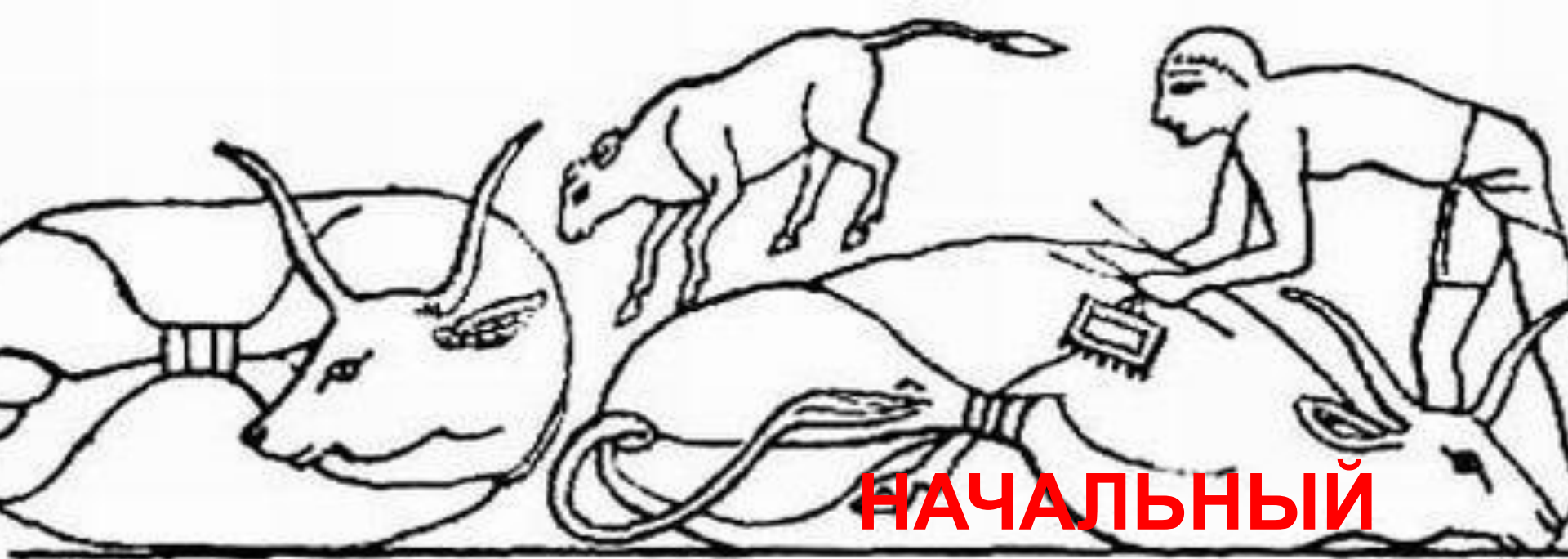




**НАЧАЛЬНЫЙ
ЭТАП
РАЗВИТИЯ
РЕКЛАМНОЙ
КОММУНИКАЦИИ
И
ЛЕКЦИЯ 2**



План лекции:

- Истоки рекламной коммуникации.
- Понятие «протореклама»
- Появление проторекламы
- Основные направления проторекламы в архаичной культуре

1. Истоки рекламной коммуникации

- В глубинах культуры сформировался набор коммуникативных приемов, которые можно определить понятием «**проторекламы**».
- **Протореклама** (антропотекстовая коммуникация) – это уровень организации – «один к одному» или «адресант = адресату».
- **Протореклама** – это комплекс культурных предпосылок, обладающий некоторыми функциями рекламной коммуникации.

ПОЯВЛЕНИЕ ПРОТОРЕКЛАМЫ

- В период дорыночной экономики.
- весь рекламный текст находился на человеке, выступая в виде своеобразного символа, сгустка социально значимой информации, которая определенным образом позиционировала носителя этой СИМВОЛИКИ

Внешние «презентационные СИМВОЛЫ»



Лицевая сторона (одна для всех)



Внешние презентационные СИМВОЛЫ

- Одежда, украшенная вышивкой
- Украшения на теле и одежде, элементах быта
- Оформления жилищ
- Клейма на телах животных
- Татуировки тела

На фото индус-брахман (священнослужитель в индуизме)

