

САНКТЪ ПІТЕРБУРХЪ.



**Рекламные летучие
листки и начало печатной
газеты в России.**

**Реклама в российских
газетах в XVIII веке.**

ВЪ ДОМОСТАВЪ

Сего марта 1 числа, 1713.

ЦАРСКОЕ ВЕЛІЧЕСТВО Писалъ,
къ Господіну Адміралу, изъ
Фрїдріхъ штапа, отъ 3 числа
прошедшаго февраля.

На протяжении XVII-XVIII веков лидирующее положение в российской рекламе занимали устные и зрелищные жанры.

Это и понятно: грамотность «простого народа» была весьма ограничена. Ревнитель просвещения, соратник Петра, **Феофан Прокопович** распоряжением Святейшего синода начал создание на Руси **сети церковно-приходских школ**. Однако вплоть до времени Екатерины II это новшество приживалось с трудом.

Петр I все же начал вводить для массового употребления **печатные летучие листки**, распространявшиеся по трактирам и рынкам.

Среди них были, афиши, разъяснявшие смысл праздничных зрелищ. Но не только. Они посвящались очередным царским указам, манифестам, историческим и календарным сведениям, порядку проведения петровских ассамблей.

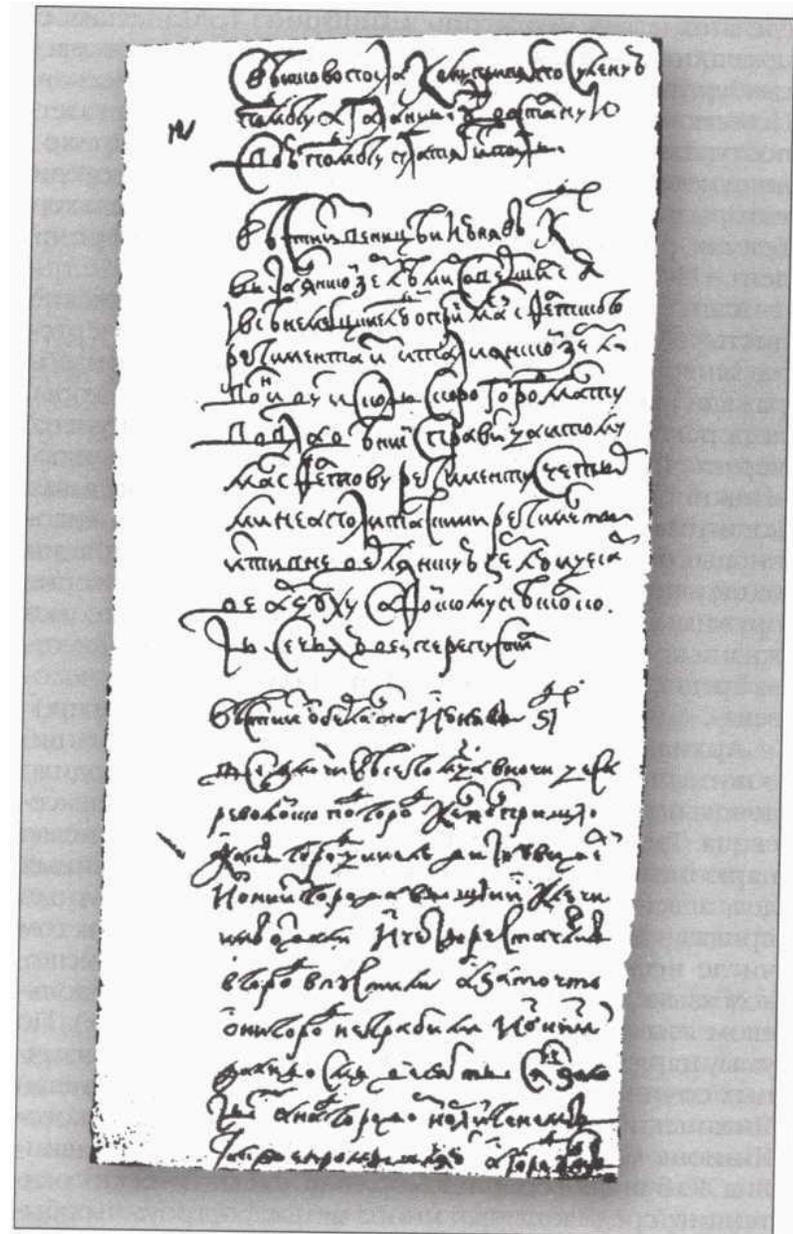
Последнее — продукт рекламной деятельности с характерным заголовком: «Объявление каким образом ассамблеи отправить надлежит».

https://www.youtube.com/watch?v=e_EGk7ScYWI



Параллельно с изданием печатных летучих листков наступило время создания первой российской газеты.

