МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Наталія Грицюта

ІСТОРІЯ PR: ЄВРОПА
СТАРОДАВНІСТЬ – НОВІ ЧАСИ

Навчальний посібник

Видавничо-поліграфічний центр
"Київський університет"
Версія не для друку

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ 2022

УДК 316.77:94(4) "652/654"(075.8)
Г85

Рецензенти:
канд. іст. наук, проф. О. А. Порицька,
д-р наук із соц. комунікацій, проф. В. В. Березенко

Рекомендовано до друку вченою радою Навчально-наукового інституту журналістики
(протокол № 4 від 9 листопада 2020 року)

Ухвалено науково-методичною радою
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 2-21 від 23 лютого 2021 року)

Грицюта Н. М.

Г85 Історія PR: Європа (стародавність – нові часи) : навч. посіб. / Н. М. Грицюта. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2022. – 736 с.

Подано ґенезу й тенденції формування PR, їхній вплив на колективне свідоме, моделі поведінки та моральні засади соціуму. Історичні уроки соціальних комунікацій – пріоритетний аспект посібника.

Для студентів, викладачів, науковців і фахівців PR, чиє покликання генерувати історичне мислення щодо PR-діяльності, її соціальну відповідальність, демократію та злагоду в суспільстві.

УДК 316.77:94(4) "652/654"(075.8)

© Грицюта Н. М., 2022
© Київський національний університет імені Тараса Шевченка, ВПЦ "Київський університет", 2022

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

З М І С Т

ПЕРЕДМОВА 12

РОЗДІЛ 1. ПротоPR первісного суспільства 13
1.1. Джерела протоPR у первісному суспільстві 15
1.2. Передумови протоPR 20
1.3. Чинники виникнення протоPR 21
1.3.1. Суспільно-еволюційні чинники 21
1.3.1.1. Трансформація первісного суспільства 21
1.3.1.2. Еволюційні процеси суспільного устрою 22
1.3.1.3. Чоловічі товариства – взірець перших громадських спілок 23
1.3.1.4. Виникнення вождизму та соціального лідерства 25
1.3.2. Соціально-економічні чинники 27
1.3.2.1. Поява та розвиток колективної трудової діяльності 27
1.3.2.2. Диференціація первісних трудових занять, перші суспільні поділи праці 27
1.3.3. Антропологічні, ментальні, психологічні чинники 29
1.3.3.1. Ґенеза свідомості та мислення людини 29
1.3.3.2. Поява мови й мовлення, їхня єдність за свідомістю та мисленням 30
1.3.3.3. Формування світогляду, вірувань, міфології, релігії 33
1.3.4. Комунікаційні чинники 41
1.3.4.1. Налаштування цілеспрямованих комунікаційних процесів 41
1.3.4.2. Формування й передавання життєвого досвіду 41
1.4. Основні функції протоPR 42
1.4.1. ПротоPR як засіб досягнення згоди 42
1.4.2. ПротоPR у самоідентифікації та самопрезентації 43
1.4.3. ПротоPR у формуванні відносин 45
1.4.4. ПротоPR в інформуванні 46
1.4.4.1. Трансляція відомостей, знань, умінь, досвіду як PR-активність 46
1.4.4.2. Знаки та символи – інструменти протоPR, їхня роль в інформуванні 47

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

1.4.4.3. Інформаційні революції – каталізатор формування протоPR 50
1.4.5. ПротоPR як засіб формування іміджу влади та підтримки лідерства 51
1.5. ПротоPR у давніх війнах і завойовницьких конфліктах 53
1.6. ПротоPR у духовній сфері 55
1.6.1. Еволюція технологій лідерства – один зі шляхів генези PR 55
1.6.2. Комунікація та іміджетворення в релігійному середовищі 57
1.7. Давня писемна комунікація – інструмент протоPR 60
1.7.1. Ґенеза писемності – цивілізаційний чинник протоPR 60
1.7.2. Літературні пам'ятки стародавніх цивілізацій у контексті протоPR 61
1.7.3. Біблія – ідеологічний інструмент глобальної вказівки й документ протоPR 63
Висновки до розділу 1 72
Хронологія дат і подій 75
Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції 76
Контрольні запитання та завдання 82
Завдання для самостійної роботи 82
Список використаних джерел 83

РОЗДІЛ 2. ПротоPR в античні часи 85
2.1. Античні уявлення щодо комунікації 88
2.1.1. Типологічні риси та концептуальні відмінності комунікацій влади, релігії, демосу 88
2.1.2. Античні міста – осередки формування протоPR 90
2.1.2.1. Грецький поліс – суспільно-політичне середовище утворення протоPR 90
2.1.2.2. Давньоримська цивітас – громадський осередок становлення комунікаційної культури 95
2.2. ПротоPR у політичному житті античного світу 101
2.2.1 Своєрідність політичних комунікацій Давньої Греції 101
2.2.2. Особливості політичної комунікації Давнього Риму 104
2.2.3. Інструменти політичних протоPR Античності 109
2.2.4. Політичний протоPR Перикла 114
2.2.5. Технології протоPR Александра Македонського 120
2.2.6. Політичні PR-феномени Юлія Цезаря 126

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

2.2.7. Інформаційні війни як стратегія політичних протоPR .. 132
2.2.7.1. Інформаційно-психологічне протиборство у Стародавньому світі ... 132
2.2.7.2. Ганнібал – стратег і технолог інформаційних війн ... 137
2.3. ПротоPR у релігійній сфері античного суспільства ... 144
2.3.1. Релігійні уявлення антиків – світоглядний чинник протоPR ... 144
2.3.2. Роль і функції жерців у античних протоPR ... 147
2.3.3. Греко-римська міфологія – засіб інформаційного впливу та інструмент комунікації античного суспільства ... 149
2.3.4. Криза релігійних вірувань антиків, PR-кампанія, спрямована на її подолання ... 151
2.3.5. Промоція античного християнства – предтеча конфесійних PR ... 155
2.4. PR-характер громадських видовищ антиків ... 160
2.4.1. Святкові дійства Давньої Греції та Риму як інструмент протоPR ... 161
2.4.1.1. Масові свята Давньої Греції – прообраз сучасних івентів ... 162
2.4.1.2. Ритуальні свята та ігри Давнього Риму, їхній PR ... 164
2.4.2. Спортивні ігри – засіб впливу на громадські настрої ... 167
2.4.3. Гладіаторські бої – світська розвага та PR-івент давніх римлян ... 171
2.4.4. Тріумфи – заходи формування іміджу та самопіару ... 172
2.4.5. Античний театр як комунікативна практика у ґенезі протоPR ... 174
2.5. Ораторське мистецтво і риторика в історії античних PR ... 178
2.5.1. Роль ораторства та риторики у формуванні давньогрецького "іміджевого капіталу" ... 178
2.5.2. Риторство у Стародавньому Римі – емпіричний протоPR ... 184
2.6. Писемна комунікація Античності у контексті протоPR .. 189
2.6.1. Писемні пам'ятки Античності – інструмент протоPR 190
2.6.2. Антична історіографія – жанровий різновид протоPR .. 193
2.6.3. Протопреса – засіб комунікації та впливу на суспільну думку ... 202
2.7. Культурні пам'ятки Античності як свідчення протоPR 203
2.7.1. Архітектурне мистецтво як соціокомунікаційний феномен ... 203

Видавничий редакційно-поліграфічний центр "Київський університет"
Видано за дозволом Вченої ради університету

2.7.2. Скульптурні інтенції – протоPR античного культу краси 205
2.7.3. Давньоримські меморіальні та тріумфальні будівлі – засоби протоPR 207
2.8. Суспільна та ділова комунікація в Античності 210
2.8.1. Ділові комунікатори та їхнє професійне середовище – рушії комерційних протоPR 210
2.8.2. Суспільна місія глашатаїв, їхня роль у протоPR 214
2.8.3. Традиції соціальної допомоги в античному світі як доброчинні PR-акції 217
Висновки до розділу 2 220
Хронологія дат і подій 227
Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції 232
Іменний покажчик персоналій 243
Контрольні запитання та завдання 246
Завдання для самостійної роботи 247
Список використаних джерел 247

РОЗДІЛ 3. ПротоPR у середні віки: V–XV ст. 249
3.1. Огляд історико-суспільних умов розвитку протоPR у часи Середньовіччя 253
3.1.1. Загальна характеристика історичної доби та рушії протоPR 253
3.1.2. Чинники формування протоPR у Середньовіччі: системно-типологічна класифікація 254
3.2. Політична комунікація Середньовіччя – середовище ґенези протоPR 269
3.2.1. Політичний протоPR Раннього Середньовіччя 269
3.2.1.1. Особливості політичних комунікацій V–X ст. 270
3.2.1.2. Технології політичних протоPR V–X ст. 272
3.2.2. Еволюція політичної комунікації в епоху розвиненого феодалізму 274
3.2.2.1. Технології створення політичних іміджів XI–XIII ст. 274
3.2.2.2. PR-роль перших європейських парламентів 277
3.2.2.3. Лицарство – суспільний феномен протоPR Середньовіччя 281
3.2.2.3.1. PR-технології лицарства як станового бренду 281

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Роздрук не для продажу

3.2.2.3.2. Лицарські турніри як PR-заходи; геральдика та герольди 284
3.2.2.3.3. Соціальні комунікації духовно-лицарських орденів 288
3.2.2.4. Технології протоPR харизматичних лідерів народних протестів 291
3.2.3. Поступ політичного протоPR на тлі історичних процесів XIV–XV ст. 299
3.2.3.1. Своєрідність політичних протоPR у часи Столітньої війни 299
3.2.3.2. Маніпулятивні PR-стратегії у політичних інтригах XV ст. 305
3.3. ПротоPR середньовічної церкви та християнської релігії 312
3.3.1. Конфесійний протоPR ранньохристиянського періоду 313
3.3.2. Вплив релігії на суспільну думку в період Високого Середньовіччя та Відродження 317
3.3.3. Різноманіття форм конфесійних комунікацій XI–XV ст. 321
3.3.4. Іміджеві акції середньовічної церкви як засіб протоPR 323
3.3.5. Засоби протоPR у протестних виступах церковної опозиції 329
3.3.6. Естетика християнського культу як інструмент протоPR 331
3.4. Економічні рушії та суб'єкти комерційного протоPR у середні віки 335
3.4.1. Торгові комунікації Середньовіччя – предтеча комерційного протоPR 335
3.4.2. Ремісничі цехи – провісники профспілкової культури та корпоративного PR 339
3.4.3. Глашатаї – професіонали комерційного протоPR Середньовіччя 341
3.5. Уявлення щодо соціальних комунікацій у працях видатних філософів Середньовіччя 343
3.6. Гуманізм Відродження – ідейно-естетичний натхненник ґенези PR 345
Висновки до розділу 3 349

Видано виключно в електронному вигляді
"Київський університет"
Видавничо-поліграфічний центр
Відділ організації видавничої діяльності

Хронологія дат і подій 356
Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції 357
Іменний покажчик персоналій 365
Контрольні запитання та завдання 369
Завдання для самостійної роботи 370
Список використаних джерел 370

РОЗДІЛ 4. Зв'язки із громадськістю (ЗзГ) у Ранній Новий час: XVI–XVIII ст. 372
4.1. Огляд історико-суспільних умов, рушіїв та чинників зв'язків із громадськістю XVI–XVIII ст. 375
4.1.1. Революції та інші події XVI–XVIII ст. як рушії ґенези ЗзГ 375
4.1.2. Чинники розвитку зв'язків із громадськістю у Ранній Новий час 388
4.2. Конфесійні зв'язки із громадськістю Раннього Нового часу 391
4.2.1. Реформація – середовище формування конфесійних ЗзГ модерного типу 391
4.2.2.Технології та засоби протоPR Мартіна Лютера 394
4.2.3. Релігійні течії протестантизму у пошуках цільових аудиторій 399
4.2.4. Пріоритети впливу Реформації на громадську думку ... 404
4.2.5. ПостPR Реформації, її вплив на світоглядні концепції Раннього Нового часу 407
4.3. Зв'язки із громадськістю у політичному житті Ранньомодерної Європи 409
4.3.1. Нікколо Макіавеллі – засновник теорії політичних PR 409
4.3.2. Політичний протоPR державців Раннього Нового часу: іміджетворення політичного лідерства 412
4.3.3. Технології політичних ЗзГ у пошуках модерної демократії 426
4.4. Преса – рушій розвитку зв'язків із громадськістю XVII–XVIII ст. 429
4.4.1. Преса XVII ст. – каталізатор ґенези ЗзГ 429
4.4.1.1. Комунікаційна функціональність Ранньомодерної журналістики 429

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Фотокопія не для продажу

4.4.1.2. Періодична преса Англії XVII ст., її політизація, цензурування 435
4.4.1.3. Періодична преса Франції XVII ст., її ідеологізація 439
4.4.1.4. Журнальна періодика XVII ст., її вплив на громадську думку 441
4.4.2. Преса XVIII ст. у ґенезі ЗзГ 444
4.4.2.1. Основні тенденції розвитку журналістики XVIII ст. 445
4.4.2.2. Англійська журналістика та публіцистика XVIII ст. 450
4.4.2.3. Преса Франції XVIII ст. 465
4.4.2.4. Німецька журналістика XVIII ст. 469
4.5. Ранньомодерні ЗзГ у ділових комунікаціях 472
4.5.1. Умови та рушії формування ділових комунікацій 472
4.5.2. Реклама – технологія комерційних ЗзГ XVI–XVIII ст. 477
4.5.3. Інформаційні бюро – інноваційний рушій ЗзГ 479
4.6. Роль науки, філософії та літератури Просвітництва у ґенезі ЗзГ 481
4.6.1. Наука як інтелектуальний складник ЗзГ XVIII ст. 481
4.6.2. Зміна пріоритетів ЗзГ під впливом філософських концепцій Просвітництва 484
4.6.3. Художня література XVIII ст. у формуванні громадської думки 486
4.6.4. Ґенеза осмислення феномена громадської думки у філософських концепціях на початку Модерної епохи 491
4.6.5. Зародження основ теорії ЗзГ у працях учених Просвітництва 494
Висновки до розділу 4 499
Хронологія дат і подій 505
Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції 508
Іменний покажчик персоналій 515
Контрольні запитання та завдання 519
Завдання для самостійної роботи 520
Список використаних джерел 520

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Зразок не для друку

РОЗДІЛ 5. Зв'язки із громадськістю у Модерний час: "довге" XIX ст. 523
5.1. Огляд історико-суспільних умов розвитку зв'язків із громадськістю у країнах Західної Європи XIX ст...... 527
5.1.1. Загальна характеристика історичної доби: ідеї, здобутки, виклики XIX ст. як чинники ЗзГ 527
5.1.2. Інституалізація інформаційного середовища як рушій розвитку ЗзГ 536
5.2. Політичні ЗзГ у країнах Європи XIX ст. 540
5.2.1. Політична преса – чинник державної ідеології та засіб модерації ЗзГ..... 540
5.2.2. Друковані ЗМІ країн Європи – інструмент політичних ЗзГ 542
5.2.2.1. Особливості преси в політичному житті Франції..... 542
5.2.2.2. Роль преси у політичних ЗзГ вікторіанської Англії..... 559
5.2.2.3. Специфіка преси у розвитку політичних ЗзГ Німеччини..... 571
5.2.3. Ораторство як технологія політичних ЗзГ XIX ст. 582
5.2.3.1. Ораторське мистецтво в публічних промовах державних діячів Франції..... 582
5.2.3.2. Оратори Великої Британії як комунікатори із громадськістю..... 593
5.2.3.3. Новаторство німецької риторики 601
5.2.4. Інформаційно-психологічні війни – технологія ЗзГ 606
5.2.4.1. Інформаційно-психологічна майстерність Наполеона Бонапарта 606
5.2.4.2. Паризька комуна – політичний переверт із сумнівним PR..... 618
5.2.4.3. Інформаційні війни Отто фон Бісмарка 628
5.2.4.4. Прецеденти інформаційно-психологічних впливів у період англо-бурських війн 631
5.3. Зв'язки із громадськістю у комерції та бізнесі країн Європи XIX ст...... 637
5.3.1. Технології впровадження ЗзГ у комерційне життя..... 637
5.3.2. Династія Ротшильдів – бізнес-бренд XIX ст..... 640
5.3.3. ЗзГ – активний провідник міжнародного співробітництва; роль міжнародних виставок 642

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Електронне для друку

5.4. Інновації іміджетворення засобами протоPR XIX ст. 644
5.4.1. Технології та засоби іміджетворення Наполеона Бонапарта 644
5.4.2. Образи вікторіанської епохи. Королева Вікторія як індивідуальний бренд 673
5.4.3. Дендизм – колоритна самопрезентація соціокультурної моделі суспільства 674
5.4.4. Політичний шлях іміджетворення Отто фон Бісмарка 678
5.5. Вплив "золотої епохи" європейської культури на розвиток ЗзГ 685
5.6. Зародження наукових основ соціальних комунікацій у XIX ст. 695
Висновки до розділу 5 701
Хронологія дат і подій 709
Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції 714
Іменний покажчик персоналій 724
Контрольні запитання та завдання 730
Завдання для самостійної роботи 730
Список використаних джерел 731

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Версія не для друку

ПЕРЕДМОВА

Всі види людської діяльності мають свою історію і, зрозуміло, що є вона і у PR. Людина не може правильно оцінити своє теперішнє, не знаючи свого минулого. Саме тому фахівці зі зв'язків з громадськістю, також як і представники будь-яких інших професій, зобов'язані розуміти як відбувалося становлення їхньої професійної діяльності.

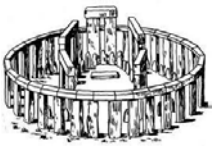
У навчальному посібнику "*Історія PR. Європа (стародавність – нові часи*)" пропонується вивчення еволюції PR від їхніх протоформ до кінця XIX ст., що допоможе студентам, як майбутнім фахівцям з комунікацій, краще зрозуміти суть цього соціально-комунікаційного феномена, відслідкувати специфіку PR-практик на ранніх етапах їхнього становлення, а також визначити, які методи і форми PR із плином часу припинили своє існування внаслідок незатребуваності соціумом. Історичний аналіз засвідчує, що багато тенденцій PR зароджувалися і розвивалися ще у прадавні часи. Подібні функції, але під іншими назвами, у всесвітній історії існують не одну сотню років. Багато прийомів, що використовуються сучасними практиками PR, були відомі ще за часів античності, і навіть раніше.

Видання складається з п'яти тематичних розділів, у яких автор предметно розглядає джерела, передумови та чинники виникнення протоPR у первісному суспільстві.

Вивчення історії PR – екскурс в історію культури людства, який зачіпає різні аспекти людської діяльності, різноманітні види мистецтва, політики, економіки, системи суспільних відносин, що є важливою компонентою професійної діяльності. І головне, тільки у такий спосіб можна підійти до розуміння всіх основних функцій PR, що зародилися ще в далекому минулому, їхніх слабких і сильних сторін; а знаючи його історичне коріння, побачити місце і призначення PR у сучасному суспільстві. І, нарешті, саме в історії PR ми можемо знайти цікаві приклади креативних ходів, які з успіхом можуть бути використані на сьогодні.

Навчальний посібник є актуальною, логічною, ґрунтовною завершеною навчально-методичною працею, яка відповідає основним вимогам МОН України, що ставляться до такого видання.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсторінка для друку



РОЗДІЛ 1

ПротоPR первісного суспільства

Джерела протоPR в умовах первісного суспільства. Комунікація як спілкування й особливий вид діяльності спрямована на розв'язання проблем чи завдань. Основні характеристики прадавнього суспільства. Примітивність комунікації, причини явища: обмежена кількість інформації; діяльність у всіх сферах була настільки примітивною, що взаємодія відбувалася виключно на інстинктивному рівні наслідування; відсутність індивідуалізації у давніх людей; нерозвиненість комунікації, що передбачала "адресність" звернення. Примітивні способи комунікації. Виникнення цілеспрямованої та стійкої комунікації, зумовленої зміною суспільного устрою. Синкретизм як специфічна риса первісної культури. Первісне мистецтво як певний протоPR давньої доби. Комунікаційна функціональність предметного письма та печерного живопису. Уміння переконувати, впливати у протосуспільстві.

Передумови виникнення протоPR. Формування мови й мовлення як антропологічна передумова. Соціальні передумови: соціальне розшарування на основі патріархату – поява чоловічих товариств, зародження та розвиток соціального лідерства. Комунікація з метою передавання життєвого досвіду й первісних відомостей, навичок, знань, умінь як суспільна передумова. Суспільний поділ праці, розвиток виробничих процесів, трудова спеціалізації як економічні передумови.

Чинники виникнення протоPR. Суспільно-еволюційні чинники. Передумови для створення комунікації як спрямованого процесу. Особливості комунікаційного середовища. Перехід від матріархату до патріархату як предтеча формування соціальних комунікацій. Роль чоловічих товариств у зародженні протоPR. Зародження іміджетворення й самопіар. Соціально-економічні чинники. Антропологічні, ментальні та психологічні чинники. Ранні форми релігії: магія, фетишизм, тотемізм, шаманство, анімізм, рільницький та культ предків. Комунікаційні чинники: налаштування цілеспрямованих комунікаційних процесів; формування життєвого досвіду, потреба в його передачі.

Основні функції протоPR. ПротоPR як засіб вирішення конфліктів і досягнення згоди. Основні різновиди додержавного суспільства з відповідними комунікаційними системами і стратегіями. Засоби самоідентифікації та самопрезентації як основа створення й пропаганди іміджу. Знаковий комплекс

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Відділення друку

у самопрезентації. Ґенеза самоідентифікації й самопрезентації. Початок розвитку міжнародної, міжкультурної комунікації. ПротоPR як засіб формування та підтримки влади, як засіб інформування тощо. Предметне письмо. Роль знаків і символів в інформуванні. Інформаційні революції: мовна й писемна, їхнє значення для формування протоPR.

ПротоPR як засіб формування іміджу влади та підтримки лідерства. Односторонній тип комунікації. Панівні верстви в суспільстві: жерці, аристократія, цивільні та військові чиновники. Низхідний характер і зв'язки між різними верствами населення. Народні збори та ради старійшин. Соціальні комунікації між основними верствами. Соціальні інститути, що розрізнялися між собою за суспільно-правовим статусом, місцем у релігійній системі, кодексом моралі, поведінки, родинними зв'язками та професією. Сакральність влади. Іміджетворення як PR-технологія утвердження влади: символи, атрибутика, архітектурні та скульптурні інтенції. Керування масовими колективними заходами як обов'язок державця давніх часів. Прийоми іміджетворення давніх часів. Іміджетворні символи влади.

