2.Історія зарубіжної політичної реклами

В даний час вважається, що проторекламние явища в сфері політичних відносин виникли разом з виникненням політики і існують не одну тисячу років. Рекламні звернення, що відповідають сучасним визначенням політичної реклами, в Європі і США з'явилися лише на початку XX століття, в Росії - в другій половині минулого століття.

Більшість вчених вважають, що політична реклама зародилася в Стародавній Греції. Демократична система давала можливість громадянам вільно вибирати, а політичним діячам - рекламувати свій розум, красномовство і т.д.

Вже у античний період в рекламі присутні три форми реклами: усна, письмова і візуальна (предметна і художня). Найбільше була поширена усна реклама, в тому числі і політична.

Розповсюджувачами політичної реклами були офіційні речники. У стародавніх державах починає складатися інститут глашатаїв. Останні інформували населення не тільки про укази, що стосуються якихось видатних правителів [21, c.23]. Так само глашатая могли повідомити про непривабливих деталі особистого життя того чи іншого політика: надмірному честолюбстві, моральної неохайності і т. П. [43]

Оповіщення населення відбувалося на площах, в місцях великого скупчення народу. Глашатаї голосно зачитуючи указ, про початок або закінчення війни, приїзд послів і т.д. Але, також вони вигукуючи про властивості товару, або ходили по вулицях з рекламними піснями [21, c.23].

Політичною рекламою займалися і самі політики того часу. Вони та їхні прихильники хвалили свої достоїнства і принижували гідності конкурентів. Наприклад, відомий римський оратор Марк Туллій Цицерон став відомий завдяки своїм словам проти Катіліни, а пізніше - і Марка Антонія [34].

У Помпеї на одній зі стін були виявлені написи, що закликають голосувати за сенатора Марка Публія Фурія. Автор пише: «Я запевняю вас, він хороша людина і за нього варто проголосувати на виборах» \*. Марк Тулій Цицерон [9, c.16]. Або, ще приклади написів:

«Прошу, щоб ви зробили еділом Модеста», «Рибалки, вибирайте еділом попід Руфа», «Якщо хто відкине Квинтия, хай назад всядеться поряд з ослом». Використовувалися також так звані «альбуму». Це - стіни громадських будівель, призначені для запису оперативних відомостей. Періодично стіни білили білою фарбою для написання нових написів. В. Учнів і Н. Старих розглядають «альбуму» як прообраз сучасного політичного плаката [43].

Візуальна політична реклама в той період була представлена політичної реклами виконували статуями політиків (правителів, полководців) з присвяченими їм написами, що говорили про їхню славу і заслуги [34].

У середні століття провідне місце також продовжує займати усна реклама. У Європі її поширювали глашатаї. Вони супроводжували переказ розпоряджень правителя (короля, графа, барона) хвалебними епітетами і прокльонами на адресу супротивників. Компромат і наклеп активно використовувалися в політичних цілях того періоду [34].

У XVII ст. Англії, Франції та Голландії з'являється політична карикатура. Її мета - негативна реклама і пропаганда. Імператор Наполеон оцінив вигоду таких карикатур і заохочував художників, щоб ті створювали малюнки, які сприяли його успіхам. У 1862р. в США в період громадянської війни художник Т.Наст опублікував для підтримки сіверян свої карикатури на жителів півдня. Він порівняв У. Твіда з імператором Нероном в Римі, який програв вибори і втратив владу. Саме цього художника належить малюнок слона - символ республіканської партії США [43].

В Італії виникає карикатура. У широкому сенсі - це «де художник поєднує реальність і фантастику, перебільшує, акцентує специфічні риси людей, змінює співвідношення їх з навколишнім світом і використовує несподівані порівняння» [32]. В умовах масової безграмотності населення карикатура мала успіх, тому що доносила інформація дуже доступно.

Є різні види карикатур. Точно відомо, що політична карикатура мала місце в 17 столітті. В Італії 17 століття існувала кілька двозначною політична карикатура, тому що відкрита критика влади була досить ризикована. У Франції кардинал Рішельє жорстоко карав за карикатур. Пізніше кардинал Мазаріні ставився до цього більш спокійно. Розквіт політичної карикатури у Франції припав на революційний період (1789 рік). Тоді б випущено безліч листівок з карикатурами, вони передавалися з рук в руки [32].

У 17 столітті політична карикатура стала користуватися великою популярністю в Голландії. Великою популярністю там користувалися роботи художника карикатуриста Ромьена де Хуга (1645-1708). В Англії 17,18 і 19 століть найбільш відомими карикатуристами були Вільям Хогарт (1697-1764), Джеймс Гілрей (1757-1815) Томас Роландсон (1756- 1827) і Джордж Круікшенк (1792-1878). За часів Роландсона і Гілрея Англію вважали «Будинком Карикатури (« Home of Caricature ») [32].