Подобно тому как формировалось становление журналистики в западных странах, в России существовала предшественница регулярного печатного издания — рукописная протогазета «Куранты».



«Куранты» — первая русская рукописная газета, составлявшаяся в Посольском приказе

«Считалось, что наиболее ранние рукописные "Куранты" относятся к 1621 г., однако в настоящее время обнаружены и составленные в 1600 г.»

Это, по большей части, переводы актуальных для России политических известий, опубликованных в зарубежных летучих листках и газетах, доставлявшиеся в Посольский приказ дипкурьерами.

«Куранты» составлялись не более чем в двух экземплярах для осведомления верховного правителя и узкого круга приближенных.

Петр I решительно расширил этот круг, издав 16 декабря 1702 года указ **«О печатании газет для извещения оными о заграничных и внутренних происшествиях».**

Первый номер петровских «Ведомостей» вышел в свет 2 января 1703 года тиражом в несколько десятков экземпляров.

Вѣдомости 1703 г.

(№ 1) Вѣдомости.

На Москвѣ внобѣ нынѣ пшшкх мѣдныхъ годеницъ и мартіроуехъ вылиото ѱ. *) тѣ пшшкх, іадромх-по іѣд. по ии. и по кѣ фшнтоуехъ. годеницы бѣомохъ пшдовыіе и полшпшдовыіе. мартіры бѣомохъ девяти трѣхъ и двѣ пшдовыіе и мѣнше. И ещѣ многѣхъ формъ готѣохъ великихъ, и среднихъ и литью пшшкхъ годеницъ. и мартіроуехъ: и мѣди нынѣ на пшшечныхъ дворѣхъ, котораа приго-тѣлена къ нѣомѣ литью, бѣлше ии пшшхъ лежишхъ.

Повелѣніемъ егѣ величества Москѣ-

Изъ казанн пшшшхъ, На рѣкѣ соку нашлн многѣ нефти, и мѣдной рѣды, и изъ той рѣды мѣдь выплавилн и зрѣднѣ, ш чегѣ чаютъ немалѣю бѣть прѣбыль Москѣскомѣ гѣрствѣ.

И изъ сибѣри пшшшхъ. Изъ китѣй-скомѣ гѣрствѣ || ешшшшхъ велинн не етѣли любѣть за ихъ лѣкабство, а иныіе и изъ нихъ и смертѣю казнены.

И изъ олѣнца пшшшхъ, Города олѣнца, Пѣнѣ и бѣнѣ олѣловѣхъ собравѣхъ охѣтничѣхъ пѣшнѣхъ ехъ тысащю чѣловѣкѣхъ, ходилѣхъ за рѣбѣжѣхъ къ свѣйскѣю границѣ, и разбѣлѣхъ свѣйскѣіе рѣгозенскѣю, и гиппонскѣю, и свѣрскѣю, и кернешскѣю,

С этого же времени
«Ведомости»
переходят с церковно-
славянского на
гражданский шрифт,
действительно
обретая возможность
восприниматься
широкими кругами
населения.

САНКТЪ ПЕТЕРБУРГЪ.



ВѢДОМОСТИ

ИЗЪ РІМА 29 Іюля.

Папа намѣренъ въ теплицы ъхать,
еже онъ обыкъ чинитъ въ Месѣцѣ
Августѣ. Врачи его всячески спа-
раются чтобъ его отъ того отвратитъ,
а онъ выслушавъ ихъ многажды о томъ
съ особою прѣлѣжностію, сказалъ
имъ, что искусство и обыкновеніе

Были ли в этой газете объявления, реклама? Развитой, регулярной, широкомасштабной рекламной деятельности газета не вела. Это правительственное издание, и его отношения с частными рекламодателями еще не сформировались. Но объявления все-таки появляются.