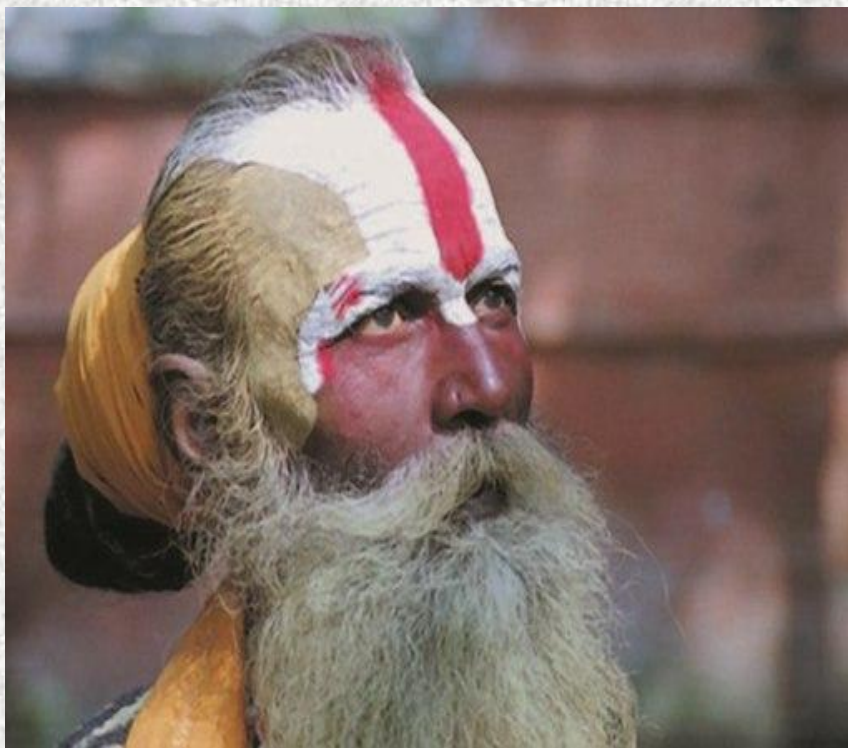
- Индусы
разрисовывают лоб
знаками
принадлежности к
какой-либо касте.



1) Историческая градация индийских каст; 2) Индус брахман на отдыхе



Касты брахманов и кшатриев в Индии



Золотой шлем, найден Леонардом Вулли в 30-х гг. на территории совр. Ирака



- Найден в захоронении «**16-ти гробниц**» на территории древнего Шумера (4-5 тыс. до н.приблизительно)
- Обратите внимание на **КАЧЕСТВО** обработки-вероятнее всего царского шлема!

Историческая справка: **Шумерское царство** – время существования с *5-4 тыс до н.э. по 3 тыс* *до н.э.*



Клинок

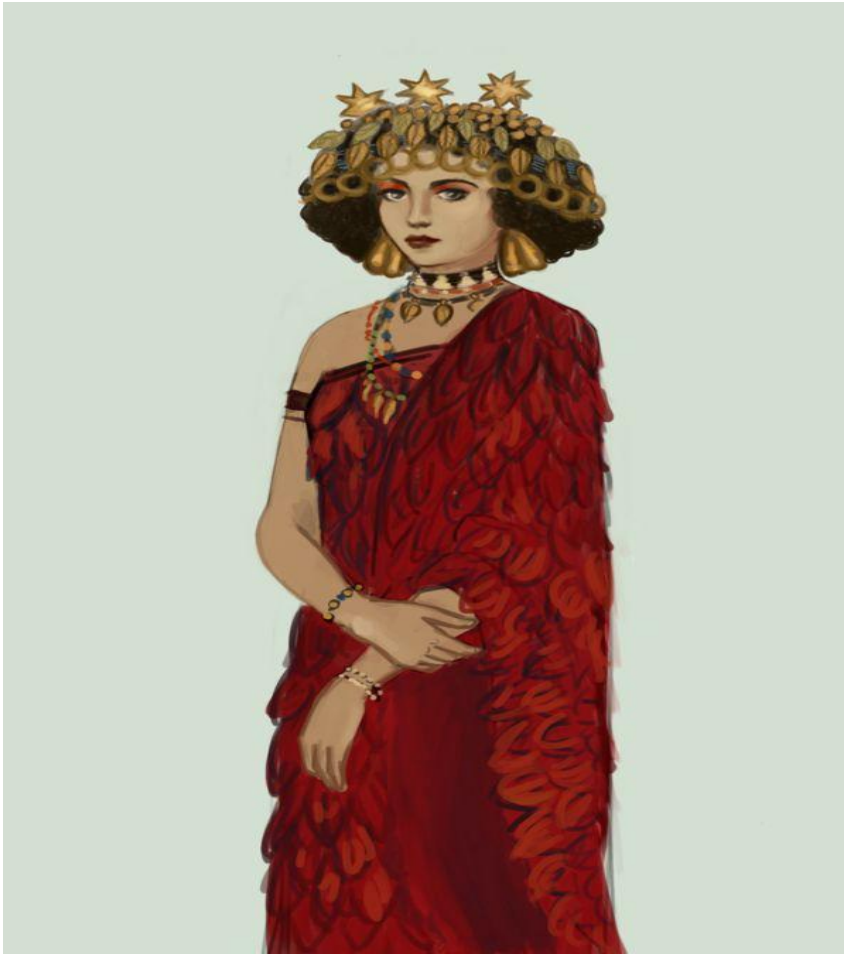
(ориентировочно 3-4 тыс до н.э.)



