

и

ОТ АВТОРОВ

В настоящем пособии рассматривается динамика истории рекламы и связей с общественностью (СО) в форме планов занятий, контрольных вопросов, основных и дополнительных литературных источников для подготовки. Данная работа также содержит примерный перечень тем рефератов и теоретических сообщений, вопросов к зачету.

Пособие адресовано студентам II курса, обучающимся по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью». Оно подготовлено в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» и является одним из показателей методической обеспеченности соответствующей позиции цикла ГСЭ в учебном плане по направлению подготовки 031600. Представленная методическая работа знакомит студентов с шестью темами семинарских занятий.

Знание студентами истории рекламы и связей с общественностью необходимо и познавательно с точки зрения развития всей человеческой культуры в целом. И, в частности, полезно в части сравнительной характеристики предметного содержания областей рекламы и СО с момента их возникновения.

Реклама возникла вместе с коммуникацией. Обращение к истории рекламы позволяет понять причины её столь древней укорененности в человеческой культуре, проанализировать культурные метаморфозы рекламной деятельности в процессе эволюции и понять её роль в контексте современной культуры. Культуры, в которой доминирует постмодернистское сознание.

Реклама является частью культуры повседневности. Она, как известно, выполняет две основные функции: экономическую и маркетинговую – продвижение товара и извлечение прибыли.

Очень важно целостное восприятие феномена рекламы в историческом ракурсе с 3-х позиций: маркетинговой, экономической и культурологической. Данный аспект решает одну из задач в изучении курса рекламы и связей с общественностью.

Связи с общественностью как явление возникли очень давно. Исследование их особенностей относится к более позднему времени, как только появился термин PR (в латинском варианте). Теоретики обратили внимание на этот феномен в начале XIX в. Уместно вспомнить суждение одного из известных российских специалистов в области менеджмента и СО И.А. Алёшиной. Она пишет, что многие элементы современных PR берут свое начало у истоков человеческой цивилизации. Отношения с общественностью являются частью системы управления обществом с момента его появления.

Представленное учебно-методическое пособие нацеливает учащихся на изучение ими истории рекламы и связей с общественностью как 2-х коммуникативных видов деятельности.

Авторы выражают надежду на позитивные отклики и интерес студентов в постижении коммуникативных форм движения человеческой культуры, в которой реклама и связи с общественностью занимают одно из лидирующих мест в ситуации современных рыночных отношений.

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Зарождение рекламы и её предшественники. Особенности рекламы Нового времени

1. Протореклама Древнего мира.
2. Политическая реклама и пропаганда в античности.
3. Рекламная деятельность и пропаганда в Средневековье.
4. Реклама раннего Нового времени.

Вопросы для подготовки

1. Какие типы знаков действуют в проторекламе?
2. Объясните отличия проторекламы от профессионально сформировавшейся рекламы.
3. В чем суть отличий символов от обычных знаков?
4. Насколько широко использовались в архаичной культуре знаки собственности?
5. Охарактеризуйте роль проторекламы в самоидентификации личности.
6. Каковы ведущие предпосылки профессионализации рекламной деятельности в античности?
7. Какие жанры проторекламы чаще всего встречались на улицах античного города?
8. Назовите варианты предвыборной политической проторекламы в античности.
9. Каковы были способы регулирования проторекламы в античности?
10. Охарактеризуйте главные периоды западноевропейского Средневековья применительно к их потребностям в рекламной коммуникации.
11. Объясните отличия авторских и фольклорных рекламных текстов.
12. Назовите ведущие варианты фольклорной проторекламы в эпоху Средневековья.
13. Каковы были способы регулирования устной проторекламы в средневековом городе?
14. Сравните основные особенности цеховой эмблематики и рыцарской геральдики.
15. Какими способами осуществлялось цеховое саморегулирование рекламной деятельности?
16. Каким образом возникли первые рекламные слоганы?
17. Как эволюционировал рекламный процесс в позднем Средневековье?

18. Каковы были главные объекты ранней европейской печатной рекламы?

19. В чем проявляется рекламная функция книжного титульного листа, типографских эмблем и экслибрисов, какова их рекламная роль?

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Бузни Е.Н. История связей с общественностью: учебное пособие. - М., "Вузовский учебник": ИНФРА-М, 2011. - С. 133-137, 166-169.

2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика.: учебное пособие. – М.: Дело, 2006. – С. 45-62.

3. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С. 9-130.

Дополнительная

1. Бочаров М.П. История публичных отношений: нравы, бизнес, наука. - М.: "РИП-холдинг", 2007.