В петровских «Ведомостях» популяризируются минеральные воды Олонца. В № 2 за 1719 год газета убедительно советует посетить вновь открытый курорт:

«Понеже оные воды исцеляют различныя жестокая болезни,
а именно: цинготную, ипохондрию, желчь, безсильство желудка, рвоту... каменную, ежели песок или малые камни, и оныя из почек гонить...»

Престижность курорта подкреплялась ссылкой на поездки туда придворных особ — царицы Прасковьи Федоровны, фаворита

А. Меншикова. Параллельно появляются печатные листки на ту же тему:

«Объявление о лечительных водахъ, сысканных на Олонце,
а отъ какихъ болезней, и какъ при томъ употреблении поступать, тому дохтурское определение, также и указъ его царского величества на оныя дохтурския правила, и оное все следуетъ ниже сего».

О Б Ъ Я В Л Е Н І Е

О ЛѢЧИТЕЛЬНЫХЪ ВОДАХЪ СЫСКАНЫХЪ НА ОЛОНЦѢ,
А ОТЪ КАКИХЪ БОЛѢЗНЕИ, И КАКЪ ПРИ ТОМЪ УПО-
ТРЕБЛЕНІИ ПОСТУПАТЬ, ТОМУ ДОХТУРСКОЕ ОПРЕ-
ДѢЛЕНІЕ, ТАКЖЕ И УКАЗЪ ЕГО ЦАРСКАГО ВЕЛИЧЕСТВА
НА ОНЫЯ ДОХТУРСКІЯ ПРАВИЛЫ. И ОНОЕ ВСѢ
СЛѢДУЕТЪ НИЖЕ СЕГО.

Иногда оныя воды, исцѣляютъ разныя жестокія
болѣзни, а именно: Цингошную, ипохондріумъ, желчь,
безсласива желудка: ревну, поносъ, чешотную, камени-
ную съсли песокъ, или малыя камни, и оныя изъ почекъ
гонитъ; отъ водяной когда она зачинается, отъ запору мѣсячной
крови у женъ, отъ изліяннаго кровошеченія у оныхъ, отъ аплепсиса,
выгоняютъ глѣзы, также лечитъ кля, и отъ прочихъ болѣзней
великую славу имѣютъ. И ежели кто добрымъ порядкомъ, съ воза-
держаніемъ въ пицѣ и пивѣ будитъ ихъ употреблять, то совер-
шенно можитъ исцѣленіе получить. А когда безъ порядку кто
будитъ ихъ употреблять, съ худою пицею и пивомъ, также и
не во время, то не токмо пользу какую получитъ, но еще
вѣдше поврежденіе здоровью своему, и болѣзнь наведетъ. И для
того Его Царское Величество, Всемилостивѣиши Императоръ,
милосердствуя къ своимъ подданнымъ яко отецъ, надлежаще
регулы о употребленіи оныхъ водъ, дохтурамъ при своемъ бытвіи
и употребленіи оныхъ написать Всемилостивѣише указалъ, и
объявитъ для вѣденія въ народъ, чтобъ всякъ слѣдомъ былъ,
какъ оныя воды употреблять, да бы непорядочнымъ употребле-
ніемъ оныхъ, не былъ никую своему здоровью погрѣдипель.

ПРАВИЛЫ ДОХТУРСКІЯ, КАКЪ ПРИ ОНЫХЪ
ВОДАХЪ ПОСТУПАТЬ.

По прѣвѣдѣ къ пѣмъ водамъ, надлежитъ нѣсколко дней отдох-
нуть, а наче когда кто изъ дальняго пуши прѣидетъ,
И попомъ отъ пребывающаго тамъ придворнаго лекаря, прописное
лекарство повѣнъ пріять, и впрѣдѣ съ сою совѣшу во всемъ
поступать.

Иногда в «Ведомостях» публиковались списки книг, только что вышедших из-под типографского станка.

Например, в номере от 31 мая 1710 года читаем:
«Реестръ книгамъ гражданскимъ, которые по указу Царского Величества напечатаны Амстердамскою азбукою по первое число иуня нынешняго 1710-го году».

