

## Кооперативная реклама и проблема потребления в СССР в годы перестройки

Научный руководитель – Кочеткова Елена Алексеевна

*Малахова Инна Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» -  
Санкт-Петербург, Санкт-Петербургская школа социальных и гуманитарных наук,  
Санкт-Петербург, Россия  
*E-mail: iamalakhova@edu.hse.ru*

В 1980-е годы в СССР наблюдался острый экономический кризис - темпы производства снижались, рос товарный дефицит, из продажи исчезала продукция первой необходимости, и увеличивался ввоз импортных товаров.[13] Для решения данной проблемы в 1987 г. был принят пакет постановлений о возрождении кооперативного сектора, разрешающий советским гражданам заниматься любым видом деятельности в свободное от работы время и использовать наемный труд.

Появление кооперативов и возникновение конкуренции спровоцировали бурное развитие советской рекламы. Вместе с тем, в данный период крупные западные фирмы, имея многолетний опыт разработки рекламы, продвигали свой брэнд на советский рынок.

Периоду перестройки и экономике СССР - России в условиях перехода к рыночной системе посвящено множество работ как российских, так и зарубежных исследователей (В.М. Рутгайзер, 1992)[17], (В.В. Согрин, 1994)[12], (М.П. Грегори, 2001)[16], (Р.М. Нуреев, 2012)[5] и др. Не остается вне поля зрения также проблема потребления в СССР (Р.А. Якупов, 2010)[15]. Тема рекламы также глубоко изучена, не обделена вниманием и реклама 1980-х годов (И.Я. Рожков, 2007)[10]. Однако научные работы, посвященные рассмотрению инструментов рекламирования советских кооперативов, а также влияния рекламы крупных западных брэндов на развитие советской рекламы, представлены не были. Это является целью данной работы.

Как кооператоры с помощью рекламы пытались завоевать потребителя в СССР в период Перестройки? Какое воздействие имела западная реклама на советскую кооперативную рекламу? Для ответа в данной работе я провожу анализ письменных, визуальных и устных источников. Из интервью бывших кооператоров можно проследить их отношение к рекламе и способы рекламирования их предприятия. Печатная реклама в приложении «Реклама» к газете «Еженедельник Лениздата» за 1989-1992 гг. позволяет осветить содержание кооперативной рекламы и инструменты завоевания потребителя. Рекламные видеоролики начала 1990-х гг. дают представление о том, как западная реклама повлияла на советскую, а именно какие приемы были заимствованы, выдерживала ли советская реклама конкуренцию.

В ходе исследования было выяснено:

- в период перестройки цели применения рекламы изменились от формирования спроса на ту или иную часто безальтернативную продукцию с помощью агитационных лозунгов «Летайте самолетами Аэрофлот[8]», «Пейте натуральные соки[8]», «Покупайте свежзамороженные овощи[8]» до акцентирования внимания на преимуществах конкретного товара над его альтернативами;

- советская реклама уступала западной в технологическом плане. Кооператоры, в силу владения лишь ограниченными навыками, производили примитивные и посредственные ролики. Например, реклама Coca-Cola[6] отличается более высоким

качеством, отраженном в игре актеров, художественном оформлении, музыкальном сопровождении и выгодном позиционировании товара в сравнении с советским рекламным видеороликом ларька Т.Т.Т.[9];

· советские бизнесмены не всегда считали рекламу необходимой. Например, бывшие кооператоры Валерий Артёмов и Игорь Беляков ее не использовали, мотивируя это тем, что рекламой их кооперативам играло «сарафанное радио», репутация[1],[2];

· кооперативная реклама стимулировала развитие тенденции следования современной моде и выражению индивидуальности, о чем свидетельствуют лозунги в печатных изданиях «Подчеркните вашу индивидуальность![3]», «Это - красиво, элегантно, по самым современным моделям![14]», «Вы будете чувствовать себя на шаг впереди![4]» и т.д.

· цели потребления продуктов питания посредством рекламы кроме биологической приобрели социальную функцию. Раньше в рекламе использовались слоганы: «Всем детям полезен джем»[11], «Зимой и летом вкусно и полезно мороженое»[11], «Покупайте какао - вкусный и питательный напиток»[11]. В перестройку она предлагала нечто большее, чем насыщение. Например, в рекламе «Fruittella»[7] жевательные конфеты имеют функцию сближения или сплочения членов семьи, выступают поводом собраться вместе для приятного времяпровождения.

Таким образом, кооперативная реклама создавалась на основе западной и придавала продуктам питания и одежде к их основному назначению дополнительные функции. Кооператоры больше стремились показать не только преимущества предлагаемого товара, но и передать те приятные ощущения, которые испытает потребитель. Однако на начальных порах реклама получалась примитивной и однобокой. В переходный период она служила инструментом навязывания людям желания соответствовать модным стандартам, но именно западная реклама способствовала коренной трансформации потребительской культуры в силу своего технологического превосходства.

### Источники и литература

- 1) Интервью с В.Н. Артемовым 1957 года рождения; 08.02.2016; беседовала И. Малахова.
- 2) Интервью с И.В. Беляковым 1947 года рождения; 04.03.2016; беседовала И. Малахова.
- 3) Кооператив «Универсал» //Еженедельник Лениздата. 1989. 08. 03. С. 1.
- 4) Магазины «Элегант» // Еженедельник Лениздата. 1989. 07. 06. С. 1.
- 5) Нуреев Р.М. Командная экономика в индустриальную эпоху (на примере СССР) // Terra Economicus. 2012. №4.
- 6) Реклама 1980-х Coca-Cola // Youtube URL: <http://youtu.be/vCtH9LPoSsE> (дата обращения: 05.05.2016).
- 7) Реклама 1990-х//Youtube URL: <http://www.youtube.com/watch?v=T7JTil9w1u>(дата обращения: 17.05.2016).
- 8) Реклама в СССР – смеяться или плакать? // Live Journal URL:<http://ochendaje.livejournal.com/201777.html> (дата обращения: 05.05.2016).
- 9) Реклама ларька Т.Т.Т. // [youtu.be/mrgyOH9fQYIc](http://youtu.be/mrgyOH9fQYIc) (дата обращения: 05.05.2016).
- 10) Рожков И.Я. Реклама советского периода: как это было // От теории к практике. 2007. №2. С. 171-178.

- 11) Советские рекламные плакаты // Плакаты, постеры, афиши URL: [http://visfox-poster.ru/p/blog-page\\_06.html](http://visfox-poster.ru/p/blog-page_06.html)(дата обращения: 17.05.2016).
- 12) Согрин В.В. Политическая история современной России: 1985-1994. От Горбачева до Ельцина. М.: Прогресс-Академия, 1994.
- 13) Статистический ежегодник стран - членов Совета экономической взаимопомощи. 1984. М.: Финансы и статистика, 1984. С. 295.
- 14) Фирма «Сокол» // Еженедельник Лениздата. 1991. 02. 01. С. 1.
- 15) Якупов Р.А. Система потребления в СССР - России в конце 1980 - начале 1990 гг. (по материалам Среднего Поволжья). Автореф. дисс. ... канд. ист. наук. Самара, 2010.
- 16) Gregory P.R., Stuart R.C. Russian and Soviet Economic Performance and Structure. Addison-Wesley, 2001.
- 17) Rutgaizer V.M. The shadow economy in the USSR. 34 edit. Durham: Duke University, 1992.