2. Тангейт М. Всемирная история рекламы /пер. с англ. – М.: Альпина бизнес бук, 2008.

3. Трушина А.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник. - М.: "Дашков и К", 2011.

Тема 2. Реклама индустриальной эпохи (XVIII-XX вв.)

1. Начало дифференциации рекламы.

2. Разнообразие видов рекламы в Европе и Северной Америке XVIII-XX вв.

3. Появление и развитие социальной рекламы.

4. Развитие иллюстрированной рекламы.

Вопросы для подготовки

1. Назовите главные объекты ранней европейской печатной рекламы.

2. Как и где формировались информационные бюро в Западной Европе?

3. Какие последствия для рекламы имело появление журналистики?

4. Назовите «отцов рекламы» различных государств.

5. Какова специфика развития североамериканской рекламы на раннем этапе?

6. Охарактеризуйте причины появления социальной рекламы.

7. В каких формах существовала социальная реклама в XVIII-XIX столетиях?

8. Какой вклад внесли в развитие социальной рекламы выдающиеся представители национальных литератур?

9. Охарактеризуйте творчество У. Хогарта в контексте социальной рекламы.

10. Объясните неравномерность развития рекламы в XIX веке в различных европейских странах.

11. Назовите главные особенности развития рекламного дела в Англии.

12. Расскажите, как происходило внедрение иллюстраций в английскую газетную рекламу?

13. Каково начало теоретических обобщений рекламной деятельности?

14. Назовите рекламно-творческие приоритеты во Франции в XIX веке.

15. Охарактеризуйте творчество ведущих мастеров французского плаката.

16. Объясните причины замедления развития рекламного процесса в Германии в XIX веке.

17. Каковы приоритеты рекламных мероприятий в Германии в последней трети XIX века?

18. В чем заключена целесообразность существенных расходов на организацию выставок в локальных, национальных и всемирных масштабах?

19. Что из опыта европейской рекламы XIX века актуально в наши дни?

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Бузни Е.Н. История связей с общественностью: учебное пособие. - М., "Вузовский учебник": ИНФРА-М, 2011. – С.195-198, 202-210.

2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учебное пособие. – М.: Дело, 2006. – С. 45-62.

3. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С. 221-252.

Дополнительная

1. Бочаров М.П. История публичных отношений: нравы, бизнес, наука. - М.: "РИП-холдинг", 2007.

2. Тангейт М. Всемирная история рекламы /пер. с англ. – М.: Альпина бизнес бук, 2008.

3. Трушина А.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник. - М.: "Дашков и К", 2011.

Тема 3. Особенности русской дореволюционной рекламы. Реклама советского периода

1. Появление и развитие рекламы в России.
2. Расцвет русской рекламы – конец XIX –начало XX вв.
3. Советская реклама 1920 – 30-х гг.
4. Советская реклама послевоенного периода.

Вопросы для подготовки

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 конклюдии XVII века?
6. Назовите отличительные особенности рекламных текстов в газетах «Санкт-Петербургские ведомости» и «Московские ведомости» XVIII века.
7. Что из опыта ранней русской рекламы можно использовать в наши дни?
8. Каковы главные особенности эволюции изобразительной рекламы в России в XIX веке?
9. Как проявлялось развитие рекламного профессионализма в русской изобразительной коммуникации?
10. В чем главные особенности конструирования фабричных марок и торговых знаков в России?
11. Чем отличаются друг от друга такие рекламные жанры, как афиша, плакат и вывеска?
12. Какие русские художники участвовали в плакатном творчестве рубежа XIX—XX веков?
13. Где наиболее последовательно и широко применялась фотореклама в начале XX века в России?
14. Какова роль промышленных, сельскохозяйственных, научных и художественных выставок в процессе развития русской рекламы?
15. Охарактеризуйте советский рекламный бизнес в годы НЭПа.
16. Как изменились приоритеты и характер рекламных коммуникаций в 30-е гг.?

17. Какие меры по улучшению торговой рекламы принимались в 50-е – 60 -е гг.?
18. Охарактеризуйте приемы и методы рекламы в СМИ в этот период.
19. Как развивалась реклама в прессе, на радио и телевидении в 70 – 80-х гг.?
20. Назовите основные проблемы развития рекламной деятельности в 80-е гг.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Бузни Е.Н. История связей с общественностью: учебное пособие. - М., "Вузовский учебник": ИНФРА-М, 2011.- С. 244-246, 277-280.
2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учебное пособие. – М.: Дело, 2006. – С. 45-62.
3. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С. 130-220.