ПротоPR технології у воєнних цілях. Методи інформаційно-психологічних впливів залякування могутністю, чисельністю, бойовою майстерністю, вправністю, витривалістю. Застосування вербальних засобів з метою дезорієнтації, дестабілізації, деморалізації супротивника. Створення вражень через графічні зображення епізодів із давніх війн. Свідоме використання засобів впливу з метою зниження бойових можливостей супротивника. Стратегії прихованого маніпулювання поведінкою. Перемога без бою. Метод дезінформації.

ПротоPR у релігійній сфері. Виділення серед рівноправних членів общин, родів, племен правлячої верхівки – керманичів стародавніх культів (святців). Переконання як комунікаційний метод впливу. Релігія в первісному суспільстві. Трансформація раціонального лідерства у харизматичне. Володіння інформацією – запорука влади. Інформаційна політика старійшин. Імідж служителя культу, способи його підтримки як вияви протоPR. Влада та вправність у протоPR святців стародавніх культів, засоби формування їхнього іміджу. Виділення "сегментів цільової аудиторії" – первісний PR-менеджмент прадавніх служителів релігійних культів.

Давня писемна комунікація як інструмент формування протоPR. Писемність – засіб фіксації, акумулювання й розповсюдження інформації. Писарі як протокопірайтери. Модифікації засобів писемної комунікації, їхня роль щодо протоPR.

Літературні пам'ятки давнини як інструмент протоPR. Священні книги світових релігій. Біблія – ідеологічний інструмент глобальної вказівки та артефакт протоPR. PR-символізм Біблії. Знакові біблійні образи, їхній постPR. Заповіді як своєрідний кодекс корпоративного PR.

Видавництво-поліграфічний центр "Київський університет"
Вступ до спеціальності

1.1. Джерела протоPR у первісному суспільстві

Комунікація є однією з найважливіших соціальних функцій людського суспільства. *Комунікація як спілкування* виникла і розвивалася одночасно з людиною, її свідомістю та соціалізацією. Однак те саме не можна сказати про *комунікацію як особливий вид діяльності, спрямований на вирішення проблем чи завдань, що має на меті досягнення певної суспільної згоди,* тому що певних *комунікаційних цілей* первісні люди не ставили.

Вижити поодинці в суворих умовах дикої природи було неможливо. Полювати, збирати їжу та захищатися від хижих звірів колективом було значно легше, тому виникла *первісна людська зграя*, що стала першою суспільною формою об'єднання людей. *Примітивність існування, повна ідентичність членів людських груп, колективний видобуток їжі та відсіч ворогів – **основні характеристики прадавнього суспільства***, що зумовили комунікацію найдавніших людей.

Риси первісного суспільства, що вплинули на розвиток комунікацій*:*

- рівність усіх членів суспільства;
- колективний характер праці;
- спільна власність на знаряддя та результати праці;
- низька продуктивність праці;
- примітивний побут;
- примітивне сприйняття довкілля;
- відсутність індивідуальних рис.

Комунікація була дуже ***примітивною з таких причин:***

- по-перше, *обмежена кількість комунікантів, що володіли малим обсягом відомостей*. Примітивне суспільство складалося з малолюдних громад, технологічно простих і заснованих на гранично спрощених соціальних відносинах. Спілкування ґрунтувалося на інстинктах та умовних рефлексах. Питома кількість знань була незначною, інформації було обмаль;
- по-друге, *діяльність у всіх сферах була примітивною*, взаємодія відбувалася виключно на інстинктивному рівні наслідування і не вимагала цілеспрямованого спілкування;

Видавничий центр "Київський університет" не несе відповідальності за зміст підручника

• по-третє, була *відсутня індивідуалізація,* що підтверджують перші витвори мистецтва – "венери" епохи палеоліту: у фігур, що зображують жінку, чітко виражені типові гендерні ознаки, але повністю відсутні індивідуальні риси;

• по-четверте, відсутність індивідуалізації унеможливлювала будь-яку *"адресність" комунікації та її цільову спрямованість*.

Примітивними способами комунікації були:

– звуки, міміка, жести – цим найдавніші люди уподібнювалися тваринам;

– одяг, декор, татуювання, аксесуари, зовнішня атрибутика – незвичайною зовнішністю та поведінкою деякі особи намагалися виділитися з юрби та здійснити інформаційний вплив.

Потреба цілеспрямованої та доволі стійкої комунікації виникла зі зміною суспільного устрою. Перехід від середнього палеоліту до пізнього супроводжувався корінною перебудовою структури найдавніших людських спільнот*: первісна зграя трансформувалася на родову, а згодом – на родоплемінну організацію. Рід* (спочатку материнський, а пізніше і батьківський) *був громадою* – колективом кровних родичів, між якими категорично заборонялися шлюбні відносини. Рід жив і працював разом, мав спільне майно. Складалися різноманітні соціальні зв'язки. Ці процеси вимагали *спілкування* та *самоутвердження* на зразок ***самодемонстрування***.

У період ***матріархату***, що *характеризувався панівним становищем жінки в суспільстві та спадкуванням майна по материнській лінії*, основним був господарський колектив – *материнська родова громада*, на якій базувалася вся соціальна організація тогочасного суспільства. У період домінування материнського права *поняттям "рід" позначалося коло родичів по материнській лінії*. Шлюб мав форму *групового*, який із часом перейшов у *парний*. Імовірно, *пошуки шлюбних партнерів поза межами свого роду зумовили необхідність постійної взаємодії кількох родів*, розташованих територіально близько. Відтак виникла *потреба комунікувати, домовлятися* й *узгоджувати потреби та бажання*. Необхідність підтримки постійних контактів впливала на спільність знакових одиниць, якими обмінювались для порозуміння.

Поступово складалися *господарські зв'язки*, проте соціальна організація примітивних суспільств не піднімалася вище рівня племінних союзів, утворених для боротьби зі спільним ворогом, що розпа-

Видавничий центр "Київський університет"

далися після зникнення небезпеки. У складніших типах суспільної організації не було потреби: цього не вимагали ні чисельність населення, ні рівень поділу праці, ні регулювання господарських зв'язків.

Серед найважливіших процесів, що заклали фундамент історії людства, стоїть і формування культури як специфічної сфери людського суспільства. Причому для ранніх етапів історії характерна *єдність закономірностей, спільність виявів становлення культури у різних народів.*

Специфічною рисою первісної культури був ***синкретизм*** (єдність), коли форми свідомості, види діяльності, форми культури не відділялися і не протиставлялися.

У первісному суспільстві були поєднані:

– технологічні прийоми виготовлення знарядь праці;

– стихійні знання про звички тварин;

– соціальні зв'язки, що виражалися у формі різних видів колективної діяльності;

– релігійні уявлення – магічні дії з метою забезпечення успіху, що містили елементи художньої культури: пісні, танці, живопис.

Синкретизм зумовив цілісний розгляд явищ культури первісного суспільства – ***матеріальної та духовної культури як засобу комунікації***. *Первісне мистецтво стало певним протоPR тієї доби*.

Люди намагалися *спілкуватися й домагатися розуміння* не лише задля облаштування побуту. Ще до появи алфавітів, букв і цифр люди використовували ***предметне письмо***, однак передавати інформацію на великі відстані було доволі важко.

Інформація передавалася за допомогою різних предметів. Відомими взірцями предметного письма є *вампум* (ірокезьке письмо, представлене різноколірними черепашками, нанизаними на мотузок) і *кіпу* (перуанське письмо, в якому інформація передавалася кольором та кількістю вузликів на мотузці). Предметне письмо не було зручним засобом передавання інформації і з часом люди придумали більш універсальні інструменти.

У житлах первісних людей із епохи палеоліту збереглися ***печерні малюнки***. Печера Ласко у Франції – одна з найважливіших пам'яток за кількістю та якістю наскельних зображень, тому її іноді називають "Сікстинською капелою первісного живопису". Малюнки, що знаходяться там, з'явилися орієнтовно XVIII–XV тис. до н. е.

Видання з позначкою "Навчальний центр" Вибори України"

Усесвітньо відомою є і печера Шове, де виявлено понад 300 наскельних малюнків із зображеннями тварин. Цей наскельний живопис є найдавнішим зразком печерного мистецтва у світі, а окрім зображень диких тварин, тут можна знайти чимало відбитків рук.

Визнаючи *комунікаційну функціональність* ***печерного живопису***, відбитків рук і культових аксесуарів, можна дійти висновку, що *найдавніші зображення на стінах первісних людських осель і артефакти культів були повідомленнями як сучасникам, так і нащадкам –* ***постPR первісного суспільства.***

Комунікація поступово ускладнювалась, проте на початку епохи неоліту тривалий час залишалася виключно засобом передавання відомостей; її завдання зводилися до інформування учасників комунікаційного процесу. Навіть необхідність розв'язання конфліктів укладалася в межі такої форми інформування: сторони не вели перемовини в сучасному розумінні, а лише вдавалися до демонстрації сили й чисельності войовничо налаштованих сторін. Таким чином, *комунікація на ранньому етапі виконувала виключно функцію інформування, однак не мала цілеспрямування та зворотної дії. Спілкуванням вона також не була. Це був однобічний процес.*

Проте з часом люди дійшли розуміння, що аби жити в суспільстві, їм необхідно підтримувати певний мінімум ***згоди***, і ця згода, здебільшого, досягалася шляхом *міжособистісної та групової комунікації.* Відтак комунікація набувала певної доцільності й передбачала дії у відповідь. *Починало формуватися* ***спілкування***. Але досягнення згоди вимагало і ***вміння переконувати, впливати***. *Уміння вплинути* на точку зору інших людей, так само як і *вміння шляхом переконання змінювати поведінку громади у власних інтересах*, високо цінувалося вже в давні часи.

Англійський філософ Девід Юм стосовно особливостей відносин між суспільним лідером і громадою вважав, що оскільки сила завжди на боці керованих, то лідери не мають іншої опори, ніж думка громади, тому їхня влада базується тільки на ній; і ця закономірність поширюється як на деспотичні системи управління, так і на вільні й демократичні.

Мірою соціалізації людина утверджувалась у суспільстві як особистість за допомогою сили ***переконання***. Індивід прагнув до визнання особистих якостей, властивостей, умінь, здібностей, талантів насамперед як *воїн, вождь, умілець*. Переконання сло-

вом, учинками, діяльністю, сприяли довірі, формували шанобливе ставлення, створювали репутацію. Щоб переконати інших, первісні люди вдавались до засобів актуальних і донині: переконання на власному прикладі, заохочення шляхом надання певних матеріальних дивідендів, авторитет, здебільшого здобутий силовим шляхом, інші способи впливу, що передбачали аргументоване доведення істинності того чи іншого твердження, думки, оцінки.

Відтак *функцію переконання комунікація* стала виконувати лише в умовах станового розшарування первісного суспільства, коли із загалу стали виокремлюватися *ватажки, вожді* племен, *керманичі* родоплемінних угруповань. Проте яскравіше виокремилась із появою *релігійних культів і світоглядних змін* у свідомості давніх людей.

Ініціаторами та носіями ***комунікативної функції переконання*** стали *служителі первісних культів*. Їхня діяльність є найбільш показовою, коли йдеться про процес перебігу переконання як аргументованої дії в ***навіювання*** та ***сугестію***. Про це свідчить поява *святилищ* (місць розташування культових предметів і проведення релігійних ритуалів), а також їхнє *відмежування від решти поселення ровом, валом або стіною*, що дозволяє стверджувати, що служителі культів таким чином, вибудовуючи ореол виключності й утаємниченості, підкреслювали своє особливе становище у громаді. У печері Труа-Фрер на півдні Франції виявлено живописні зображення чаклуна, одягненого у звірину шкуру: таке вбрання мало на меті переконати членів племені, що "першопредок" (у цьому випадку – олень) в особі чаклуна продовжує жити серед племені, є посередником між сучасниками і світом померлих. Лише з появою *служителів первісних культів аргументація переконання перейшла із силового контенту до категорій психологічно-ментального рівня.*

Священні обряди та ритуали, що провадили служителі культів, були своєрідною ***пропагандою ідей*** про життя та смерть, світобуття і закони природи. Наприклад, у похованнях виявляють предмети побуту: посуд, зброя і знаряддя праці, які могли знадобитися померлому в потойбічному світі. Окрім суто сакральної функції, можна побачити і ***демонстраційну***: ***чаклуни*** та ***святці,*** які здійснювали подібні обряди, не тільки проводжали покійного в останню путь, а й навіювали живим уявлення про те, що чекає їх після смерті. Здійснювали вони й обряди

для залучення сил та явищ природи до сприяння добробуту первісної громади, чим переконували співмешканців у своїй могутності. Ці *зусилля зі створення необхідної колективної думки виявилися початковим етапом виникнення PR*. Тож можна припустити, що спроби налагодити суспільні комунікації є майже такими ж давніми, як і людське суспільство. Цілком очевидно, що у протосуспільстві деякі *стратегії й методики протоPR існували з давніх давен*.

Звідси випливає, що у протосуспільстві був певний набір комунікативних прийомів, який можна було визначити як ***протоPR.***

Словотворчий префікс "прото" – частина складних слів, що вказує на первинність, першооснову або попередній етап розвитку будь-чого (напр., протозірки, протоплазма, прототип). "Прото" означає стадію передування тому явищу, що досліджується. У будь-яких навколишніх визначених станів буття є компоненти, що у згорненому вигляді містять попередні й наступні стадії свого розвитку. Будь-якому сутнісному поняттю передувало те, що іменується його генезою, тобто зародженням, початковим етапом виникнення.

Такий стан стосовно майбутньої вираженої спеціалізації будь-якого типу діяльності характеризується додаванням словотворчого префіксу "прото". Науці відома "протоісторія", "протомова", "проторелігія" тощо. Це той життєвий ґрунт, у якому зріють можливості нових способів освоєння реальності людиною. Стосовно ***протоPR – це комплекс суспільних, антропологічних і культурних передумов, що стали джерелами PR-комунікації***.

1.2. Передумови протоPR

Потреба у звукових сигналах стала першоосновою появи звукової комунікації та поклала початок *формування мови і мовлення*, що стало ***антропологічною передумовою появи протоPR.*** Як одна з основних ознак суспільства, мова почала формуватися на етапі появи первісної людини. За однією з гіпотез, це було тривале поступове перетворення біологічно зумовлених неусвідомлюваних інстинктивних вигуків в осмислені звукові засоби комунікації давніх людей. Припадало воно на другу по-

Видавничий центр "Київський університет" Версія не для друку

ловину неандертальської фази розвитку людини (близько 200–50 тис. тому).

Соціальна передумова появи протоPR – *трансформаційна зміна суспільства.* Перебіг цивілізаційних змін, в основі яких відбулася зміна суспільних процесів, яка відобразила трансформаційну послідовність устоїв:

- *людська зграя – рід – родоплемінна громада;*
- *матріархат – патріархат;*
- *первіснообщинний лад – класове суспільство.*

Рушійне значення як соціальні передумови появи протоPR мали такі процеси:

- *соціальне розшарування* на основі патріархату: поява чоловічих товариств, які стали підґрунтям для виникнення *вождизму*;
- зародження та розвиток *соціального лідерства*, в основі якого переважали харизматичний і раціональний типи лідерства.

У процесі життєвої, зокрема трудової, діяльності виникла *потреба у спілкуванні власне комунікації*, найперше з метою передавання життєвого досвіду і первісних відомостей, навичок, а згодом – знань, умінь. Усе це стало ***суспільною передумовою появи протоPR,*** адже щоб зацікавити одноплемінників певною інформацією, попередити про небезпеку, закликати до спільної діяльності, потрібно було привернути їхню увагу, зосередити її на певних об'єктах та процесах. Відтак потрібно було використовувати певні ***сигнали***, передусім *звукові* та *зображальні*.

Економічна передумова – поява і розвиток *трудової діяльності, суспільний поділ праці, розвиток виробничих процесів, трудової спеціалізації*.

1.3. Чинники виникнення протоPR

1.3.1. Суспільно-еволюційні чинники

1.3.1.1. Трансформація первісного суспільства

Трансформація первісного суспільства відбувалася як процес утворення на основі зграї родових і родоплемінних громад, у послідовності: *зграя – рід – родоплемінна громада*.

Видано Інформаційно-видавничим центром "Київський університет". Версія не для друку.

Перехід від середнього палеоліту до пізнього супроводжувався докорінною перебудовою структури найдавніших людських громад: первісна зграя трансформувалося в родову, згодом – родоплемінну організацію. Рід був громадою – колективом кровних родичів, які жили та працювали гуртом, мали спільне майно. Склалися різноманітні соціальні зв'язки.

Трансформація дородового суспільства у родове, а потім родоплемінне супроводжувалось процесами, що багато важили для появи і становлення ***комунікаційного середовища***, якому властиві такі особливості:

– відбувався ***антропогенез*** – біологічна еволюція людини, що завершилася, на думку різних учених, від 40 до 100 тис. років тому виникненням виду "*людина розумна*" (Homosapiens), а також основних людських рас – надалі істотних еволюційних змін у біологічній природі людини вже не відбувалося;

– йшло формування ***мислення*** (інтелекту) людини, її ***мови*** – у подальші періоди вони лише розвивалися;

– люди розселилися по всіх континентах;

– люди перейшли до відтворювального господарства (від полювання і збиральництва до землеробства та скотарства);

– поряд із антропогенезом виникає ***соціогенез*** – формування суспільних форм життя у вигляді родової, а потім родоплемінної організації;

– складаються перші ***світоглядні уявлення***, ***ранні форми релігійних уявлень, міфологічних систем***.

Тільки тоді, коли стихійно створені *людські зграї* почали трансформуватися спочатку в *родові*, а потім і *родоплемінні громади* (тобто коли люди почали сприймати один одного як членів одного роду), з'явилася перша передумова *для створення комунікації як спрямованого процесу.*

1.3.1.2. Еволюційні процеси суспільного устрою

Зміна матріархату патріархатом була складним еволюційним процесом, вплинула на всі сфери життя суспільства і стала *своєрідним рушієм формування комунікацій у первісному суспільстві.* ***Матріархат***, як відомо, – період у розвитку первіснообщинного ладу (від палеоліту до розвиненого неоліту), який характеризувався

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

наявністю материнського роду і його домінуванням у первісному суспільстві. За раннього матріархату основними заняттями населення були збиральництво, мисливство та примітивне рибальство, причому збиральництвом займалися жінки, мисливством – чоловіки, а рибальством – і ті, і інші. Це було основою для рівноправ'я жінки й чоловіка. Розвинений матріархат характеризувався високим становищем жінки в суспільстві. Взірцем матріархального суспільства були ***царства амазонок.***

Перехід від матріархату до патріархату відбувся природним чином у ході прогресу. ***Патріархат*** – система соціальних відносин, яка характеризується панівним становищем чоловіка в суспільстві та сім'ї.

Частина науковців уважають, що цей перехід відбувався насильницьким шляхом. Чоловіки вдавалися до тиску, агресії, фізичної наруги, психологічного впливу. Жінка значною мірою була витіснена зі сфери основного виробництва й обмежена рамками домашнього господарства, позбавлена майнових та спадкових прав і опинилася в підневільному становищі. Відповідно змінилася й духовна культура первісного суспільства. Особливого розвитку набули *загально родові чоловічі культи*, що зміцнювали зв'язок між членами роду в період розкладу інших родових зв'язків.

Патріархат – останній період первіснообщинного ладу, що заступив матріархат і передував класовому суспільству. На основі патріархату відбулося соціальне та класове розшарування суспільства. Цим патріархат прислужився розвитку соціальних комунікацій, зокрема протоPR.

1.3.1.3. Чоловічі товариства – взірець перших громадських спілок

На етапі формування патріархату як альтернативи матріархату почали зароджуватися ***чоловічі товариства*** – *мисливські*, а згодом і *військові*. Чоловічі союзи існували в дорійських містах-державах (Спарта та Крит), згадуються в поемах Гомера. Згодом довго зберігались серед населення Африки й Австралії.

Чоловіче товариство – громадський інститут, що корінням сягає в первіснообщинний лад і заснований на статевовіковому розподілі суспільства на дві груп: групу дорослих чоловіків і

Видавництво Державний університет "Київський авіаційний інститут" Електронний архів бібліотеки

групу жінок та дітей. Такий поділ також супроводжувався поділом праці за статевою ознакою і статевою табуацією. На ранніх стадіях розвитку суспільства відокремлення групи дорослих чоловіків отримує релігійне оформлення у вигляді особливих обрядів ініціації, що відрізняються в різних племен і народів.

Існування чоловічих товариств спостерігалося у різних народів уже за часів матріархату. Ці спілки були тісно пов'язані з поняттям "чоловічий дім", де чоловіки племені збиралися для проведення ритуальних релігійних обрядів, організації свят, відпочинку, військового тренування тощо. У межах цих чоловічих спілок їхні члени поділялися на кілька вікових груп: хлопчики, юнаки, дорослі чоловіки, чоловіки поважного віку. Перехід із однієї вікової категорії до іншої супроводжувався різними складними обрядами посвяти. Чоловічі товариства організовували військову охорону володінь племені та набіги на сусідів. Але з часом чоловіки почали виборювати право на суспільне лідерство, що в умовах матріархату призвело до відчайдушного спротиву. У боротьбі із жінками за панівну суспільну роль чоловічі товариства вдавалися до методів залякування, релігійно-містичного й фізичного терору.

З переходом до родового й родоплемінного устроїв, побудованих на батьківському праві, і з поступовим зростанням майнового розшарування суспільства, чоловічі товариства змінилися як за своєю структурою, так і за соціальною спрямованістю. Якщо раніше вступ до товариства був відкритий для всіх членів роду або племені, то згодом він ускладнився внаслідок збільшення майнового внеску за членство в громаді, тож частина малозабезпеченого чоловічого населення не мала змоги стати його учасниками і, таким чином, випадала з військової та політичної організації, утрачаючи пов'язані з перебуванням у ній права. Колишня загальна рівність поступово зникала через наявність груп з *різним соціальним статусом*. Чоловічі товариства стали передумовою формування класового суспільства.

