "Чтобы глаза сияли, чтоб щеки алели, чтоб надолго сохранилась девичья краса, разумная женщина будет покупать косметику по разумным ценам у Экслиптоса". Чем не образец современной рекламы косметики?!

Глашатаям поручалось также оперативно оповещать население о вызове граждан в суд, о вынесенных приговорах и предстоящих казнях. Со временем эта сфера оповещения составила специальную отрасль юридической рекламы, которая существует и в наши дни.

По свидетельствам античных авторов духовная жизнь общества на ранних ступенях развития проявлялась преимущественно в устной форме. Это подтверждается и безусловным преобладанием именно устных вариантов рекламных текстов.

Устная реклама уличных зазывал, разносчиков, бродячих ремесленников была распространена в местах постоянного предложения товаров и услуг (торговых рядах, банях, цирюльнях, тавернах, постоялых дворах).

Обектом устной рекламы античности часто являлись "живые вещи" - рабы. В Риме, например, имелось несколько мест работорговли, где звучали хитроумные рекламные призывы, частично дошедшие до нас в классических сочинениях. Не менее распространенными были рекламные объявления, приглашавшие граждан посетить то или иное зрелище: очередной бой гладиаторов, новый комедийный фарс, выступления жонглеров, фокусников, уличных акробатов и т. п. Доподлинно известно, что древние ремесленники ставили специальное клеймо на свои изделия, заботясь таким образом о своей репутации и рекламируя качественную продукцию. Зарождение рекламы

Античная культура явилась прекрасным образцом развития рекламной деятельности. Становление и развитие рекламы началось задолго до появления книгопечатания.

Уже на ранних этапах развития культуры реклама начинает выступать в форме письменного текста. Конечно, это происходит по мере изобретения самого письма, которое в различных регионах Земного шара датируется 6-8 тысячелетиями до нашей эры.

Рекламная письменность сочеталась с образцами монументальных надписей, особенно распространенных в ближневосточной культуре. Примерами таких надписей могут служить высекавшиеся на каменных стенах рассказы о деяниях удачливых правителей, полководцев, выгравированные на металле своды законов, поле битвы и т. д.

Опыт подобного совмещения рисунка и текста находит широкое применение в рекламной деятельности вплоть до настоящего времени.

Античная культура явилась прекрасным образцом развития рекламной деятельности. Становление и развитие рекламы началось задолго до появления книгопечатания.

Уже на ранних этапах развития культуры реклама начинает выступать в форме письменного текста. Конечно, это происходит по мере изобретения самого письма, которое в различных регионах Земного шара датируется 6-8 тысячелетиями до нашей эры.

Рекламная письменность сочеталась с образцами монументальных надписей, особенно распространенных в ближневосточной культуре. Примерами таких надписей могут служить высекавшиеся на каменных стенах рассказы о деяниях удачливых правителей, полководцев, выгравированные на металле своды законов, поле битвы и т. д.

Опыт подобного совмещения рисунка и текста находит широкое применение в рекламной деятельности вплоть до настоящего времени.

Таким образом, истоки рекламной деятельности уходят в первобытную древность. Античная культура порождает уже довольно зрелые формы рекламной деятельности, основой которых являются сгустки оперативной информации. Эти формы рекламной деятельности выражались посредством разнообразных наборов словесных, звуковых, письменных и изобразительных приемов, создающих рекламные образы (имиджи) рекламируемых объектов, чья цель — активно проникать в психику потенциального потребителя, привлекать его внимание и тем самым побуждать совершать выгодные для рекламодателя действия.

Новый качественный скачок в развитии рекламы начинается с появлением книгопечатания.

Таким образом, истоки рекламной деятельности уходят в первобытную древность. Античная культура порождает уже довольно зрелые формы рекламной деятельности, основой которых являются сгустки оперативной информации. Эти формы рекламной деятельности выражались посредством разнообразных наборов словесных, звуковых, письменных и изобразительных приемов, создающих рекламные образы (имиджи) рекламируемых объектов, чья цель — активно проникать в психику потенциального потребителя, привлекать его внимание и тем самым побуждать совершать выгодные для рекламодателя действия.

Новый качественный скачок в развитии рекламы начинается с появлением книгопечатания.