Дополнительная

1. Глитерник Э.М. Реклама в России XVIII-первой половины XX века: опыт иллюстрированных очерков. – СПб: Аврора, 2007.
2. Трушина А.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник. - М.: "Дашков и К", 2011.
3. Ученова В.В. История отечественной рекламы: 1917-1990. – М.: ЮНИТИ, 2004.

Тема 4. Ранний период связей с общественностью. Первые "специалисты" по связям с общественностью. Связи с общественностью в средние века и в эпоху Возрождения

1. Ранние формы коммуникаций. Древние ораторы и мыслители
2. Связи с общественностью в средние века.
3. Связи с общественностью в эпоху Возрождения.

Вопросы для подготовки

1. Когда зародились древнейшие формы двусторонних массовых коммуникаций?
2. Каким потребностям античного общества соответствовала публичная деятельность древних мыслителей?

3. Проанализируйте образцы «гражданственной» лирики Солона, Феогида и Архилоха. Каким образом эти авторы доносят до читателей свою общественную позицию?

4. Охарактеризуйте майевтический метод Сократа. Почему Сократ считал необходимым, чтобы его ученики самостоятельно приходили к надлежащим выводам?

5. Охарактеризуйте метод сравнительных жизнеописаний, использованный Плутархом. Какие цели преследует сопоставление деяний знаменитых греков и римлян? Для какой целевой аудитории предназначались эти жизнеописания?

6. Проанализируйте написанные Плутархом биографии Цезаря и Александра Македонского. Что общего в их деятельности? Каким образом, по мнению автора, им удавалось подчинять своей воле огромные массы людей?

7. Какие формы двусторонних массовых коммуникаций имели место в Средневековье?

8. Каким образом идеология крестовых походов, рыцарского поведения отражалась в соответствующих литературных памятниках? Почему героический эпос считается одним из крупнейших достижений средневековой литературы?

9. Какие глобальные изменения в систему массовых коммуникаций принесло изобретение печатного станка? Почему последующая эпоха получила название «эры Гуттенберга»?

10. Охарактеризуйте концепцию власти Н. Макиавелли. В каких общественно-политических условиях она возникла?

11. Как развивались двусторонние коммуникации в XVI-XVIII вв.? Кто выступил первым идеологом отмены цензурных ограничений в печати?

12. Какие законодательные акты XVII-XVIII вв. способствовали расширению свободы слова?

13. Как дальнейшее развитие PR связано с появлением профессиональной журналистики?

14. Какими способами осуществлялось информационное воздействие на общественность в Древней Руси?

15. Охарактеризуйте устные предания в составе «Повести временных лет». С какими целями они были включены составителем? Для какой аудитории предназначались древнейшие исторические сочинения русских книжников?

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учебное пособие. – М.: Дело, 2006. – С. 45-62.

2. Шпаковский В.О., Шпаковская С.В. История связей с общественностью. Электронный учебник для дистанционной формы обучения СО. – С.14-30.

Дополнительная

1. Бочаров М.П. История публичных отношений: нравы, бизнес, наука. - М.: "РИП-холдинг", 2007.
2. Эллинистические поэты VIII-III вв. до н.э. /изд. подгот. М.Л. Гаспаров, О.П. Цыбенко, В.Н. Ярхо. - М., 1999.
3. Плутарх. Сравнительные жизнеописания. – М., 1994.
4. Макиавелли Н. Государь (любое издание).
5. Повесть временных лет. //Библиотека литературы Древней Руси. - СПб, 1997. Т.1.

Тема 5. Развитие связей с общественностью в США и Европе

1. Начало связей с общественностью как профессиональной деятельности.
2. Связи с общественностью в США XVIII-XIX вв.
3. Связи с общественностью в Европе.
4. Развитие связей с общественностью в послевоенные десятилетия.

Вопросы для подготовки

1. Какие основные этапы развития прошли американские связи с общественностью в XVIII-XX вв.?
2. Чем было вызвано преимущественно политическое направление PR в США на первом этапе их развития?
3. Какое влияние на формирование связей с общественностью оказали крупнейшие политические события в Европе и Америке рубежа XVIII-XX вв.?
4. Каким образом и в связи с чем были разработаны технологии интенсивного продвижения личностного имиджа и общественных идей?
5. Какие PR-методы использовались в США периода войны за независимость?
6. Какая роль в формировании эффективных связей с общественностью принадлежит С. Адамсу?
7. Какие PR-методы появились в США во второй половине XIX в.?
8. Какой вклад в развитие основных принципов PR внес А. Ли?
9. Какие PR-технологии применялись в США в период президентства Ф. Рузвельта?
10. Какие способы регулирования общественного мнения и в связи с чем использовались в Европе 1900-1940-х гг.?

