

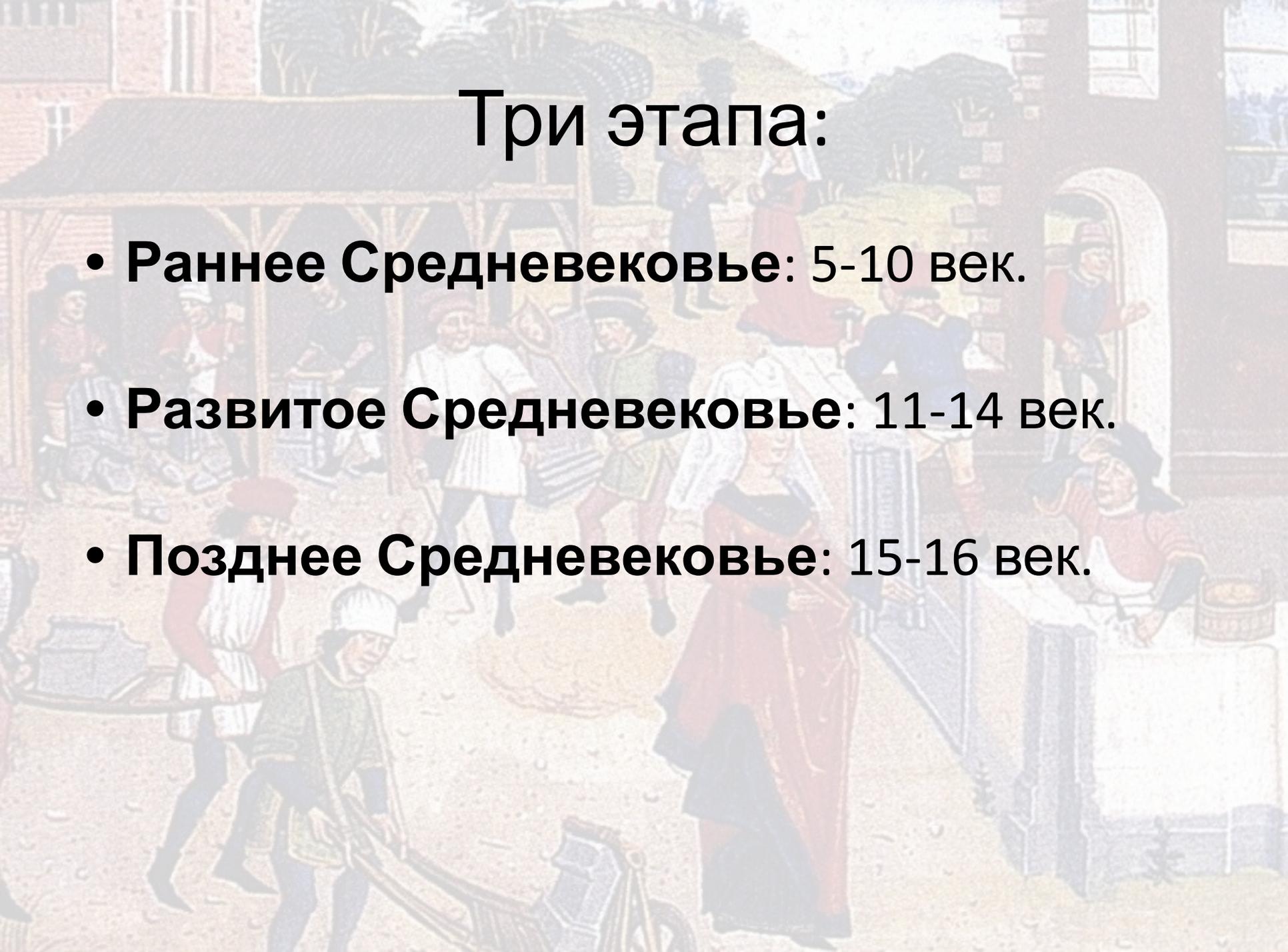
Реклама в Средневековье



Анастасия Фадеева
Олеся Сердцева

Три этапа:

- **Раннее Средневековье: 5-10 век.**
- **Развитое Средневековье: 11-14 век.**
- **Позднее Средневековье: 15-16 век.**



Раннее Средневековье: особенности

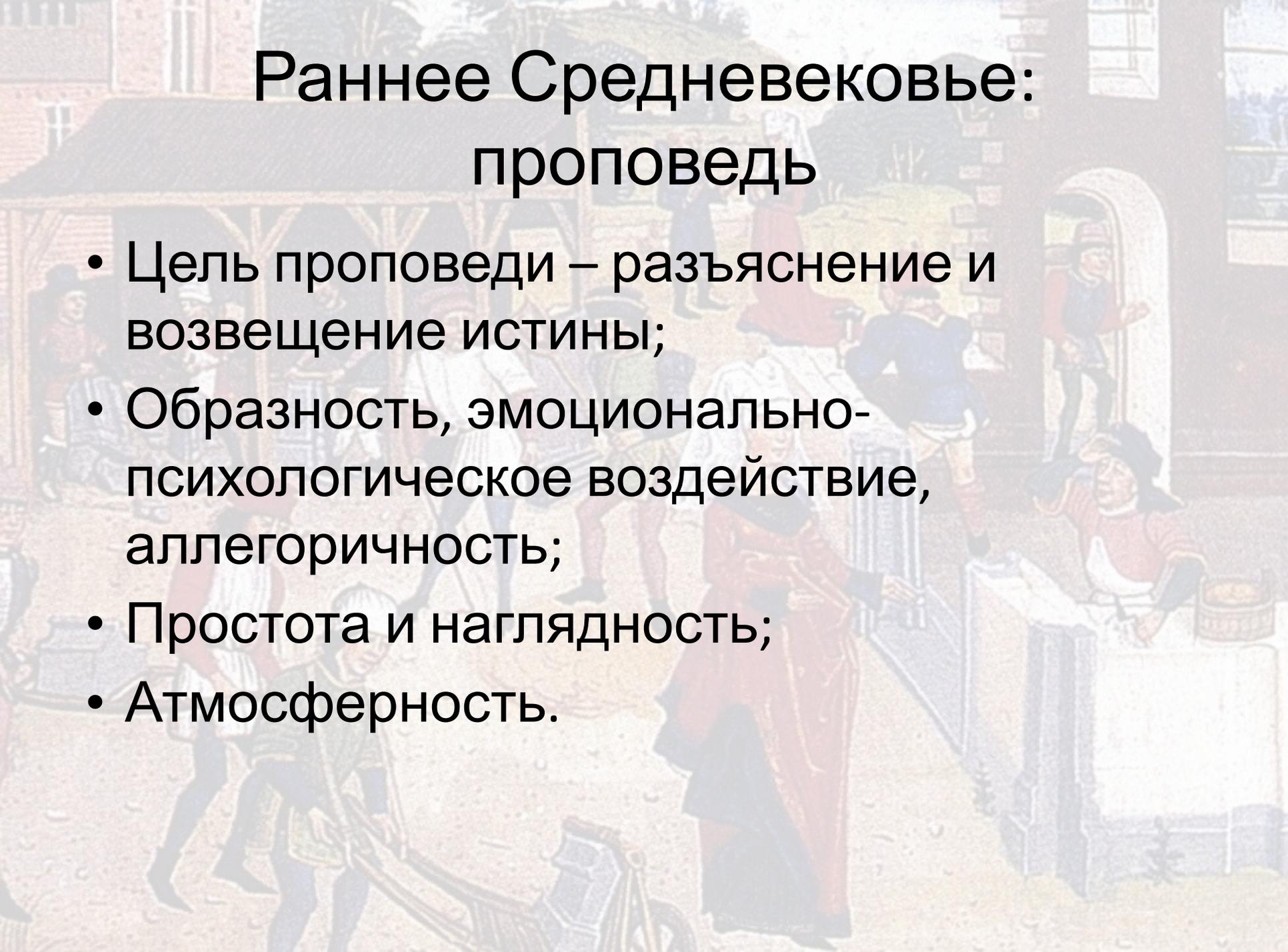
- Господство христианства: распространение религиозных представлений;
- Влияние христианства на юриспруденцию, педагогику, политику и искусство;
- Затухание многообразия коммуникационных процессов;
- Процесс дезурбанизации.

