

Název a adresa školy:	Střední škola průmyslová a umělecká, Opava, příspěvková organizace, Praskova 399/8, Opava, 746 01
Název operačního programu:	OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost, oblast podpory 1.5
Registrační číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0129
Název projektu	SŠPU Opava – učebna IT
Typ šablony klíčové aktivity:	III/2 Inovace a zkvalitnění výuky prostřednictvím ICT (20 vzdělávacích materiálů)
Název sady vzdělávacích materiálů:	<b>PPR III</b>
Popis sady vzdělávacích materiálů:	Psychologie propagace III, 3. ročník
Sada číslo:	<b>D-12</b>
Pořadové číslo vzdělávacího materiálu:	<b>02</b>
Označení vzdělávacího materiálu: (pro záznam v třídní knize)	VY_32_INOVACE_D-12-02
Název vzdělávacího materiálu:	<b>Historický vývoj reklamy</b>
Zhotoveno ve školním roce:	2011/2012
Jméno zhotovitele:	Mgr. Lenka Kašpárková

## Historický vývoj reklamy

### Plán učiva

- Počátky reklamy.
- Průmyslová revoluce; vývoj reklamy v 19. století.
- Reklama ve 20. století.
- Otázky pro zopakování učiva.

### Počátky reklamy

Počátky primitivní reklamy bychom mohli jistě najít již v pravěku, ale první písemné památky pochází až z období starověku. V Britském muzeu je uložen údajně nejstarší inzerát světa – jde o papyrus starý 3000 let, jehož obsahem je žádost o navrácení uprchlého otroka s příslibem odměny. Asi o 500 let mladší je hliněná tabulka nalezená při vykopávkách ve staroegyptském městě Memfis, na níž si egyptský obchodník nechal vyrýt následující text: *„Zde žiji já, Rinos z Kypru z milosti bohů obdařený uměním vyložit neomylně každý sen.“*

Nejvíce starověkých památek se dochovalo v Římě, ale objevují se také v Egyptě a Řecku. Používaly se plakáty, primitivní inzeráty a zejména firemní vývěsní štíty, které se dochovaly v Pompejích. Za projev reklamy lze pokládat i vyvolávání prodávačů na tržištích. Starý Řím měl i profesionální vyvolávače, kteří vyhlašovali veřejná nařízení a dávali na vědomí důležité novinky. Mezi hlášení vkládali reklamy

na zboží – podobně jako dnešní televize nebo rozhlas. Tento způsob komunikace bychom mohli považovat za jakýsi předstupeň masové reklamy.

Veřejné vyhlašování nebo vyhubnovávání zákonů a úředních sdělení přetrvalo mnoho dalších století až do dob zcela nedávných. Ve středověku si obchodníci někdy najímali vlastní vyvolávače, aby v ulicích měst chválili jejich zboží. Trvalou reklamou byly vývěsní štíty hostinců i dalších živností.

Podstatným zlomem ve vývoji reklamy byl jistě vynález knihtisku. Gutenberg vynalezl tisk z výšky s použitím pohyblivých liter, který umožnil hromadné množení reklamních i jiných textů. Začaly se objevovat první tištěné letáky a vývěsky. Výroba reklamy se zrychluje a ta se stává dostupná pro širší vrstvy.

## **Průmyslová revoluce; vývoj reklamy v 19. století**

K pravému rozmachu reklamy však dochází až v 19. století. Důvodem bylo vypuknutí průmyslové revoluce a následný přebytek průmyslového zboží. V tomto období se masově rozvíjí mediální komunikace, noviny se stávají nejsilnějším médiem. V první polovině 19. století nastupuje ve Spojených státech „zlatý věk“ reklamy. Začínají se používat nové prostředky, jimiž lze oslovit celé masy – inzertní listy, laciné reklamní noviny a první ilustrované plakáty, jejichž výroba souvisí s vynálezem litografie.

Reklama se odděluje od obchodu a začíná tak její samostatný vývoj. Vznikají první reklamní agentury, objevují se první specialisté v oboru. První reklamní agentura vznikla v roce 1800 v Anglii, v Československu pak roku 1927. Začínají se prosazovat nové venkovní reklamní prostředky, které nejsou již nikterak vázány na místo prodeje. Využívá se neonového osvětlení, výkladních skříní, pouličních lamp atd. Novinkou jsou také kulaté plakátovací sloupy, které měly vnést pořádek do chaotického vylepování vývěsek a reklamních oznámení. Poprvé se objevily v Berlíně roku 1855, kdy jich bylo instalováno v ulicích města sto kusů.

Koncem devatenáctého století už mnoho výrobců používalo obchodní značku, která měla ulehčit identifikaci výrobků a vylepšit jejich odbyt.

Průmyslová revoluce, společenské a ekonomické jevy či rozvoj médií způsobily, že se reklama stala po vojenství druhým oborem lidské činnosti nejrychleji uplatňujícím vědecký a technický pokrok.

## Reklama ve 20. století

Ve 20. století se reklama začlenila do oblasti marketingu, vznikají odborné školy a existují již tisíce reklamních kanceláří. Již v první čtvrtině 20. století se v reklamě začínají uplatňovat poznatky z psychologie. Ve 20. letech 20. století začíná tištěným médiím konkurovat rozhlas. Po 2. světové válce byla vynalezena televize, která se stala rájem pro reklamy. Využívá totiž sílu obrazu, který na naše emoce působí více než psané nebo mluvené slovo. Později přichází rozmach elektroniky a elektrotechniky, což vede ke vzniku nových médií jako satelitních přenosů, kabelové televize, online služeb, CD-ROMů, objevují se texty na obrazovkách, videích atd.

## Otázky pro zopakování učiva

1. Popiš počátky vývoje reklamy.
2. Které historické mezníky měly nejvýznamnější vliv na rozmach reklamy?
3. Jak vypadala reklama ve středověku?
4. Jak se reklama rozvíjela v 19. století?

## Seznam použité literatury

- BOČEK, M., et al. *POP - In-store komunikace v praxi: Trendy a nástroje marketingu v místě prodeje*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2840-7.
- DANEŠ, F. *Co víte a nevíte o reklamě*. Tvar, 2001, roč. 12, č. 10.
- FORET, M., PROCHÁZKA, P., URBÁNEK, T. *Marketing – Základy a principy*, Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-888-0.
- HOMOLKA, V. *Na jantarové stezce*. 1. vyd. Praha: Merkur, 1979.
- CHMEL, Z. *Propagace, public relations, media*. Brno: Ante, 1997. ISBN 8090240429.
- JANOUŠEK, J. *Sociální komunikace*. Praha: Svoboda, 1968.
- KOMÁRKOVÁ, R.: *Psychologie trhu*. 1. vyd. Praha: Grada, 1998.
- KOTLER, P. *Marketing management*. 10. rozšířené vyd. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0016-6.
- VYSEKALOVÁ, J. et al. *Psychologie reklamy*. 3. rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-2196-5.
- VYSEKALOVÁ, J. *Slovník základních pojmů z marketingu a managementu*, Praha: Fortuna, 1998. ISBN 80-7168-504-6.
- *Historie reklamy*. Dostupné z: <http://oko.yin.cz/11/historie-reklamy/>.