Члени чоловічих товариств дотримувалися особливого способу життя, створювали власні форми комунікації, що, з одного боку, *підкреслювало їхню відокремленість* від інших людей племені, а з іншого боку, – *ускладнювало можливість розуміння їх* "непосвяченими". Таким чином, у межах коду, яким є мова, з'явилися й внутрішні коди, характерні певним катего-

Видавництво "Університетський центр" Вечірня НВ для друку

ріям членів племені, які прагнули виділитися серед інших; ці коди сміливо можна вважати ***сленгом***. Як наслідок, такі товариства перетворилися у ***професійні військові корпорації***, але це вже явище, що стосується часів Давнього Риму. Зразком подібної спільноти значно пізнішого історичного етапу еволюції суспільства було українське козацтво, що утворило Запорізьку Січ. *Чоловічі товариства відіграли суспільно-комунікаційну роль у зародженні протоPR.*

1.3.1.4. Виникнення вождизму та соціального лідерства

Для еволюції соціальних комунікацій чоловічі товариства значущі тим, що на ґрунті їхнього функціонування виник ***вождизм***, який спонукав до зародження й розвитку ***соціального лідерства: харизматичного*** та ***раціонального***. Лідерство – універсальний за своєю природою феномен суспільного життя. У примітивних суспільствах, де ще не були усвідомлені приватні інтереси автономної особи, а існували потреби нерозчленованого цілого (роду, племені), функції лідера були розвинені слабо. Вони зводилися здебільшого до забезпечення фізичного виживання общинників.

Проте це явище стало рушієм у розвитку соціальних комунікацій, зокрема протоPR, позаяк лідерам – вождям, керманичам, святцям культів та іншим особам, що бажали виокремитись і перебрати на себе *функції духовного чи силового лідера* (подекуди це поєднувалось за моделлю "два в одному", – потрібно було тим чи тим чином демонструвати свою виключність та особість як *атрибутивно:* аксесуарами, особливостями одягу, оздобами, макіяжем, татуюваннями, так і *на кінетичному рівні* – мімікою, жестами, поведінкою, крім того, варто було переконати довкілля у своїй виключності, обраності, унікальності за допомогою певних властивостей, що поєднувалося з магією, чародійством, телепатією та іншими надприродними здібностями, які сугестивно впливали на громаду). Ці лідери, як здавалося оточенню, володіли особливими, незвичайними, надприродними якостями, які дозволяли й допомагали їм керувати та впливати на чисельність підпорядкованих осіб. У такий спосіб зароджувалося ***харизматичне лідерство***. Харизматичні лідери були *твердо впевнені у*

Видавничий центр "Університетська книга" Вересня на 2019 рік

своїх здібностях і судженнях, інші ж з готовністю приймали це. Їм було притаманне *бачення перспектив.* Крім того, харизматичні лідери повинні були *демонструвати* власну впевненість персонально і особисто ризикувати чи чимось жертвувати задля здійснення своїх цілей. Також їм була притаманна *екстраординарна поведінка.* Харизматичні лідери часто були непередбачувані, проте їхня незвичайна поведінка (якщо не сказати витівки) викликала захоплення.

Однак існувала небезпека, що рано чи пізно харизма розвіється, і лідер, який нещодавно викликав захоплення, постане зовсім в іншому вигляді – звичайної людини, із його власними забобонами, помилками та слабкостями. У цьому випадку його послідовники не тільки могли відмовитися від свого кумира, але й, можливо, починали його ненавидіти. Тому харизматичні лідери намагалися всіляко підтримувати створений імідж. Відтак зароджувалися ***іміджетворення*** та ***самопіар*** на проторівні.

Харизматичне лідерство ґрунтувалося на ірраціональній вірі в надзвичайні, надприродні, недоступні для інших, богоподібні якості керманича. Це надавало лідеру можливість і неформальне право підкоряти собі маси (*харизма* – винятковий, містичний Божий дар, властивий людині), характеризувалося режимом необмеженої влади лідера, яка ґрунтується на ідеї служіння мас інтересам суспільства, уособлених персоною лідера; повними особистими відданістю й довірою, зумовленими наявністю у лідера уявних якостей пророка, вождя; некритичним ставленням мас до лідера і до його діянь. Умовою харизматичної влади була не лише фанатична відданість мас лідерові, а й формальна захищеність особи вождя, керманича через процедури канонізації.

Зростання різноманітності потреб, появу нових видів діяльності істотно ускладнили соціальні відносини, що зажадало впорядковування поведінки індивідів, гармонізації та узгодження людських потреб і дій. Тоді і з'явився ***раціональний лідер*** *– людина, здатна визначати загальну мету, засоби їхнього досягнення, організовувати процес розподілу ролей і функцій усередині співтовариства*. Це висунуло нові вимоги до використання технологій і засобів протоPR.

Соціальне лідерство як фактор суспільного розвитку відіграло продуктивну стратегічну роль у зародженні протоPR.

Видавничий центр "Київський університет" Вересня 20 Дня 2010

1.3.2. Соціально-економічні чинники

1.3.2.1. Поява та розвиток колективної трудової діяльності

Не менш важливою передумовою зародження комунікації став *розвиток трудової діяльності первісних людей*, ускладнення процесів створення продуктів життєдіяльності. В епоху неоліту (VI–II тис. до н. е.) відбувся *перехід від привласнювального способу життя до відтворювального*: почалося *одомашнення тварин, освоєння землеробства та ремесл*.

На ранніх етапах розвитку людства трудова діяльність була *індивідуальною,* згодом стала *колективною*. За зміни кліматичних умов у певний історичний період люди стали перед вибором: або вимерти, або змінити спосіб існування. Вихід із цієї складної ситуації став можливим через *спільні дії, які передували трудовим процесам, наприклад,* виготовлення і застосування певних предметів як знарядь праці.

Спільна трудова діяльність привела до поступового перетворення зграї тваринoподібних пращурів людини у людське суспільство, а суспільні відносини спричинили ускладнення трудової діяльності. У процесі спільної трудової діяльності люди почали виготовлювати складні знаряддя праці. Це поступово змінило середовище існування людей. Людина, на відміну від тварини, почала жити у світі постійних речей. Знаряддя праці виступали матеріальними носіями операцій, дій та діяльності людських спільнот. За допомогою цих знарядь від одного покоління до іншого почав передаватись суспільний досвід. Знаряддя праці ставали все складнішими, і виникла потреба розподілу операцій із виготовлення цих знарядь між різними членами спільноти. Таке ускладнення праці робило все більш віддаленим задоволення природної потреби із їжі як кінцевої мети праці. Розуміння такої віддаленої мети було під силу лише особистості з *логічним мисленням.*

1.3.2.2. Диференціація первісних трудових занять, перші суспільні поділи праці

Основою життя найдавніших людей були ***збиральництво*** та ***полювання***, співвідношення яких у різні історичні епохи і в

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Верстка підготовлено

різних географічних умовах не було однаковим. Проте безсумнівним є те, що полювання як прогресивніша галузь господарства великою мірою визначало розвиток первісних людських колективів, адже ця форма трудової діяльності змушувала членів праобщини дедалі тісніше згуртовуватися в трудовому процесі. Полювання включало й ***рибальство***.

Вирішальну роль у житті первісної людини відіграв *вогонь, використання якого свідчило про оволодіння людьми надзвичайно могутньою силою природи*. Вогонь давав тепло, використовувався для приготування їжі, випалювання робочих частин дерев'яних знарядь, при загінному полюванні тощо. Велике значення відіграло набуття навичок обробки каменю і відповідно виготовлення знарядь праці з цього матеріалу, що змінило техніку та культуру виробництва.

Значні зрушення в розвитку виробництва змінили й організацію суспільства. Зростання технічної озброєності людини в її боротьбі за виживання створило умови для існування доволі *сталих господарських колективів*. На відміну від праобщини рід був уже цілком сформованим людським колективом. Зачатки первісного колективізму, тісне співробітництво і згуртованість членів роду досягли у ньому найвищого розвитку. Відносини спорідненості при цьому усвідомлювались як економічні.

Визнання родових зв'язків набуло суспільного значення, стало основною ознакою нового виробничого колективу – родової общини, яка прийшла на зміну людському стаду (праобщині). Піднесення виробництва, кращі умови існування людей сприяли зростанню чисельності населення.

Важливою віхою розвитку людства був *перехід від споживання готових продуктів природи до їхнього виробництва, тобто від привласнювального господарства до відтворювального*. Найважливішими були зміни в господарстві, пов'язані з появою та вдосконаленням ***землеробства*** та ***скотарства***.

За неоліту й енеоліту розвиток землеробства гальмувався обмеженими технічними можливостями кам'яних знарядь праці. Застосування мідних, а згодом бронзових знарядь праці втричі зменшувало трудові затрати й суттєво полегшило працю.

За доби бронзи і раннього заліза відбувся ***перший в історії людства суспільний поділ праці*** – *виокремлення із землеробів-*

скотарів переважно скотарських, спочатку пастуших, а пізніше й кочових племен.

Застосування бронзи та заліза дало могутній поштовх розвитку ***ремісництва***. Із металу виробляли різноманітні знаряддя праці, предмети домашнього вжитку, прикраси, зброю. У бронзовому віці з'явилися меч і бойова колісниця, удосконалилося захисне спорядження. Винайдення в епоху бронзи ткацького верстата сприяло розвитку ткацтва, гончарного круга – подальшому розвиткові гончарного виробництва. Не лише *металургія*, а й інші *види ремісничої діяльності потребували дедалі більших умінь і досвіду*. Із середовища общинників почали виділятися *особливо вправні умільці*.

Розпочався ***другий в історії людства великий суспільний розподіл праці*** – *відокремлення ремесла від землеробства*. Активізувався ***обмін,*** який почали регулярно вести як усередині общини, так і за її межами. ***Удосконалювалися засоби сполучення***. З'явилися колісні візки, кораблі з веслами і вітрилами, будувалися дороги. Із середини II тис. до н. е. як запряжну тварину почали використовувати коня.

Занепад первіснообщинного ладу в землеробів-скотарів був закономірним результатом неолітичної революції, яка відбулася в економіці. Різні ознаки такого розкладу існували вже в пізньородовій общині землеробів-скотарів. Однак для того, щоб ці тенденції виявилися на повну силу, потрібен був час. Мали скластися *нові, досконаліші трудові навички, зрости кількість населення, прогресувати найважливіші складові продуктивних сил – засоби праці.* Щодо цього дуже велике значення відіграли відкриття й освоєння корисних властивостей металів. Це стало поштовхом *до культурних і соціальних зрушень в історії людства*.

1.3.3. Антропологічні, ментальні, психологічні чинники

1.3.3.1. Ґенеза свідомості та мислення людини

Під впливом трудової діяльності та суспільних відносин виникла *людська свідомість як вищий рівень розвитку психіки*, для якого характерним є не лише відображення, але й перетворення дійсності. Свідомість породила необхідність виникнення вищих форм

Видавничий центр "Київський університет" Вдосконалення

людського спілкування – спілкування за допомогою мовлення, оскільки свідомість і мислення нерозривно пов'язані з мовленням.

Великою мірою розвитку протокомунікацій сприяла *потреба домовлятися про спільну діяльність* мисливців-скотарів, землеробів і виробників знаряддя праці. Ця необхідність служила розвитку в людей мислення, появі перших ідей, мови та мовлення.

Мислення – це процес опосередкованого й узагальненого відображення людиною предметів та явищ об'єктивної дійсності в їхніх істотних зв'язках і відношеннях. Мислення стало могутнім засобом формування індивідуального й суспільного досвіду, оскільки виникло в процесі трудової діяльності людини. Суспільно-історична зумовленість мислення характеризується тим, що в кожному акті пізнання людина бере до уваги й аналізує досвід попередніх поколінь. Таким чином відбувається і розвиток особистості загалом, а знання передаються від покоління до покоління. Хоча мислення індивіда формується та розвивається в процесі активної пізнавальної діяльності, його характер і зміст залежать від загального рівня пізнання, який на кожному етапі суспільного розвитку має певні особливості.

Процеси мислення однакові для всіх людей світу і не залежать від мови їхнього спілкування. Ці процеси реалізуються в логічних формах понять, суджень, висновків. Вираження мислення в кожній мові своєрідне, що залежить від специфіки, внутрішніх ознак певної мови тощо.

Мислення людини тісно пов'язане з мовою. У цьому вбачається його принципова відмінність від примітивного мислення тварин, що перебуває лише на наочно-дійовій стадії та не може бути опосередкованим мовою, реалізуючись як пізнання. Мова – носій і знаряддя пізнання.

Матеріальна основа мислення – мова, яка є знаряддям і способом існування думки. Цим людське мислення якісно відрізняється від тваринного. Суспільна природа мислення передбачає його тісний взаємозв'язок із мовою.

1.3.2.2. Поява мови й мовлення, їхня єдність зі свідомістю та мисленням

Як одна з основних ознак суспільства ***мова*** почала формуватися на етапі появи первісної людини. За однією з гіпотез, це було тривале поступове перетворення біологічно зумовлених

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Всі права захищені

неусвідомлюваних інстинктивних вигуків в осмислені звукові засоби комунікації давніх людей. Припадало воно на другу половину неандертальської фази розвитку людини (мустьєрська епоха в кінці раннього палеоліту, бл. 200–50 тис. тому).

Становлення мови в первісному суспільстві, своєю чергою, було закономірно підготовлене важливими об'єктивними *передумовами соціального й біологічного характерів.*

Вирішальною *соціальною передумовою* появи мови був *поступовий перехід до справжньої трудової діяльності*, пов'язаної з виготовленням знарядь праці. Суспільний характер праці, потреба в координації дій учасників трудового процесу викликали потребу в *свідомому застосуванні певних звукових сигналів.*

Іншою об'єктивною *біологічною передумовою* формування мови була *здатність пращура людини відтворювати низку однаково закріплених вигуків*, які інстинктивно пов'язувалися з певними типовими для стада істотними життєвими ситуаціями – небезпекою, появою здобичі, зміною напрямку руху тощо. Поступово такі вигуки почали свідомо застосовуватися первісними людьми у зв'язку з відповідними діями, спочатку в трудовій ситуації, а згодом і поза нею як її позначення.

Загальна система мови шляхом здійснення граматичних операцій реалізується у процесах ***мовленнєвої діяльності***. Уособлення понять ***мови як системи*** та ***мовлення – форми вияву елементів мови*** – визначило як першопочаткову проблему співвідношення мови й мовлення.

Мовлення *– це процес (або результат процесу) вираження думки засобами мови*. Ф. де Сосюр характеризував мовлення як "комбінації, за допомогою яких суб'єкт, що говорить, користується мовним кодексом з метою вираження своєї особистої думки". Водночас, визначаючи відношення мовлення до мови, він бачив у ньому реалізацію мовної потенції, "виконання" мови.

Ширше проблема співвідношення мови і мовлення була викладена Л. В. Щербою. "У загальній "сукупності мовних чи мовленнєвих явищ" тепер виділялися не два основних аспекти, як раніше, а три: поряд із системою мови, що визначається як *словник* і *граматичний лад,* а також мовленням як результатом процесів "говоріння" тепер з'являється новий аспект – мовленнєва діяльність осіб, які спілкуються. Мовленнєва діяльність – це

Видавничий центр "Київський університет" Версія для друку

процеси "говоріння" і "слухання-розуміння", які є посередниками у переході від системи мови до мовленнєвих текстів".

Вільгельм фон Гумбольдт уперше розглядав ***сутність мовленнєвої діяльності*** як *взаємозумовленої кореляції двох процесів, що доповнюють один одного, із яких один розпадається на фази формування мовлення –* ***думки*** *та його звукової зашифровки, а інший – протилежний за своїм напрямом процес – складається з дешифровки й наступного відтворення думки, спираючись на знання мови і свій особистий досвід*.

Мова та свідомість. Мова – це *не тільки засіб спілкування, а також засіб формування та експлікації думки.* Для більш точного визначення ролі мови в процесі мислення, необхідно передусім уточнити поняття мовленнєвого мислення стосовно свідомості. У мозку індивіда свідомість і мова утворюють дві відносно самостійні сфери, кожна з яких володіє своєю "пам'яттю", де зберігаються компоненти, що будують її. Ці дві сфери поєднані між собою у такий спосіб, що діяльність свідомості завжди супроводжується діяльністю мови, виливаючись у єдиний процес. Діяльність свідомості виражається в процесах мислення. Свідомість складається з таких основних аспектів:

- пізнання (пізнавальний аспект);
- розподілу (розподільчий аспект);
- обміну (аспект взаємного обміну);
- користування (аспект практичного користування).

Процес породження мовлення тісно переплітається з процесом породження думки, утворюючи єдиний мовно-мисленнєвий процес, який формується за допомогою механізмів мовленнєвого мислення. Необхідною передумовою процесів мислення діяльності є мислення, різнобічна діяльність свідомості, за допомогою мови й механізмів мовлення. У процесі породження мовлення можна виділити три етапи: семантичний, лексико-морфологічний, фонологічний.

Досліджуючи ***зв'язок мови та мислення,*** учені звертали увагу і на їхній ***генетичний аспект***, оскільки мислення виникає раніше за появу звукової мови як у філогенезі (в історії виду), так і в онтогенезі (в історії окремої особи).

Відслідковується й ***діалектична єдність мови і мислення***. Ця єдність виявляється в тому, що думка не пов'язана безпосередньо з мовою в загальному розумінні, а пов'язана з певною,

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

конкретною мовою, яка є засобом спілкування та знаряддям передавання чи обміну людських думок у соціумі.

Тільки з появою ***слова*** стає можливим відокремлення властивості від предмета через закріплення за словами уявлень чи понять. Будь-яка думка виникає й нерозривно розвивається разом із мовленням. Через матеріальне (словесне) вираження стає доступною для інших людей. Це вказує на те, що мова є засобом вираження думки, формою її існування і тривалого збереження. Чим ґрунтовніше сформована думка, тим чіткіше вона виражається за допомогою слів і є доступною для розуміння під час комунікації.

Мова і мислення перебувають у єдності. Процеси мислення та мовлення не тотожні, оскільки здатні відображати різні психологічні реальності: мислення – процес пізнання, а мовлення – процес спілкування і вираження думки. Водночас вони не є відокремленими.

Мислення нерозривно пов'язане з мовою та мовленням. Думка об'єктивується в мові та мовленні. При цьому мовлення є способом, а мова – засобом вираження думки і формою її існування. Кожна окрема думка виникає й розвивається безпосередньо у слові, а вдало дібране слово вдосконалює, уточнює та конкретизує думку. Чим точніше сформована думка, тим чіткіше її можна виразити у мовленні.

Наголошуючи на специфічній взаємодії мови і мислення, німецький філософ Й. Діцген зазначав, що "мислення слугує художником, за допомогою якого можна відобразити світ, а мова є своєрідним пензлем для цього художника, яким він змальовує загальну спорідненість усіх речей". Отже*, мислення людини не існує поза мовою.*

1.3.3.3. Формування світогляду, вірувань, міфології, релігії

З появою мови, одиниці якої (слова) означали певні категорії – предмети, явища, дії, – людина робила спроби освоїти взаємозв'язок подій, почавши мислити не тільки в теперішньому, а в минулому й майбутньому часах. Усе глибше проникаючи в таємниці природи, людина все частіше стикалася з *явищами та процесами, які ще не була в змозі пояснити раціональними при-*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Друкується не для продажу

чинами. Неможливо пояснити, що привело до зародження ***віри в надзвичайне, магію***, яка доволі скоро почала відігравати доволі вагому роль у розвитку комунікаційної діяльності. Але напевно, що немалу роль у цьому процесі посіла ***первісна культура***, яка і привела до появи ***первісних вірувань.*** До ***ранніх форм вірувань*** належать: *тотемізм, магія, фетишизм, рільницький культ, анімізм і культ предків.*

Перші соціальні норми й обмеження послужили історичним прологом до виникнення ***культури***. Вона виникла в ті часи, коли локальна група, намагаючись вижити, починала взаємодіяти, будувати соціальні стосунки специфічним для неї засобом, застосовуючи специфічні для неї знаряддя праці й технології до специфічних умов і клімату. Чим досконаліше знаряддя й технології, тим вище продуктивність праці та численніше населення, складніша соціальна структура й витонченіша культура співтовариства.

Те, що наука називає праобщиною, відрізнялося від свого еволюційного попередника (стада гомінід) тим, що на цьому етапі з'явилася індивідуальність людей, а разом із нею й родинні стосунки. Першопочатковою формою індивідуальності була ідентифікація людини не зі своїм іменем, а з колективним. У свою чергу колективність ототожнювалася з тією чи іншою твариною. Подібна форма колективної ідентифікації отримала назву *тотемізму*. ***Тотемізм*** підтверджує думку про те, що однією із найбільш ранніх і водночас донині існуючих стратегій самопрезентації було бажання бути як усі інші, які належать до певного суспільного угрупування – зграї, громади, верстви, касти, клану тощо. Ця належність виявлялася передусім через зовнішні ознаки ідентифікації – одяг, татуаж, пастиж, аксесуари, атрибутику, потім – мову. Із розвитком мислення, але неможливістю осягнути таємниці довкілля, виникла потреба в ідентифікації себе і відповідно своєї первісної громади з певним тотемом.

Тотемом, частіше за все, була тварина, інколи – рослина, якій надавався статус табу (заборони) для всіх членів праобщини. Тотем – це видимий знак єдності й солідарності первісного роду. Через тотем ушановувалася не лише тварина, а й певний рід. Отже, ***тотемізм*** *– найбільш рання й найсильніша форма ідентифікації групи.* У той самий час це – перша культурна форма *соціального символу*. За винятком суворо визначених ритуалом обставин

Видавництво Національного університету "Львівська політехніка" Електронний архів бібліотеки

до тотема не можна було торкатися, його не можна вбивати, їсти його м'ясо й узагалі завдавати йому будь-якої шкоди. До всіх тварин цього виду ставилися з великим страхом і одночасно з пошаною, їх намагалися задобрити й чекали від них милостей. Випадково загиблу тварину оплакували та ховали з пошаною.

Зародження тотемізму та *магії* – найвизначніші явища, притаманні давній людині. Стан розвитку свідомості в цей час можна назвати *фазою тотемної свідомості. Вірування* й *ритуал* виникають практично одночасно. Надати ритуалу особливу, надприродну чи потойбічну силу, що надихала та збуджувала життєву енергію виконавців, могло тільки вірування. Цього вже ніяк немає у тварин. Найдавнішою формою вірування виступає тотемізм, а найдавнішою формою ритуалу є, відповідно, ***тотемний ритуал***.

Першим об'єктом вірування, як уважається, виступала тварина. Людина таким чином ідентифікувала свій зв'язок із природою, довкіллям. Людина відчувала з обраним як тотем звіром таку саму кровну спорідненість, як і з найближчими людьми. Через тотемного звіра здійснювався символічний зв'язок громади з територією. Тотемізм освячував традиційне право даного роду на його територію й угіддя. Перехід до тотемної стадії суттєво збагатив *ритуал*, який поступово уже набував суто театральних ефектів, вибудовувався за законами драматургічної дії із власною зав'язкою, інтригою та розв'язкою. За словами відомого дослідника В. Топорова, ритуал – це "своєрідний парад усіх знакових систем (природна мова, мова жестів, міміка, пантоміма, хореографія, спів, музика, колір, запах і т. п.), ніколи й ніде більше не утворює такої всеосяжної єдності".