В библиографических сведениях,
систематизированных
по 15 разделам, встречаем:

«комплекты, или образцы, как писать письма къ разнымъ особамъ, архитектура военная, или штурмовыя науки образцы, история о взятии града Трои, географий, или описание земли сокращенное, календари.»

Так начинается развернутая библиографическая
реклама

в русской культуре. Вскоре оформляется особый жанр библиографической рекламы — **каталог**. Например, в ноябре 1723 года в Московской типографии напечатано 80 экземпляров каталога «рукописныхъ книгъ въ си нодальной библиотеке обретающихся».

Реклама в российских газетах в XVIII веке

В XVIII веке россияне имели дело еще с двумя газетами: **«Санкт-Петербургскими ведомостями»** и **«Московскими ведомостями»**.

«Санкт-Петербургские ведомости» издаются Академией наук с 1728 года. В отличие от петровского первенца эта газета выходила регулярно: в первый год издания — один, а затем — два раза в неделю.

Здесь также одно из ведущих мест в отделе объявлений занимают списки книг, издаваемые Академией наук.

Наряду с правительственной рекламной информацией, характерной для «Ведомостей», здесь начинается практика коммерческих объявлений. Именно они преимущественно заполняют отдел «для известия», где располагаются под рубриками: «Продажи»; «Подряды»; «Отъезжающие».

МОСКОВСКІЯ ВѢДОМОСТИ.

№



20.

Суббота.

Марта 7^{го}.

1836.

Содержаніе. ВНУТРЕННІЯ ИЗВѢСТІЯ. Высочайшіе Указы — Мнѣніе Государственнаго Совѣта — Положеніе объ устройствѣ города Елисаветграда — Высочайшія повелѣнія — С.-Петербургъ — Москва — Воронежъ — Новочеркасскъ — Харьковъ. ИНОСТРАННЫЯ ИЗВѢСТІЯ. Вѣна — Лондонъ — Парижъ — Испанскія дѣла — Португальскія дѣла — Римъ — Разныя извѣстія — Военный анекдотъ — Музыкальное извѣстіе — О Россійскомъ Обществѣ Любителей Садоводства — О прибывшихъ въ сію Столицу и выѣхавшихъ изъ оной — О Рускихъ книгахъ.

ВНУТРЕННІЯ ИЗВѢСТІЯ.

Изъ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА, Февраля 22.

I. Высочайшіе Указы,
за собственноручнымъ ЕГО ИМПЕРАТОР-
СКАГО ВЕЛИЧЕСТВА подписаніемъ.

Данные Правительствующему Сенату. (Въ
С.-Петербургѣ.)

Января 28 го числа :

1й. „Генераль-Губернатора Западной Сибири и Командира Оидѣльнаго Сибирскаго корпуса, Генераль-Лейтенанта Сулиму, согласно прошенію его, Всемилостивѣйше увольняя отъ занимаемыхъ имъ должностей, повелѣваемъ ему быть Членомъ Военнаго Совѣта.“

2й. „Начальнику 12й пѣхотной дивизіи, Генераль-Лейтенанту Князю Горчакову, Всемилостивѣйше повелѣваемъ быть Генераль-Губернаторомъ Западной Сибири и Командиромъ Оидѣльнаго Сибирскаго корпу-
Ш Ш

са, на томъ правѣ и съ тѣми же преимуществами, какія присвоены были его предъшественнику.“

Февраля 2 го числа :

3й. „Снисходя на всеподданнѣйшее прошеніе Морскаго Министра, Адмирала Фонъ-Моллера, Всемилостивѣйше увольняемъ его, по совершенно разстроенному на службѣ здоровью, отъ управленія Морскимъ Министерствомъ, съ оставленіемъ при занятіяхъ Члена Государственнаго Совѣта и съ сохраненіемъ всего получаемаго имъ нынѣ содержанія.“

4й. „Уволивъ Указомъ, даннымъ сего числа Правительствующему Сенату, Морскаго Министра, Адмирала Фонъ-Моллера, отъ званія Министра, Повелѣваемъ Морскимъ Министерствомъ, впредь до особаго распоряженія, управлять Начальнику Главнаго Морскаго НАШЕГО Штаба, Генераль-Адъютанту, Адмиралу Князю Меншикову.“

5й. Признавая нужнымъ заготовленіе корабельными лѣсами и заготовленіе оныхъ для флота присоединить къ Морскому Ин-

«Торговые и ремесленные слои населения столицы, отечественные и иностранные предприниматели увидели в газете средство для рекламирования своей продукции. Редакция охотно шла им навстречу, преследуя собственный финансовый интерес: тираж газеты был невелик (500-600 экз.), его реализация по 4 коп. за номер не покрывала расходы Академии на издание газеты».