Женские головные украшения в виде 8-конечной розы



Вероятно царственные особы выглядели так! (город государство Ур Халдейский)



Странная особенность обнаруженных скелетных останков- вытянутые черепа, на такую головку нужна искусственная стрижка, либо парик



Музыкальный инструмент- древняя арфа, богата украшена головой быка



Основные направления проторекламы в архаичной культуре

- 1. сакральное направление;**
- 2. престижное направление;**
- 3. собственническое направление;**
- 4. демонстративное (ремесленническое) направление.**

1). Сакральное направление проторекламы.

- На начальных этапах формирования в эпоху палеолита, важным компонентом осмысления окружающей действительности была **символизация**, т.е. наделение предметов и знаков дополнительными смыслами, в первую очередь сакральными (священными).
- создание символических сакральных предметов - **различные культовые изображения, например: талисман, оберег и т.д.**

Таким образом,

- формируется в первобытном обиходе обширный пласт **культовой проторекламы**.
- совмещаются процессы **символизации и демонстрирования**, которые проявляются в совокупности **ритуалов**.
- **Первобытный ритуал** – это демонстративная акция, призванная свидетельствовать о верности сообщества исконным традициям, заветам предков, о его неуклонном служении высшим силам. Все это должно быть продемонстрировано публично, наглядно.

- Каждый род и племя: - имели свои отличия (**раскраска, татуировка**); - охраняли свою символику; - использовали образы покровительствовавших племени животных, священных растений, неодушевленные предметы (раковины, ко- пья и т.д.); - некоторые племена имели клановые черты и эмблемы.

Пример, мумия скифской девушки с остатками
орнаментальной татуировки, найдена в Алтае, 1993 г.
возраст мумии- 2500 лет, вероятно скончалась в возрасте 23
лет



Антропологическая реставрация внешности и художественный образ скифской »



Золотые украшения скифов



Итак,

- Ритуальные акты представляли собой чрезвычайно тонко разработанные и ответственные **самопрезентации первобытного коллектива** перед священностью мироздания
- Таким образом, происходит самоидентификация индивидуума и сообщества различными средствами.

Встреча Нового года в Китае (древний ритуал отпугивания темных сил)



2). Престижное направление проторекламы.

- **Заключается в обозначении места индивида в социальной иерархии:** правители - приближенные - простые смертные.
- Однако могут выступать и сакральные мотивы, которые формируют **набор знаков власти**, а также специальная одежда, украшения и прочая атрибутика.
- Это был знаково-символический комплекс, который с одной стороны приобретал статус незыблемой традиции, а с другой – создание некоего мистического ореола вокруг правителя и тем самым обеспечивавший благоговение подданных.

Примеры:

- «**У майя** правитель был украшен **большой короной** – диадемой из перьев редких птиц, цветными сандалиями, нефритовыми перст- нями и т.п. Тотемом царя майя был орел, поэтому его лицо (правителя) украшала татуировка, а нос его наращивался с помощью особого пластического вещества, так что получался огромный орлиный клюв... Зубы натачивались и украшались нефритовыми пластинками...»

Правитель Майя 5-6 в.в.



Одежда и убранство скифов из войлока



Царские скифы, реконструкция образа



Корона бутанских королей, венчает головка ворона



Король Непала



Королева Великобритании имеет как минимум 12 корон



Короны царей Российской империи



Одна из старейших корон – шапка Мономаха



Корона иранских падишахов,
считается одной из самых дорогих



Корона албанского короля, 15 век



3). Собственническое направление проторекламы.

- **Знак собственности** – это один из вариантов проторекламы.

Имущественное расслоение привело к распаду родоплеменной общности. На стадии рабовладельческого общества наблюдается разветвленная система меток, подтверждающих принадлежность тому или иному хозяину вещей, орудий, домашнего скота, людей рабского состояния.