11. Как повлияла на развитие PR Вторая мировая война?
12. Какие национальные школы PR возникли в послевоенный период?
13. Какие кодексы профессионального поведения PR-специалиста были приняты в Европе и США во второй половине XX в.? Чем обусловлена необходимость их появления?
14. Какие формальные события в сфере PR способствовали широкому распространению PR в международном пространстве во второй половине XX в.?
15. Какие крупнейшие PR-агентства действуют в мире в настоящее время?

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учебное пособие. – М.: Дело, 2006. – С. 45-62.
2. Шпаковский В.О., Шпаковская С.В. История связей с общественностью. Электронный учебник для дистанционной формы обучения СО. – С. 30-54.

Дополнительная

1. Бочаров М.П. История паблик рилейшнз: нравы, бизнес, наука. - М.: "РИП-холдинг", 2007.

Тема 6. Развитие современных связей с общественностью в России

1. Перестройка PR в постсоветское десятилетие.
2. Формирование современной системы PR.
3. Российский PR в период "управляемой демократии".

Вопросы для подготовки

1. Какие элементы PR использовались в советской массовой пропаганде 1930—70-х гг.?
2. Какие механизмы обратной связи применялись в СССР? Почему их использование признавалось необходимым даже при тотальной пропагандистской системе?
3. Когда завершилось формирование советских СМИ как единого пропагандистского комплекса?
4. Когда и в связи с чем начался переход от пропаганды к PR?
5. Перечислите основные этапы развития отечественного PR в 1990-х гг.

6. Что было характерно для российского PR в первое постсоветское десятилетие?

7. Какие главные задачи стояли перед связями с общественностью в 1990-х гг.? Какие средства применялись для их решения?

8. Как повлиял на развитие российских связей с общественностью кризис 1998-99 гг.?

9. Какие изменения в состоянии российских связей с общественностью произошли на рубеже XX-XXI вв.? Чем они были вызваны?

10. Объясните понятие «управляемая демократия». Каковы были причины её появления?

11. Каковы были крупнейшие успехи и неудачи российского политического PR в начале 2000-х гг.?

12. Почему элементы советской пропагандистской системы оказались востребованы в современном политическом PR России?

13. Каким образом происходило развитие PR в российских регионах в 2000-е гг.?

14. Охарактеризуйте современное состояние российского рынка PR-услуг.

15. Какие основные задачи стоят перед российскими связями с общественностью на современном этапе?

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учебное пособие. – М.: Дело, 2006. – С. 45-62.

2. Шпаковский В.О., Шпаковская С.В. История связей с общественностью. Электронный учебник для дистанционной формы обучения СО. – С.54-114.

Дополнительная

1. Бочаров М.П. История публичных отношений: нравы, бизнес, наука. - М.: "РИП-холдинг", 2007.

Темы рефератов и теоретических сообщений

1. Лубочный стиль в рекламе в контексте массовой культуры.
2. Реклама в стиле модерн: от середины XIX века к середине XX.
3. Сто лет рекламы напитка «Кока – кола».
4. Рекламные кампании, изменившие мир.
5. Арт-деко – звездный стиль в рекламе.
6. Мифологема свободы в рекламе сигарет «Malboro».
7. «Красотки» в рекламе (стиль пин-ап и женские образы в американской рекламе в 30-е и 40-е годы).
8. Художники рекламы XIX века.
9. «Мыльные оперы» - история и современность.
10. А.Муха и А. Тулуз-Лотрек: общее и особенное в творчестве.
11. Зачарованный мир О. Бердсли.
12. Стиль, стилизация, стилизаторство: примеры из истории рекламы.
13. Поп-арт, оп-арт и т.д. Реклама и популярные художественные стили середины XX века.
14. Неорусский стиль в рекламе: традиционализм или модерн?
15. Творцы рекламы XX века: сопоставительный анализ концепций рекламирования.
16. «Крики улиц». Русская устная реклама.
17. Бесстилевая коммерческая реклама в России: проблемы эстетики.
18. Советская реклама в 50-е годы: торжество социалистического реализма и начало новой эстетики.
19. Образы рекламы и историческая память.
20. Рекламный гламур: современный стиль или повторение пройденного?
21. Реклам-конструктор «Маяковский-Родченко».
22. «Выгодно мне - выгодно государству» - специфика мотивации в советской рекламе.
23. Рекламный плакат советского авангарда: почему он так популярен сегодня.
24. Социальный дискурс советской рекламы.
25. Зачем и как: история всемирных выставок.
26. От Макарьевской ярмарки к ВДНХ: особое значение выставочного дела в России.
27. «Реклама идей» в СССР (рекламные технологии в пропаганде).
28. Реклама в СССР: реклама или пропаганда?
29. «Русские мотивы» в рекламе – причины популярности в конце XIX века.
30. Женщина в дореволюционной и советской рекламе.
31. Мужчина в дореволюционной и советской рекламе.
32. Дети в дореволюционной и советской рекламе.