Объявлений публиковалось все больше. Постепенно они выделились в специальное приложение — **супplement**.

В середине XVIII века отдел объявлений по объему сравнялся с основной информационной частью газеты. И, как справедливо отмечает А. П. Киселев, «объявление становилось если не единственной, то основной формой информации об экономической и культурной жизни».

ОБЪЯВЛЕНІЕ

въ № 24 Московскихъ Вѣдомостей 1834



Стефани и Сагмб, изъ Голландіи прибывшіе въ сію Столицу, честь имѣющъ извѣстить Почтеннѣйшую Публику, что сего Марта 25 го въ воскресенье, во 2 часу пополудни будетъ кормленіе большой змѣи и крокодила живыми кроликами и курами, копорыхъ они въ самомъ скоромъ времени проглотятъ. Послѣ сего

будетъ показываться удивительная женщина изъ кошорой завязываютъ глаза, дабы она не могла и она будетъ отвѣчать на всѣ предлагаемые вопросы рубль мѣсяцъ за дѣшевой половина. Сію даму, а равно и



Это уже не сухие строки официальных реестров и реляций, а живой оттиск времени со всеми его противоречиями и парадоксами. Происходило динамичное развитие и укрепление российской экономики ценой ужесточения крепостнических порядков.

В суплементе к №13 «Санкт-Петербургских ведомостей» за 1770 год читаем: «Продаются огурцы лутчего соления и примерного поведения кучер с женой»; «Желающие купить дворовую девку 13 лет могут спросить в Семеновском полку в офицерской линии».

Подобное содержание рекламы в «Санкт-Петербургских ведомостях» сохранилось вплоть до начала следующего века. Например, в приложении к первому номеру этой газеты за 1801 год публиковалось: «От Вологодского губернского правления объявляется, дабы желающие купить с аукционного торгу опасные помещика Аркадия Левашова Гразовецкой округи сельца Захарова мужеска пола — 3, женска пола — 3 же души без земли, оцененные: Никиту Васильева, 70 лет — в 10 рублей, жену его Авдотью Григорьевну 50 лет — в 5руб., Григория Игнатьева 70 лет — в 3 рубля, жену его Авдотью Ивановну 60 лет — в 3 ж рубля, Григория Максимова 40 лет — в 30 рублей, жену его Авдотью Максимову 30 лет — в 20 рублей явились в правление в назначенные для продажи сроки: генваря 2 и 30 числа с. г.»

Все более дифференцированно реклама «Санкт-Петербургских ведомостей» отражает экономическую жизнь: публикуются извещения о банкротствах, о взыскании векселей кредиторами, о принудительной распродаже с торгов имений, в том числе за расхищение казенного имущества. А наряду с этим повседневная частная жизнь:

«Продается подержанный чепрак, обшитый широким позументом и бахромою, походная кровать, кресла с выдвигаюною из оных кроватью, необшитых кожею и весьма удобная дорожная коляска. Спросить о них едучи к конной гвардии в смежном с Таврическим садом каменном доме у живущих над погребом».

Уделяется значительное внимание и рекламе зрелищ, причем некоторые тексты, помещенные в газете, очень напоминают те самые «перечневые» афиши, которые расклеивались по стенам и передавались из рук в руки.

Например:

«Приехавший сюда иностранец привез с собою обученную Испанскую собаку... которая понимает по-французски, по-немецки и по-голландски; также может читать писанное или печатное на оных языках письмо, показывает на всех часах минуты и часы; понимает арифметику, календарь и астрономию; знает все монеты, также немецкие и французские карты, различает цветы, ходит на передних лапах, танцует и делает разные фигуры.

Помянутую собаку видеть можно в Вознесенской между Кривою и Офицерскою улицею в новом каменном доме

В 1756 году под эгидой Московского университета вышла газета «Московские ведомости». Ее структура, организация материала по рубрикам были сходными с «Санкт-Петербургскими ведомостями». Сходной вначале была и реклама. Изменения в содержании и оформлении этой газеты связаны с деятельностью знаменитого просветителя Н. И. Новикова. Он, взяв в аренду типографию Московского университета, редактировал «Московские ведомости» с 1779 по 1789 годы.

