

Reklama – jak to było od początku

Reklama stała się nieodzownym elementem naszego życia. Jest obecna wszędzie – w sklepie, w gazetach, w radiu i w telewizji, na billboardach, w skrzynce na listy czy nawet na wycieraczkę pod drzwiami. Reklama jest i będzie, to jest dla nas oczywiste, ale już nad tym od kiedy ona istnieje i kto pierwszy wprowadził taki sposób promocji zdecydowanie rzadziej się zastanawiamy.

Powstanie i rozwój reklamy łączyć należy z trzema procesami: z rozwojem handlu i wymiany towarowej; z powstawaniem i rozwojem środków komunikacji masowej oraz z doskonaleniem metod i technik perswazji. Przyjrzyjmy się historii. Zjawisko reklamy jest stare jak świat – pojawiło się już w momencie zapoczątkowania wymiany handlowej. Bardzo szybko zauważono bowiem, że jeśli opisać towar i zawrzeć w tym parę zachęcających przymiotników, to jego sprzedaż znacznie wzrasta. Tak powstała pierwsza reklama – reklama ustna, bardzo często wykorzystywana także dziś, np. przez akwizytorów czy przekupki. Oprócz reklamy targowej w starożytności używano także ogłoszeń i afiszy, malowanych na papirusach, na murach miast, wrytych na kamiennych czy glinianych tablicach. Ze względu na niewielką liczbę osób umiejących czytać wiele komunikatów reklamowych miało charakter obrazkowy. Były to kamienne rzeźby, umieszczane nad wejściami do sklepów i winiarni – w ten sposób powstały szyldy handlowe. Jeśli chodzi o produkty, które reklamowano, to były to przede wszystkim: żywność, wino i usługi. Pierwsze reklamy pisane pojawiły się w starożytnej Grecji. Miały one postać informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych i sportowych, a przypominały plakaty czy afisze, które znamy dziś z tablic ogłoszeń przy kinach czy teatrach. Wiele reklam zostało odkrytych przez archeologów w ruinach starożytnego Rzymu i Pompei. Miały one postać napisów na budynkach i zachwalały np. posiadłości do wynajęcia czy niedaleką karczmę.

Wędrowcze! Idź stąd do dwunastej wieży, tam prowadzi sarinus winiarnię. Wstąp do niej – bądź zdrow. (tablica reklamowa, Pompeje)

PRZYKŁADY SZYLDÓW ZDOBIĄCYCH KARCZMY



Intensywny rozwój reklamy nastąpił wraz z postępem przemysłowym i społecznym. Bardzo ważnym momentem dla reklamy był rok wynalezienia druku Gutenberga – 1445. W tym czasie reklama przybierała postać małych ulotek do reklamowania produktów. Ulotki te często zawierały symbole charakterystyczne dla członków danego cechu czy przewoźników; były one również rozwieszane na ścianach jako plakaty reklamowe. Następnie pojawiły się gazety z pierwszymi reklamami prasowymi. W wydanej 14 października 1612 r. w Paryżu „Journal General d’Affiches” wydrukowano pierwszą reklamę, która jednak niewiele miała wspólnego z reklamami, jakie zamieszcza dzisiejsza prasa. Ówczesne reklamy przypominały raczej ogłoszenia, zawierające nazwę i ogólne informacje o produkcie, rzadko towarzyszył im rysunek, nie mówiąc już o hasłach czy sloganach.

Najszybszy rozwoju reklamy przypadł na wiek XIX i XX – na lata 80. XIX wieku datuje się początek nowej ery reklamy. Można przypuszczać, że telegraf, jak i rozwój sieci kolejowej przyczyniły się do rozwoju handlu na szeroką skalę, a co za tym idzie również do rozwoju reklamy. W 1843 roku w Filadelfii zaczął działać pierwszy agent reklamowy – Volney Palmer Zajmował się zbieraniem ogłoszeń reklamowych, które potem umieszczał w gazetach. Tak rozpoczęła się działalność agencji reklamowych. Liczba agencji i zamieszczanych ogłoszeń wzrastały bardzo szybko. Jednak cały czas rola agencji reklamowych była ograniczona do pośrednictwa pomiędzy reklamodawcą a gazetą

Wygląd reklam zmieniał się stopniowo, wraz ze zwiększaniem się możliwości technicznych drukarni. Prasa przybierała coraz bardziej atrakcyjną szatę graficzną i także reklamy stawały się bardziej skomplikowane i ciekawsze.