У ритуалах поховання померлих, окрім хореографічного кружляння, галасу, показного ушкодження речей померлого, зустрічалося розфарбування облич і тіл. Але віру в потойбіччя треба тут все таки відділяти від тотемізму: він її доповнював, але вона ним не обмежувалась. Отже, ***ритуал*** – це не тільки танки навколо вогнища, але розповідь про своє ставлення до шанованого вождя чи про історію звіра, що вшановувався як тотем, розкриття характеру й способу життя племені, демонстрація єдності потойбіччя і тогочасності. Це – епос в мініатюрі. Із виникненням ритуалу людська культура вступила в нову, якісно вищу стадію свого розвитку. Ритуал виростає із колективних дій сто-

Видавничий центр "Київський університет"

совно звичаю, але дій не простих, а таких, що навіювали б одноплемінникам почуття солідарності, належності до групи, колективну упевненість. І *звичай*, і ритуал включали першопочатково одні й ті самі дії. Вони відрізнялися формою та змістом. Формою тому, що ритуальні дії мали *експресивно-виразний характер* і спочатку являли елементи колективної хореографії, а змістом – тому, що *ритуал мав світоглядне наповнення*. Звичай являв суто відтворення чогось, стереотипні дії, засновані на запам'ятовуванні, певну схему, що виконувалася несвідомо. *Тож ритуал був своєрідною формою первісної комунікації і мав на меті передавання певної інформації з певною, заздалегідь поставленою метою.*

Трансляція норм поведінки проводилася старшими членами громад при посвяченнях – ***ініціаціях***, де молоді передавалися священні перекази й вірування роду, племені, навіювалася покора звичаям та моральним настановам, особливо у сфері статевих стосунків і ставлення до старших. Неофітам говорилося, що у випадку порушення цих правил вони будуть покарані духами, які ці правила встановили.

Ритуальні дії демонструвались також у ***тотемному танці***, суть якого полягала в уподібненні певній тварині: її поведінці, характеру, мисливським манерам. Магічне поєднання в інсценованому дійстві манер людини та звичок тварини служило для первісної людини необхідною умовою успішного полювання. По-перше, людина немовби прилучалася до духу родової тварини, ставала наче під її захист і робилася непереможною. По-друге, людина вірила в переселення душі тварини в тіло людини, у її здатність до керування діями мисливця й таким чином могла збільшувати ймовірність успіху, адже тварина завжди успішніша за людину в полюванні, якщо при тому не використовується зброя. Наслідування мисливському арсеналу поведінки обраного звіра було також для людини ще й гарним тренінгом, що сприяв збагаченню її професійної майстерності. Пізніше тотемні танці відірвалися від своєї природної основи та набули статусу театрального дійства. *Тотемна обрядність стала,* таким чином, *витоком театрального, образотворчого мистецтва й міфології.*

У процесі еволюції в суспільній історії виникали особливі напрями духовного життя, спрямовані на вироблення засад людсько-

го життєвого самоутвердження. Ці напрями формували, за усталеною термінологією німецького філософа І. Канта, ***світогляд***.

У загальному сенсі появу світогляду можна пояснити у такий спосіб: людина, усвідомлюючи дійсність, рано чи пізно починає усвідомлювати і свою унікальність, свою відмінність від усього іншого у світі. У результаті в неї формуються певні уявлення як про основні засади та особливості світу, так і про власні риси й особливості. Отже, світогляд постає формою загального людського самовизначення у світі. ***Світогляд*** *– це сукупність узагальнених уявлень людини про себе, світ, свої взаємини зі світом, про своє місце в світі та своє життєве призначення*.

В основі духовності будь-якого народу лежать ***світоглядні уявлення.*** Етносвітогляд європейців має три основні історичні площини: *демонологічний, міфологічний* та *християнський*. Перший – більш глибинний, притаманний найдавнішим часам, коли люди персоніфікували як надзвичайні природні явища, так і конкретні предмети довкілля, убачаючи в них демонів. Друга площина зароджувалася із появою владних суспільних структур, які потребували належного освячення. В основі цієї площини було обожнювання природних, переважно небесних, стихій, уособлених в образах богів. Система уявлень про богів – міфологія – уже відтворює їхню певну ієрархічність, виділяючи головних богів і богів другорядних. Християнська релігія абсолютизувала цю ієрархічність, водночас намагаючись якщо не зруйнувати стару світоглядну систему, то максимально пристосувати її до своїх потреб. Результатом такого протиборства ідей став *релігійний дуалізм* (двовір'я), який відчувається й дотепер.

Найдавніші дохристиянські уявлення людей, як правило, пов'язувалися з нагальними господарськими інтересами та ґрунтувалися на вірі в особливу силу тих чи інших явищ природи, а у деяких випадках – і на вірі в їхні надприродні якості. Через віру, шляхом виконання магічних дій, людина намагалася вплинути на досягнення поставленої мети: захистити врожай, вилікувати хворого чи забезпечити спокій домашнього вогнища. Словом, людина тут виступала переважно *активним началом*, а не лише жертвою сил природи, як це донедавна трактувалося багатьма дослідниками. Ще більша активність людини виявлялася там, де вона могла спиратися на власний досвід: ця активність реалізувалася через систему *прик-*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

мет, віщувань і передбачень – усього того, що одержало назву *повір'їв,* які з часом трансформувалися у *вірування*.

Аналіз різночасових ідей, утілених у ***народні вірування***, виявляє історичні зв'язки між племенами, та сусідніми народами, дещо прояснюючи складну проблему їхнього етногенезу. *Але це також є свідченням наявності у давні часи примітивних комунікаційних процесів*. Як наслідок міжетнічних та міжрегіональних контактів складалася й строката система *вірувань* і *повір'їв*.

Перехід до землеробства і скотарства – найважливіша віха в історії людства – наслідок виникнення *більш складних релігійних уявлень*, поява нових та ускладнення старих релігійних обрядів і свят. Поклоніння духам в образах тварин поступово витісняється ***антропоморфізмом***, тобто уявленням про те, що *духи мають людський вигляд.* Із занепадом первісної общини й розшаруванням суспільства із численного сонму духів виокремлюються наймогутніші представники надприродного світу – боги. Поступово складається *пантеон,* у якому в своєрідній формі відображається земна соціальна ієрархія. Для пізніх родоплемінних вірувань характерне багатобожжя – політеїзм.

На основі антропоморфізму в дусі політеїзму склалася *міфологія* – одне з найтривкіших світоглядних уявлень, що має тенденції до репродуктивності – міфотворення. Зароджуючись на зорі людської цивілізації, міфотворення міцно ввійшло в систему комунікаційних технологій і поступово стало використовуватись у протоPR як засіб формування колективного свідомого, а згодом – суспільної (громадської) думки, спрямування чи коригування її в потрібному чи бажаному напрямі з метою впливу на суспільство.

Міфологія *є універсальним типом світогляду первісних суспільств*; усі етноси своїм першим світоглядом мають міфологію, яка містить у своїй основі міф – вигадану розповідь, витвір народної фантазії, в якому явища природи або культури подаються в наївно-антропоморфній формі. Порівняльне вивчення міфів різних народів показало, що, по-перше, дуже схожі міфи існують у різних народів, різних частинах світу і, по-друге, міф був єдиною універсальною формою свідомості. Він відображав світовідчуття, світосприйняття та світорозуміння тієї епохи, в яку створювався. У міфологічній свідомості закріплені поетичне багатство та мудрість різних народів.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Вебсторінка видання

Сприйняття світу первісною людиною набуло такої дивної форми, як міфологія, оскільки: а) первісна людина ще не вирізняла себе з навколишнього середовища – природного та соціального; б) існувала нероздільність первісного мислення, яке ще чітко не відокремилося від емоційної сфери. Наслідком таких передумов стало наївне олюднення навколишнього природного середовища. Людина перенесла на природні об'єкти свої особисті властивості, приписувала їм життя, людське почуття. У міфі неможливо відокремити натуральне від символічного, реальне від фантастичного, реальне від бажаного, духовне від природного, людське від нелюдського, зло від добра тощо. Міф для носіїв міфологічної свідомості був не думкою чи розповіддю, а реальністю.

Отже, нездатність визначити різницю між природним і надприродним, байдужість до протиріч, слабкий розвиток абстрактних понять, чуттєво-конкретний, метафоричний, емоційний характер – ці та інші особливості первинної свідомості перетворюють міфологію на дуже своєрідну символічну (знакову) систему, через терміни якої сприймався і описувався увесь світ.

Міфологія стала однією із підвалин формування релігійного світогляду. ***Релігійний світогляд*** – це більш зріла форма світогляду, ніж міфологія. У ній буття осягається не міфічними, а іншими способами. Вирізнимо такі:

а) у релігійній свідомості вже чітко розділяються суб'єкт і об'єкт, а отже, долається характерна для міфу неподільність людини і природи;

б) світ роздвоюється на духовний та тілесний, земний і небесний, природний та надприродний, до того ж земний починає розглядатися як наслідок надприродного. Міфологічні ж персонажі живуть у феноменальному світі (на горі Олімп, горі Меру тощо);

в) у релігії надприродний світ недоступний органам чуття, тому в об'єкти цього світу треба вірити. Віра і виступає головним засобом осягнення буття;

г) особливістю релігійного світогляду є також його практичність, оскільки " … віра, якщо не має вчинків, сама по собі мертва" (Якова 2:17)[1]. А у зв'язку з цим віра в Бога та надприродний світ узагалі викликає своєрідний ентузіазм, тобто життєву енергію, яка надає розумінню цього світу життєвого характеру;

[1] Біблія. Переклад нового світу. Patterson, N.Y., 2019.

Вимкнути рекламу можна у "Цифровому університеті" Версія не для друку

д) якщо для міфу головним є обґрунтування зв'язку індивіда з родом, то для релігії – досягнення єдності людини з Богом як утілення святості та абсолютної цінності.

Релігія – явище багатопланове і багатозначне. За допомогою обрядовості релігія культивує людські почуття любові, добра, терпимості, співчуття, милосердя, обов'язку, справедливості. Але в релігійному світогляді можуть відображатися і протилежні настрої, ідеї: фанатизм, вороже ставлення до людей іншої віри тощо.

З розпадом родових відносин, посиленням соціального розшарування і різким зростанням ролі племінної знаті ***культ вождів*** замінює ***культ предків*** – міфічних керманичів роду, чиї душі оберігають нащадків. Від поклоніння родоначальникам і вождям племен, яких міфологічна свідомість єдиноплемінників наділяє легендарними якостями та вмінням творити чудеса, зовсім недалеко до ідеї божеств – особливо могутніх істот, що підносяться над душами й духами та здійснюють чудеса не епізодично, а постійно. Коли процеси перетворення архаїчного суспільства в ранньокласове і формування інститутів держави поглибилися ще більше, предки набули виключного значення для освячення (легітимізації) влади.

З часом релігія використовується також для зміцнення впливу родової верхівки – вождів, старійшин – на рядових членів роду. Складається *інститут професійних священнослужителів, які керували релігійними церемоніями та святкуваннями і здійснювали жертвоприносення на честь богів*.

Ранні вірування іменують ***язичництвом.*** Язичництво різних етносів становило ту *вихідну основу,* із якої народилися давні релігії цивілізованого світу, у яких ідея бога посіла центральне місце. Із виникненням класового суспільства й утворенням держав сформувалися національні релігії, деякі з яких поширилися серед багатьох народів і стали світовими, як, зокрема християнство.

Релігія відіграла концептуальну роль у формуванні технологій та засобів протоPR. Вона виявила здатність до навіювання, сугестії, переконання, формування світогляду, морально-етичних засад людини і суспільства в цілому, а відтак – споріднені форми і технології впливу на індивідуум та широкий загал у бажаному руслі із заданою метою. Чи не тому конфесійний протоPR, зародившись на теренах Європи ще у прадавні еллінські

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

часи, із I ст. н. е. розвинувся, зробивши християнство домінуючою світовою релігією, що має серед прихильників, тобто налічує як цільова аудиторія, – 1/3 людства, і донині зберігає свої потужні позиції у духовній сфері.

1.3.4. Комунікаційні чинники

1.3.4.1. Налаштування цілеспрямованих комунікаційних процесів

Виникнення першооснов комунікації сприяло необхідності реалізувати базову функцію цієї діяльності – *передачу інформації*. Окрім мови, отримала розвиток ще одна невід'ємна характеристика комунікації – *спрямованість спілкування.* Люди почали не просто сприймати один одного як членів одного роду або племені, а й виділяти окремі групи осіб: мисливців та землеробів, з'явилася диференціація за статево-віковою ознакою, до того ж представники різних груп виконували окремі функції. Комунікація отримала нове значення: відтепер представники окремих професій могли *домовлятися між собою* щодо обміну продуктами праці, наприклад, мисливець та ремісник, першому з яких був потрібен спис, а іншому – здобуте на полюванні м'ясо. У комунікативних процесах з'явився *зворотний зв'язок.*

1.3.4.2. Формування й передавання життєвого досвіду

Трудова діяльність сприяла появі у людей *певного життєвого досвіду*, який потрібно було передавати молодшим членам роду чи племені. Наприклад, як можна було передати успішний досвід створення нового знаряддя праці, відкриття нового способу приготування їжі? Оскільки *примітивні способи спілкування*, притаманні тваринному світу, вже не могли вмістити в собі всю різноманітність освоюваних форм діяльності та нових взаємовідносин серед людей, виникла необхідність у створенні *певного коду*, який означав не кожен окремий предмет чи явище, а цілі їхні категорії.

Видавничий центр "Київський університет" Вебсайт не для друку

1.4. Основні функції протоPR

1.4.1. ПротоPR як засіб досягнення згоди

У результаті освоєння скотарства, землеробства, ремесла людина стала меншою мірою залежати від природних умов, отримала можливість вести осілий спосіб життя, а також більш регулярно і повноцінно харчуватися. Це призвело до значного зростання чисельності населення і викликало природний наслідок – *боротьбу племен за середовище проживання:* кожен прагнув заволодіти якомога більшою кількістю землі, родючої, придатної для видобутку і виробництва, як можна більшої кількості їжі. Відповідно почалися міжплемінні конфлікти. Їхнє вивчення дозволило зробити висновок, що далеко не скрізь суспільство розвивалося за однаковою схемою, і навіть при конфліктах стосовно володіння землею первісні люди використовували різні форми їхнього вирішення: деякі аборигени були схильні до силового вирішення подібних суперечок, тому такі події, як міжплемінні війни, було доволі в них поширені. Це позначилося і на внутрішній культурі племен, системі їхніх цінностей: наприклад, наречена при виборі нареченого велике значення надавала силі претендентів, їхній здатності захистити себе і майбутню сім'ю. Інші ж племена намагалися дійти згоди мирним шляхом і допомогти одне одному. Незважаючи на різні шляхи розвитку, перед усіма первісними племенами рано чи пізно поставала необхідність *подальшого розвитку комунікації з метою* ***досягнення згоди***: чи то, щоб не доводити ситуацію до збройного конфлікту, чи то, щоб припинити вже розв'язану ворожнечу й укласти мир.

До кінця доісторичного періоду склалися *основні різновиди додержавного суспільства з відповідними комунікаційними системами та стратегіями*:

● характерний для Північної Європи та Центральної Азії: лідери племен за підтримки релігії активно вибудовували власний імідж і продовжували розвивати "корпоративну культуру", займаючись ритуальним будівництвом, проводячи колективні масові церемонії та свята і зміцнюючи власний культ, створюючи символи й атрибути влади, при цьому суспільство мало доволі закритий характер;

Видавництво Державний університет "Київський авіаційний інститут" Версія для друку

● розвинений у Середземномор'ї та Близькому Сході: місцеві народи більшу увагу приділяли комунікації в широкому сенсі – зміцнювали міжнародні зв'язки, будували дороги, а їхня творча діяльність була більш монументальніша, ніж у жителів Півночі; створювана продукція служила не тільки для внутрішнього користування, а також для обміну, а згодом – і для торгівлі. Це суспільство було більш відкритим у комунікаційному контексті.

ПротоPR виник у процесі розвитку суспільства, зокрема як наслідок досягнення згоди між членами соціуму, владнання суперечок, конфліктів, збройних сутичок.

1.4.2. ПротоPR у самоідентифікації та самопрезентації

Інший напрям протоPR, що також знайшов підтвердження в археологічних знахідках, – це зачатки родової, родоплемінної, етнічної (на рівні окремих племен) ***ідентифікації***. Це явище відбувалося завдяки використанню різноманітних знакових засобів, покликаних виокремити індивідуума серед йому подібних, підкреслити його особність чи відмінність, або навпаки, подібність до певного кола людей, які об'єднувалися у плем'я, рід, етнос.

Усесвітньо відомий соціопсихолог К. Юнг назвав такий інстинктивний процес *самоідентифікацією*. Він писав: "Завдяки особливості зовнішніх знаків створюється відмежованість індивідуума. Такими й подібними засобами дикун робить навколо себе оболонку, яку можна позначити як персону". А. Лебедєв відносить це явище до однієї із двох *типових стратегій самореклами та самопіар*.

Інша стратегія передбачає ідентифікацію як уподібнення з метою визначення своєї належності до певного кола осіб. У поселеннях найдавніших людей знаходять черепи тварин, прикрашені особливими ***символами*** та ***орнаментами***. Існування подібних "пам'яток" дозволяє припустити, що у спілкуванні між собою люди прагнули підкреслити свою спорідненість з тим чи іншим першопредком (ведмедем, лосем тощо) і тим ідентифікуватися як плем'я. В іншому випадку в них не було б необхідності створювати подібні "пам'ятки", оскільки члени племені прекрасно знали, хто є їхнім спільним предком.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Аналогічним чином найдавніші люди прагнули відображати свої родові та сімейні відносини: археологи Гірського Алтаю з подивом зауважують, що місцеві найдавніші поховання схожі на генеалогічне древо: починає родовід предок, який помер дуже давно, поховання чоловіка і дружини містяться поруч, потім їхні діти і т. д. Як і у випадку з ***етнічною самоідентифікацією***, є всі підстави вважати, що це був спосіб збереження й передавання інформації не тільки всередині сімейства, племені або роду, але і для "зовнішньої аудиторії".

Паралельно із самоідентифікацією "персон, що формуються" здійснювалася їхня ***самопрезентація***: *демонстративне пред'явлення оточуючим своєї відмінності від інших*. Відмінності відображалися за допомогою особливостей татуювання, ритуального макіяжу, зачіски, одягу, прикрас, оздоблення ужиткових речей. У такий спосіб утворювався ***знаковий комплекс***, що поступово закріплювався традицією, навантажуючись додатковими змістами.

У найдавнішому суспільстві трударі, у першу чергу землероби та скотарі, уважалися за своїм статусом подібними до відправників культу. *Сакральність* їхнього статусу підкреслювалася нанесенням *священних символів на знаряддя праці* (напр., на гончарних горнах, знайдених на території України, виявлено магічні знаки), а також наявністю в їх "майстернях" особливих вівтарів для жертвопринесень – безсумнівного символу прирівнення ремесел до культової діяльності. Значущість представників різних професій відобразилась і в тому, що процес тієї чи іншої роботи зображувався в наскельних малюнках. Зокрема, у Прибайкаллі виявили зображення процесу оранки як якогось священнодійства. Доволі багато сцен тих чи інших трудових занять на скіфській пекторалі із Товстої могили.

Розшарування суспільства на панівну верхівку (вожді, жерці, інші святці, керманичі кланів) і пересічних одноплемінників привело до необхідності підкреслити їхній статус навіть у похованнях та ритуалах проводів у потойбічний світ. У похованнях високопоставлених осіб виявлено рештки похованих із ними коней та інших тварин, що "могли стати в пригоді", розкішні ужиткові речі, подекуди члени родини, у першу чергу – дружина, обслуга, предмети культу. Усього цього немає в могилах пересічних осіб. Подібні об'єкти, що відрізняли представників різ-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Вебсайт для друку

них суспільних верств, так звані *соціальні маркери,* використовувалися і в більш пізніх суспільних формаціях.

Одяг воїнів та військова атрибутика були такі, що доволі легко було визначити, до якої з воюючих сторін належить учасник битви. Коли вирушали, щоб відкривати нові землі чи завойовувати нові світи, то штандарти, прапори чи вітрила суден були прикрашені зображеннями, що їх чітко ідентифікували. У давнину не було засобів масового інформування, але з цією метою використовувався зовнішній антураж, сповнений своєрідними знаками, символами, орнаментами та іншими візуальними мітками, що мали певне конкретне значення, а крім того, у більшості випадків, були оберегами. Вожді племен, керманичі родів носили особливі відзнаки, що дозволяли співвітчизникам відразу їх пізнавати й відповідним чином реагувати – висловлювати шану та повагу. Подібним чином виглядали і служителі прадавніх культів. Урешті це все створювало певне враження, впливало на загал, тобто мало вплив на людей, отже було протоPR.

Як бачимо, вже в найдавнішу епоху, на світанку людства, існувала доволі різноманітна ***система способів збереження і передавання інформації*** *засобами самоідентифікації та самопрезентації*, що заклало основи створення і пропаганди ***іміджу.*** Засоби, які використовувалися для цих цілей, були переважно *візуальні*, що пояснюється відсутністю вербальної культури (принаймні підтверджень їхнього існування в найдавніших людських колективах до нас не дійшло).

Ґенеза самоідентифікації та самопрезентації відбувалася у декілька етапів: спочатку як суто індивідуальна, згодом як родова, потім родоплемінна і врешті як етнічна. При цьому кожна з них при виникненні наступного еволюційного рівня не зникала, а продовжувала своє існування та розвиток, удосконалювалася із появою більш довершених і складних форм самовияву.

1.4.3. ПротоPR у формуванні відносин

Подальший розвиток комунікації був зумовлений необхідністю ***досягнення компромісу*** та ***суспільної згоди***. Можна без перебільшення вважати цей *етап початком розвитку міжнарод-*

Видавничий центр "Київський університет" Вересня Університету

ної, міжкультурної комунікації, тому що в епоху неоліту, у період створення землеробських культур і появи ремесел, починає відбуватися істотна диференціація: виникають кочові й осілі племена. У Середземноморському басейні склалося землеробське суспільство, тоді як Європу, Азію та Африку заселили переважно кочівники.

Кліматичні умови, різні в різних зонах земної кулі, сприяли виникненню рас, усередині яких виділялися окремі народи – носії різних мов. Для спілкування між ними були потрібні *знавці чужих мов, чужої культури.* Такі люди були, але назвати їх "професійними комунікаторами" або перекладачами важко: унаслідок *екзогамії* представник одного племені, який увійшов до складу іншого шляхом шлюбу, автоматично ставав посередником між цими двома племенами, оскільки володів мовою племені свого чоловіка або дружини.

