

## **Эволюция рекламы: от глашатая к современному маркетингу**

*Корчева Ирина Александровна*

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема*

*Студент*

### **Аннотация**

Исследование направлено на изучение развития рекламы в России с древних времен, особенностей ее развития и использования методов представления товаров для продажи. Для достижения поставленной цели было решено обратиться к историческим документам, хроникам и провести анализ культурных и исторических особенностей России, которые могли повлиять на развитие рекламы глашатаев в торговле, дипломатии и передаче информации. Результаты исследования могут помочь понять исторический контекст развития рекламы в России, а также выявить особенности и значимость использования глашатаев как метода представления товаров, дипломатической коммуникации передачи информации. Это исследование может способствовать более глубокому пониманию роли рекламы в российской культуре и ее связи с менталитетом и традициями страны.

**Ключевые слова:** история, реклама как исторический источник, глашатай, торговля, потребитель.

## **The evolution of advertising: from herald to modern marketing**

*Korcheva Irina Alexandrovna*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*Student*

### **Abstract**

The study is aimed at studying the development of advertising in Russia since ancient times, the features of its development and the use of methods for presenting goods for sale. To achieve this goal, it was decided to turn to historical documents, chronicles and analyze the cultural and historical features of Russia, which could influence the development of heralds' advertising in trade, diplomacy and information transfer. The results of the study can help to understand the historical context of the development of advertising in Russia, as well as to identify the features and significance of the use of heralds as a method of presenting goods, diplomatic communication and information transfer. This study can contribute to a deeper understanding of the role of advertising in Russian culture and its connection with the mentality and traditions of the country.

**Keywords:** history, advertising as a historical source, herald, trade, consumer.

## **1 Введение**

### **1.1 Актуальность**

Актуальность данной темы научной статьи заключается в том, что история рекламы является неотъемлемой частью развития общества и эволюции коммерческой коммуникации. Изучение этой истории позволяет нам понять, какие идеи, техники и стратегии использовались в прошлом и как они сформировали современную рекламную индустрию.

Реклама имеет огромное влияние на наше поведение, предпочтения и восприятие мира. Она используется для продвижения товаров и услуг, формирования образов и стереотипов, создания потребностей и воздействия на наши эмоции. Изучение истории рекламы позволяет понять, как эти методы были использованы в прошлом и как они могут быть применены в настоящем.

Кроме того, история рекламы помогает нам понять изменения в общественных ценностях, технологических достижениях, политической ситуации и экономических условиях. Реклама отражает дух времени и является индикатором социокультурных изменений. Изучение истории рекламы может дать нам уникальную возможность узнать, как менялись ценности и приоритеты в обществе.

История рекламы также может служить важным источником вдохновения для современных рекламных профессионалов. Она позволяет изучить успешные кампании и стратегии прошлого, адаптировать их под современные условия и применить в новых контекстах.

Наконец, изучение истории рекламы способствует развитию критического мышления. Анализ рекламных кампаний прошлого позволяет осознать, как манипулятивные техники и воздействия влияют на наши представления о мире и влияют на наше поведение.

### **1.2 Обзор исследований**

Изучая статью «Глашатаи – «прародители» современной рекламы», написанную О. Ермолаевой, можно наблюдать историю развития глашатаев как формы рекламы и их влияние на современную рекламную практику [3]. Учебник Л.Е. Трушиной «История отечественной и зарубежной рекламы» представляет собой исследование развития рекламы как явления. В нем представлены основные этапы истории рекламы, рассматриваются различные аспекты ее развития, включая социальные и экономические факторы [4]. Книга Дж. Худа «Продажа мечты: почему реклама – это хороший бизнес» позволяет проанализировать роль рекламы в современном обществе и объясняет, почему она является важным фактором для бизнеса. Автор рассматривает различные аспекты рекламы, включая ее воздействие на потребителей и экономику [6]. А учебное пособие Ю.А. Шестакова «История рекламы» рассказывает об исследовании истории рекламы с точки зрения ее развития и влияния на общество. В книге рассматриваются различные аспекты рекламы, включая ее исторический контекст и воздействие на потребителей [8].

### 1.3. Цель исследования

Цель данной научной статьи состоит в анализе истории рекламы с акцентом на роли глашатаев – «прародителей» современной рекламы. В частности, статья направлена на выявление перспективных направлений развития рекламы, основанных на исторических предпосылках и принципах деятельности глашатаев.

## 2 Результаты и обсуждения

В античности профессиональными носителями рекламного слова стали городские глашатаи. Именно в ходе их деятельности вырабатывались устойчивые образцы рекламных текстов, формировалась их типологическая структура. Должность глашатаев фиксируется археологическими источниками уже в период крито-микенской культуры около XIV века до н.э.