Раннее Средневековье: проповедь

- Монастырь – концентрация культуры и образования.
- Христианские проповеди – опора на древнегреческое и древнеримское ораторское мастерство, язычество, древнееврейское и ветхозаветное ораторское мастерство.
- Источники – Евангелие.

Раннее Средневековье: проповедь

- Цель проповеди – разъяснение и возвешение истины;
- Образность, эмоционально-психологическое воздействие, аллегоричность;
- Простота и наглядность;
- Атмосферность.



Раннее Средневековье: проповедь

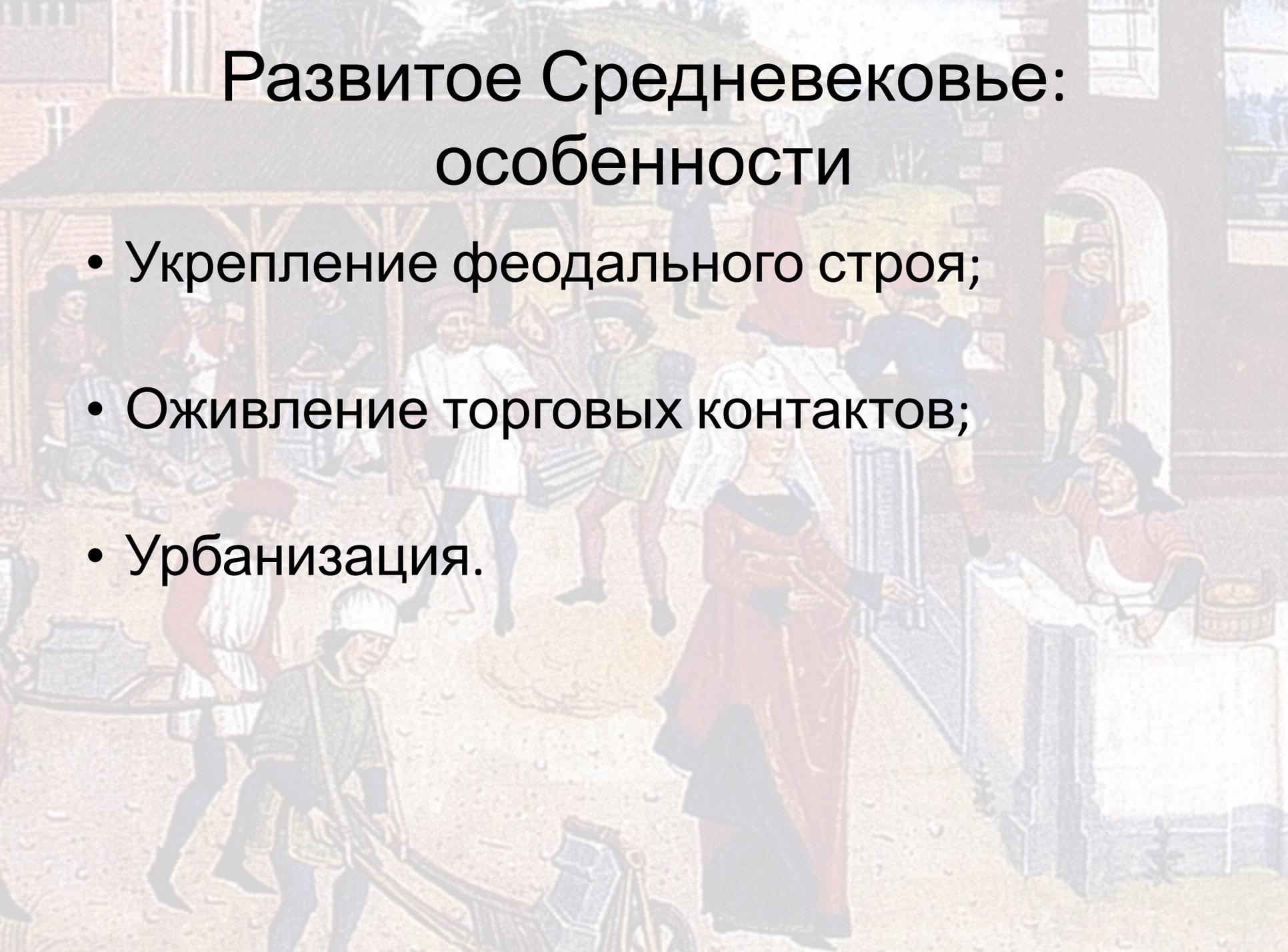


Мозаика VI в. с изображением второго пришествия Христа в базилике Космы и Дамиана, древней христианской церкви на форуме Веспасиана



Развитое Средневековье: особенности

- Укрепление феодального строя;
- Оживление торговых контактов;
- Урбанизация.



