

### **Opis źródła:**

Rozwój reklamy w Ameryce w XIX wieku, szczególnie w Nowym Jorku, był odpowiedzią na dynamiczny rozwój gospodarczy, urbanizację oraz zmiany społeczne tego okresu. W miarę jak kraj przechodził przez rewolucję przemysłową, zwiększał się także przepływ towarów, co wymuszało konieczność efektywnego komunikowania się z konsumentami. Wczesne formy reklamy przez pierwszą część XIX wieku obejmowały głównie ogłoszenia w gazetach i czasopiśmie. W drugiej połowie stulecia reklama wizualna zaczęła odgrywać coraz większą rolę. Plakaty, szyldy i inne formy reklamy wizualnej zdominowały przestrzeń miejską Nowego Jorku. Inne innowacje w reklamie obejmowały także wprowadzenie reklamy na środkach transportu, takich jak tramwaje czy autobusy, co stało się popularne pod koniec XIX wieku. W miastach takich jak Nowy Jork, reklama zewnętrzna stała się nieodłącznym elementem miejskiego krajobrazu. Przytaczany fragment artykułu z 1893 r. przedstawia obserwacje na temat nowojorskich reklam.

### **Miejsce wydania:**

Prawda. Tygodnik Polityczny, Społeczny i Literacki, 1893 R.13 nr 28

### **Tekst źródła:**

Reklama wszędzie!

A żeby dać wyobrażenie o jej rozmiarach, przytoczymy jeden fakt z wielu. Mnóstwo linii kolejowych, tak zwanych *elevated railroads*, przerywa Nowy York i Brooklyn, a wszystkie biegną na wysokości przynajmniej jednego piętra. Stacje są podwójne, a jest ich prawdopodobnie kilkaset. Do każdej stacji prowadzą schody o kilku dziesięciu stopniach. Otóż na pionowej stronie każdego stopnia jest przybita duża, emaliowana deseczka metaliczna, niezmiennie polecająca jakiś proszek do pieczywa. Sądząc z obfitości stacji schodów, nie popełnimy błędu, jeżeli liczbę takich tabliczek ocenimy na sto tysięcy! Wprost niepodobna nie zwrócić uwagi na to ogłoszenie. Co do mnie, gdybym potrzebował kiedyś tego proszku, wprost machinalnie zażądałbym go od owej firmy. W liczbie reklam, które ciągną się na dachach, na murach, na rusztowaniach wzdłuż kolei zamiejskiej, spostrzegam też dzienniki. Wydawanie pisma w Ameryce wyzbyło się ze wszystkich ideologicznych osłonek, jakimi lubi się jeszcze stroić w starej Europie. Jest to business, niczem nieróżniący się od wyrobu proszku do pieczywa.

Ba, nie tylko kazalnice publicystyczne są przytułkiem geszeftu. Z okna miejskiej kolei spostrzegam olbrzymią reklamę, w której jakaś świątynia obwieszcza, że nigdzie niema tak wzniosłego nabożeństwa. Obowiązki kapłańskie stały się za morzem taką samą profesją, jak adwokatura lub pomoc lekarska u nas, wzajemna zaś konkurencja pcha duchowieństwo do reklamy. A propos. Przechodząc po Ave 5 ujrzałem za ogrodzeniem jakąś gwardię dzieciaków w błękitnych mundurkach wojskowych. Kilku szło na czele i bębniło z całej siły, jeden niósł chorągiew, reszta postępowała w zwartym szeregu z karabinami na ramieniu. Ten militarizm chłopiący, jawnie obliczony na to, aby zwracał na siebie uwagę, zdziwił mnie. Ciekawość wzrosła jeszcze bardziej, kiedy pomiędzy batalionami spostrzegłem kilka starych wieźm - takie było pierwsze wrażenie! - czarno ubranych, z czarnymi kapturami, na głowie i czarnymi woalami na twarzy. Gwardya wyszła z ogrodu, przebyła wszerz ulicę i przy odgłosie bębnow zaczęła obchodzić sąsiednią świątynię okazałej budowy. Napis na bramie: *Catholic orphan house* wyprowadził mnie z niewiadomości. Wszystko to było również reklamą, obliczoną na

zwabienie tłumów, zwłaszcza zaś na zainteresowanie młodego pokolenia! Dzieci tak lgną do mundurków, karabinów, bębnow, marszów! Wszak za pomocą parad i muzyki trzymano kiedyś w posłuszeństwie trzodę paragwajską.

### **Słowniczek pojęć:**

*elevated railroads* – koleje nadziemne

*Catholic orphan house* – katolicki dom dziecka

### **Pytania do źródła.**

#### **Pytania dla uczniów szkoły podstawowej i średniej (poziom podstawowy):**

1. Jakie innowacje w reklamie można zauważyć w Nowym Jorku i Brooklynie w XIX wieku, według tekstu?
2. Jaka jest ilość reklam umieszczonych na schodach do stacji kolei, a co to sugeruje na temat obecności reklamy w życiu codziennym mieszkańców?
3. Jak porównano rozwój prasy w Ameryce do rozwoju reklamy? Co to może sugerować o różnicach między Ameryką a Europą?
4. Jaki był cel przeprowadzonej przez dzieci manifestacji w mundurkach i z bębnami? Jakie emocje miała ona wzbudzić w przechodniach?
5. Jak zmiany społeczne i kulturowe wpłynęły na formy reklamy w XIX-wiecznej Ameryce?

#### **Pytania dla uczniów szkoły średniej (poziom rozszerzony):**

1. Jak reklama w XIX wieku w Ameryce wpisuje się w szerszy kontekst przemian społecznych i kulturowych tego okresu?
2. Jak autor opisuje zjawisko komercjalizacji wydawania pism w Ameryce w porównaniu do Europy?
3. W jaki sposób reklama wpływała na wybór produktów przez konsumentów, według autora tekstu?

### **Najważniejsze cenzury:**

1704 – Pierwsze reklamy pojawiają się w gazetach w Stanach Zjednoczonych, w tym pierwsza reklama prasowa w „Boston News-Letter”.

1835 – Pierwsze wykorzystanie reklamy billboardowej w USA przez Jareda Bella.

1841 – Założenie pierwszej agencji reklamowej przez Volneya B. Palmera w Filadelfii, USA.

1869 – Powstanie agencji N.W. Ayer & Son w Filadelfii, która wprowadziła system prowizji i pełną obsługę kampanii reklamowych.

1882 – Pierwsze elektryczne billboardy pojawiają się na Times Square w Nowym Jorku.

**Imię i nazwisko osoby opracowującej rekord** – Joanna Kunigielis