Пример: серьги рабов в др. Риме



Основные виды архаичных меток:

- - **Клеймо** – метка, либо знак качества. В древности допускалось нанесение клейма на человека, как правило, за проступки (попытка побега раба). Наносят различными способами:
 - ✓ *Ударный — преимущественно на изделиях из металла, наносится инструментом из более твердого металла;*
 - ✓ *Выжигание — на животных, упаковке товара, наносится сильно нагретым предметом;*
 - ✓ *Перенос красящего вещества — на товарах, животных.*

- - **Штамп** – средство маркирования, отражающее принадлежность к тому или иному хозяину.
- - **Печать** – оттиск на сургуче, воске для высших сословий.

- **Тавро** (из тюркского «*товро*») — знак, которым коннозаводчики отмечали своих лошадей. Наследовался подобно фамильному гербу, в редких случаях изменялся.
- Отсюда — «тугра», личный знак государственных деятелей стран Востока
- Тавр, Таврида – древнее название Крыма.

Клеймо животных и клеймо для амфор (Крым)



1. Древний способ клеймения сохранился по
ныне.

2. Примеры античных клейм на вазах



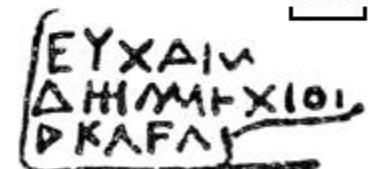
XVI. 84-36



XVIII. 84-82



XVI. 84-126



XVI. 82-137

Пример,

- **Будянский фаянсовый завод** (осн в 1867-закрыт в 2006 г.)- предприятие в пгт. **Буды (Харьковская область)**.
- Выпускал керамические (фаянсовые) изделия для домашнего хозяйства и декоративные керамические изделия.
- Продукция отличалась высоким качеством и художественным исполнением. При производстве использовался метод штампованного (оттиск) нанесения изображения, а также ручная роспись.

Клейма будянского фаянсового завода



1920-е



1920-е - 1930-е



1930-е



1940-е



1940-е



Конец 1940-х -
начало 1950-х



1950-е -
начало 1960-х



Начало 1960-х



1960-е



Конец 1960-х -
2000-е



Конец 1960-х -
2000-е



Конец 1980-х -
2000-е

С начала 60-х годов XX века

- **эмблемой предприятия** был петух (полугласный герб). В период СССР изделия, шедшие на экспорт, несли слегка изменённую эмблему. К «петуху» добавлялась надпись на английском языке «Made in USSR», шедшая полукругом по нижней части рисунка. С 1991 года (после развала СССР) эта надпись была заменена на «Made in Ukraine».

Примечание:

- **Brand** (на языке древних викингов) – «ВЫЖИГАТЬ».
- **Бренд** (brand – англ.) – в дорыночный период понимался как **свидетельство собственности**.
- Основные функции бренда: -
свидетельство о собственности; -
свидетельство о хозяине (собственнике);
- стандарт качества (адрес происхождения товара).

Таким образом,

- **Знаки собственности** выступают в роли проторекламы в тех случаях, когда наносятся на живые или неживые объекты с демонстративной целью.

4) Демонстративное (ремесленническое) направление проторекламы.

- **Демонстративность** – это семиотическое основание рекламности, которое заявляет о себе в культуре многообразными способами (семиотика - наука о знаковых системах).
- **Авторские сигнатуры** – это способы авторского удостоверения изготовленной продукции, которые наносились мастером на созданное им изделие (строительные каменные блоки, кирпичи, керамические предметы).
- Во многих случаях проторекламные приемы начинают выполнять доподлинно рекламные функции.

В нашем городе сохранилось много объектов с ремесленными клеймами



- Но их возраст не относится к архаической культуре, это клейма 18-20 столетий, но они так же представляют интерес.
- Чугунная лестница от завода Жорно, Одесса.

Универсальный Механический Заводъ
В. К. РЕТЕЛЪ
ОДЕССА

Императорский
 № 20

ПОСТУПАЮТЪ ВЪ ПРОДАЖУ
 ИМПЕРИИ СИСТЕМЫ
 ПАРОВЫЕ КОТЛЫ ВСЕХЪ СИСТЕМЪ
 ВЪСЬМИ, ШЕСТИ И ПЯТИ КВАДРАТНЫХЪ Футовъ, изъ чугуна, железа и меди,
 Транзитные паровые котлы системы LA FLETCH (Бразилъ)
 Англическія пароводныя машины, котлы и двигатели
 ВЪСЬМИ, ШЕСТИ И ПЯТИ КВАДРАТНЫХЪ Футовъ, изъ чугуна, железа и меди,
 ЛЕСНЫЕ СТАНКИ СЪ ПИЛАНІИ
 Турбины, двигатели, насосы, машины, котлы и др.
 Машины для обработки дерева, чугуна, меди, железа и др.
 Машины для обработки кожи, шерсти, хлопка и др.
 Машины для обработки сахара, патоки, меда и др.
 Машины для обработки масла, жира, молока и др.
 Машины для обработки вина, пива, чая и др.
 Машины для обработки табака, кофе, какао и др.
 Машины для обработки шерсти, хлопка, льна и др.
 Машины для обработки кожи, меха, перьевъ и др.
 Машины для обработки бумаги, картона, стекла и др.
 Машины для обработки металла, камня, кирпича и др.
 Машины для обработки дерева, кирпича, камня и др.
 Машины для обработки кожи, меха, перьевъ и др.
 Машины для обработки бумаги, картона, стекла и др.
 Машины для обработки металла, камня, кирпича и др.
 Машины для обработки дерева, кирпича, камня и др.