Развитое Средневековье: глашатаи

- Локализация: город;
- Направления в рекламе: коммерческое, административно-правовое (сообщение), немного социальное (сообщение о пропаже, о казни);
- Социальное: продажа вина;



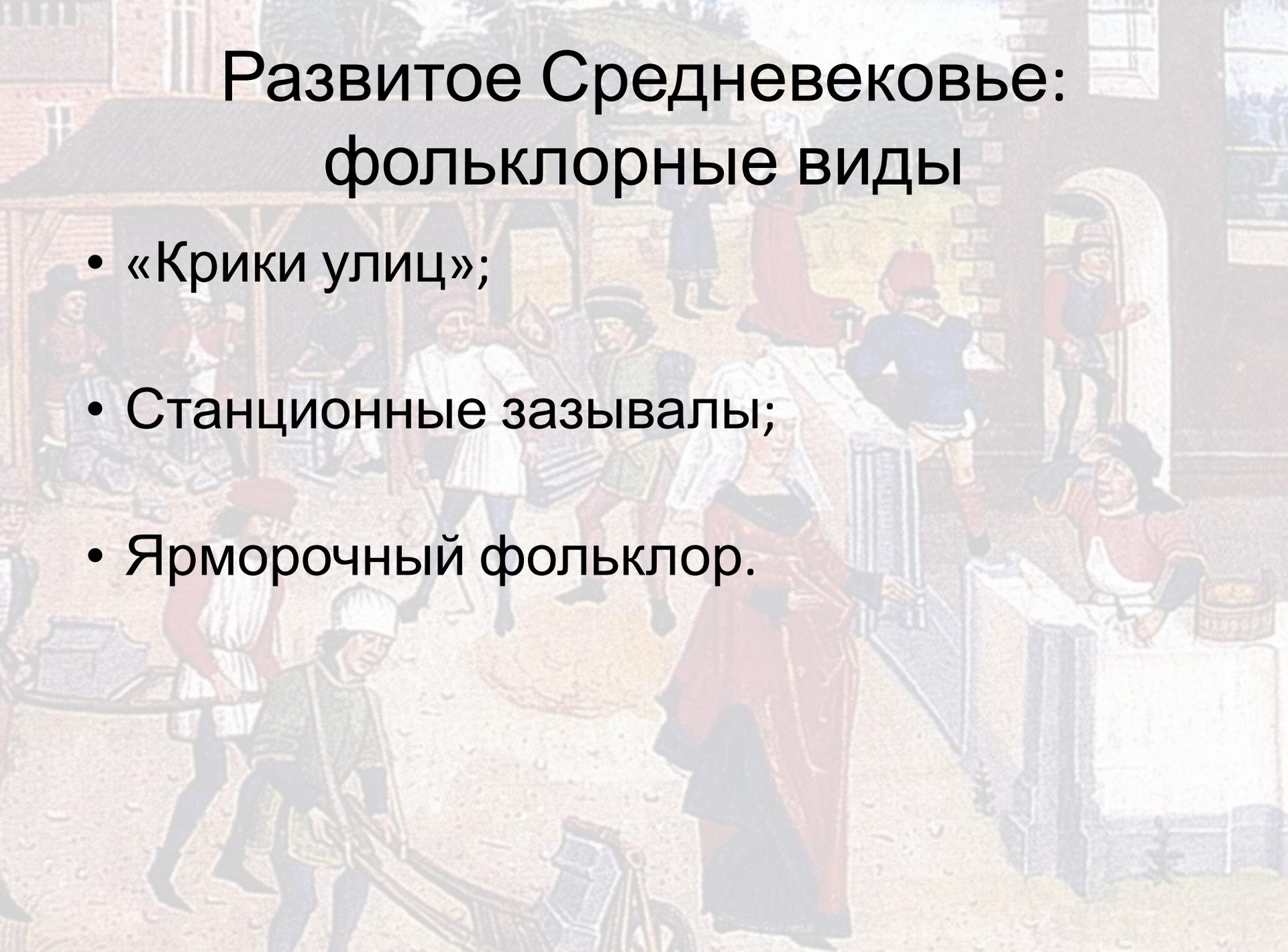
Развитое Средневековье: герольды



- «Судьи» рыцарских поединков;
- Массовое информирование и реклама;
- Анонсы турниров и визитные карточки участников;
- Блазонирование.

