

Эволюция американской рекламы в XIX

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Насирова Аида Адилевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: aidanasirova98@mail.ru

Реклама (от лат. *resclamare* выкрикивать) - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Таково определение одного из наиболее ярких явлений современности. Давно став одним из непреходящих атрибутов нашей культуры, сегодня она встречается повсюду, пронизывает своими сообщениями, технологиями, продуктами всю жизнь современного общества.

Данный доклад актуален, так как реклама постоянно окружает нас, стоит только обратиться на нее внимание. Например, на рекламных щитах, в социальных сетях, в телевизоре, а так же афиши, листовки и т.д., именно, поэтому важно понимать, что такое реклама, каковы ее истоки и для чего она нужна, ведь она стала важнейшим инструментом для увеличения объема реализации товаров и услуг. Без рекламы в наше время сложно представить хоть одну крупную компанию, так как реклама не только увеличивает сбыт какого-либо товара, но предоставляет информацию о продукте через различные информационные каналы.

Не всегда реклама была такой, какой мы ее знаем сейчас, произошла некая эволюция рекламы и, чтобы улучшить методы ее воздействия на потребителей, сделав ее качественней и креативней, конечно же, необходимо обратиться к ее истокам.

Целью данной работы является изучение эволюции рекламы в США.

Задачей доклада является выявление рекламных тенденций, приемов и методов, изучение развития американской рекламы в XIX в.

Необходимо осветить самые значимые события, которые дали толчок развитию рекламы. Однозначное самое важное событие, которое повлияло на бизнес в США- это Промышленная революция, которая произошла в США к началу XIX века.

Также Гражданская война (1860-1865) стала начальной точкой для становления рекламы, как профессиональной деятельности, которая повлияла на производство, тем самым породив экономику потребления. Благодаря войне появились такие новшества, как упаковка и консервирование.

К 1840 в Америке было более 55 тысяч магазинов, реклама стала помощником розничных торговцев.

1841 г по праву считается ключевым в истории американской рекламы - рекламный агент Волни Палмер (Palmer) открыл первое рекламное агентство в Бостоне. Палмер работал не только как посредник между газетами и рекламодателями, он сам разрабатывал рекламную концепцию для печатных СМИ.

Так же появились универмаги (Steward, Macy, Lord&Taylor, Wanamaker, Field), которые примерно через 10 лет после Гражданской войны стали главными рекламодателями.

В 1872 году фирма Montgomery Ward начала первую массовую продажу каталогов разных товаров, которые доставлялись с помощью железной дороги.

В 1883 году Джозеф Пулицер приступил к изданию New York World, отталкиваясь в расчетах стоимости рекламы от величины тиража.

В 90-е гг. XIX века США стала ведущей мировой индустриальной державой. Доходы населения повысились, тем самым люди могли тратить денег больше чем раньше, стимулируя спрос на товары, впоследствии чего, реклама получила, действительно, незаменимое место в экономике страны. Таким образом, реклама проникла в повседневную жизнь американцев.

Источники и литература

- 1) Марк Тангейт, Всемирная история рекламы.- Альпина Паблишер, 2008.
- 2) Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. СПб.: Питер, 2002.
- 3) Мыло, секс и сигареты/ Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой. — СПб: Питер, 2002.