Населення різних країн рано почало сприймати культурні особливості сусідів. Писемні пам'ятки давніх свідчать про те, що вони чітко розрізняли іноземців. Проте і в середині деяких держав спостерігалися етнічні, національні чи культові відмінності. Іншим фактом на доказ цієї тенденції є те, що вже близько XV ст. до н. е. *вавилонську мову було визнано першою міжнародною мовою спілкування* (подібною мовою була грецька в античному світі, латинська – у Середньовіччі, арабська – серед мусульман тощо).

Активна взаємодія населення різних країн, що формувалася стихійно, поступово набувала й офіційних форм. З'явилася необхідність укладати міжнародні угоди. Відтак, протоPR як засіб соціальної взаємодії, що відповідав за формування та розвиток довгострокових відносин, отримав нове застосування в тогочасному суспільстві.

1.4.4. ПротоPR в інформуванні

1.4.4.1. Трансляція відомостей, знань, умінь, досвіду як PR-активність

Ще до того як з'явилися алфавіти, букви і цифри, люди використовували ***предметне письмо***, адже ще не володіли писемніс-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

тю. Це були камінці, пір'їни, дротики, муміфіковані фрагменти флори чи фауни. Тому було важко передавати інформацію на великі відстані.

Індивіди через жести, міміку, неординарну поведінку намагалися виділитися з юрби і тим здійснювали на оточуючих інформаційний вплив. Невербальна комунікація служила і служить дотепер для формування образу, думки про співрозмовника, здійснення впливу на іншу людину.

1.4.4.2. Знаки та символи – інструменти протоPR, їхня роль в інформуванні

Існування будь-якого співтовариства не можливе без постійних зв'язків між його членами, обміну інформацією між ними. Засобами такого обміну стали в давнину знаки та ***знакові комплекси***. Специфіка знаків полягає у тому, що вони віддавна формувалися як зорові, слухові, тактильні, нюхові, смакові засоби комунікації. На первісному етапі це – нейрофізіологічні імпульси, що орієнтували індивідуума в зовнішньому світі. Формуючись у системи, імпульси об'єктивувалися у звуки, жести, рухи, колірні й нюхові "плями". Це був природно-історичний процес, без якого було б неможливе формування людської спільноти. Згодом знаки стали набувати ***символічного значення*** і частина з них стала ***символами***.

У давнину знання про споконвічні значення знакової символіки вважалися сакральними та дбайливо передавалися новим поколінням як дещо важливіше, ніж матеріальні цінності. Ідентичні знаки та символи відомі в усіх цивілізаціях в історії людства.

Знаки та символи існували в суспільстві завжди, змінювалось лише ставлення людей до них. За знаками й символами, якими оточує себе людина, видно її справжні підсвідомі прагнення.

Знак – матеріальний об'єкт, який виступає в процесах пізнання та спілкування в ролі замінника (представника) іншого предмета, явища, дії або події, і використовується для отримання, зберігання, перетворення та передавання інформації. Знак сприймають як носій певного смислу, значення, інформації. Сукупність знаків утворює *знакову систему*, а загальні властивості таких систем вивчає семіотика.

Видавничий центр "Київський університет"
Електронна версія

Знаки поділяють на *природні* та *штучні*. Вони мають подвійну природу: з одного боку, вони матеріальні (мають *план вираження*), з іншого – є носіями нематеріального смислу (мають *план змісту*). Основні властивості знака – *інформативність* (знак повинен нести смислову інформацію про означуваний об'єкт) та *перцептивність* (знак має бути доступним для сприйняття адресатом).

Ю. М. Лотман уважав, що знаки поділяються на дві групи: *умовні* та *зображувальні*. *Умовний* – знак, у якому зв'язок між вираженням і змістом внутрішньо не мотивований. Найпоширенішим прикладом цієї групи є слово. Зображувальний або іконічний – знак, у якому значення має природно йому властиве вираження. Найпоширенішим зображувальним знаком є малюнок.

Поняття ***символу*** тісно межує з такими категоріями, як художній образ, алегорія і порівняння. О. Ф. Лосєв визначав ***символ*** як "субстанційну тотожність ідеї та речі". Будь-який символ містить образ, але не зводиться до нього, оскільки має на увазі деякий сенс, неподільно поєднаний із образом, але з ним не тотожний. Образ і сенс утворюють два елементи символу, немислимі один без одного. Тому символи існують як символи (а не речі) тільки всередині інтерпретацій. Знак і символ відрізняються, оскільки символу властивий більш глибокий соціально-нормативний (духовний) вимір.

Символ – це термін, ім'я або зображення, які можуть бути в повсякденному житті, але мають специфічне додаткове значення до свого звичайного змісту. Це означає щось невиразне, невідоме або приховане від нас. Це предмет, який ми знаємо, але його символічне значення нам невідоме.

Знак має одне незмінне значення, набуває пізнаваності здебільшого внаслідок спільного вживання або умисного використання.

Символ – це один із різновидів знаків. Двома іншими різновидами знаків є, відповідно, *іконічні* знаки (знаки-копії) і *знаки-ознаки* (доволі часто їх ще називають індикаторами або симптомами). Іконічні знаки подібні до позначуваного. Їхніми прикладами є фотографії, малюнки, репродукції, відбитки пальців. Знаки-ознаки хоч і не є копіями позначуваних ними явищ, однак указують на них. Наприклад, дим – це знак, ознака – горіння. Символи набагато багатші іконічних знаків і знаків-ознак, індикаторів.

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет"

Зазвичай символ пов'язаний із загальним, багатоманітним синтезом, із реалізацією можливостей людини. О. Ф. Лосєв визначав символ як ідеальну конструкцію речі, як ідейну, образну або ідейно-образну структуру. Видатний символіст А. Бєлий під символом розумів результат синтезу, для розуміння багатства якого потрібні не тільки знання та наука, але ще й багатство культури.

Знакова символіка *становила основу татуювань, одягу, аксесуарів, оздоблень,* які використовувалися давніми людьми для ***самодемонстрації*** *та* ***самопрезентації.*** Їхня поява пояснюється тим, що найважливіша функція знаків будь-якого типу – ***сигнальна*** і виражалася вона як максимально оперативне оповіщення одноплеменців про небезпеку, що загрожувала, або іншу життєво важливу подію.

Умови первісної комунікації спонукали до формування максимально наочного, можливо більш помітного позначення різних індивідуумів. Давні люди через знакову систему татуажу, пірсінгу, одягу, озброєння, звуків навіть у глухій хащі в сутінках розраховували бути миттєво прийнятими одноплеменцями за "своїх" завдяки *сигнальній функції знакових засобів*. Вплив сигналу був "точковий", миттєвий. Він вимагав негайної поведінкової реакції. У такий спосіб виявлялася, а згодом і культивувалася, ***демонстративна функція знаків***. Вона передбачала максимально оперативне й наочне передавання від суб'єкта до суб'єкта, від суб'єкта до громади, від громади до суб'єкта змістовного інформаційного масиву даних. Згодом її доповнила ***демонстративна символіка.***

На основі демонстративної функції знаків та символів, покликаних виділити індивідуума серед йому подібних, у повсякденності формувалася ***самоідентифікація***. Засобами ідентифікації первісна людина створювала навколо себе оболонку, яка позначала її як персону, уважав відомий соціолог Карл Юнг.

Паралельно із самоідентифікацією давніх людей здійснювалася їхня ***самопрезентація***: демонстративне представлення навколишнім своєї "інакшості". Відмінності демонструвалися за допомогою знакових комплексів, що поступово закріплювалися традицією, навантажуючись додатковими змістами.

Із тих часів мало що змінилось.

У функціональному збагаченні ролі знакових засобів епохи палеоліту доволі істотне явище належить ***символізації.*** Це наді-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вересня Дружу

лення предметів та знаків додатковим сенсом, іноді далеким від початкових значень, безпосередній результат усвідомлення далекими пращурами всього навколишнього у двох вимірах: реальному й надприродному. Відомий соціопсихолог і етнограф Л. Леві-Брюль зазначає: "Найперше увагу первісних людей приваблювала наявність та незрозумілий їм вплив невидимих сил, які вони відчували і спостерігали навколо себе". Невідомі сили поступово конкретизувалися у світогляді первісних людей, вони втілювалися у грізних явищах природи, в істотах тваринного світу, а потім – і у створених людиною *виробах, що були спеціальними символічними сакральними предметами:* фетиші, різні культові зображення. Деякі з них застосовувалися вузьким колом обраних під завісою містичної таємниці. Інші ж, навпаки, тяжіли до публічності та постійного демонстрування.

Із часом з'явилася інновація: *уже не святець, що служив ритуальним культам,* і *не державець, який прийшов до влади, робив конкретні предмети атрибутами свого становища, а символи влади робили державцем свого володаря, і так само культова символіка робила святця духовним лідером*. Державці, їхні чаклуни та маги, святці формували в народу побожність і почуття благоговіння перед ними та їхніми атрибутами.

Якщо на перших порах керманичем громади, клану, роду міг стати лише найсильніший або наймудріший, то згодом було достатньо того, що він походив із "божественного роду" і отримав із рук свого попередника символ влади. Володіння цим символом часто сприяло визнанню його власника державцем (навіть якщо символ влади потрапив до його рук за випадком чи войовничим чином). Та сама закономірність формувалася і у *святеницькому середовищі.*

1.4.4.3. Інформаційні революції – каталізатор формування протоPR

Інформація в розвитку цивілізації завжди відігравала визначальну роль і служила основою для прийняття рішень на всіх рівнях та етапах розвитку суспільства й держави. На думку В. І. Вернадського, людина розумна в біосфері з'явилася 200 тис. років тому, що стало поворотним пунктом в історії Землі й живої природи.

Видавничий центр "Київський університет" Версія не для друку

В історії суспільного розвитку відбулося сім інформаційних революцій, пов'язаних із кардинальними змінами у сфері виробництва, обробки інформації, які привели до радикальних перетворень суспільних відносин. У контексті цієї теми інтерес становлять дві інформаційні революції, що відбулися у давні часи.

Першою інформаційною революцією – мовною – слід вважати винайдення людьми мови. Мова й абстрактне мислення виникають при утворенні суспільства на ґрунті суспільної праці. Вербальна (мовна) комунікація задовольнила потребу спілкування і передавання складної інформації. Кроманьйонці, які є предками сучасної людини, були здатні говорити швидко, легко використовували знаки і символи, отримали значну перевагу в процесі еволюції.

Друга інформаційна революція – писемна – настала із винайденням писемності близько 5000 років тому в шумерів (це було пов'язано з потребами життя суспільства та держави). Це привело до величезного стрибка в інформаційному розвитку суспільства. Стало можливим фіксувати знання на матеріальному носії, тим відчужувати їх від джерела і передавати від покоління до покоління.

Наслідок цієї революції – підвищення розповсюдженості інформації, підвищення інформаційного "охоплення" населення. Суттєво зросла роль інформації як засобу впливу на розвиток суспільства, з'явилась можливість опосередкованого спілкування людей не тільки в просторі, а й у часі.

Інформація з давніх часів була не тільки засобом пізнання оточуючого середовища, спілкування, освіти, виховання, а й сприяла забезпеченню розвитку суспільства, його наукового та технічного рівня.

1.4.5. ПротоPR як засіб формування іміджу влади та підтримки лідерства

В умовах формування лідерства починає розвиватися такий вид комунікації, як ***формування іміджу***, тобто *створення найпривабливішого образу вождя*, *ватажка* племені з метою переконання оточення визнати його владу. *Згодом лідер перестає задовольнятися тільки вербальними засобами переконання: за*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

допомогою очільника стародавнього культу – святця, він починає використовувати також і візуальні засоби. У нього з'являється найбільше і найзручніше житло, символи й атрибути влади: різні ритуальні предмети, аксесуари як символи влади. Влади прагнули і святці. Причому вони прагнули верховенства і над вождями, ватагами та державцями.

Головним знаряддям створення іміджу поступово ставали *не особиста відвага* або *сила вождя, чи мудрість святця, а їхнє апелювання до волі божеств, періодичне проведення різних ритуалів.* Найяскравіші приклади подібних заходів – регулярні ***свята, поховальні церемонії, монументальне будівництво***. З метою підтримки образу лідера організовували будівництво дивних, на сучасний погляд, будівель. Таким чином з'явилися *дольмени* – споруди нез'ясованого призначення з чотирьох великих вертикально поставлених плит із горизонтальним перекриттям; *менгіри* – величезні вертикальні кам'яні стовпи; *кромлехи* – майданчики з тесаних кам'яних брил (Стоунгендж у Південній Англії). З одного боку, ці грандіозні будівлі згуртовували людей у процесі колективної праці під керівництвом єдиного вождя чи святця. А з іншого боку, ці монументи асоціювалися особисто з вождем, його могутністю або святцем – мудрим, далекоглядним, умілим.

Одним із *обов'язків* державця з давніх часів було ***керування масовими колективними заходами***: масштабним будівництвом, земельними роботами, ритуалами, святами. Поява різноманітних знарядь праці сприяла тому, що *люди отримали можливість займатися ремеслами самостійно*. Керманичам необхідно було лише вигадувати такі *заходи, реалізація яких потребувала велику кількість учасників*, а він мав би можливість продемонструвати свої ***лідерські здібності***. Давні зображення багаті на образи осіб, які особисто керували будівництвами грандіозних споруд, тим виконуючи місію керманича, очільника, лідера.

Були й інші засоби як досягти, так і продемонструвати лідерські здібності. У процесі цивілізаційних змін лідерство вимагало нових форм підтвердження, тож ватажкам, вождям, згодом очільникам держав із перебігом часу вже було недостатньо вважатися тільки носієм небесної благодаті, посередником між божествами та людьми. Тому вони проголошували себе "синами Бога", "синами Сонця" чи "синами Неба". "Син" отримував право

Видавничий центр "Київський університет"

абсолютної влади над усіма землями та людьми своєї країни, його слово ставало непорушним законом для підлеглих.

Невід'ємними елементами іміджу стародавнього керманича були ***атрибути влади.*** Спочатку вони були лише в деяких державців, але згодом набули *абстрактного характеру і перетворилися з атрибуту влади в її уособлення*.

1.5. ПротоPR у давніх війнах і завойовницьких конфліктах

Свідоме застосування засобів інформаційного впливу з метою зниження бойових можливостей супротивника почалось на одній із перших стадій розвитку військового мистецтва. Уже в первісному суспільстві військові завдання стали поділятися на ті, що виконувалися бойовими і *не бойовими (психоемоційними)* способами. Разом із тим технічні можливості ведення інформаційно-психологічних дій серед населення і військ противника у стародавні часи були незначні. Вони зводилися переважно до виставляння на шляху проходження військ *страхітливих знаків, написів* на камінних, деревах, будівлях, поширення чуток. У більш пізній час з'явилися так звані "підкидні листи" уречевленого змісту. З метою страхання ворога використовувалися *предметні послання*, що надсилались у вигляді камінчиків, паличок, муміфікованих фрагментів флори чи фауни. Ці всі знаки, що мали певний символічний зміст, були своєрідним протоPR їх ініціаторів та намірів останніх. Вони свідчили про їхню вигадливість, винахідливість, хитромудрість. Тим створювався *імідж* ворога та відбудовувався *імідж* власних бойових сил, які мали бути відповідними за рівнем майстерності та звитяги.

Завойовницькі дії у давнину були звичною справою, а вбивство заради високих цілей своєї громади та її керманича – це завжди було праведне діяння. На стінах, гранітних плитах зафіксовані різноманітні епізоди з давніх війн, силових конфліктів. Часто серед них можна знайти зображення давніх воїнів у військових обладунках зі зброєю. Тож ***візуальні засоби морально-психологічного впливу*** були доволі поширені у давні часи. Більшість із них мала характер протоPR.

Видавничий відділ Військового інституту "Київський університет імені Бориса Грінченка" Військовий навчальний центр

Люди здавна усвідомили необхідність впливати на ***психіку ворожих сил*** під час збройних зіткнень. Ще у давні часи значного поширення набули такі ***способи морально-психологічного впливу з метою завоювань:*** залякування могутністю, страхітливістю зовнішнього вигляду та амуніції; використання засобів страхання через звуки: шуми, гамір, галас; візуальними ефектами: полум'ям, вогнем; уведення супротивника в оману діями та їхньою імітацією; гіперболізація військових сил та їхньої бойової майстерності. Уже в давнину силові зіткнення стали вестися і *бойовими* і *небойовими способами.* А засоби залякування й демонстрація бойової сили були відвертими *самодемонстраціями та самопіар.*

Цілеспрямоване застосування ***вербальних засобів*** з метою *дезорієнтації, дестабілізації, деморалізації* супротивника розпочалось на одній із найбільш ранніх стадій розвитку військового мистецтва. Перші елементи інформаційно-психологічного впливу мали не тільки форму *знакових символів* та *оманливих даних,* а й *військових хитрощів*, які з часом удосконалювалися і не лише посіли важливе місце в діяльності окремих військових керманичів, але й відобразилися у військовій теорії.

Найбільш рання з відомих форм впливу на ворожий стан – залякування своєю (іноді показною) бойовою силою з метою психологічного підриву ворогів. Біблійна легенда розповідає про Гедеона, який для перемоги над більш численним ворожим військом удавався до різних хитрощів. Одного разу він із 300 воїнами підійшов до табору супротивника і за допомогою гамору сурм, биття глечиків, полум'я факелів та гучних криків настільки залякав вороже військо, що вояки розгубилися, запанікували і почали конфліктувати між собою та нападати один на одного.

Відтак, *у зображальних і писемних джерелах* стародавнього світу виявлено деякі елементи й напрями ***інформаційно-психологічного впливу*** як способу ослаблення морального духу ворога, формування сприятливої думки щодо завойовницької політики як у своїй, так і на захопленій чи належній супротивникові території, умотивування дій залежно від ситуації. Гіпотетично були і *вербальні, звукові засоби впливу* з метою демонстрації воєнної сили та майстерності, що, як і візуальні, мали елементи протоPR, оскільки і впливали психологічно, і створювали імідж непереможності та бойової сили, і інформували про звитягу та

Видавництво Національного університету "Київський університет імені Бориса Грінченка"

хоробрість. Це були своєрідні стратегії прихованого маніпулювання поведінкою. Перемога досягалася без бою. Метод дезінформації застосовувався, очевидно, ще у давні часи.

1.6. ПротоPR у духовній сфері

1.6.1. Еволюція технологій лідерства – один зі шляхів генези PR

В епоху пізнього неоліту і, особливо, у бронзовий вік (II тис. до н. е.), *соціальна ситуація* почала істотно змінюватися, що було пов'язано з подальшим розвитком людського суспільства, *виділенням серед рівноправних* членів общин, родів, *племен правлячої верхівки: вождів, старійшин, керманичів, очільників стародавніх культів*.

Вожді спочатку були *керманичами* й *очільниками* відповідного роду, племені, громади під час войовничих сутичок, міжплемінних протиборств, а також колективного полювання. Таку функцію вони доволі довго зберігали серед кочових племен ще тоді, коли в осілих народів уже тривалий час існували держави: наприклад, монгольські племінні ватажки до утворення імперії Чингізхана на початку XIII ст. або індіанські вожді до XIX ст. включно.

Цілком природно, що спочатку *ставав вождем найсильніший* у племені, а згодом – *найдосвідченіший організатор*. ***Старійшини*** були так би мовити *вождями мирного часу* і обиралися, як свідчить їхня назва, серед найстарших, найбільш досвідчених, членів племені. Згідно з ***типологією лідерства М. Вебера***, подібний тип лідерства можна вважати ***раціональним*** – вожді обиралися відповідно до їхнього досвіду, кваліфікації й оцінювалися за якістю виконання ними обов'язків.

Раціональний підхід привів до розвитку такої *функції комунікації*, як ***переконання***. Стати вождем було не достатньо – треба було ще *й зберегти своє становище на якомога більш тривалий термін*. Але що було робити, якщо община, рід, плем'я, обравши лідера, згодом засумнівалися в його компетенції і мала намір його замінити більш успішним – сильним, вправним, мудрим, розважливим, на їхню думку, кандидатом? Залишалося лише

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Реєстраційне свідоцтво ДК №1

одне – *постійно підтримувати свій образ успішного керманича*, позбавляючи громаду приводів думати про його заміну.

Цю функцію ефективно виконувала ***релігія***. Учені досі дискутують щодо часу її появи. На сьогодні існують *дві основні концепції*:

– релігія зародилася одночасно з людським суспільством (тобто існувала фактично "первісно");

– релігія виникла на пізніх стадіях верхнього палеоліту, у період переходу до неоліту.

Релігія в первісному суспільстві стала *першою ідеологією*, яка:

- *обґрунтовувала* існування сформованого суспільного устрою – наявність лідерів і пересічних членів племені, громади;
- *захищала* й *підтримувала* цей устрій.

Вожді перестали бути тільки "функціональними" керманичами та очільниками, які розпоряджалися під час збройних сутичок і на полюванні. Вони поступово перетворилися на обраних вищими силами лідерів, які були "обрані Богом" задля виконання певних завдань (місії) і були унікальними й неповторними, мали своє призначення. На основі цієї тенденції відбулася ***трансформація "раціонального" лідерства у "харизматичне"*** – вождем ставав не найбільш сильний або досвідчений, а той, кому "сприяли духи", божества.

Але якщо *релігія значною мірою стала інструментом виправдання і підтримки керування та управління, то комунікація як обмін інформацією продовжувала залишатися базовим чинником існування людського суспільства в цілому*. Вождь використовував релігію, віру людей у надприродне для створення іміджу, переконуючи одноплемінників у наявності у нього надприродних можливостей; що стосується старійшин, то вони зміцнювали своє становище за допомогою інших методів. Їхня *влада ґрунтувалася на володінні інформацією*: накопичені життєвого досвіду, пам'яті про предків, знанні звичаїв, норм і правил, дотримання яких гарантувало збереження рівноваги у світі та процвітання племені. Крім того, вони володіли деякими окультними знаннями, а також первісними відомостями природничого характеру. При цьому набута і акумульована в межах обраного

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

контингенту осіб інформація охоронялася від "непосвячених" під тим приводом, що успадкована від предків, духи яких стежать за її збереженням і втаємниченням.