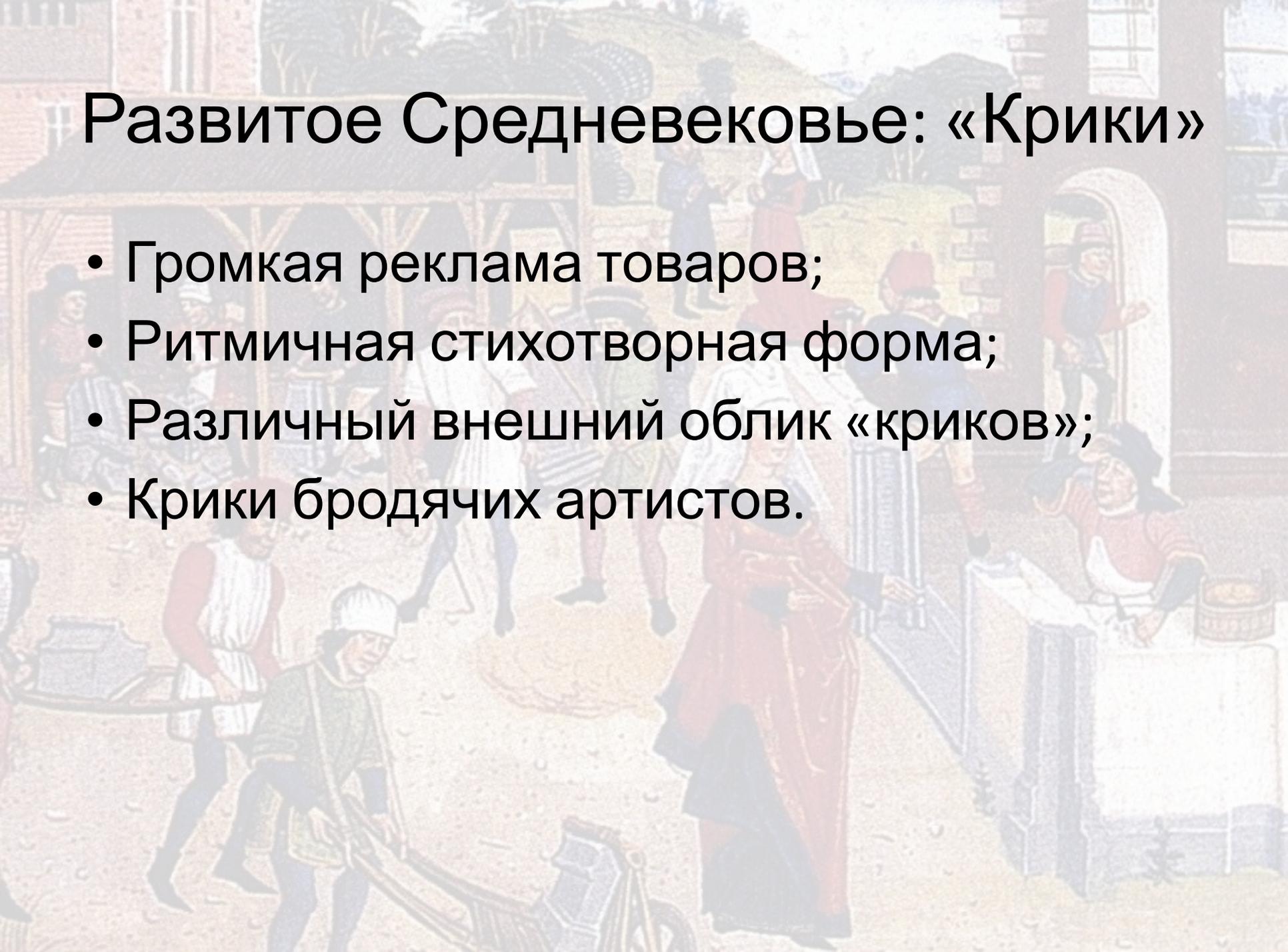
Развитое Средневековье: фольклорные виды

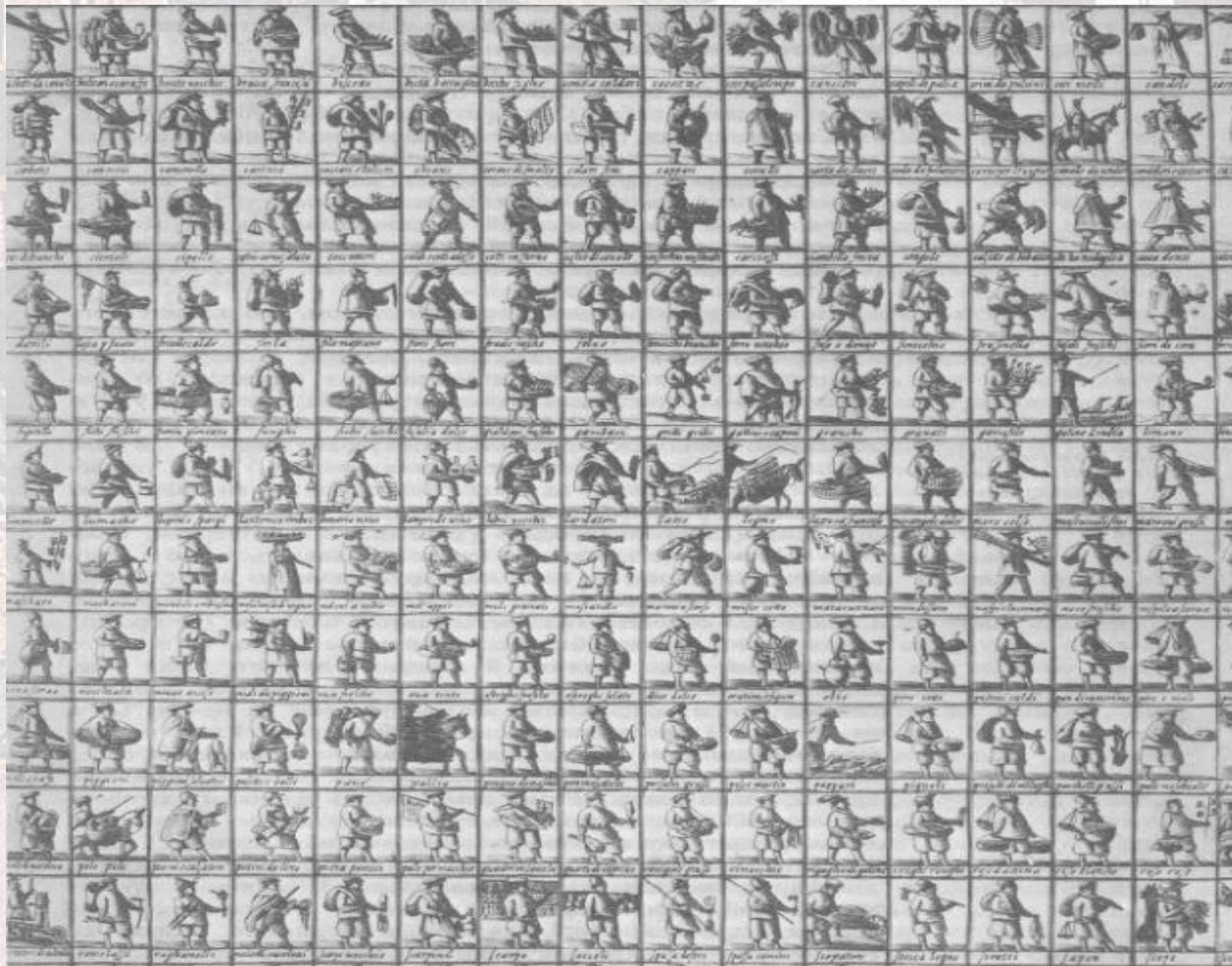
- «Крики улиц»;
- Станционные зазывалы;
- Ярморочный фольклор.



