

ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ В УЗБЕКИСТАНЕ

Абкеримов Саит Абдулджелимович

Доцент кафедры «Промышленный дизайн»

Ташкентский государственный технический университет

Республика Узбекистан, г. Ташкент

Аннотация: В данной статье рассматривается история рекламы в Узбекистане с древности до 50 годов 20 века. В Узбекистане формировались разнообразные формы и приемы рекламы товаров. Реклама товаров, которые производились на территории Узбекистана. Особое внимание уделено плакатам. Историческая судьба искусства рекламы, свидетельствует, что ее развитие определялось как социально-экономическими, так и в равной мере культурно-историческими условиями.

Ключевые слова: реклама, выставки, история, этикетка, плакат, вывески, товар.

HISTORY OF ADVERTISING IN UZBEKISTAN

Abkerimov Sait Abduldjelimovich.

Docent of the Department of Industrial Design

Tashkent State Technical University

Republic of Uzbekistan, Tashkent

Abstract: This article examines the history of advertising in Uzbekistan from ancient times to the 50s of the 20th century. Various forms and methods of advertising goods were formed in Uzbekistan. Advertising of goods that were produced in the territory of Uzbekistan. Particular attention is paid to posters. The historical fate of the art of advertising shows that its development was determined by both socio-economic and equally cultural-historical conditions.

Key words: advertising, exhibitions, history, label, poster, signs, product.

Культурно-историческое наследие Узбекистана, находившегося в центре древних торговых караванных путей, свидетельствует о наличии в нем богатой традиции рекламы. На базарах Бухары, Самарканда, Ташкента, Термеза, Ферганы, через которые в древности и средневековье проходили магистрали международной торговли по Великому шелковому пути, формировались разнообразные формы и приемы рекламы товаров.

Для распространения информации и рекламы товаров на базарах важнейшую роль играли специально подготовленные люди, называемые «глашатаями». Они должны были повседневно информировать большие скопления людей в городах. Причем информация глашатаев носила разнообразный характер – от политических

75

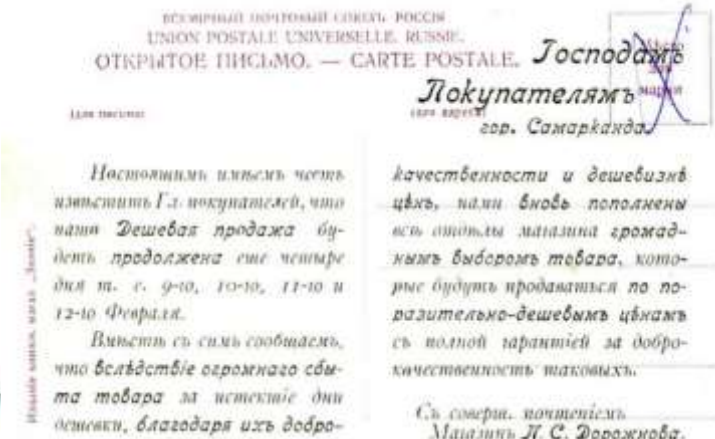
Ташкенте.	
Господам покупателям — Привет из Самарканда! Открытое письмо сообщает о продлении «дешевки» (!) еще на четыре дня. Полная гарантия за доброкачественность товара гарантируется магазином П.С.Дорожного.	

Рис. 1. Реклама в Ташкенте и Самарканде. Начало 20 века

Двигателем торговли реклама была всегда, с самого момента ее зарождения. Только формы ее, инструменты и способ подачи информации были разными. Предлагаем вашему вниманию скан уникального, чудом сохранившегося документа, свидетеля ушедшей эпохи. Это — рекламный проспект образца 1912 года, в котором репрезентированы товары и услуги, бывшие в ходу у населения и коммерсантов того времени. Коммерсанты, они же — купцы, как водится, заезжие — «понаехали» из Царской России, и привезли с собой множество товаров, которые надо было распространять среди целевой аудитории. Они и основали в Туркестанском крае производство и продажу широкого спектра промышленных товаров, тканей, пива, обуви и прочих насущных вещей и предметов. И даже «излишеств» в виде вино-водочной продукции, кафе и ресторанов. Как и сегодня, рекламировались товары двух видов: местного производства от знаменитых Борухова и Первушина и привозные из российской метрополии (насосы, динамомашины, книги и пр). Наглядно представлена отлаженная работа дилерских сетей, о чем свидетельствуют предложения приобретать товар у «наших поставщиков» в Андижане, Коканде, Самарканде.

В печатной продукции уже появляются логотипы и другие графические символы, а не только текст, что говорит о достаточно хорошем уровне развития типографского дела в Туркестане.

Место действия — Ташкент. Некоторые из представленных фотографий (магазин Азизбаева, RENOME, Рабинович и Ридник) служили одновременно рекламными материалами.