Коло осіб, що володіли знаннями, було доволі вузьке, і вони мали можливість вибирати тих, кому ці знання передавати. Більше того, користуючись тим, що інформація про правила, норми, перекази зберігалася в усній формі, старійшини отримали можливість *"адаптувати" її до своїх потреб* і застосовувати настільки, наскільки це відповідало їхнім інтересам. У науці таке явище, характерне для доісторичного суспільства і пізніших народів, які не мали писемної культури, отримало назву ***"правової фікції"***. Але навряд чи його можна цілком і повністю віднести тільки до правової сфери: і в давнину, і в середні віки право було настільки тісно переплетено з релігійними, моральними нормами й культурними цінностями, що виділити серед них суто правові норми того часу практично неможливо. Тому можна сміливо вважати дії старійшин із охорони і тлумачення норм та правил поведінки, давніх ритуалів ***елементом інформаційної політики***. *Функція інформування в їхній діяльності тісно переплілалася з функцією переконання, формування думки громади на власну користь.*

1.6.2. Комунікація та іміджетворення в релігійному середовищі

Окрім вождів, а згодом – державців, була ще одна сила, якій підпорядковувалися всі їхні піддані – ***служителі релігійних культів,*** або ***святці (віщуни, чаклуни, волхви, жерці, друїди),*** які з'явилися в первісному суспільстві, і вже в давніх державах досягли могутності. Багато в чому вони були зобов'язані цим своєму *іміджу*, який формували як для вождів, так і для простолюду. Опікувалися вони й іміджетворенням "сильних світу", оскільки були зацікавлені в їхній підтримці. Вони, як "люди богів", були наділені великою владою й могутністю, оскільки тільки вони могли встановлювати зв'язки з потойбічним світом і надавати земному світу послуги шляхом проведення звичайних та урочистих священнодійств, культових ритуалів, рекомендацій та застережень унаслідок власних провидінь, віщувань. Святці мали також неабиякі організаторські здібності, уміли надихнути, спрямувати і повести грома-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Репозиторій для друку

ду в бажаному напрямі із заданою метою. Сучасні дослідники в галузі науки управління схильні бачити в прадавніх ***служителях релігійних культів первісних PR-менеджерів***.

Найбільшої влади та вправності у протоPR як *очільники стародавніх культів* набули ***жерці***. ***Жрецтво*** виникло ще за часів існування первісного суспільства (у неоліті або навіть мезоліті) одночасно з появою первісних релігійних вірувань. Для "спілкування" з духами та душами померлих потрібні були особливі люди, які мали або певні надзвичайні здібності, або більше знань і досвіду. Жерці не лише здійснювали релігійні обряди, а й турбувалися про збереження знань про навколишній світ, допомагали порадами та лікували. Первісних жерців називали чаклунами, віщунами, адже вони виконували відомі лише їм рухи й вимовляли особливі звуки чи слова – "віщували", "чаклували".

Із появою цивілізації жерці зосередили у своїх руках велику владу й могутність, оскільки тільки вони могли встановлювати зв'язки з потойбічним світом і надавати земному світу стійкість шляхом проведення звичайних та урочистих служб.

Жрець носив білий одяг із льняної тканини (вовняний був категорично заборонений) дуже простого крою. За взуття були шкіряні білі сандалії (прості люди взуття не носили). Важливою умовою було суворе дотримання особистої гігієни, жерця пізнавали по голеній голові. Жрицями були й жінки, до того ж на доволі високих посадах.

Жерці мали різноманітні функції: одні виконували важливі культові ролі, інші були читцями і знавцями священних текстів, писарями, співцями й музиками, рахівниками, наглядачами, виконували інші господарські та адміністративні обов'язки аж до таких, що були пов'язані із застосуванням фізичної праці.

Важливим позитивним унеском релігії у становленні цивілізації була участь жерців у започаткуванні та розвитку наукових знань. Необхідність вимірювання земельних ділянок після розливів річок зумовила розвиток геометрії, передбачення розливів – астрономії, обчислення часу. Будівельні роботи стимулювали розвиток інженерних знань.

Жрецтво гуртувалось у храмах, які були місцем культових церемоній і сховищем культових цінностей. Жерці мали монопольне право на відправлення культу та тлумачення волі богів; їм належало також проведення поховальних церемоній, вони здійснювали муміфікацію трупів і вели нагляд за поховальними спорудами. Усе

Видання підготовлено в межах проекту "Університет для України"

це надавало їм особливого становища в суспільстві й робило фактичними власниками колосального храмового майна. Жерці брали участь у керуванні державою, впливали на політику. Це була потужна суспільна сила. Навіть державці підкорялися їм.

Жрецтво чимало зробило для розвитку і розквіту цивілізації. Вони будували величні храмові та культові споруди, під їхнім впливом складалися давня література і мистецтво (живопис, скульптура, архітектура), які внаслідок цього значною мірою мали культове призначення, а консервативний характер давніх релігій накладав глибокий негативний відбиток на їхній розвиток.

Жерці зробили свою *діяльність максимально закритою*. Усі їхні дії, крім масових ритуалів і священних свят, проводилися для вузького кола осіб, яке суворо обмежувалося. Це породжувало справжні легенди про релігійних діячів і служило *потужним засобом формування їхнього іміджу та загального шанування*.

В античному світі – Греції та Римі – жерці були дуже шанованими особами.

Жрецька каста у кельтських племен Західної Європи, що існувала у II ст. до н. е. – I ст. н. е. у дописемну епоху (кінець залізної доби) – ***друїди***. В ірландських джерелах – хроніках, легендах, міфах – повідомляється про функціонування стану друїдів як жрецької касти від 3000 років до н. е. Друїдів називали порізному: шаманами, жерцями, учителями, філософами, проте письмових свідчень вони не залишили, а відомості про них є переважно в працях давньогрецьких і давньоримських письменників. Друїди належать хронологічно до більш пізньої епохи, ніж та, про яку йдеться у цьому розділі, проте у смисловому сенсі вони стосуються цієї теми. Про *слов'янське жрецтво* і служителів язичницького культу –*волхвів*, які були передусім носіями релігійних знань, а також мудрецями, знахарями, лікарями, докладно йтиметься в окремому дослідженні.

Отже, *конфесійний протоPR зародився майже одночасно з виникненням релігійних культів, хоча релігія з'явилася аж ніяк не одночасно із суспільством, із його вірою в щось надприродне. Святці, віщуни, чаклуни, чародії, знахарі, чарівники з'явилися задовго до появи релігій. Їхні дії часто нагадували те, що ми називаємо сьогодні маніпуляцією (вид психологічного впливу, майстерне виконання якого веде до прихованого порушення намірів іншої людини, які не збігаються з її актуально існуючими*

Видавництво Українського Центру "Київський університет"

бажаннями). Вони володіли прототехніками навіювання та сугестії і тим вселяли віру в надприродне й формували власний імідж. Гіпотетично давніх служителів релігійних культів можна вважати протопіарниками давнини.

1.7. Давня писемна комунікація – інструмент протоPR

1.7.1. Ґенеза писемності – цивілізаційний чинник протоPR

Давня писемність як засіб ефективної та продуктивної комунікації стала інструментом формування протоPR. Але в даному контексті є потреба звернутися до позаєвропейського досвіду, оскільки на території нинішніх країн Європи не було ще сформовано писемних цивілізацій. Проте цей "зарубіжний" досвід так чи інакше мав, хоч і опосередкований, але вплив на протоPR у давньому світі.

Багато прадавніх систем письма дотепер не розшифровані. Найвідоміші з них: *ієрогліфічне письмо; складове письмо,* до яких належить фінікійське письмо, що є найвідомішим, тому що зіграло в житті людства дуже важливу роль, оскільки лягло в основу грецького письма, від якого походять латиниця, кирилиця і, відповідно, більшість сучасних писемностей; *алфавітне письмо* через свою простоту швидко розповсюдилося по всьому світу.

Писемність використовувалася здебільшого в інтересах державців, релігії, магії, фінансів. Поширення грамотності сприяло зростанню адміністрації, підвищення рівня керованості, а також модернізації шрифту в бік більшої простоти. *Писарі вважалися представниками вищого прошарку суспільства*: могли сидіти в присутності знаті, отримували кращі продукти харчування, не платили податки. У народі їхня професія вважалася престижною.

Оцінюючи внесок письма в історію соціальних комунікацій, Інніс зазначив, що *переважання каменю як основного засобу комунікації певним чином вплинуло на характер писемності*. Рання писемність була піктографічною, причому повторюваний набір одних і тих самих малюнків позначав не ідеї чи об'єкти, а слова та склади. Прогрес у технології виготовлення папірусу не

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вертикальний друк

став логічним кроком до змін писемності. Так само не особливо вплинуло на цей процес і винайдення паперу.

Розвиток писемності став чи не найважливішим рушієм розвитку комунікацій, як міжособистісних, так і державних. Здатність записувати, а відтак – фіксувати й поширювати, передавати на відстані та в часі (прийдешнім поколінням) відомості, думки й судження стала визначною для розвитку протоPR, оскільки відтоді повідомлення однієї людини було доступне для численної аудиторії. Вплив на неї формував *суспільну думку*.

Писемність була напрочуд потужним засобом фіксації, акумулювання та розповсюдження інформації, а також потужним засобом поширення й популяризації відомостей, даних і знань, передавання неабиякого життєвого досвіду тощо. Писемність як інструмент передавання інформації тогочасним і прийдешнім поколінням сприяла здійсненню своєрідного PR історичної епохи та її безпосередніх учасників. Таким чином почав формуватися *постPR*, який був сповнений звичайно ж домислами та гіперболізацією, метафорами й образністю відтворення реальних подій (подекуди оповіді та перекази трансформувались у легенди), проте він був і залишається яскравим та цінним свідченням епохи.

Неможливо переоцінити роль виникнення писемності. Це було не просто фіксування інформації чи колосальне акумулювання її. Це було послання в далеке майбутнє і водночас один із засобів впливу як на сучасників, так і прийдешні покоління, потужний засіб формування суспільної (громадської) думки про цивілізаційні культури давнини.

1.7.2. Літературні пам'ятки стародавніх цивілізацій у контексті протоPR

На *європейському континенті* до епохи античності тривав дописемний період історії. Тому немає належних підстав говорити про твори, які аналогічні таким, як шумерський історико-героїчний *"Епос про Гільгамеша"*, де головний герой з метою переконання користувався прийомом наполегливих повторів, змушуючи послів змінити своє рішення, чим досяг своєї мети – народ пішов проти

Видавництво "Київський університет" Версія не для друку

ворога і розбив його, – це можна вважати одним із найефективніших зразків використання *технологій протоPR у давнину.*

Давньоєгипетське *"Величання переписувачів"* – чудова величальна *стародавнім копірайтерам*, які у своїх творах створили неймовірний PR тогочасній добі. Вони були дійсно протопіарниками, які залишили нащадкам неперевершений писемний портрет епохи, адже один із папірусів містить чудовий текст, де оспівувалися автори стародавніх повчань: "Мудрі писарі ….. Їх імена збережуться навіки. Вони пішли, завершивши своє життя. Вони не будували собі пірамід з міді і надгробків з бронзи, не залишили після себе спадкоємців, дітей, що зберегли їхні імена. Але вони залишили свою спадщину в писаннях і повчаннях, зроблених ними. Їхні піраміди – книги, їхнє дитя – перо. Їхні пам'ятники покрилися брудом, гробниці їхні забуті. Але імена їхні вимовляють, читаючи книги, написані за життя, і пам'ять про тих, хто написав їх, вічна. Стань писарем, щоб ім'я твоє стало таким самим. Книга краще цвинтаря, краще розкішного палацу, краще пам'ятника і храму. Написане в книзі зводить піраміди в серцях тих, хто повторює ім'я її автора. Людина згасає, тіло стає прахом, всі близькі зникають з землі, але писання змушують згадувати її устами тих, хто передає його ім'я в уста інших*"*. У цих рядках – мотив "*нерукотворної пам'ятки*", що прозвучав ще в кінці II тис. до н. е. Рядки ці є свідченням пошани, поваги й подяки мудрим авторам, які збагатили культуру своїми творами.

Такі думки могли з'явитися тільки там, де любили та цінували літературу, де творчу працю заслужено вважали вищим досягненням людини і поважали освічених людей. Ці пам'ятки свідчать про те, що писарі переважно були вихідцями із правлячих верств, оскільки вправно володіли грамотою, і становили вельми привілейований прошарок, що в основному займався адміністративно-господарчою діяльністю. Серед них були люди обдаровані й допитливі, яких не могла задовольнити рутина чиновницьких обов'язків, що прагнули до знань і творчої роботи. Вони і ставали письменниками, безпосередніми творцями культури, а по суті вони "за сумісництвом" були "піарниками" своєї доби.

Уваги заслуговує й арамейська та єгипетська дидактична і повчальна література, тексти якої ілюструють як окремі, здатні до маніпулювання, особи – *промовами* чи *повчаннями* намагалися вельми активно впливати на думки й почуття людей. *Ефективність повчань і промов була велика за часів відсутності*

грамотності, виголошені публічно вони мали потужний вплив на широкі верстви населення. Взірцем спроби здійснення впливу на населення в Стародавньому Китаї є вельми цікавий *"Маніфест освіченого монарха про обговорення заходів допомоги населенню"* імператора Вень-ді (правив 176–156 рр. до н. е.). Важко судити, наскільки відвертими були думки автора, який написав цей текст, але його актуальність подекуди вражає. Нині виголошується чимало промов про необхідність поліпшення життя народу, проте мета багатьох із них – створення позитивного іміджу оратора. Важливо те, що той маніфест був спробою поліпшення відносин між державцем і його підлеглими. Це був акт, який нині називаємо зв'язками із громадськістю.

Відтак, давні цивілізації створили писемність і неперевершені пам'ятки літератури, що мали змогу засвідчити наявність у ті часи провладного протоPR, який мав як державницьку, так і політичну й соціальну спрямованість, виявили прагнення до суспільної згоди, не дивлячись на те, що йдеться про країни, де панували режими деспотій. Але влада і населення тим чи тим чином комунікували, хоч однобічно, несиметрично, не системно, проте зв'язок між ними був і чекав до часу, поки населення не стало громадськістю, сформувавшись політично, ментально, економічно, моральнісно. Цей досвід став плідним для Європи вже в епоху античності.

1.7.3. Біблія – ідеологічний інструмент глобальної вказівки й документ протоPR

Літератури давніх цивілізацій мали значний вплив на розвиток людського суспільства. Але цілком осібне значення у зародженні протоPR мали ***священні книги*** основних світових релігій. Френк Джефкінс, роздумуючи про *зародження PR*, зауважує: "Можна сказати, що *священні книги світових релігій – це паблік рилейшнз, в якому стародавні писарі намагалися передати розуміння своєї віри"*. Відтак у деяких прийомів зв'язків із громадськістю багатовікова історія.

Біблія – це бестселер, найпоширеніша книга всієї історії людства. За даними Книги рекордів Гіннеса, за період 1815–1975 рр. було надруковано 2500 млн примірників Біблії. На сьо-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

годні Святе Письмо можна читати (частково і повністю) більш ніж 2800 мовами світу. Тобто Біблія доступна 98 % населення нашої планети. Те, що Книга книг не втрачає своєї популярності та статусу духовного й моральнісного наставництва упродовж тисячоліть свідчить про те, що це чи не найуспішніший і найефективніший за всі часи існування людства PR-проєкт.

Біблія – священна книга християн, одна з найвизначніших пам'яток світової релігійної думки, яка міцно вросла в духовність і культуру багатьох народів. Створювалася вона від XII ст. до н. е. майже півтори тисячі років у процесі дослідження, редагування, канонізації релігійних текстів. Записували Біблію люди найрізноманітнішого походження та різних занять. Святе Письмо писали принаймні на трьох континентах і трьома мовами: староєврейською, арамейською та грецькою. Зважаючи на це, у ній використано велику різноманітність засобів і способів впливу на колективну свідомість, що в подальшому лягло в основу суспільної думки.

Біблія містить *різні* ***за змістом і формою*** *твори, які писали люди, натхнені Святим Божим духом – як лист Бога до людей*, що засвідчують *різноманітність способів пізнання, осмислення дійсності, формування світоглядних засад,* спроб заглянути в майбутнє людства. Сюжети Святого Письма об'єднані могутнім духовним змістом. Для людства цей твір виявився актуальним протягом тисячоліть джерелом пізнання людської природи, психології, критерієм мотивацій, керівництвом до дій.

Біблія багата своєю ***жанровою розмаїтістю***. *Епос* представлений сюжетно-описовою оповіддю про богатиря Самсона; в історії Йосипа простежуються композиційно-стильові особливості *роману*, а події у книзі Рут подані у формі, наближеній до *новели*. Доволі колоритні *есе*, представлені у книзі Екклезіаста. Міцно вкоренилися у свідомість людства *приповідки, афоризми*. Є в Біблії *історичні хроніки, юридичні кодекси, зразки ораторського мистецтва, весільні пісні, інтимна лірика тощо*.

Святе Письмо містить Книги ***повчальні, поетичні, філософські, пророчі.*** Їхнє призначення й мета обумовлені цілями впливу на колективну свідомість і відповідним підбором технологій впливу.

До ***повчальних творів*** належать ***Притчі Соломона***. Різні теми обговорює Соломон: сутність і природа мудрості та розуму, взаємовідносини подружжя й батьків із дітьми. Він змальовує ідеал

трудящої та господарської людини і лінивця, марнотратника. Розмірковує над мірою лиха від надмірного вживання вина і "тенет блудниці". Різні життєві ситуації стають об'єктом "мудролюбства" автора притч, що не втратили своєї актуальності й дотепер.

Пісня над Піснями – високохудожня зворушлива *поема про кохання* і вірність. Зв'язок натхненних художніх засобів, що відтворюють чари кохання, пронизують усю поему. У тексті поеми немає жодного звернення до надприродного. Вона насичена ніжністю та втіхами від подружньої любові. Ця поетична книга про палке кохання і любов у контексті PR може розглядатися як пропаганда щирих почуттів, сімейних цінностей, високої духовності, що не позбавлена звичайних радощів життя.

Філософські ідеї книги *Йова рефлектують споконвічне питання моральнісної етики:* чому існує зло, чому страждають люди. Філософія книги спонукає до розміркувань: звідки взявся Сатана-диявол – джерело зла, причина страждання людства, для чого він толерується Богом, коли ж, кінець-кінцем, Сатана буде усунений. Питання гострі й стосуються ролі Бога у драматичній історії людства, що потребують пояснення наявності зла у втіленні Сатани як антитези Бога, який є втіленням абсолютного добра та гармонії.

Поставлене у філософській площині діалектичне питання добра і зла доволі успішно може бути екстрапольоване у сферу соціальних комунікацій. Зло, яке може вчинити недобросовісна, нечесна, маніпулятивна комунікація, суперечить професійній етиці PR, про що записано у кодексах професійної етики. У цих документах чітко прописано, що є зло у професійній PR-діяльності, як його не допустити і як йому перешкодити.

Пророки відіграли важливу роль у викритті релігійного формалізму й утвердженні етичного монотеїзму. Кожен із пророків висловлював ці ідеї у міру своєї освіченості й інтелекту, таланту та здібностей, але виявили вони себе як професійні PR-фахівці, оскільки зуміли донести головну ідею й переконати в її доцільності. Пророки поширювали та пропагували біблійні заповіді, якими за життя повинен був керуватися кожен віруючий. Заповіді акумулювали моральний закон, що регулював внутрішньо корпоративне життя прихильників християнського культу. Біблійні заповіді стали основою ***корпоративного PR християн***.

Очевидно, що книги Біблії *повчали, наставляли, виховували моральність, працелюбність, чесність, формували етику міжо-*

Видання підготовлено в рамках проекту "Університетський науковий центр Вежа" Київського університету імені Бориса Грінченка

собистісних стосунків, спонукали до самопізнання та самовизначення тощо. Іпостась Бога як вищого авторитету відігравала в цьому ключову роль. Уже в перших книгах Біблії, присвячених грандіозній картині створення світу Богом із хаосу, представлена *творча, креативна діяльність* Бога протягом шести днів творення, кожен із яких підсумований результатом успішності: "І побачив Бог, що це добре". Це своєрідна ***самопрезентація*** Бога, яку могли спостерігати лише ангели. Цікавий перший день створення з позиції PR: "І побачив Бог світло, що воно хороше, і відділив Бог світло від темряви". Відділити "світло від темряви", доцільне від невдалого, хороше від поганого, моральнісне від ницого – хіба це не одне з найголовніших завдань сучасного фахівця зі зв'язків із громадськістю?

Розповідь про створення світу – виявляє неабиякі здібності Бога до ***таймменеджменту*** (чітко розділено час і завдання, які треба виконати, їхня послідовність, черговість), організація простору й управління. Варто звернутись до цитати із книги Екклезіаста, одного з найглибших філософських трактатів, щоб переконатися, наскільки актуальними донині були діла Творця і яку вивірену ***модель менеджменту*** й *доцільності життєвих справ* було запропоновано людям: "Для всього свій час, і година своя кожній справі під небом: "час родитись і час помирати, час садити і час виривати посаджене, час вбивати і час лікувати, час руйнувати і час будувати, час плакати й час реготати, час ридати і час танцювати, час розкидати каміння і час каміння громадити, час обіймати і час ухилятись обіймів, час шукати і час розгубити, час збирати і час розкидати, час дерти і час зашивати, час мовчати і час говорити, час кохати і час ненавидіти, час війні і час миру!" [*Екклез. 3:1–8*]. Тож не без підстав Біблія розповідає про Бога як про джерело буття, добра та гармонії.

Інший, більш важливий сюжет – акт створення Богом людини, який супроводжується певною урочистістю: "…створимо людину за образом нашим і за подобою нашою…". *Створити за образом і подобою – імовірно, цим самим сьогодні й займаються* ***іміджетворці****, формуючи в очах суспільства образ політика, підприємця, громадського діяча за аналогією з відомим зразком, який сприймається суто позитивно в суспільстві.* Славетний іміджетворець Бог створив людину за своєю подобою. Творець бачив божественність людини в тому, що вона стане господарем на землі (пануватиме

над тваринним і рослинним світом, використовуючи при цьому розумний підхід до всього) [*Буття 2:28*] і, у такий спосіб, стане "вінцем творіння", подібно до того, як Бог править Усесвітом.