Главным новшеством стал обстоятельный библиографический отдел, имевший заголовок «О российских книгах».

Здесь помещалась регулярная реклама книг, вышедших в университетской типографии, и сообщалось о всех новинках, продававшихся в университетской книжной лавке.

Издатель объяснил в особом «Объявлении» в № 104 за 1784 год, что к известиям о новых книгах «всегда присовокупляемы будут главнейшие показания содержащихся в них материй, дабы по тому читатели могли сами судить о достоинствах ОНЫХ».

Популярность газеты при Новикове значительно выросла — ее тираж составлял 4 тысячи экземпляров,
формат — 17х20,6 см,
количество страниц — от 4 до 16.
Тематика объявлений расширяется.
Помимо так называемых «казенных», т. е. официальных государственных, объявлений, характерных для рубрик «Подряды», сообщений «о продажах с публичных торгов имущества должников, сообщений о розыске беглых крепостных», лидирующее место начинает занимать реклама купеческих корпораций, наема работников, предложения услуг со стороны медиков, гувернеров, модисток

Так, медик Иосиф Мадже в 1780 году трижды через небольшие промежутки сообщает об эффективности своего лечения и ссылается в доказательство этого на свидетельства полутора десятков излечившихся больных.

Это — новый тип аргументации для российской газетной рекламы, успешно перенесенный с западных образцов.

Еще более настойчиво использует рекламное увещевание в «Московских ведомостях» за 1786 год садовник Яков Андреев. Он сообщает: «У нового каменного Никольского моста, в доме под номером 144 продаются самые лучшие распустившиеся цветы в горшках: гвоздики махровые, гиацинты, тюльпаны... за умеренную цену; так же кому угодно можно получать и букетами».

Далее это объявление появлялось в газете на протяжении всего года.

А в последнем номере «Московских ведомостей» за 1786 год выделяется своей экспрессивностью объявление французской модистки:

«Недавно приехавшая мадам Франтуе делает самое лучшее и новомодное дамское платье и обучает девок, живет на Ильинке против музыкальной лавки».

О Б Ъ Я В Л Е Н І Е

къ *№ 40 Московскихъ Вѣдомостей 1833 года.*

Въ Московской Складочной Таможнѣ, по случаю неявки желающихъ, назначенъ вновь 29 го сего Мая торгъ и 2 го Іюня переторжка, на поставку въ оную для Скулянскаго и Измаильскаго Таможенныхъ Округовъ, по имѣющимся образцамъ, слѣдующихъ вещей: 1) киверовъ со всѣмъ приборомъ и чехлами 500; 2) оубо чехловъ на кивера 150; 3) эполетъ гарусныхъ съ мѣдною чешуею 300 паръ; 4) лядунокъ съ перевязью 300; 5) поршупей съ мѣднымъ приборомъ 300, 6) пемляковъ къ саблѣ и шикъ по 300; 7) седлѣ со всѣми принадлежностями 300; и 8) конской збруи на 300 лошадей. Почему вызывающіе желающіе принять поставку сихъ вещей всѣхъ вообще, или кто какія пожелаетъ оубо, съ тѣмъ, чтобы предварительно предспавили на право подрядовъ свидѣтельства и надлежащіе залогы; образцы же показанныхъ вещей могутъ видѣть въ Таможнѣ во всякое время. — 1. —

Очевидно, в газете при редакторстве Новикова рекламная служба работала весьма успешно.

И неудивительно: за полтора десятилетия до аренды «Московских ведомостей» в своем первом сатирическом журнале «Трутень» **Н. И. Новиков** уже знакомил сограждан с типами рекламных текстов.

Тогда он подходил к таким сообщениям иронически в соответствии со стилем издания. Однако и в пародийном варианте отрабатывались структурные особенности рекламного творчества.

Здесь также обыгрываются наиболее характерные рекламные газетные рубрики: **«Подряды»**; **«Продажи»**; **«Зрелища»**; **«Книги»**; **«Отъезжающие»**.