Развитое Средневековье: «Крики»

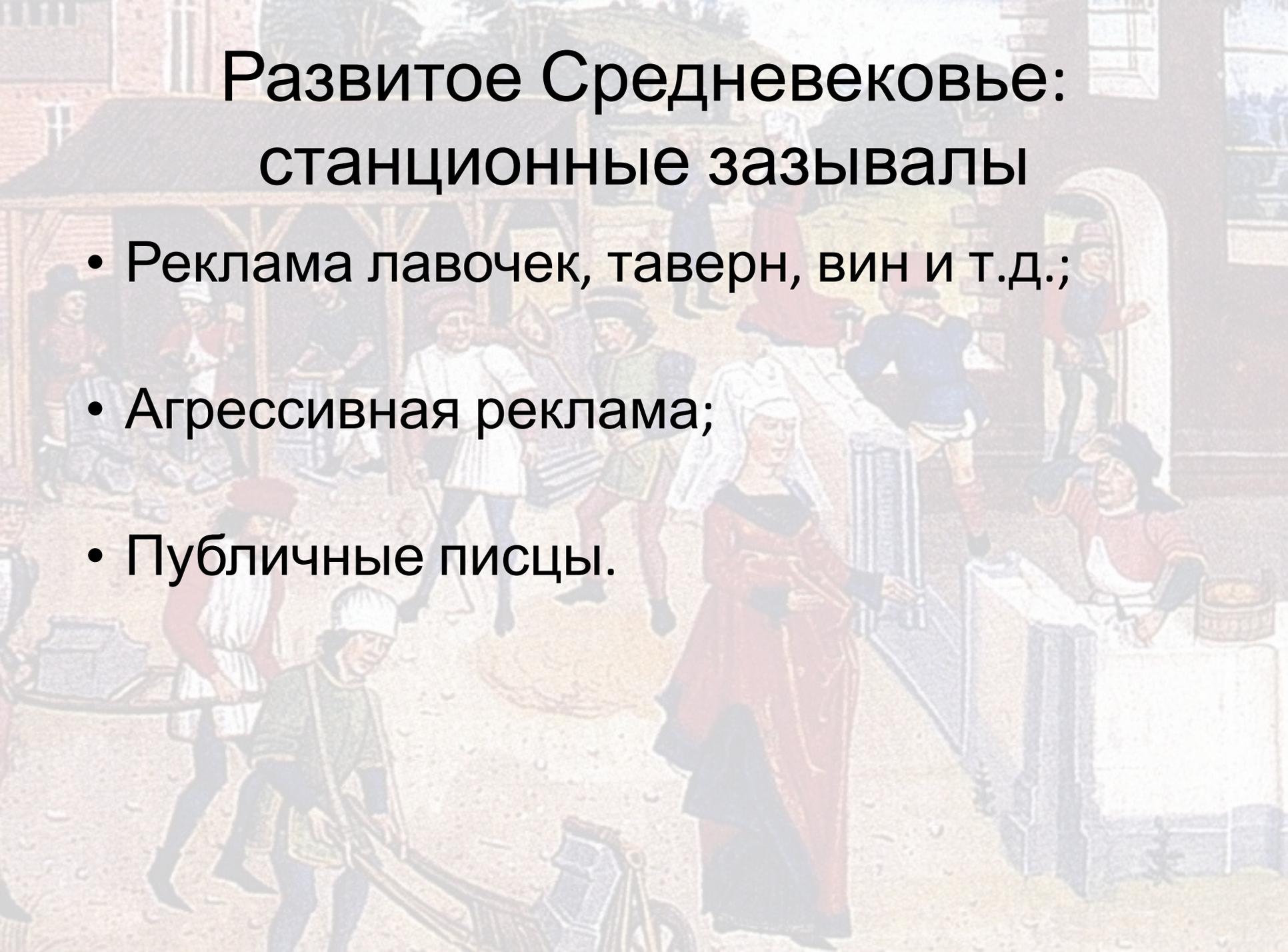
- Громкая реклама товаров;
- Ритмичная стихотворная форма;
- Различный внешний облик «криков»;
- Крики бродячих артистов.





Развитое Средневековье: станционные зазывалы

- Реклама лавочек, таверн, вин и т.д.;
- Агрессивная реклама;
- Публичные писцы.



Развитое Средневековье: ярмарки

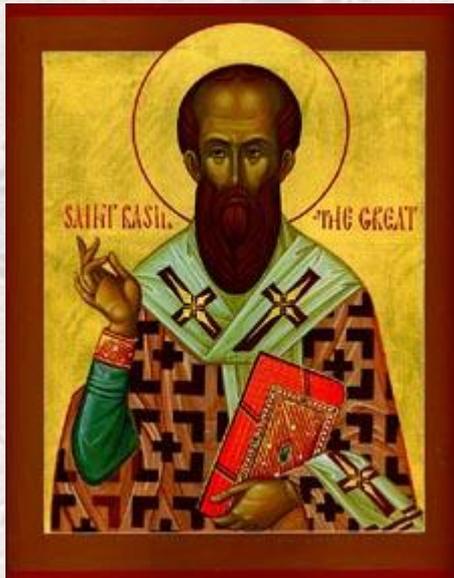


Изобразительная реклама развитого Средневековья

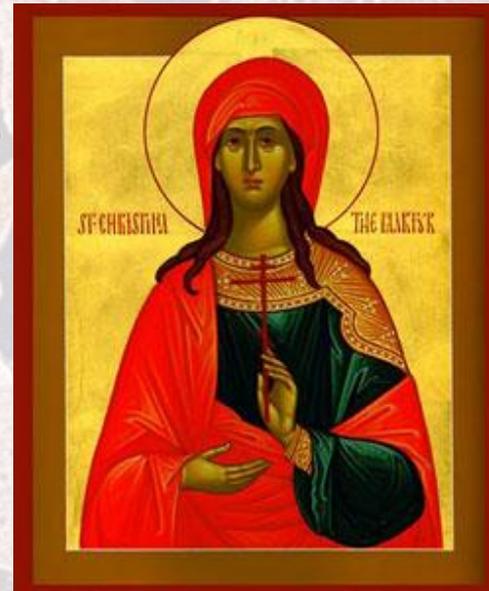
- Цеховая геральдика, торговая и производственной эмблематика, широкое распространение народных гравюр
- **Отличие собственно геральдической стадии -- в совокупности строгих правил составления гербов, строгого учета прав их владельцев на те или иные изображения, тщательной трактовке смысла применяемых символов.**
- три ведущих потока: рыцарская (родовая), политическая (гербы государств, городов, регионов) и торгово-ремесленная.