Наступним креативним проєктом Творця, що засвідчив акт творіння, стало *створення жінки "тілом від тіла, ребром від ребра" чоловіка*. Створивши помічницю для чоловіка, вдруге відбулася *самопрезентація*, адже Єву було створено *за подобою подібного до* Бога. Гріхопадіння перших людей (тобто порушення єдиної заборони Бога – не їсти плодів із дерева добра та зла) – моральнісна криза, що засвідчила кінець "золотого століття" для людини, відмежувала той час, коли у світі панував ідеальний лад, гармонія між Богом і людиною, людиною та природою, людиною й людиною. У цьому винна людина, яка своїм непослухом порушила гармонію, і таким чином, позбавила себе благословень Бога та його захисту. Нині людям залишається сподіватися лише на милість Бога. Він обіцяє допомогти людям перетворити землю на прекрасний рай, яку "успадкують праведні (тобто слухняні Богові) люди і повік будуть жити на ній [*Пс. 37 : 29*]. На цій землі буде гарна екологія, не буде злочинності, хвороб і, навіть, смерті: Він (Бог) витре кожну сльозу з їхніх очей, і вже не буде ні смерті, ні жалоби, ні голосіння, ні болю. Колишнє минуло [*Об'явлення 21 : 3, 4*]. Також люди будуть забезпечені змістовною та цікавою працею: “Мої обранці сповна насолодяться працею своїх рук. Не будуть вони трудитися марно“ [*Ісаї 65:22, 23*]. Але перед тим, як землю стане раєм, має відбутися певний ряд подій, а саме:

1. В останні дні цієї системи весь світ буде сповнений горя і страждань (землетруси, голод, епідемії, війни). Про ці події попереджав Ісус у Святому Письмі. Сьогодні вони виконуються у глобальному масштабі [*Матвія 24:7–14*].

2. Також бачимо виконання пророцтв про те, як будуть поводитись люди в останні дні [*2-е Тимофія 3:5*].

3. Завершальним етапом стане Божа війна з винищення зла на землі (Армагеддон) [*2-е Фесалон. 1:6-9*].

4. Переживуть Армагеддон лише слухняні Богу люди.

Перетворюючи землю на рай, люди поступово йтимуть до досконалості, ще більше розвиваючи плоди духа (Божі риси): милосердя, доброту, великодушність і т. п.

Видання підготовлено
"Київським університетом
ім. Бориса Грінченка"

"Золоте століття", відтак, цілковито пішло в небуття. На знак цього на небі з'явилась веселка, яку Бог підвісив на хмарах як *знак миру*. Імовірно, це був перший в історії ***логотип***, що уособлював сутність Бога, який одночасно карає та спостерігає.

Нести слово Боже людям, навчитися говорити мовою Бога – це чи не найвище призначення проповідника. ***Пояснення, роз'яснення, мотивація –*** *одна з функцій PR. Фахівець із зв'язків із громадськістю має вміти переконувати людей.* Це вміння асоціативно згадується під час читання священних текстів про Мойсея. Яхве (Єгова)[2] з'явився герою у вигляді палаючого, але не тлінного куща. Він вибрав Мойсея, щоб той допоміг звільнити народ від неволі й вивести його в широку та простору державу, де тече молоко і мед. Мойсей висловив сумнів щодо того, чи повірить йому народ, і тоді Бог показав йому свої чуда. Коли ж Мойсей послався на свою важку вимову, то Бог пообіцяв "бути при вустах його" і *навчити його, що говорити*, а також дав йому в поміч брата Аарона, який *умів говорити. Тобто ораторське мистецтво (уміння говорити із упевненістю) розумілося як потужна технологія протоPR*. На народ ізраїльський подіяв протоPR у вигляді проповіді Мойсея і його своєрідного *прес-секретаря, помічника з риторики* та *спічрайтингу* Аарона.

Біблія як ***ідеологічний інструмент у системі глобального духовного впливу на людство*** *посідає особливе місце, оскільки в її сюжетах відтворилася моральність персонажів безвідносно до того, були за цими сюжетами реальні події та суб'єкти чи ні. За цим алгоритмом моральнісних стандартів протягом багатьох століть програмувалася моральність і психологія людства. Деякі сюжети зі Священного Писання виявляють моральнісний* ***імідж*** *персонажа, а враження, що він по собі залишив, створили потужний* ***постPR*** і стали ***образами-символами***, які надихали митців усіх часів і народів на сюжети, метафори, алегорії, афористичність, живили поетику їхніх творів. Зокрема це очевидно на взірцях жіночих образів-персонажів. Такою є біблійна історія про *Вірсавію,* ім'я якої стало втіленням душевних мук, суперечливих емоцій (переживання над втратою коханого чоловіка і радість нової любові, біль і розпач утрати первістка й подальша радість, гордість за іншого сина – славетного Соломона). В інтерпретації живописців

[2] Єгова – ім'я Бога.

цей образ утілив трагізм душевних страждань жінки. Рембрандт створив за сюжетом її життя своє психологічно глибинне полотно, сповнене чуттєвості та трагізму.

Біблійна *Юдифь* – жінка, що стала символом безстрашності та сміливості у протиборстві з ворогом, узагальнюючий символ правосуддя, яке жінка творить над ворожою силою. Цей образ виявився надзвичайно затребуваним у мистецтві, починаючи із Середньовіччя. У живопису Відродження образ Юдифі популяризували Ботічеллі, Донателло, Мікеланджело, за епохи модерну – Тиціан, Веронезе, Караваджо, Рембрандт, Рубенс, взірці початку XX ст. авторства Г. Клімта та Ф. Штука. Образ Юдифі поширився в європейській літературі починаючи з давньоанглійської поеми "Judith", її згадали Чосер, Данте. Також любили його митці періоду Ренесансу. Мартін Лютер рекомендував цей сюжет драматургам. Образ зберіг популярність у XVII–XIX ст. У XX ст. користувався увагою символістів, його інтерпретували М. Гумільов, К. Бальмонт, А. Ахматова, М. Цветаєва, О. Мандельштам. Дуже багато є музичних творів, де фігурує Юдифь. До найвідоміших належать твори Скарлатті, Вівальді, Моцарта, Бетховена. Така популярність – потужний постPR біблійного персонажа.

Не менш PR місткою є також біблійна історія *Есфір (Естер*), яка була не тільки вродлива, тиха, скромна, але енергійна й палко віддана своєму народу та Богові жінка, яка стала символом тираноборства та протистояння деспотії. Мужня Есфір під страхом утрати свого становища й життя, усупереч суворим підвалинам патріархального суспільства, виявила неабиякий патріотизм і безстрашність. На згадку про її вчинок в іудеїв установлено особливе свято Пурім. Це реально кращий PR учинкам Есфір, її постPR. Але він мав і традиційний характер. Образ Есфірі багато століть надихав митців. Художники італійського Ренесансу С. Ботічеллі, А. Мантенья, Я. Тінторетто відтворили на своїх полотнах події, пов'язані з її життям. Її писали Рубенс і Рембрандт; в інтерпретації останнього історія непростих людських стосунків перетворилася на справжній психологічний трилер, їй присвятив свою ораторію Гендель, а визначний французький драматург Расін написав трагедію "Есфір". 1986 р. фільм "Есфір" зняв ізраїльський кінорежисер Амос Гітай. Відтак у мистецтві відбувся постPR цього біблійного персонажа.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

У Біблії бачимо й інші ***алегорії, символіку*** та ***метафори***, які на сучасний манер можуть називатися своєрідними ***PR-інсталяціями***. Вони як фактологічного, так і конантивного (поведінка, вчинки) характеру. За допомогою *видінь, символів, жестів, атрибутики* пророки передрікали драматичні, або й трагічні події майбутнього, показували, яким буде покарання за гріхи, тобто неетичні, аморальні вчинки. Наприклад, шматки розірваного одягу – заколот племен, що призведе до розбрату і розмежування влади у країні за часів Соломона; облога Єрусалима – малюнок на цеглині, а кількість днів голодування – 430-денна тривалість облоги; зрізане волосся, борода, розділена на три частини, що відповідно спалені, порубані й розвіяні за вітром – алегоричне уявлення долі іудейського народу: частина загине у вогнищі міста, друга – звойована, третя – розсіється по світу.

Деякі пророки викладали пророцтва ***у письмовій формі***. Потім зачитували їх громаді або ж залишали для прийдешніх часів, тобто тим чи іншим чином вони їх оприлюднювали і при цьому намагалися *вплинути на громаду, тогочасну чи прийдешню*. Деякі записи збереглися, багато було втрачено, але не безслідно. Вони стали джерелом для "історичних книг".

Як в "історичних", так і у священних книгах пророки постають як ***соціальні технологи*** й ***політичні консультанти***. Пророк Ісая вважав, наприклад, що складні політичні обставини, які склалися в результаті загрози з боку Ассирії, є наслідком релігійного й морального падіння суспільства: у країні поширювалися культи чужих богів, на капищах Молоха, поблизу Єрусалима, приносили у жертву дітей. Можновладці, користуючись своїм становищем, гнітили та грабували людей, їхня жага до наживи не мала меж – актуально донині.

Пророк Єремія зробив чимало *символічних учинків*, які повинні були підкреслити можливі сумні наслідки хибної політики. *Мовою сучасної теорії PR їх можна назвати* ***спеціальними PR-заходами,*** що також мали ***цілеспрямовану символіку***. Так, за вказівкою Єгови, він розбив глиняний глек, що розлетівся на тисячі уламків. Тим він продемонстрував, як буде розсіяний по світу народ ізраїльський. Іншим часом Єремія взяв льняний пояс і, віднісши його до Євфрату, сховав у розщелині, де пояс поступово згнив: подібна доля передбачалася юдейському народу. Перед царем Седекією Єремія з'явився з ярмом на шиї,

підкреслюючи прийдешню долю народу, який нестиме ярмо, якщо не прислухається до слів пророка. Після того як обіцяна катастрофа вибухнула, Єремія втішав: коли народ покається і щиро стане поважати Яхве, він зрозуміє, що платить не за гріхи батьків, а за свої власні. Старозавітний законник роз'яснював *принцип особистої відповідальності людини за її діяння*. Вчинки та проповіді цього пророка зрозумілі, незважаючи на символіку й алегорії.

У Книзі пророка Йоіла бачення прийдешніх часів уражає оптимізмом: Яхве вдихне в людей Святий Дух і ті зможуть пророкувати, тобто люди стануть подібні пророкам, будуть нарівні з богообраними. Це може тлумачитись і як залучення широкого загалу людей до *PR-діяльності з використанням ораторського мистецтва й риторики*, і як залучення людей до вищого Знання. На сьогодні в колі таких знань є ***наука суспільної згоди – PR.***

Якщо розглядати PR як деяке сакральне знання, то основні моральні засади цієї сфери діяльності частково викладені в Біблії. Особливе значення тут має *Книга притч Соломонових*. Багато із притч можуть бути і сьогодні використані як настанови й рекомендацій для публічних людей: державних діячів, політиків, бізнесменів, комерсантів, адже переважна більшість притч пов'язана з повсякденним життям, у них мало релігійних елементів. Зокрема, заслуговує на увагу теза про мудрість: "Мудрий той, хто в будь-якій життєвій ситуації зуміє вибрати правильний шлях, дурний той, хто поступово втрачає свій шлях". Саме "шлях мудрості" має пропонувати суспільству консультант із PR.

Місце Біблії в сучасних суспільних дискусіях можна назвати почесним, впливовим. Почесність визначається історичним унеском у цивілізаційний розвиток людства, впливовість – практичною значущістю, здатністю відповідати на злободенні виклики сучасності. Історія і сучасність збігаються навколо Біблії. Вважаючи Святе Письмо фундаментом європейської культури, є підстави розглядати його в контексті європейського протоPR, адже біблійний текст має свій неперевершений метамасштаб і став основою християнської релігійної традиції, що нині охоплює 1/3 земної кулі. Запропонована концепція намагається підтвердити гіпотезу, що *протоPR і Біблія як його гіпертекст існував із прадавніх часів і був ефективною та успішною соціальною комунікацією*.

Випущено у авторській редакції
"Київський університет"
Версія не для продажу

Висновки до розділу 1

1. Комунікація виникла та розвивалася одночасно з людиною, її свідомістю та соціалізацією. Комунікація у первісному суспільстві була дуже примітивною, оскільки кількість комунікантів була обмеженою, а їхня взаємодія відбувалася виключно на інстинктивному рівні наслідування та не вимагала цілеспрямованого спілкування, вияву індивідуалізації. Потреба цілеспрямованої й доволі стійкої комунікації виникла зі зміною суспільного устрою. Комунікація поступово ускладнювалася, проте ще на початку епохи неоліту тривалий час продовжувала залишатися виключно засобом передавання відомостей.

Комунікація на ранньому етапі виконувала виключно функцію інформування, однак не мала спрямування і зворотної дії. З часом люди зрозуміли, що задля життя в суспільстві їм необхідно підтримувати згоду, яка досягалася шляхом міжособистісної та групової комунікації завдяки вмінню переконувати, впливати. Заради цього первісні люди вдавались до актуальних і донині засобів: переконання на власному прикладі, заохочення шляхом надання певних матеріальних дивідендів, авторитет (здебільшого здобутий силою), інші способи впливу, що передбачали аргументоване доведення істинності того чи іншого твердження, думки, оцінки. Зусилля зі створення необхідної колективної думки виявилися початковим етапом виникнення протоPR.

2. Передумови виникнення протоPR: соціальні – трансформаційні зміни в суспільстві (перехід від матріархату до патріархату); суспільні – необхідність у спілкуванні, передавання інформації; економічні – поділ праці, розвиток виробничих процесів. Вони заклали базові підвалини появи протоPR

3. Виникнення протоPR зумовили такі чинники: *суспільно-еволюційні*: зграя, рід, родоплемінна громада, зміна матріархату патріархатом, поява чоловічих товариств, які започаткували професійні сленги, іміджетворення та самопіар; *класове розшарування суспільства*; *соціально-економічні*: розвиток трудової діяльності, ускладнення процесів створення знарядь праці та засобів життєдіяльності; *антропологічні, ментальні й інтелектуально-психологічні:* поява мови та мовлення, їхня єдність зі свідомістю та мисленням, формування світогляду, вірувань, міфології, релігії; *комунікаційні*: виникнення першооснов комунікації сприяло

Видавничий центр "Київський університет" Зразок для друку

необхідності реалізувати базову функцію цієї діяльності – передання інформації щодо досвіду знань, умінь, відомостей.

4. Основні функції протоPR: вирішення конфліктів і досягнення згоди; самоідентифікація й самопрезентація, що заклали основи створення і пропаганди іміджу; формування та підтримки влади; інформування, що дало можливість опосередкованого спілкування людей не тільки в просторі, а і в часі.

5. Технології протоPR уже в давнину використовувалися у воєнних цілях і переслідували очевидну мету – завоювати ворога. Досягали цього різним чином та засобами, але люди здавна усвідомили необхідність впливу на психіку ворожих сил під час збройних зіткнень, тому значного поширення набули методи інформаційно-психологічних війн. Свідоме застосування вербальних, візуальних і предметно-зображальних засобів впливу, що мали певні символічні значення, з метою зниження бойових можливостей супротивника почалось на одній із перших стадій розвитку силових структур та воєнного мистецтва.

Розвиток людського суспільства зумовлював виділення серед рівноправних членів общин, родів, племен правлячої верхівки – вождів, старійшин, святців. Мало було стати вождем, треба було зберегти своє становище на якомога довший термін. Тому функція інформування в їхній діяльності тісно переплiталася із функцією переконання, формування думки громади на власну користь. Це ефективно забезпечувала релігія.

6. ПротоPR у духовній сфері розвивався завдяки особам, що стали святцями первісних релігійних культів. Домінування в суспільстві культів і вірувань відбулося завдяки еволюції лідерства від раціонального до харизматичного, у процесі набуття яких використовувалися засоби самопіар та самопрезентації.

Комунікація в релігійному середовищі відбувалася завдяки відправі священнодійств, культових ритуалів, провидінь, віщувань. Святці мали також неабиякі організаторські здібності, умілі надихнути, спрямувати і повести громаду в бажаному напрямі із заданою метою. Багато в чому вони були зобов'язані цим своєму *іміджу*. Опікувалися вони й іміджетворенням "сильних світу", оскільки були зацікавлені в їхній підтримці.

Служителі релігійних культів, або святці (чаклуни, волхви, жерці, друїди) досягли небувалої влади у первісному суспільстві. Сучасні дослідники в галузі науки управління схильні бачити в прадавніх служителях релігійних культів перших PR-мене-

Видавничий центр "Київський університет"

джерів, адже вони одними з перших почали виділяти в процесі комунікації "сегменти цільової аудиторії" і використовували певний набір технологій впливу, серед яких превалювали сугестія, маніпулювання, переконання.

7. Давня писемність як засіб ефективної та продуктивної комунікації стала цивілізаційним чинником протоPR. Давні люди наділяли містикою писемність, яка використовувалася здебільшого в інтересах державців, релігії, магії, із комерційною метою тощо. Писемність уважають цивілізаційним рушієм протоPR, оскільки вона була потужним засобом фіксації, акумулювання, розповсюдження інформації та популяризації відомостей, даних та знань, а також передавання неабиякого життєвого досвіду, що стало концептуально важливим у розвитку протоPR, оскільки повідомлення однієї людини стало доступним для численної аудиторії, відтак впливало на неї, формувало суспільну думку.

Цілком осібне значення у зародженні протоPR мали священні книги основних світових релігій, адже це своєрідні етичні кодекси, в яких їхні стародавні творці намагалися передати своє розуміння моралі та громадського обов'язку людини.

Біблія як документ PR-діяльності та PR-активностей – здібностей, талантів, легендарних постатей давнини – дає безліч можливих тематичних способів читання, із яких найактуальнішими видаються політичні, соціально-економічні, контркультурні, етичні. Святе Письмо в інформаційному суспільстві відкривається не лише як Книга, але й як інтертекст, який наче вбудований в загальний масив інформації і є невід'ємним складником сучасних інформаційних процесів. Біблія – не просто актуальна, але радикальна у своєму зверненні до сучасної людини. У цьому її чи не найбільша соціокомунікаційна роль і сила.

У первісному суспільстві було сформовано підґрунтя розвитку соціальних комунікацій, зокрема PR, було створено зачатки комунікації з метою досягнення миру та згоди, зроблено перші кроки щодо іміджетворення на основі самопрезентації й самодемонстрації. Вагому роль у цьому процесі відіграли протосеміотика, виявило себе харизматичне лідерство, поступово набуваючи форм раціонального. Ці набутки знадобилися на подальших етапах розвитку PR і хоч аналізований період не був вельми плідним, він був необхідним, базовим щаблем розвитку – заклав коріння, із якого виросло розлоге, плідне і життєдайне дерево PR.

Видавництво Державний університет "Київський авіаційний інститут"

ХРОНОЛОГІЯ ДАТ І ПОДІЙ,

що вплинули на появу протоPR у давні часи

Дата	Подія
2,4 млн – 10000 до н. е.	Стародавня кам'яна доба або палеоліт – найдавніший та найдовший період в історії людства. Час мисливців і збирачів. Поява кремнієвих знарядь праці, які поступово ускладнилися
12,000 – 7,000 до н. е.	Мезоліт, Середньокам'яна доба – була перехідною між палеолітом і неолітом
7000 – 4000 до н. е.	Неоліт: початок переходу від привласнювальних форм господарства до відтворювальних, створення культурно-історичних областей, у межах яких розповсюджувалися такі інновації, як відтворювальне господарство, кераміка, техніка відтискання, розщеплення, шліфування, свердління, різноманітні елементи духовної культури
4000 – 3000 до н. е.	Енеоліт (мідно-кам'яний вік), або мідна доба: вищий, порівняно з неолітом, етап розвитку продуктивних сил і виробничих відносин первісного суспільства; період подальшого удосконалення відтворювальних форм господарства (землеробство, скотарство); накопичення продукту, зростання суспільних багатств стимулювало міжплемінний обмін
3200 р. до н. е.	Виникнення клинописної системи письма
3000 – 1000 до н. е.	Бронзова доба: характеризується виготовленням і використанням бронзових знарядь праці та зброї із бронзи, появою кочового скотарства, поливного рільництва, писемності, рабовласницьких держав. Бронзова доба змінилася залізною добою у I тис. до н. е.
3000 р. до н.е.	Початок будівництва Стоунхенджа; першопочатково складався із кільцевого валу з 56-ма дерев'яними стовпами. 2200 р. до н. е. будівництво завершилося
3000 р. до н. е.	Перше відоме використання папірусу
2600 р. до н. е	Поява найстарішої із відомих літератур, що збереглася
1800 р. до н. е.	Виникнення алфавітної писемності
1800-ті рр. до н. е.	Письмові матеріали, знайдені археологами, були прототипом сучасних інформаційних бюлетенів
200 р. до н. е.	Папір винайдено в Китаї

Видавничий відділ Київського університету ім. Бориса Грінченка

Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції

Анімізм – віра в те, що предмети, природні явища, тварини або люди наділені душею. Це також вірування первісних людей в існування духів, одухотворення сил природи, тварин, рослин і предметів, приписування їм розуму, дієздатності й могутності. Звідси виникли погребальний культ, культ предків і розвиток вірувань у потойбічне життя. Анімізм пов'язаний із табу.

Антропогенез – процес походження і розвиток усіх видів роду Люди (Homo), розглянуті в біологічному (еволюція людини), психічному і соціокультурному плані.

Біблія – священна книга християн, одна з найвизначніших пам'яток світової релігійної думки, яка міцно вросла в духовність і культуру багатьох народів.

Бронзова доба – період в історії первісного суспільства, що характеризується провідною роллю виробів із бронзи, що було пов'язано з поліпшенням обробки таких металів, як мідь і олово, одержуваних з рудних родовищ, і подальшим одержанням із них бронзи. Бронзова доба є другою, пізньою фазою епохи раннього металу, що змінила мідну добу (енеоліт) і передувала залізній добі. У цілому, хронологічні рамки бронзового століття: 35/33 – 13/11 ст. до н. е., але у різних культур вони відрізняються. У Східному Середземномор'ї кінець бронзового століття пов'язаний із майже синхронним руйнуванням усіх місцевих цивілізацій на межі XIII–XII ст. до н. е., відомим як бронзовий колапс, тоді як на заході Європи перехід від бронзової до залізної доби затягується ще на кілька століть і завершується появою перших культур античності – античної Греції та Стародавнього Риму. Бронзова доба змінилася залізною добою у I тис. до н. е.

Віра – психічний (ментальний) стан упевненості в істинності будь-чого, який виникає як наслідок пізнавальної діяльності суб'єкта; сприйняття людиною чого-небудь (тверджень, свідчень, фактів тощо) як істинних, правдивих, іноді без попередньої перевірки на основі тільки внутрішнього, суб'єктивного переконання, що сприйняте на віру не потребує більше ніяких доказів.

Волхви – слов'янське жрецтво, служителі язичницького культу. Були передусім носіями релігійних знань, а також мудрецями, знахарями, лікарями.

Вождь – керманич війська, очільник племені або вождівства в суспільних громадах, а також керманич у деяких централізованих недемократичних (тоталітарних або авторитарних) державах та партіях.

Державний устрій – територіальна або національно-територіальна організація держави, що характеризує просторову організацію влади й державне самовизначення населення (нації), що на ній проживає.

Дольмен – споруда нез'ясованого призначення з чотирьох великих вертикально поставлених плит із горизонтальним перекриттям.