old-akkerman.livejournal.com

Давно нет завода Рестеля, стерлась память о владельце завода, а изящные чугунные фонарные столбы с его именем напоминают нам о далеких днях нашего города...



Краткая историческая справка:

- В **1833** года немец **Карл Фальк** на своем участке по Херсонскому спуску основал небольшую литейную мастерскую. В **1844** году его машинный и чугуно-литейный завод был переведен на берег между Андросовским и Практическим молами – в наши дни это улица Приморская.

Завод начинает производить сельскохозяйственное оборудование и штучные изделия из чугуна – например, на кладбище героев Крымской войны в Севастополе были установлены чугунные ворота одесского литейного завода Фалька

Позже завод переходит к германскому подданному

- **Василию Карловичу Рестелю.**

купец 2-й гильдии Василий Рестель

- Из небольшой мастерской создал солидный машиностроительный, чугунолитейный и котельный завод. В **1888** году завод был оборудован паровой машиной в 12 л.с., из оборудования числилось: паровой молот-1, вагранок-2, горнов-16, станков-37.

Завод Рестеля был довольно крупным предприятием. Производство в **1887** году составило 100 т.р., в **1897** – 149 т.р., в **1909** – 202 т.р.

Завод Рестеля выпускал

- паровые мельничные машины, локомобили, земледельческие машины и механизмы, вагоны, станки, насосы, изготовлял медные и бронзовые отливки и строительное литье.
- В начале XX века завод изготавливал газогенераторные устройства, моторы для газа, бензина, спирта и пр.

После пуска в Одессе трамвая завод начал производить двуосные прицепы, колесные пары и детали для вагонов.

- Кроме машин и механизмов завод Рестеля отливал и заказные изделия, такие как чугунные ограды и перила лестниц. Продукция имела широкий спектр.
- В **1887** году на заводе работали 144 рабочих, через 10 лет, в **1897** году, 121 рабочий. Причем, в числе рабочих числилось взрослых-84, подростков-32, малолетних-5.

- в начале XX века Василий Константинович Рестель умирает. Завод переходит к его сыну – **Эмилию Васильевичу**. Теперь имя отца остается в торговой марке - чугунолитейный и машиностроительный завод «В.Рестель».

Вначале завод переживал трудности – в **1909** году производство упало до 56 т.р., рабочих осталось 70 человек.

Но под руководством инженера-механика, купца 2-й, а потом 1-й гильдии Эмилия Васильевича Рестеля завод стал опять быстро наращивать обороты. В **1912** году производство составило 86 т.р

- Потом была революция, гражданская война и советская власть. К сожалению, неизвестна дальнейшая судьба владельца завода Эмилия Рестеля...
- кто-то из его семьи все-таки остался в советской Одессе. Сохранилась запись о том, что в 1920 году в Одесской Греческой Свято–Троицкой церкви состоялось бракосочетание. «*Жених* - Ангелиди Евстратий Эммануилович, греческоподданный, *невеста* - Рестель Ирма Эмилиевна, разведенная жена дворянина Навроцкого Сергея».

В парке Победы, фонарный столб с клеймом завода Рестеля



Красивейшая Театральная лестница в нашем городе со старым гербом Одессы от завода Рестеля



Клеймо завода Рестеля на перилах и клеймо общества «Трудъ»



Вывод:

- Сопряжение проторекламных процессов с подлинно рекламными, их плавное «перетекание» из одного в другой проявляется в следующих сферах: конфессиональной, социально-политической, ремесленнической.
- Это происходит по мере достаточно отчетливого самоопределения проторекламных и рекламных процессов в общественном разделении труда и осуществляется в процессе перехода родопле-менных сообществ к государственному типу объединений, ко времени возникновения урбанистической культуры.

Лекция окончена, благодарю за
внимание!



Ырыя кырдала



Ырыя кырдала