А далее в первом случае говорится:
«Для наполнения порожних мест по положенному у одной престарелой кокетки о любовниках штату, потребно поставить молодых, пригожих и достаточных дворян и мещан до 12 человек, кто пожелает в поставке оных подрядиться, или и сами желающие заступать те убитые места, могут явиться упомянутой кокетки, где и кондиции им показаны будут».

Затем следовало:

«В некоторое судебное место потребно правосудия до 10 пуд; желающие в поставке этого подрядиться могут явиться в оном месте».

Под рубрикой «Продажи» сатирик писал:
«Недавно пожалованный воевода отъезжает в порученное ему место и для облегчения в пути продает свою совесть; желающие купить, могут его сыскать в здешнем городе».

Приводятся эти пародийные тексты с целью показать, сколь глубоко укореняется в русской культуре уже с середины XVIII века жанр рекламного объявления. Во все века сатирики стремились высмеивать наиболее популярные, распространенные явления своего времени. Популярность же жанра объявлений не оставляет сомнений.

Даже лучшие журналисты эпохи не считали зазорным прокомментировать их.

Например, во втором номере нового журнала «Вестник Европы» за 1802 год **Н. М. Карамзин** выражает недоумение по поводу объявления в одном из декабрьских номеров столичной прессы. В заметке «Странность» он комментирует предложение французского гувернера, открывшего близ Парижа пансион для русских дворян и предлагавшего «учить их всему нужному, особливо же языку русскому».

Патриотические чувства Карамзина были покороблены такой заявкой: «Живучи в уединении, я не знаю, что другие подумали о таком объявлении. Мне кажется оно более смешным, нежели досадным: ибо я уверен, что наши дворяне не захотят воспользоваться благосклонным предложением господина N. N.»

Возможно, в этом предположении будущий автор «Истории государства Российского» заблуждался, не учитывая некоторые скрытые Для внешнего наблюдателя особенности рекламного текста, — ведь в двух карамзинских изданиях «Московском журнале» и «Вестнике Европы», кроме библиографических новостей, рекламы не было.

А парижский гувернер мог использовать в своей рекламе столь хитроумные приемы убеждения и соблазна, защиты от которых еще не выработал российский интеллект.

Не случайно сам Карамзин подчеркивал:
«Правда, что еще многие дворяне и даже в хорошем сословии не берут газет; но зато купцы, мещане любят уже читать их...».

Лишь на рубеже XIX века в России формируется навык к деловому восприятию рекламных газетных публикаций.

<https://www.youtube.com/watch?v=hUbfW-gvu3I>

Общие выводы

1. Имеющиеся археологические свидетельства позволяют установить характер перехода от проторекламных к рекламным процессам в России, сходный с тем, который развивался в западноевропейской культуре.
2. В России с XV века формируется распространение информации посредством глашатаев и набирают силу фольклорные устные формы рекламы.
3. Российский ярмарочный фольклор обретает ярко выраженную национальную специфику в рекламных жанрах заклички, прибаутки, речитативного уговора, раешного стиха.
4. Отмечены национальным своеобразием такие зрелищные формы рекламы, как лубочные афиши, живописные вывески, ярмарочные рекламные интермедии.

5. В России XVIII века культивировались массовые празднества и зрелища, насыщенные элементами политической рекламы.

6. В трех российских газетах, выходивших на протяжении XVIII века, реклама занимает все большее место с тем, что к рубежу XIX века количество рекламных публикаций начинает превышать объем журналистской информации. Назревала необходимость углубления дифференциации в типах массовой коммуникации в России.

Контрольные вопросы

1. Охарактеризуйте своеобразие российской проторекламы по отношению к западноевропейской.
2. Какой круг рекламных жанров входит в понятие «ярмарочная реклама»?
3. Как определить национальные черты лубочной традиции в рекламном процессе?
4. Сравните российские вывески и западноевропейские, в чем их сходство и различие.
5. Какие современные рекламные функции совмещались в придворной конклюзии XVII века?
6. Что побуждало российских монархов XVIII века лично участвовать в уличных маскарадах?
7. Назовите отличительные особенности рекламных текстов в газетах «Санкт-Петербургские ведомости» и «Московские ведомости» XVIII века.
8. Что из опыта ранней российской рекламы можно использовать в наши дни?