Торговая и цеховая эмблематика

- «Псевдогеральдика»: не действует строгая система нормативов
- Англия, XI век: купеческие гильдии (собств. устав, отличительные знаки)

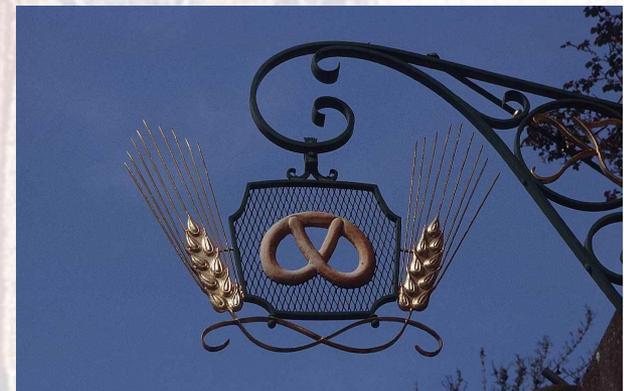


Св. Базиль
покровительствует
торговцам шерсти



Св.
Кристина
покровительствует
сапожника
м

- Самая ранняя документальная запись о средневековом торговом знаке в Англии --1266 г (хлебопёки)
- XIII век — расцвет ремесленнических цехов в Западной Европе => разнообразие эмблематики (рекламная роль)
- изображение орудий данного ремесла



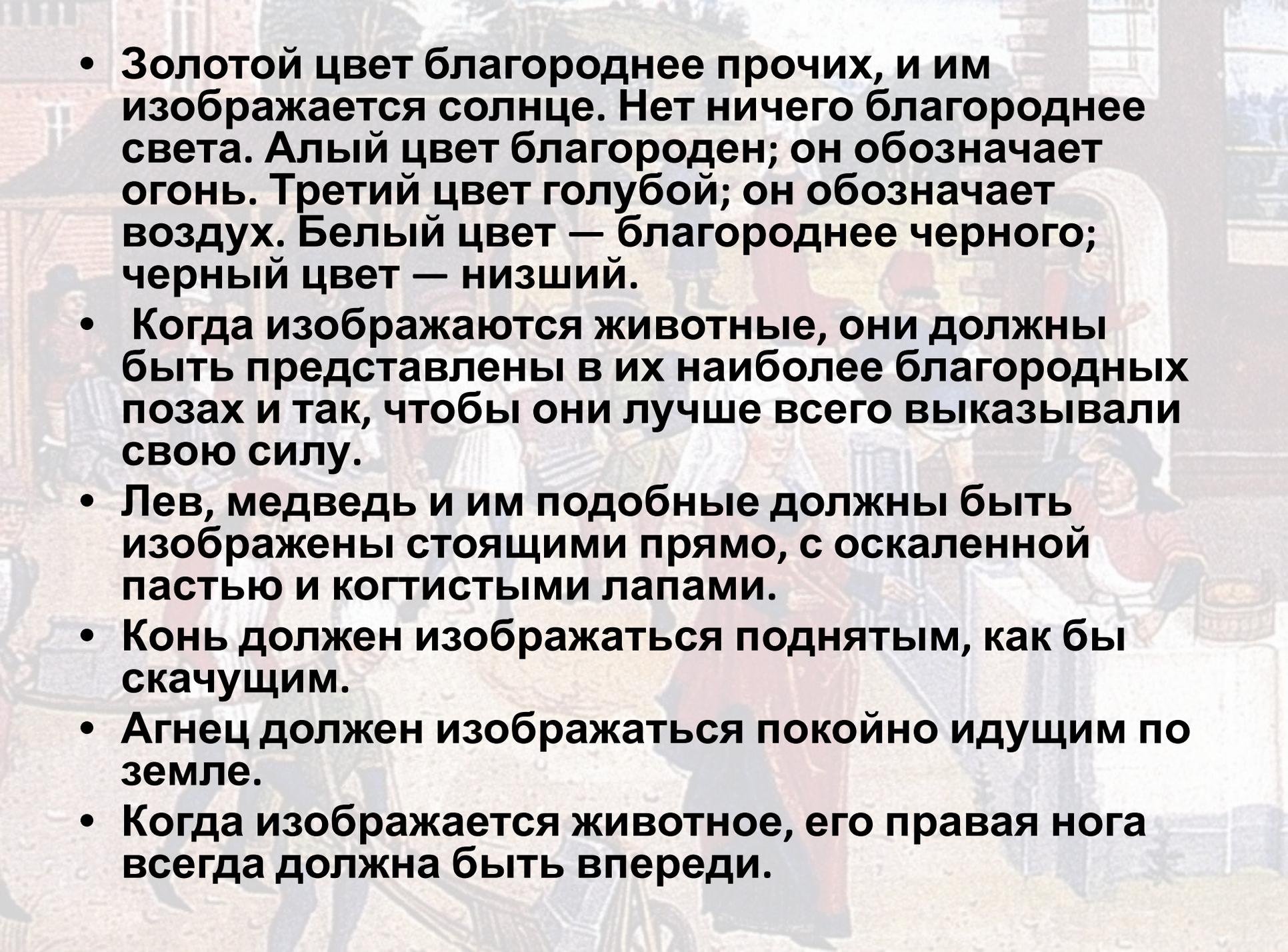
- Своеобразные пометы – филигрань / водяные знаки