В кінці 19 століття і початку 20 століття в Англії провідними художниками карикатуристами були: Співай (П.Х. Ферон), С. Струб, Л. Ілінгворс і Девід Лоу. Однак найбільш важливими для соціально-політичних традицій Англії стали роботи Уілла Дінсона і Віктора Вейца ( "Вікі") [32].

Як відзначають зарубіжні дослідники, що на Заході вплив карикатури в суспільстві зросла з того часу, коли західна цивілізація почала відступати від своїх релігійних основ: «As Western culture diversified from its original religious foundation, new subjects became available for discussion and subsequent ridicule; as such the appeal and influence of cartoons on public life grew in proportion. Although there will never be empirical evidence which can relate the production of graphic satire to the course of history, the fact that the medium of visual protest has remained healthy since 1517 must be some indication of its position in the social order "

(Http // xroads.virginia.edu / ~ ma96 / puck / notes.).

У якості першої американської політичної карикатури визнається робота Бенджаміна Франкліна "Join or Die" - де зображення розчленованої змії символізує різні частини колоній. Франклін використовував цю карикатуру для завоювання підтримки свого плану об'єднання колоній на албанських Конгресі в 1764 році.

Відомим художниками карикатуристами в Америці за часів громадянської війни був Томас Наст. Він малював карикатури на лідерів південців. Він є "творцем" двох символів, в даний час часто використовуваних в американських і англійських карикатурах, - осла (він символізують партію демократів) і слона (який символізує партію республіканців). Крім того, Наст зруйнував своїми малюнками кар'єру одне з політиків сіверян - У.Твтда, добре відомого своєю корумпованістю [32].

Самий визнаний карикатурист "Позолоченого століття" (the most commercially and critically acclaimed cartoonist of the Gilded Age) був Джозеф Кепплер. (Http // xroads.virginia.edu / ~ ma96 / puck / notes.); (Low, Williams, 2000).

В кінці 19 століття і початку і середині 20 століття провідними карикатуристами США вважалися Г.Дейвенпорт (1867-1912), О. Сезар, Ф. Оппер (1857-1937), Р.Кірбі (1875-1952), Д.Р. Фитцпатрик (газета Post- Dispatch в Сент Луїсі), Дж. М. Дарлінг (Дінг), Т. Браун, Н. Хардінг (1879- 1944), Г.М. Талберт, Г. Орр, Е.Даффі (видання Baltimore Sun), Г.Л. Блок (Герблок, газета Washington Post), А. Янг (Art Young, (1866-1943)), Б. Робінсон, У. Гроппер, Р.Мінор. Потім їх змінили такі відомі карикатуристи, як П. Оліфант (газета Denver Post), Д.Фіжетті, Г.Трюдо, П.Конрад (газета Los Angeles Times), Г. Крокетт (видання Washington Star), Х.Хейні (видання Louisville Courier-Journal), Д.Хессе (видання St. Louis Globe Democrat) (Low, Williams, 2000); (Hudzik, 1999) [32].

На початку минулого століття в США друкували карикатури американських президентів, наприклад, Т. Рузвельта, В. Вільсона. Надалі карикатури стали активно використовувати у виборчих кампаніях не тільки в США, але і європейських країнах [43].

В кінці XVIII ст., Після смерті Ж.-П. Марата, були випущені плакати, де він був зображений, і розіслані по Франції. В1840 р виникла хромолітографіческая друк, яка дозволила робити кольорові плакати, в яких колір поєднувався з чітким текстом [43].

У США з'явилася сувенірна політична реклама. Першим сувеніром стала гудзик Дж.Вашингтона. У 1840р. в період політичної кампанії У.Гаррісона населенню активно лунав жетон з діркою для прикріплення до одягу. У 1860р. під час кампанії А.Линкольна до жетону додалася фотографія на металі - ферротіпи. Пізніше ферротіпи були замінені на більш дешеві фотографії кандидата, які прикріплялися шпильками до одягу. У 1893р. з'явилися значки. Вони були дешеві, міцніше, ніж фотографії, і зразу стали дуже популярні [9, c.37].

Отже, політична реклама з'явилася в стародавньому світі, і вже в той час виникли три її форми: візуальна, письмова і усна. До сучасного періоду в сфері передачі політичних рекламних повідомлень найбільш часто респонденти користуються послугами була усна реклама.

Питання для повторення:

1. Які форми політичної реклами існували в стародавніх державах?

2. Яка форма політичної реклами домінувала в середні століття?

3. Розкажіть про карикатурний жанрі в політичній рекламі.

4. Назвіть провідних художників-карикатуристів.

5. Коли з'явилася сувенірна політична реклама?

6. Розкажіть про плакатному жанрі в політичній рекламі.