

## Античные истоки современной рекламы

*Абраменков Александр Владимирович*

*Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема*

*Студент*

*Королева Ирина Васильевна*

*Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема*

*к.п.н. декан*

### Аннотация

В статье повествуется об истоках античной рекламы в современной рекламе. Проводится сопоставление проторекламы с современной рекламой. Описываются различные виды и формы проторекламы которую использовали для обозначения территории, социального статуса человека в племени; примеры античной проторекламы, более полно содержащие классические признаки рекламы. Образцы проторекламы в статье подробно описываются и сопоставляются с вариациями современной рекламы.

**Ключевые слова:** протореклама, реклама, альбум, глашатаи.

### The practical benefit of the experience of antique advertising in our days

*Abramenkov Alexander Vladimirovich*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*student*

*Koroleva Irina Vasilivna*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*Candidate of pedagogical sciences, Dean*

### Abstract

The article focuses on the origins of antique advertising in modern advertising. A comparison of pratorelli and its modern appearance. Describes samples of protodeclare tribes, which they enjoyed for the designation of areas, of tribesmen and to indicate the status of a person in the tribe. Also the examples of antique advertising such as: Albums, heralds, protogaea. Samples antique advertising compare with modern advertising.

**Keywords:** Album, protoreclama, reclama, the herald.

Реклама как продукт жизнедеятельности человека появилась раньше, чем люди научились торговать и изобрели деньги. А те образцы рекламных

продуктов, которыми пользовались люди, мы сейчас называем проторекламой.

Протореклама представляла собой комплекс отличительных признаков: звуки, рисунки, надписи, символы. Например, для обозначения территории племени люди использовали символы, нанесенные на дерево или камень, а в некоторых случаях сами камни. Древние люди использовали элементы проторекламы и для того, что бы отличить своего соплеменника от чужака: определенный наряд, головной убор, грим, нанесенный на тело и даже татуировки, все перечисленное можно отнести к сокращенной рекламе [1, с. 12] (рисунок 1).



Рисунок 1 – Женщина племени Майя  
(<http://www.infobarrel.com/media/image>)

На рисунке мы видим сочетание визуальных признаков отличия. К ним можно отнести наряд, который в свою очередь может показать, какой социальный статус занимает данный человек в племени. Татуировка, нанесенная на лицо, может говорить о власти, принадлежащей ее обладательнице.

Период античности внес в развитие проторекламы новые смыслы и образы. В период античности реклама принимает новые формы путем усовершенствования старых. Например, рисунки древних людей чаще всего имели сакральный характер, а в античности рисунок мог выступать в роли личного знака мастера или обозначения различных заведений, связанных с производством и оказанием услуг, таких как таверна, кузница, мельница и другие.



Рисунок 2 – Глашатай (<http://www.neizvestniygeniy.ru>)

В античном мире самым распространенным носителем и распространителем рекламы были глашатаи. Их работа заключалась в том, что они выкрикивали в местах скопления народа (например, на торговой площади) сообщения различного характера. Они могли быть политически-агитационными, экономическими и т.д. Глашатай становился на какую-нибудь возвышенность и выкрикивал определенное сообщение, привлекая тем самым окружающих людей. Главная цель глашатая заключалась в том, что бы его речь услышало как можно большее количество проходящих мимо людей (рисунок 2). Они должны были обратить на себя внимание и четкой громкой речью рассказать людям о грядущих событиях таких как, например: ярмарка, казнь преступника, о политических выборах, светских городских мероприятиях. Особенностью профессии глашатая является передача ее по наследству. Как и многие ремесла, мастерство глашатая имело свои «профессиональные» секреты, которые и передавались от отца к сыну [1, с 20]. Кроме того, строго соблюдаемое сословное строение общества в период античности сыграло в этом свою роль, закрепляя мастерство в границах семьи. Уже тогда люди, занимающиеся распространением информации, понимали, что устное сообщение эффективнее надписей и рисунков. По этой причине многие владельцы заведений пользовались услугами глашатаев.

Глашатаев можно сопоставить с городским радио, так как и городское радио является ярким примером передачи устной рекламы огромному кругу лиц. Сходство с радиовещанием обнаруживается здесь и в том, что глашатая и радио на площадях слышно повсюду. Для того, что бы быть глашатаем, как и диктором на радио, нужно иметь хорошую грамотную речь и отличную дикцию. Так как городское радио и глашатаи оповещают жителей города о разных событиях, эти навыки остаются востребованными и в современном мире.

С зарождением письменности появляется письменная реклама. В период античности известны различные формы проторекламы: надписи, граффити, альбумс, римская протогазета, афиша. Самыми распространенными среди сохранившихся до наших дней, являются альбумс и афиша.



Рисунок 3 – Альбумс (<http://www.migdal.org.ua/images/migdal-16351.jpg>)

Альбумс представлял собой выбеленную стену, на которой писали разного рода сообщения. Они часто носили новостной характер, в них говорилось о прошедших или грядущих событиях. После того как на стене не оставалось свободного места, ее снова закрашивали белым и снова наносили тексты рекламного характера.

Альбумс можно считать прототипом баннеров наружной рекламы, как только они становятся пустыми находится человек готовый за определенную плату разместить свою рекламу на баннере (рис. 3).

Римская протогазета — метод оповещения граждан Древнего Рима о новых событиях посредством текстов, написанных краской на выбеленных стенах [2].

Протогазета в древнем мире является прообразом современных средств массовой информации. При императоре Августе Октавиане к официальной информации добавились сведения частного характера, «светская хроника», сведения о разводах и женитьбах, информация об увеселениях, продаже недвижимости и т.п. Протогазета стала называться «Повседневные дела народа Рима». Она «издавалась» на дощатых щитах, обработанных белым гипсом. Текст наносился черной краской. Щиты выставлялись в публичных местах. Таким образом. «Acta diurni populi romani» может в равной степени рассматриваться как предтеча и рекламы в прессе, и наружной щитовой рекламы.

Так как альбумс и протогазета схожи по своему прямому функционалу, то можно сказать, что опыт использования подобных форм в современной рекламе практически одинаков, но при этом в свое время альбумс был более эффективный, так как на нем часто происходила смена информации, чего нельзя сказать о протогазете которая обладала более длительной периодичностью, исключением являются лишь «светские хроники». Следует отметить, что по характеру объявлений можно утверждать, что люди уже тогда знали, что самое эффективное объявление должно быть броской и при этом без излишеств.

Альбумс и протогазета могут в полной мере считаться прототипами многих рекламных форм современного мира: это реклама в прессе, доски объявлений, баннеры, наружная реклама и т.д. К тому же есть сведения о том, что размещение информации на альбумс объявления было платным и, более того, были назначены особые служащие, следившие за соответствием рекламного объявления действительности. В случае если объявление не соответствовало реальным событиям, рядом с альбумс писалось имя того, кто разместил ложное объявление и ему запрещалось размещать рекламные объявления в дальнейшем. Таким образом, мы видим зарождение законов и порядка размещения рекламы. В современном законодательстве о рекламе вполне реально отыскать подобные юридические требования.

Таким образом, на основании проведенного анализа и сопоставления образцов проторекламы с современной рекламой, можно с уверенностью утверждать, что современная реклама не только опирается в своей истории на первоначальные образцы и формы, но и совершенствуется на основе использования античного опыта.

### **Библиографический список**

1. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы СПб: Питер, 2002. 304 с.
2. Римская протогазета // Компьютерный толковый журнал. – Режим доступа: <http://glossword.info/index.php/term/>