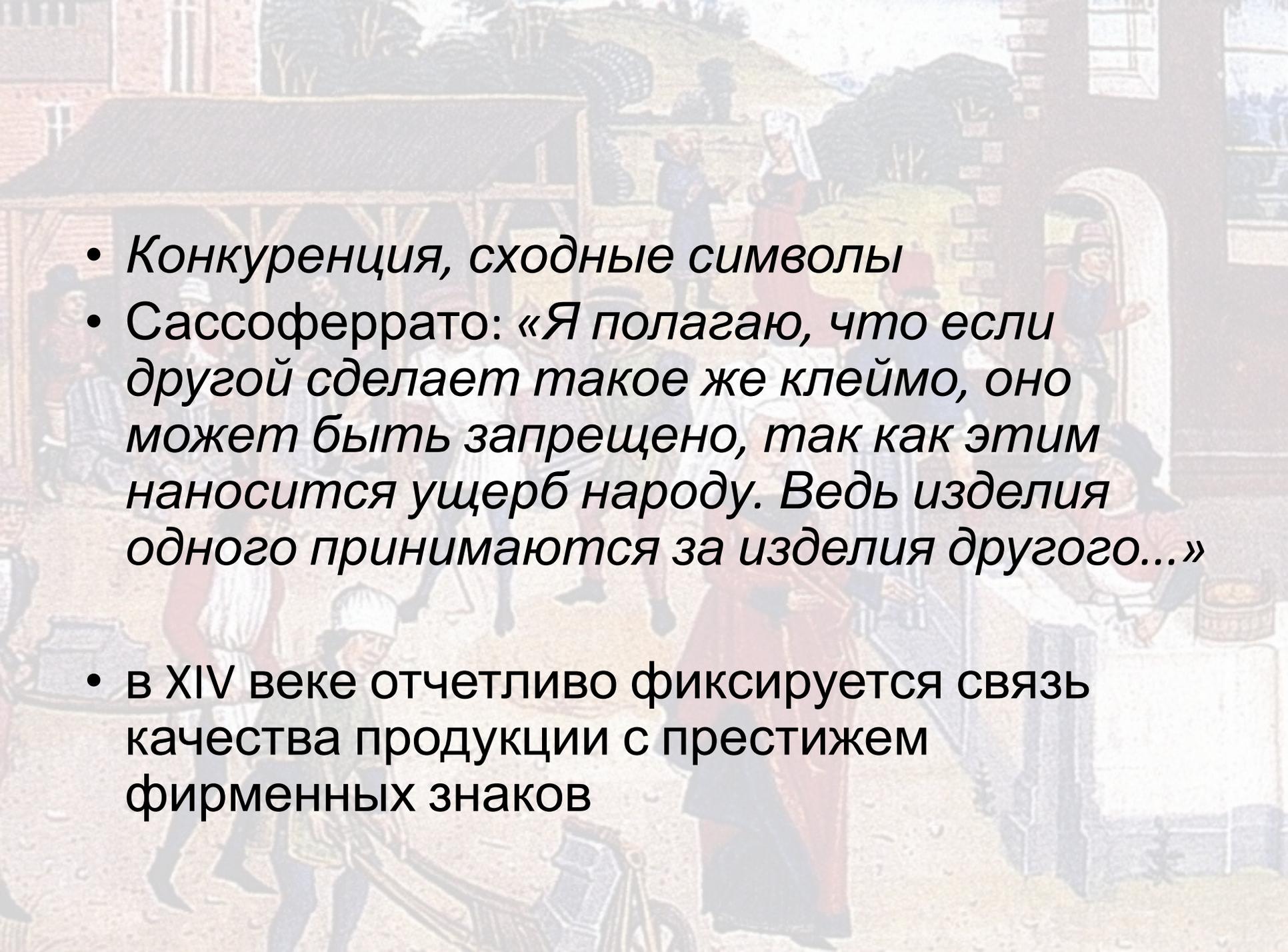


- Фамилиями или прозвищами помечали клинки мечей оружейных дел мастера. В ходу была также гравировка на подобных изделиях пожеланий, девизов, заклятий.
- Девиз => появление рекламных слоганов

- Бартоло де Сассоферрато: *«Каждый может себе взять гербы и знаки, носить их и изображать на собственных вещах»*



- 
- Золотой цвет благороднее прочих, и им изображается солнце. Нет ничего благороднее света. Алый цвет благороден; он обозначает огонь. Третий цвет голубой; он обозначает воздух. Белый цвет — благороднее черного; черный цвет — низший.
 - Когда изображаются животные, они должны быть представлены в их наиболее благородных позах и так, чтобы они лучше всего выказывали свою силу.
 - Лев, медведь и им подобные должны быть изображены стоящими прямо, с оскаленной пастью и когтистыми лапами.
 - Конь должен изображаться поднятым, как бы скачущим.
 - Агнец должен изображаться покойно идущим по земле.
 - Когда изображается животное, его правая нога всегда должна быть впереди.

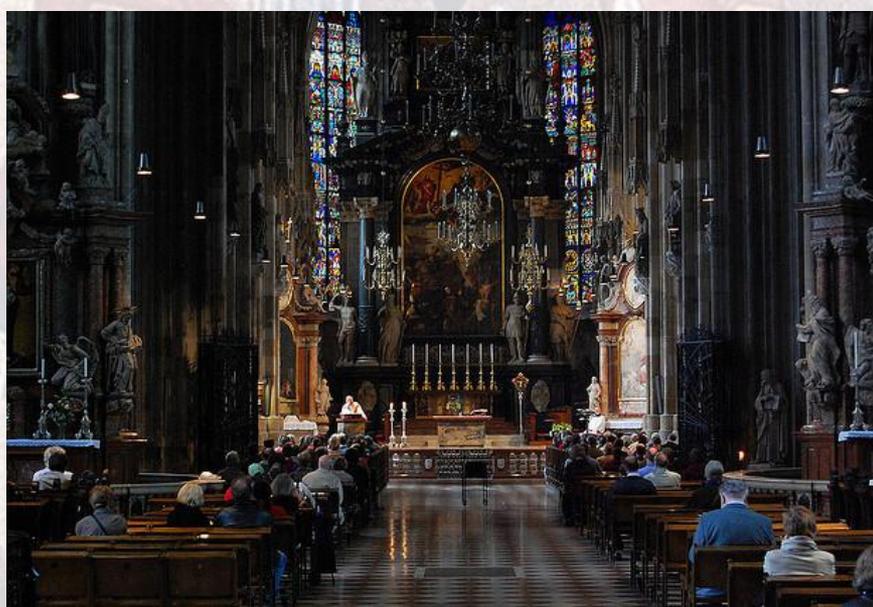
- 
- *Конкуренция, сходные символы*
 - Сассоферрато: «Я полагаю, что если другой сделает такое же клеймо, оно может быть запрещено, так как этим наносится ущерб народу. Ведь изделия одного принимаются за изделия другого...»
 - в XIV веке отчетливо фиксируется связь качества продукции с престижем фирменных знаков

Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы

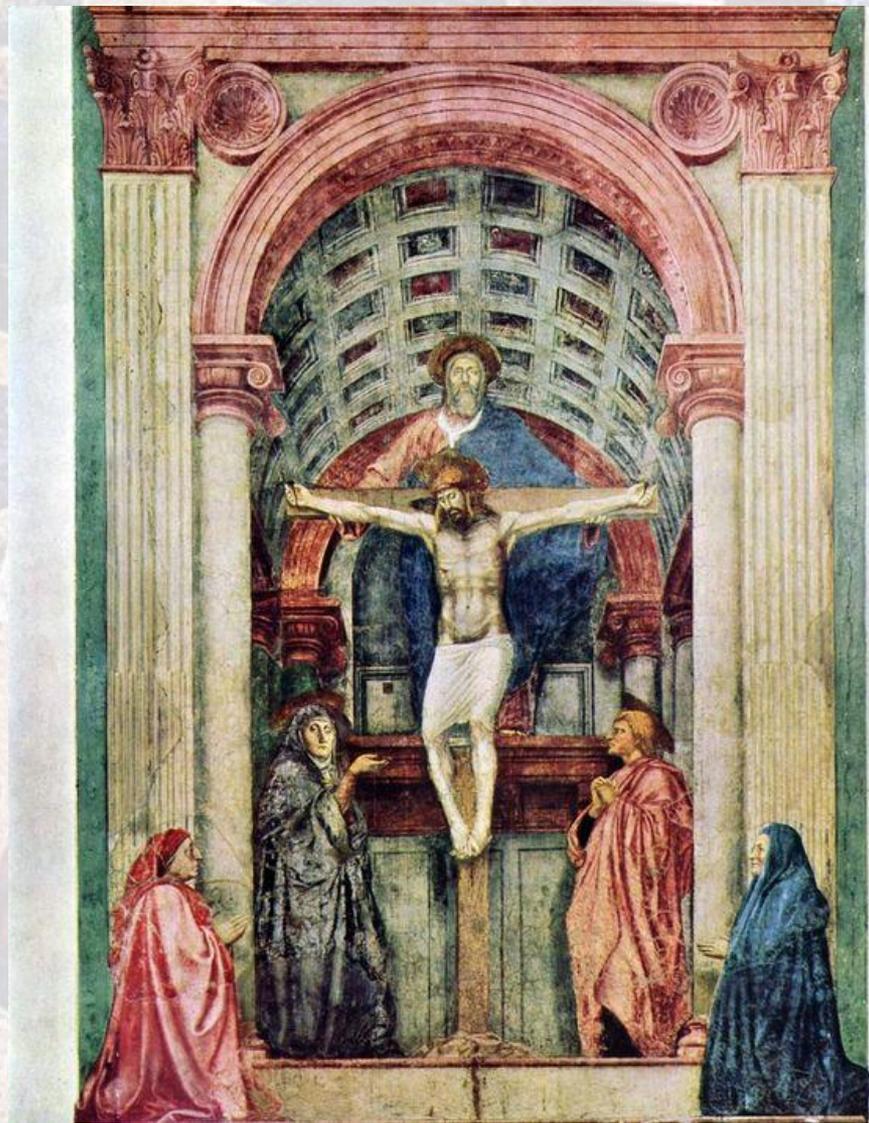
- совмещение религиозной и цеховой акций
- Клейноды (эмблемы)
- Представители духовенства
- светские предметно-изобразительные украшения (гигантская колбаса)
- Ограничения

Активизация религиозной рекламы

- соперничество в количестве и качестве чудес
- забота об архитектуре и украшении храма (XIII-XIV)
- росписи, фрески, монументальные картины



- Изображения донаторов
- Исконное и вездесущее стремление к демонстративности переходит в явление саморекламы, преодолевающее даже религиозные нормативы



Предплакатные жанры рекламы

- **настенная живопись** – творческий предшественник будущих плакатных форм пропаганды и рекламы, предшественник жанра политического плаката
- **Гравюра (ксилография – на дереве, оттиски) Расцвет -- XV-XVI века**
выгравированный текст -- предвестник типографского способа тиражирования



Een sabel richte niet
aan sloep al. g. g. g. g.

Een best al hiet overgill
der top al. g. g. g. g.

Een sabel richte
niet overgill.

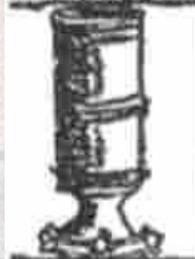
Een overgill richte
niet overgill.

Een best al hiet
overgill.

Een best overgill is
niet overgill.

Een best overgill is
niet overgill.

Een best overgill
is niet overgill.



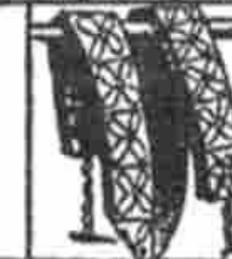
Een sabel richte
niet overgill.



Een sabel richte
niet overgill.



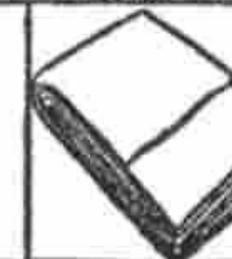
Een sabel richte
niet overgill.



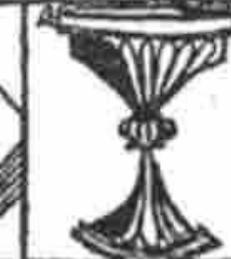
Een gill richte niet
overgill.



Een overgill richte
niet overgill.



Een gill richte
niet overgill.



Een sabel richte
niet overgill.



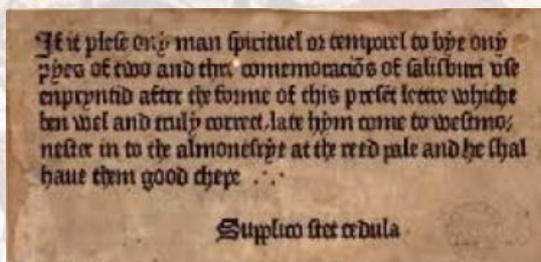
Een best overgill
is niet overgill.

**Van deme potte des geluckes unde den
klendien to Kostock ingesetter. Ene klare onderrichtinge vor de
ihene: de sodans unde der gesien nicht ere gesien hebben.**

Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья

- Вывески более красочны, основная часть – вербальная

- **Si quis (14-15 вв)**



- **Афиши play bills -> posters**



- **Рукописные каталоги**

Общие выводы

- 1) Ведущая форма рекламирования -- устные институционализированные и фольклорные варианты текстов.
- 2) Изобразительная реклама воплощена геральдической символикой, цеховой и торговой эмблематикой, гравированными листками и живописными вывесками.
- 3) Развитие фресковой и монументальной церковной и светской живописи создает предпосылки становления плакатного жанра в рекламном процессе.
- 4) Разнообразные способы регулирования рекламной коммуникации со стороны городской администрации дополняются саморегулированием таковой в рамках корпоративных объединений.
- 5) Нарастание вербальной письменной рекламы: жанры листовки, афиши и каталога манускриптов.