

Как продать слона

■ Анастасия СОЛОВЬЕВА

Откуда ноги растут

Первые попытки рекламного бизнеса встречаются в Древнем Египте, Вавилоне, античной Греции и Риме. Специально нанятые люди ходили по улицам города и громко кричали то, что потом назовут рекламным слоганом. Само слово «реклама» происходит от латинского *reclamare* – кричать, выкрикивать.

Русская реклама появилась в средневековье вместе с первыми торговцами, купцами, ярмарочными зазывалами. Однако по-настоящему «золотым» временем развития рекламы как в Европе, так и в России стал XIX век. В этот период были изобретены фотография, телеграф, телефон, фонограф, радио, кино. Были созданы первые рекламные агентства. Появился способ оповещения – объявления в журналах. Тогда реклама была еще нацелена на эстетическое чувство покупателя и не вызывала отторжения. В качестве иллюстраторов афиш, плакатов, брошюр и даже упаковочной продукции выступали лучшие художники своего времени.

Реклама XIX – рубежа XX веков говорила об обилии форм досуга. Господа посещали театры и концерты, ярмарочные балаганы, цирк и синематограф. Преобладала шрифтовая зрелищная реклама, очень разнообразно оформленная. Только представьте себе, что при наборе текста применяли до двадцати шрифтов различного начертания и размера! Текст располагался по вертикали и диагонали, использовали «гнутые строки», «впечатляющие элементы» – указующие персты, руки, разворачивающие свитки с рекламными объявлениями, фигурные рамки.

Особенной популярностью, как и сейчас, пользовалась реклама автомобилей и всего, что с ними связано. Правда в основном предлагались услуги по тюнингу иностранных транспортных средств, но иногда рекламировали и товары собственного производства.

Для милых дам

И все же торговая система была направлена преимущественно на покупательниц-женщин. Мимо упаковочных конвертов для гребней было пройти невозможно. На них было написано: «Причесываться надо не спеша, бережно и осторожно, чтобы волосы не вырывались, причем грубое и небрежное обращение с волосами одинаково вредно как для детей, так и для взрослых. Лучше всего употреблять гребни с мягкими, редко расставленными зубцами и мягкую щетку...»

В середине XIX века несколько парфюмеров организовали в России выпуск мыла и духов, которые были совсем не хуже парижских. Правда, по происхождению большинство из парфюмеров были французами. На всю страну гремела слава фабрики Альфонса Ралле, производившей более 160 наименований парфюмерных ароматов. Акцент делали на красоту флакона, резонно решив, что запах для мужчин-дарителей зачастую не имеет большого значения. Главное – восторженная реакция избранницы.

Желанным подарком для милых барышень была и швейная машинка фирмы «Зингер». Агенты торгового дома активно разъезжали по населенным пунктам, предлагая купить продукцию в рассрочку. В начале XX века повсеместно появлялись магазины готовой одежды. В Ярославле их было тоже немало. Но все они меркли перед сиянием настоящего бренда – всемирно известной фирмы

Гони рекламу в дверь – она влетит в окно и все равно прокричит свое. Попастся в ее сети легко, бороться с ее издержками практически невозможно. До 4 июля в Ярославском музее-заповеднике работает выставка «Как продать слона». В экспозиции без малого 300 экспонатов, наглядно иллюстрирующих 100-летнюю историю рекламы и позволяющих разобраться, что же она такое – двигатель торговли или орудие надувательства.



«Легче сочинить 10 правильных сонетов, чем хорошее рекламное объявление.»

«М. и И. Мандль», открывшей свой магазин напротив Знаменской башни. Основанный венскими коммерсантами, этот торговый дом имел в России 11 филиалов. По сути, это был первый в городе торговый центр. Кстати, именно «манделевский» магазин проводил наиболее успешную рекламную кампанию. Он познакомил ярославцев с традиционными для Европы сезонными распродажами, обещая неслыханные скидки от 15 до 30%.

Клей, мыло, шоколад...

Некоторые товары рекламировали особенно агрессивно. Допустим, чудодейственное средство от «головного дискомфорта», то бишь перхоти. Большим спросом пользовался и первый немецкий универсальный клей «Синдетикон» фабрики, основанной купцом Отто Рингом. Готовили его в Норвегии самым обычным путем вываривания рыбных костей. Но молодые графические художники оказались очень инновационными. Плакат в стиле модерн демонстрировал фигурку, подобную ангелу, которая склеивала разбитые сердца. Ревущие тигры и растерянные слоны свисали с «крепкого дьявольского клея» и не могли устоять перед ним. Даже развалившиеся на кусочки планеты «Синдетиконом» могли быстро склеить обратно!

В начале XX века вошло в моду заботиться о здоровье. Любой мог зайти в аптеку и купить порошок для мгновенного похудения, мыло от веснушек и почти волшебные жидкости, способные обратить лысину в буйную шевелюру. Здоровые волосы были мечтой не только каждой женщины, но и каждого мужчины. Согласно моде мужчины носили пышные усы и бороды. Специально для них фармацевты изготавливали особые помады на основе масел: оливкового, миндального и пальмового. К основе добавляли воск, масло какао и иногда парафин для гладкости и блеска. Аромат такому средству придавали различные цветочные эссенции на основе розы, герани, жасмина, резеды.



Лучшее туалетное мыло
РЕКОРД.

«К 1912 году в Ярославле существовало 7 частных аптек. В фондах музея-заповедника хранятся всевозможные аптечные упаковки начала XX века, фирменные стеклянные флаконы-сигнатуры для лекарств, выписанные по рецептам ярославских врачей. Красочные ярлычки (сигнатуры) не только содержали важную для пациента информацию, но и рекламировали аптечные заводы.»

Изменения в рекламном деле произошли в 60-е. Это было время экономического подъема, когда увеличился спрос на качественные товары. В связи с этим появились специализированные организации «Внешторгреклама», «Союзторгреклама», «Главкоопторгреклама», рекламные организации «Аэрофлота», Министерства культуры и другие.

Первый телевизионный ролик с рекламой кукурузы вышел только в 1964 году. Советские рекламные ролики напоминали короткометражные фильмы и вызывали неизменный интерес зрителей. Первое время в газетах печаталось время выхода в эфир той или иной рекламы. Длительность такого ролика порой доходила до 10 минут.

Появление рекламы заказного образца стало возможным лишь с началом перестройки в середине 1980-х годов. В это время рекламная деятельность развивалась быстрее, чем когда-либо. Появились такие профессии, как копирайтер, дизайнер, имиджмейкер. Активизировалась выставочная деятельность, спонсорство. ■

ФОТО ТИМОФЕЯ ВАСИЛЬЕВА