Изначально реклама была связана с глашатаями, которые передавали информацию о подвигах воинов, торговцев и правителя. Реклама была особенно эффективной в зазыве на соревнования, когда торговля была более активной. Перед изобретением книгопечатания глашатаи распространяли рекламу, выкрикивая важные новости. Они выполняли дипломатические поручения, передавали важную информацию, рекламировали товары и владельцев. Атрибутика глашатая указывала на его принадлежность к определенной касте и работодателю. Глашатай обычно имел рог или колокольчик, чтобы зазывать народ. Исходя из этого, глашатаи являются предками современных новостных репортеров и дикторов. Ни одно событие или праздничное мероприятие не обходилось без глашатая.

В Словаре В. Даля глашатай (он же бирюч или бирич) на Руси – приближенный к князю человек, объявляющий его волю и зачитывающий княжеские указы на улицах и площадях [4].

Немаловажными и одними из главных критериев отбора бирючей становились грамотность, хорошая дикция и зычный голос. У шепелявых или заикающихся, бубнящих себе под нос, робких не было шансов устроиться на государственную службу. Такие же требования предъявлялись и к кандидатам, нанимаемым на службу к наместнику или к воеводе, при этом у каждого из них в штате состоял свой коллектив глашатаев. Они приравнивались по статусу к тюремщикам и палачам. Получали бирючи жалованье регулярно – «московку» или «полуденьгу».

Кроме хорошей дикции и грамотности, ценилась верность работодателю, поэтому старались не брать пришлых, нанимая проверенных людей. Оглашая на площадях царские указы и княжеские грамоты, безупречный внешний вид глашатай должен был выделять их из толпы. Высокий рост, представительность, широкоплечность, аккуратная и постриженная борода. Официальное лицо должно было выглядеть подобающе, чтобы гордо представлять власть. Использовались яркие кафтаны (часто, алого цвета) и атрибуты в виде тяжелого жезла с колокольчиками. Основным требованием, предъявляемым к глашатаю, являлся громкий голос,

благодаря которому, он завлекал публику на какое-либо яркое событие в городе: свадьбу, ярмарку, соревнования, похороны и др.

Из существующих источников, известно, что эта профессия считалась очень престижной, к тому же, высокооплачиваемой. Рыночный глашатай – это очень богатый и авторитетный человек, особенно если он умеет громко, зазывно кричать. Так считали все, кто нанимался в ученики к известным в городе специалистам. Некоторые историки называют эту касту глашатаев шутами и клоунами. Есть в этом и доля правды. Для того, чтобы предлагаемый товар был куплен, глашатай должен сделать все возможное и невозможное в угоду потребителя, дабы тот купил предлагаемый товар. Они рассказывали шутки, добавляли юморные комментарии, при этом, не забывая нахваливать товар. Дружный хохот, конечно же, привлекал других покупателей рынка, и торговля шла активно.

В древности возвешение было сложной задачей, требующей серьезной работы. Успех глашатая зависел от его авторитетности и надежности информации, которую он передавал. Именно от этого зависело эффективное функционирование «сарафанного радио», которое является мощным инструментом воздействия на сегодняшнюю аудиторию. Люди часто делятся своими опытами работы с услугами или продуктами, и это имеет большое значение при принятии решения о покупке или использовании.

### **Вывод**

История рекламы является невероятно интересной и сложной сферой исследования. Изучение глашатая – «прародителя» современной рекламы представляет большой археологический интерес, поскольку это было первое известное использование средства коммуникации с целью обращения к массовой аудитории.

История глашатая и его эволюция в современную рекламу свидетельствует о том, что реклама является неотъемлемой частью нашей культуры и общества. Ее развитие и изменение отражают не только технологический прогресс, но и социально-экономические изменения в обществе. Исследования в этой области имеют важное значение для понимания роли и влияния рекламы на современное общество и предлагают возможности для развития новых подходов и стратегий в рекламном бизнесе.

Таким образом, работа глашатая – должность, в рамках которой человек занимался освещением событий в любое время, в любом месте. Эти люди оповещали народ даже о начале похоронных процессий. Зычные окрики и яростная жестикуляция – вот что было важно в работе глашатая. Считается, что именно они являются родоначальниками современной рекламы. Особенно это касается той касты, которая работала на рынках и обычных городских площадях.

### **Библиографический список**

1. Броневский С. Новейшие географические и исторические известия на

- Кавказе. М.: 1823. – 485 с.
2. Велиханова Т.Т. Вклад армянской общины в социально-экономическую, политическую и культурную жизнь Дагестана во второй половине XIX – начале XX в: Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2011. 21 с.
  3. Ермолаева О. Глашатаи – «прародители» современной рекламы. 2017.
  4. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. СПб.: «Тип. М.О. Вольфа», 1880. 812 с.
  5. Трушина Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: Учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. 244 с.
  6. Худ Дж. Продажа мечты: почему реклама – это хороший бизнес. Вестпорт: Прегер, 2005. 13 с.
  7. Швырев А.Д. Интернет-реклама как один из важнейших инструментов современного маркетинга // Научный журнал. 2020. №3 (48). С. 40-43
  8. Шестаков Ю.А. История рекламы: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2020. 259 с.