33. Смирновская водка и шустовский коньяк: сопоставление рекламы и приемов маркетинга.
34. Реклама на спичечных этикетках в 50-60-е годы в СССР.
35. Пространство рекламы как родина поп-арта.
36. Реклама кондитерских фабрик в дореволюционный и послереволюционный период в России.
37. Прото-PR древних времен.
38. PR Нового Завета.
39. Жизнь Мухаммеда и связи с общественностью.
40. Сказание о Гильгамеше - древнейший литературный памятник связей с общественностью.
41. Поэзия Вергилия как инструмент СО в "руках" правителя Августа.
42. Acta diurna Гая Юлия Цезаря - первый опыт использования инструмента "журналистика" в СО.
43. Первые профессионалы древнерусского PR - Нестор.
44. Носители и жанры: PR раньше СМИ (летописи, публицистика и риторика, былины, жития).
45. PR в мире: исторический очерк.
46. СО от эпохи Ренессанса к Галантному веку.
47. Связи с общественностью "японского экономического чуда".
48. PR в современной России: хронология развития, статистика, тенденции.

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Возникновение рекламных коммуникаций и возрастание ее значимости для общества. Реклама как социальное явление.
2. Становление принципов рекламы и базовых рекламных технологий в античности.
3. Коммерция в средние века. Коммерческая коммуникация на пространстве средневековых городов.
4. Особенности рекламы Нового времени.
5. Рождение печатной рекламы. Тексты и визуальная печатная реклама.
6. История газеты как история рекламного канала.
7. Становление организаций, профессионально занимающихся рекламной деятельностью. Рекламный бизнес.
8. Зарубежный рекламный плакат: историческая ретроспектива.
9. Влияние технического прогресса на развитие рекламных технологий.
10. История крупных рекламных кампаний – XIX-XX века.
11. Зарождение технологий СО.
12. Брэнддинг в исторической ретроспективе.

13. Превращение рекламы в социальный институт в XX веке: причины и следствия.
14. Становление рекламы как корпоративной сферы деятельности в XX веке. Становление рекламных агентств.
15. Технологии СО в XX в.
16. Лубочный стиль в рекламе: зарождение, системообразующие характеристики, причины популярности.
17. Стиль модерн в рекламе.
18. Традиционализм как стиль рекламы.
19. Русский авангард в рекламе – супрематизм и конструктивизм.
20. Российская реклама в период НЭПа.
21. Реклама в каноне социалистического реализма.
22. Причины и следствия оживления рекламного процесса в СССР в 60-е годы.
23. Социальная реклама в России: формы, методы, темы.
24. Роль рекламных технологий в продвижении идеологии в СССР.
25. Политическая реклама в СССР.
26. СО в современной России.
27. Значение в России устной рекламы. Характерные черты русского рекламного слова.
28. Рекламные кампании в России.
29. Организация рекламного дела в России: исторический аспект.
30. Современная российская реклама.
31. Ранние формы коммуникаций.
32. Краткий обзор раннего периода СО.
33. СО в Древнем Китае.
34. СО в Индии.
35. Древние ораторы и мыслители как "первые специалисты" по СО.
36. СО в Древней Руси.
37. СО в средние века.
38. СО в эпоху Ренессанса.
39. Современная история СО в США и Европе.
40. Развитие современных СО в России.

СОДЕРЖАНИЕ

От авторов.....	3
Планы семинарских занятий.....	4
Тема 1. Зарождение рекламы и её предшественники. Особенности рекламы Нового времени.....	4
Тема 2. Реклама индустриальной эпохи (XVIII-XX вв.).....	5
Тема 3. Особенности русской дореволюционной рекламы. Реклама советского периода.....	7
Тема 4. Ранний период связей с общественностью. Первые «специалисты» по связям с общественностью. Связи с общественностью в средние века и в эпоху Возрождения.....	8
Тема 5. Развитие связей с общественностью в США и Европе.....	10
Тема 6. Развитие современных связей с общественностью в России.....	11
Темы рефератов и теоретических сообщений.....	13
Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету.....	14