Reklama czasomierzy firmy Elgin 1872 rok



Reklama poziomej maszynki do lodów patentu Tingley'a 1872 rok

Taka postać rzeczy spowodowała rozwój agencji reklamowych i wzrost ich aktywności. Najszerzej reklamowanymi dobrami konsumenckimi w tym czasie były produkty medyczne. W 1893 roku, w samych tylko Stanach Zjednoczonych ponad połowa ze stu firm produkujących towary medyczne wydała ponad pięćdziesiąt tysięcy dolarów na reklamę.



Reklama nalewki ziołowej

Mniej więcej 20 lat później najwięcej produkowano już nie wyrobów medycznych, ale jedzenia, kosmetyków czy samochodów. Firmy produkując te dobra zaczęły używać swoich marek. Pierwsze z tych firm to między innymi Colgate, Wrigley czy CocaCola.

PRZYKŁADOWE REKLAMY FIRMY COCACOLA



Reklama z 1934 roku



Reklama z 1942 roku



Reklama z 1953 roku



Reklama z 1965 roku

Istotnym momentem w dziejach reklamy stało się wynalezienie radia. Pierwsza reklama została w nim nadana w latach dwudziestych XX w. w USA. Tam też 20 lat później, w roku 1941 wyemitowano pierwszą reklamę telewizyjną. Pojawienie się tych dwóch mediów stworzyło zupełnie nowe możliwości i dla reklamodawców i dla agencji reklamowych, prężnie rozwijających się w tym czasie. Działy one już nie tylko na zasadzie pośrednictwa, ale prowadziły również doradztwo odnośnie rodzaju i formy reklamy, a także czasu i miejsca emisji. O ile dalszy rozwój reklamy na świecie był bardzo prężny, to w Polsce zahamował go wybuch II wojny światowej. Jednak i po wojnie reklama w naszym kraju nie rozwijała się równie dynamicznie, jak w pozostałych krajach i w pewnym momencie ograniczała się jedynie do hasła propagandowych. Dopiero kiedy w roku 1989 rynek reklamy odzyskał swobodę nastąpił prawdziwy złoty okres polskiej reklamy. Masowo zaczęły powstawać agencje reklamowe aż do chwili obecnej, kiedy rynek reklamowy w Polsce jest jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki. W samej Warszawie działa kilka tysięcy agencji oferujących swe usługi z zakresu reklamy czy promocji, a ich liczba ciągle rośnie.

Tak pokrótce przedstawia się historia reklamy, która wydaje się zjawiskiem genialnym, bo choć wszyscy narzekamy na ogromną ich ilość i uparcie twierdzimy, że przełączamy kanał, na którym właśnie emitowany jest spot, to badania rynku cały czas dowodzą niezmiennego skuteczności reklamy. Dlatego też reklamodawcy wydają miliony na swoje kampanie, choć nie są pewni czy te nakłady się zwrócą. Frank W. Woolworth powiedział kiedyś: „Wiem, że połowa mojego budżetu na reklamę jest stracona. Problem polega na tym, że nie wiem, która to połowa...”

Podsumowując: rozwój reklamy wiąże się z pojawieniem się prymitywnego druku, a następnie rozwojem prasy, radia, telewizji i Internetu. To spowodowało, iż reklama zaczęła docierać do coraz szerszych rzesz ludności, zmieniając przy tym też swoje oblicze. Pierwotnie była ona raczej informacją o produkcie, dziś oparta jest na profesjonalnej wiedzy i znajomości psychiki ludzkiej, co służy skłonieniu potencjalnego nabywcy do zakupu produktu. Możemy więc powiedzieć że wraz z rozwojem reklamy i zmianą jej formy zmieniła się też funkcja jaką pełni. Wydaje się bowiem, że celem współczesnej reklamy nie jest już jedynie zaspokajanie potrzeb, ale też ich kreowanie.