Магазин Азизбаева «Азиатская обувь из Казани», начало 20 века.

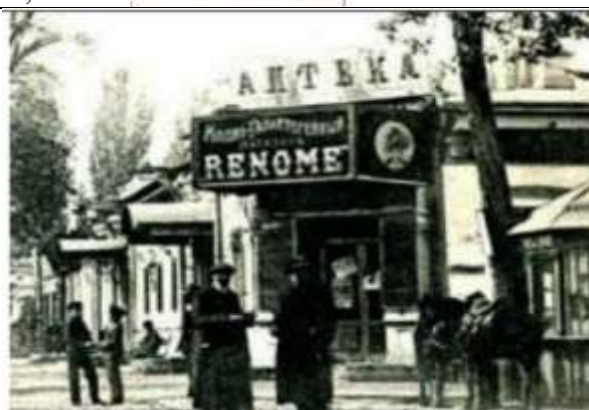


Скорее всего, это офис или служебное помещение нефтяной и керосиновой базы известной шведской фирмы братьев Нобель. Отсутствие электрического освещения приводило к большому спросу на керосин. Только на освещение улиц города керосиновыми фонарями ежегодно уходило 18 тысяч пудов керосина.



Рис. 2. Рекламные вывески. Ташкент, начало 20 века

Модно-галантерейный магазин RENOME на Кауфманской улице расположен в одном здании с Аптекой. На вывеске справа видна (по клику на фото) очаровательная головка модели в гламурной шляпке.



Склад и розничный магазин товарищества Фармацевтов «Рабинович и Ридник». Аптекарский и фотографический склад.



Старый Ташкент.
Завод Тезикова.



Рис. 3. Рекламные вывески. Ташкент, начало 20 века
Плакаты советского периода. Узбекистан.



Рис. 4. Авторы Короткова Н. Ф., Ворон М. А., 1930



Рис.5. Плакат. 1939 год.



Рис.6. Типолит. Уздавнашр, 1947.
Хромолитография. - 78x56 см.



Рис. 7. «Узбекистан-участник
всесоюзной сельскохозяйственной
выставки» 1957



Рис.8. Плакат «Салом сенга, нотаниш,
навкиронавлод!»



Рис.9. «Узбекистан - шеф
Ленинграда» Президентская
библиотека имени Б.Н. Ельцина





Рис. 10. Плакат. Пропаганда.



Рис.11. «Победа зависит от нас, от продуктивности нашего труда! Добьемся высоких урожаев, чтобы обеспечить нужды Красной Армии, чтобы обеспечить победу над врагом!»

Историческая судьба искусства рекламы, свидетельствует, что ее развитие определялось как социально-экономическими, так и в равной мере культурно-историческими условиями. В городской среде наружная реклама как наиболее статичная часть рекламного наполнения обладает семантическим и синтаксическим единством с предметно-пространственным окружением. История наружной отечественной рекламы свидетельствует о том, что она прошла самобытный путь художественного развития, повлиявшее на профессиональное искусство и дизайн XX века.

В середине двадцатого века началось серьезное изучение того, без чего уже трудно представить нашу жизнь – рекламы. Мы сталкиваемся с рекламой повсюду – сидя дома перед телевизором, слушая радио, по пути на работу или учебу – везде, где бы мы не находились мы видим или слышим рекламные объявления, рассказывающие о новых товарах или услугах.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ;

1. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. — М.: Прогресс, 1989.
2. Хакимов А. А. Искусство Узбекистана: история и современность. Ташкент, 2010.
3. «Искусство стран и народов мира» (краткая художественная энциклопедия) Архитектура. Живопись. Скульптура. Графика. Декоративное искусство / Ред. коллегия: Баранов Н. В., Веймарн Б. В., Виппер Б. Р., Иогансон Б. В. Гл. ред. А. М. Контор, В. М. Полевой, В. Д. Синюков, А. А. Федоров. В 5 т. М., 1962-1972..
4. Балабанов, А. Наружная реклама. Рынок наружной рекламы восстанавливается./ А. Балабанов – М.: ИК «Академия», 2005. – 448 с.
5. Терещенко Г.Ф., Шитикова Н.П., «Дизайн рекламы» 2009.
6. <http://sanat.orexca.com/2012-rus/2012-4-2/sanat-sovremennaya-naruzhnaya-reklama-v-uzb/>
7. <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook702/01/part-001.htm>"
8. [https://www.facebook.com/profile.php?id=100002957741083&sk=photos"](https://www.facebook.com/profile.php?id=100002957741083&sk=photos)
9. [https://infourok.ru/material.html?mid=53229"](https://infourok.ru/material.html?mid=53229)
10. [https://www.intuit.ru/studies/courses/3597/839/lecture/30243?page=3"](https://www.intuit.ru/studies/courses/3597/839/lecture/30243?page=3)
11. <http://reklama.rezultat.com>