Друїди – жрецька каста в кельтських племен Західної Європи, що існувала в II–I ст. н. е. у дописемну епоху (кінець залізної доби).

Видавництво Університетський центр "Київський національний університет імені Т. Шевченка"

Епос про Гільгамеша, або поема "**Про того, хто все бачив**" – один із найдавніших літературних творів людства, один із найкращих творів літератури Стародавнього Сходу та найбільший твір, написаний клинописом. "Епос" створювався аккадською мовою на основі шумерських переказів протягом півтори тисячі років, починаючи із XVIII–XVII ст. до н. е.

Жерці́ (*одн. чол.* ***жрець***, *жін.* ***жриця***) – особи, що здійснювали богослужіння, жертвоприношення в язичницьких релігіях; у наших предків спеціальної касти жерців, судячи з усього, не було; жертви приносив кожен за себе або старший у родині, батько, який був і виконавцем різних обрядів; громадські жертви приносив князь або його боярин; посередниками у відносинах людей із богами у наших предків були волхви. Тому узагальнено всіх давніх язичників, що керували і виконували культові обряди, узагальнено називаємо ***святці***.

Жрецтво – суспільний стан чи кастова група людей, які виконували релігійні обряди. Найбільшого розвитку досягло в Єгипті, Індії, Юдеї. Первісних **жерців** називали ще шаманами або чаклунами, адже для того, щоб привернути прихильність духів, вони виконували відомі лише їм рухи і вимовляли особливі звуки чи слова – "шаманили", "чаклували"

Залізна доба – історичний період, який характеризується початком обробки заліза та виготовленням із нього зброї і знарядь праці. Починається з початку I тис. до н. е. і продовжується до сьогодення.

Знак – матеріальний об'єкт, який у процесах пізнання та спілкування виконує роль представника іншого предмета, явища, дії, і використовується для одержання, зберігання, перетворення та передачі інформації. Знаком можуть бути: об'єкт, зображення, написане слово, що заміняє інше поняття, використовуючи для цього асоціацію, подібність або домовленість (матеріальний об'єкт можуть використовувати для позначення абстрактного поняття).

Ієрогліф – назва писемного знака в деяких системах письма. Ієрогліфи можуть означати як окремі звуки і склади (елементи алфавітного та силабічного письма), так і морфеми, цілі слова й поняття (ідеограми).

Кам'яна доба – доісторичний період часу, упродовж якого люди широко використовували камінь для виготовлення знарядь праці, технологія обробки металу була відсутня. У цю добу використовувались також деревина, кістка, дещо пізніше з'явилась технологія обробки глини, із якої робили посуд. Кам'яна доба поділяється на: *давню кам'яну добу* або *палеоліт,* перехідну епоху – мезоліт, *нову кам'яну добу* або *неоліт*. Кам'яна доба – найдовший період в історії людства.

Кельти – група племен індоєвропейського походження, які в другій половині I ст. до н. е. мешкали на теренах від сучасної Північної та Західної Іспанії до Малої Азії, Угорщини, Румунії та на Британських островах (де сучасні Франція, Німеччина, Швейцарія, Австрія, Чехія, Іспанія, Північна Італія, Велика Британія, Ірландія, частина Балкан), і на заході України. Під сильним впливом культури Греції кельти утворили власну високу культуру, вироби із заліза для рільництва та зброю, а також посуд, роблений на гончарному крузі. Головне заняття кельтів було хліборобство, торгівля власною монетою.

Видавництво "Кафедра" Київський університет

Кельтське язичництво, також кельтське багатобожжя (політеїзм) – це релігійні вірування і практики давніх кельтських народів Західної Європи до періоду християнізації, кельтське язичництво було політеїстичним і анімістичним.

Кромлех – стародавня споруда, як правило, пізнього неоліту або ранньої бронзової доби, що являє декілька поставлених вертикально в землю довгастих каменів, які утворюють одну або декілька концентричних кіл. Часто конструкції такого типу відносять до мегалітів. Іноді в центрі таких споруд розташовується інший об'єкт: скеля, менгір, каїрн, дольмен, галерея або навіть цілий мегалітичний комплекс.

Магія – або **чари** – сукупність дій, що здійснюються з метою спричиняти події шляхом задіяння невидимих чи надприродних сил. Магія є реалізацією магічного мислення. У переносному значенні магія – дещо загадкове, незрозуміле, несподіване, чи те, що відрізняє речі від подібних речей, робить їх привабливими.

Магічне мислення – форма мислення, в якому причинно-наслідкові зв'язки встановлюються на основі віри в тотожність психічної та символічної діяльності з реальною фізичною діяльністю за впливом на світ. Магічне мислення виражено виявляється на первісних етапах розвитку людського суспільства.

Матріархат – період у розвитку первіснообщинного ладу (від палеоліту до розвиненого неоліту), який характеризувався наявністю материнського роду та його домінуванням в первісному суспільстві, у той час як становище жінки й чоловіка в суспільстві було рівним.

Матрілокальність – перша форма спільного проживання шлюбної пари.

Мезоліт, **Середньокам'яна доба** – епоха кам'яної доби (12,000–7,000 до н. е), що була перехідною між палеолітом і неолітом. Збільшується чисельність населення Землі. За підрахунками воно перевищило 5 млн осіб. Технологічні досягнення дозволяють ліпше оволодівати землею, а також змінюють організацію суспільного та духовного життя. З'являються й розвиваються полювання, рибальство, скотарство, збиральництво, хліборобство, ремісництва.

Менгір – доісторична пам'ятка мегалітичної культури, що є вертикально поставленим кам'яним блоком (стовпом, брилою). Доволі часто трапляються у вигляді груп, алей (паралельних рядів).

Мідна доба, **мідно-кам'яна доба**, або **енеоліт** – період в історії первісного суспільства, перехідний період від кам'яної до бронзової доби. Приблизно охоплює період 4–3 тис. до н. е., але на деяких територіях існує і довше, а на деяких відсутній зовсім. Найчастіше енеоліт включають у бронзову добу, але іноді вважають і окремим періодом. За часів енеоліту були поширені мідні знаряддя, але переважали раніше кам'яні.

Монотеїзм – віровчення про існування єдиного Бога, Творця всього сущого, видимого і невидимого, творіннями якого є всі інші істоти, як духовні так і фізичні, що відрізняє його від генотеїзму або політеїзму, виключаючи існування інших, рівних йому божественних істот. Зазвичай монотеїсти приписують Богу риси досконалості, такі, як усемогутність, повсюдність, всезнання, а також найвище благо в етич-

ному розумінні. Визнаними монотеїстичними релігіями вважають: юдаїзм, християнство та іслам, ідея єдиного Бога також присутня у зороастризмі й більшості різновидів індуїзму.

Неоліт, Нова кам'яна доба – період історії людства, який тривав від X до поч. III тис. до н. е. та прийшов на зміну мезоліту, заключний період кам'яної доби; характеризується появою людини сучасного типу, використанням винятково кременевих, кам'яних, кістяних знарядь праці, виготовлених із застосовуванням техніки свердління, пиляння та шліфування; розповсюдженням кераміки, ткацтва (т. зв. неолітична революція); період переходу від рибальства та полювання до землеробства й скотарства.

Обряд – сукупність дій стереотипного характеру, якій притаманне символічне значення.

Палеоліт, Давня кам'яна доба – найдавніший період людського суспільства. Щодо тривалості палеоліту є різні думки (від 3 млн до 100–150 тис. років тому). Кінець палеоліту датується близько 13 тис. років тому (12 000 – 10 000 років до Р. Х.). Це час життя "класичного" неандертальця в Європі, що антропологічно був подібним до сучасної людини кроманьйонця. За палеоліту сформувався первісний лад.

Пантеїзм – філософське вчення, що ототожнює Бога і Всесвіт.

Папірус – аркуш із серцевини очерету.

Парна сім'я – тип родини, який витіснив групові подружжя, що поволі зникали через заборону одружуватися із кровними родичами.

Патріархат – домінування чоловіка в сім'ї, суспільстві, державі.

Первісна зграя – умовна назва суспільних спільнот, в яких жили первісні люди з моменту виокремлення людини зі світу тварин і до формування родових общин у пізньому палеоліті. Первісна зграя – непостійна спільнота, що виникала й розпадалася залежно від зовнішніх обставин.

Первісна община або первісна родова община – основна соціально-економічна одиниця первісного суспільства. Являла собою локалізований, автономний виробничий колектив, що забезпечував усіх своїх членів матеріальними засобами до життя. Первісна община складалася із представників різних родів, які потрапляли до неї завдяки нормам екзогамії. Матеріальне виробництво первісна общини було елементарно простим: розподілу праці на види виробництва та спеціалізації праці ще не існувало. Засоби виробництва і продукти, одержані в процесі виробничої діяльності, перебували в колективній власності. Матеріального заохочення або силового примусу до праці не було, мало місце лише моральне стимулювання праці. Кожен член колективу, незалежно від величини власного внеску в створення спільного продукту, мав право на свою частку в його розподілі. Первісна община складалася зі статевовікових груп, які відображали специфіку розподілу праці за статтю та віком. Кожна статевовікова група виконувала тільки їй притаманні господарські функції й мала свій особливий статус. Типологія первісної общини включає ранньородову, що базувалася на привласнювальному господарстві, пізньородову, побудовану на відтворювальному господарстві, та сусідську, що являла перехідну ланку до ранньокласових суспільств.

Первісність, первісне суспільство – перша стадія розвитку людства, що визначається колективною формою володіння основними засобами виробництва й відносно рівною часткою суспільного продукту, яку отримують повноправні члени його кровноспоріднених колективів, суспільними формами, в основі яких лежать сімейно-родові відносини, та світоглядом, базованим на ритуалі й магії, міфології та інших ранніх формах релігії. Друга стадія охоплює період історії від виникнення людини сучасного типу (Homosapiens) до переходу до цивілізації як ступеня всесвітньо-історичного розвитку людства. На відміну від цивілізації, другій стадії не притаманні станово-класовий поділ, державність, міста, і наявний такий обсяг інформаційно-культурного потенціалу, який у вигляді традиції передається від покоління до покоління.

Піктографія – одна з найдавніших форм писемності через зображення предметів, подій спрощеними умовними знаками, схемами, малюнками; у деяких народів збереглася до новітніх часів. Одиниці такого письма видряпувалися або малювалися. Піктографічне письмо мало тісний зв'язок із живописом, оскільки висловлювало ідею за допомогою символічних зображень облич, предметів, явищ.

Плем'я – об'єднання кількох первісних родових общин, яке має певну територію проживання, свою мову, звичаї, традиції, самоврядування (збори племені, рада старійшин).

Політеїзм – багатобожжя, віра в багатьох богів/богинь, властивий усім первісним релігіям. Протилежне поняття –монотеїзм. Віра в багатьох богів не виключає віри у всемогутнє і всезнаюче верховне божество, що може вважатись царем над богами чи предком богів і людей.

ПостPR – вияв резонансу і впливу на подальше життя суспільства, що мало певне явище чи особа, різниця між легендою і правдою, що залишається з часом.

Правова фікція – явище, характерне для доісторичного суспільства і пізніших народів, які не мали писемної культури та передавали потрібну інформацію лише "обраним" людям.

ПротоPR – набір комунікативних прийомів, який склався історично і передував появі та розвитку зв'язків із громадськістю.

Ранньопервісна громада – виникла до початку пізнього палеоліту, існувала і в подальші епохи кам'яного віку (пізній палеоліт, мезоліт, початок неоліту). У межах ранньої родової общини виділяються два послідовних етапи привласнювальної діяльності: архаїчне і більш розвинене господарство мисливців, збирачів та рибалок. Межею між ними вважають використання нового знаряддя – лука зі стрілами, який сприяв розвитку полювання.

Раціональне лідерство – вибір вождя відповідно до його досвіду, кваліфікації та якості виконання обов'язків.

Релігійні уявлення – політеїстичні вірування стародавнього людства, включають вірування предків: фетишизм, анімізм, тотемізм, магія, шаманізм; припускають, що з політеїзму розвинувся монотеїзм. Релігії минулого містять у собі історичну цікавість, але й наповнені вічним та актуальним незалежно від епохи.

Видання підготовлено в рамках проекту "Конкурс навчальних видань для студентів..."

Релігія – особлива система світогляду та світосприйняття конкретної людини або групи людей, набір культурних, духовних та моральних цінностей, що обумовлюють поведінку людини.

Ритуал – усталена послідовність символічних дій, обрядів, визначена традицією; запроваджений порядок здійснення чого-небудь; різновиди: магічний, релігійний, світський.

Рід – в антропології – форма суспільної організації, тобто група осіб, кровно пов'язаних між собою, що походять від одного предка. В англомовних країнах називається *кланом* або лініджем.

Родова община – історично перша форма суспільної організації людей, де люди пов'язані кровною спорідненістю, у деяких випадках можливою спорідненістю, а іноді допускалася і штучна спорідненість.

Санскрит – стародавня літературна мова, але використовується й досі. Санскрит був та залишається мовою вчених, священників та культури. Вік ранніх пам'яток доходить до 3,5 тис. років.

Свідомість – здатність людини пізнавати навколишній світ і саму себе за допомогою мислення та розуму, у результаті чого формується інтелект особистості.

Святець – служитель та відправник культу, жрець, друїд, волхв, чаклун, священник, священнослужитель, Божий слуга. протопресвітер; (протестантський) пастор; (католицький) ксьондз, канонік, (у каплиці) капелян.

Семіотика – теорія знаків та знакових систем.

Символ – неіконічний знак, зображення, що не має видимої подібності з позначеним предметом. Умовний знак понять, ідей, явищ, або знак, який має сенс.

Соціогенез – процес історичного та еволюційного виникнення і формування людського суспільства.

Союз племен – об'єднання кількох племен, які перебували на стадії військової демократії. У таких союзах вже сильно виділялася племінна знать і спостерігалося розшарування суспільства.

Старий Завіт (**Старий Заповіт)** – перша частина Біблії, в основі якої лежить "Танах" і поділяється на книги Закону (Тора), Пророків (Невіїм) та Писання (Ктувім), що в свою чергу поділяються на історичні.

Стоунхендж або **Стоунгендж** – мегаліт (кромлех), що складається з кількох кіл із велетенських (до 8,5 м висотою) каменів. Розташований в Англії на горбистій пустці за 130 км на південний захід від Лондона на Солсберійській рівнині. Тричі перебудовувався між 3500 і 1100 роками до н. е.

Сусідська громада (община) – територіальна спільність людей, які не пов'язані родинними зв'язками, але займають певну обмежену територію колективно оброблюваних земель**.**

Тотем – істота або предмет, який уважався засновником племені. Як правило, був представлений у вигляді ідола (божества).

Тотемізм – віра в існування кровно-родинного зв'язку між групами людей і твариною.

Фетиш – неживий предмет, наділений, за уявленням віруючих, надприродними властивостями; найпоширеніші: амулети, обереги, талісмани.

Видання підготовлено кафедрою "Філософія та політологія" Волинського національного університету імені Лесі Українки

Харизма – наділення особистості властивостями, що викликають високу повагу до неї та безумовну віру в її можливості; значна обдарованість, особлива привабливість. Подібний феномен характерний переважно для великих груп, схильних персоніфікувати свої ідеали в процесі згуртування, та частіше виникає в екстремальних історичних обставинах, коли харизматичному лідеру приписують усі успіхи його прихильників і навіть явні невдачі обертаються на його користь. Харизма відома з давніх часів, вона притаманна безумовним суспільним лідерам, історичним особам, які виявили безперечну здатність вести за собою людські маси: вожді, пророки, царі, полководці, революційні лідери, голови держав, керівники великих компаній. Харизма – визначальний чинник **харизматичного лідерства.**

Шаманізм – релігійне явище, віра у те, що людина може бути духовним посередником між світом живих і світом духів, зазвичай співіснує з іншими формами магії та релігії; вирізняється вірою в особливо могутні надприродні можливості стародавніх професійних служителів культу, зв'язок із духами, та використанням екстатичних технік.

Контрольні запитання та завдання

1. Схарактеризуйте джерела формування протоPR в умовах первісного суспільства.
2. Проаналізуйте передумови та чинники виникнення протоPR.
3. З'ясуйте основні функції протоPR.
4. Поясніть роль чоловічих товариств у зародженні протоPR.
5. Як відбувалося становлення комунікаційних основ етнічної самоідентифікації засобами протоPR?
6. Який чином зародилися міжетнічні відносини завдяки засобам протоPR?
7. Опишіть іміджетворення у давніх культурах як засіб підтримки лідерства: символи, атрибутика, архітектурні інтенції.
8. Схарактеризуйте створення іміджу служителями прадавніх культів, способи його підтримки як вияви протоPR.
9. Аргументуйте, яким чином Біблія має розглядатися у контексті ґенези PR.
10. Наведіть приклади з давніх літературних творів щодо практики протоPR

Завдання для самостійної роботи

1. Скласти доповідь-презентацію на тему "Символи та атрибутика давніх служителів культів як засіб іміджетворення".
2. Підготувати реферативне повідомлення на одну із тем: "Значення священних книг давнини для ґенези PR"; "Роль протоPR в іміджетворенні давніх цивілізацій"; "Монументальні артефакти протоPR у сучасній Європі", "Особливості протоPR у стародавньому світі: Єгипет, Міжріччя, Давня Індія, Китай".
3. Зробити повідомлення на одну із тем: "Роль знаків та символів у протоPR", "Давні ритуали та обряди як первісні івенти, їх PR-функціональність".

Видано Поліграфічним центром "Київський університет"
Друкується на правах рукопису

4. Прочитати твір давньоіндійської літератури "Махабхарата" і підготувати повідамлення про вияви протоPR у Давній Індії.
5. Прочитати повість Елізабет Герінг "Скульптор фараонів" і зробити повідомлення про PR-роль монументального мистецтва та архітектури в єгипетському суспільстві.
6. Прочитати роман Болеслава Пруса "Фараон" і зробити повідомлення про описаний у ньому PR-захід, який було пов'язано із природним явищем.

Список використаних джерел

1. Афанасьєв І. Ю. Історія PR : навч. посіб. – Київ : Алерта, 2016. – 140 с.
2. Алешина И. В. Обряд как интеграционная форма социальной и культурной коммуникации : автореф. дис. … канд. социол. наук ; спец. 22.00.06. / Алешина И. В. – Москва, 2005. 21 с.
3. Архипов С. В. Роль коммуникаций в ранней истории цивилизаций: вигляд из Москвы и Торонто [Електронний ресурс] / С. В. Архипов. – Режим доступу: svarkhipov.narod.ru/pup/serg.htm (дата обращения: 07.03.2020).
4. Байбурин А. К. Ритуал в традиционной культуре: Структурно-семантический анализ / А. К. Байбурин. – СПб.: Наука, 1993. – 193 с.
5. Беззубова О. В. Коммуникативная концепция культуры Гарольда Инниса [Електронний ресурс] / О. В. Беззубова. – Режим доступу: www.culturalnet.ru/main/getfile/1584 (дата обращения: 07.03.2020).
6. Бочаров М. П. История паблик рилейшнз: нравы, бизнес, наука / М. П. Бочаров. – Москва : РИП-холдинг, 2007. – 184 с.
7. Бузни Е. Н. Историсвязей с общественностью : учебное пособие / Е. Н. Бузни. – 2-е изд. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 224 с.
8. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе // Общественные науки и современность. – 1996. – № 3. – С. 145–152.
9. Каган М. С. Мир общения. Проблема межсубъектных отношений / М. С. Каган. – Москва : Изд-во полит. лит-ры, 1988. – 319 с.
10. Карпенко А. В. Символ. Знак. Образ [Електронний ресурс] / А. В. Карпенко. Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/75678/38-Karpenko.pdf?sequence=1 (дата обращения: 07.03.2020).
11. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов. – СПб.: Питер, 2007. – 384 с.
12. Леві-Строс К. Первісне мислення / К. Леві-Строс ; пер. з фр. / вступ. сл. та прим. С. Йосипенка. – Київ : Укр. Центр духовної культури, 2000. – 324 с.
13. Лосев А. Ф. Знак. Символ. Миф / А. Ф. Лосев. – Москва : МГУ, 1982. – 480 с.
14. Лосев А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство / А. Ф. Лосев. – Москва : Искусство, 1995. – 320 с.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

15. Лотман Ю. М. Избранные статьи : в 3-х т. Т. 1: Статьи по семиотике и типологии культуры / Ю. М, Лотман. – Таллинн : Александра, 1992. – 478 с.
16. Мельник Е. А. Ритуал як засіб створення стереотипів культурних форм спілкування та поведінки / Е. А. Мельник // Гуманітарний часопис. – 2013. – № 1. – С. 62–67.
17. Нечипуренко В. Н. Ритуал: генезис социального бытия и формирование субъективности : дис. … д-ра филос. наук ; спец. 09.00.11 / Нечипуренко В. Н. – Ростов-на/Д., 2002. – 329 с.
18. Нівня Г. О. Ритуал у ракурсі теорії соціальної комунікації / Г. О. Нівня // Наукове пізнання: методологія та технологія : наук. журнал. – 2017. – № 2. – С. 70–76.
19. Очерки истории связей с общественностью / отв. ред. А. Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2005. – 328 с.
20. Подоляка Н. С. Історія зв'язків із громадськістю : конспект лекцій / Н. С. Подоляка. – Суми : Сумськ. держ. ун-т, 2016. – 158 с.
21. Почекаев Р. Ю. История связей с общественностью : учеб. пособ. / Р. Ю. Почнкаев. – СПб. : Питер, 2007. – 288 с.
22. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов : ученик / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук, 2002. – 624 с.
23. Рэдклифф-Браун А. Р. Структура и функция в примитивном обществе. Очерки и лекции / А. Р. Рэдклифф-Браун. – Москва: Изд. фирма "Восточная литература" РАН, 2001. – 304 с.
24. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. – Київ : Либідь, 1996. – 176 с.
25. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – Київ : НМЦВО, 2001. – 560 с.
26. Шишкина М. А. Публичные коммуникации в истории цивилизации (от античности до Просвещения) / М. А. Шишкина. – СПб. : СпбГУ, 2005. – 116 с.
27. Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина. – СПб. : Паллада-медиа, Русич, 2002. – 444 с.
28. Шпаковский В. О. История связей с общественностью: электронный учебник для дистанционной формы обучения [Електронний ресурс] / В. О. Шпаковский, С. В. Шпаковская. – Пенза: Изд-во ПГУ. – Режим доступу: https://www.studmed.ru/shpakovskiy-vo-shpakovskaya-sv-istoriya-svyazey-s-obschestvennostyu_8ce784d6826.html (дата обращения 29.10.2020).
29. Innis H. A. Empire & Communications. Oxford: Clarendon Press, 1950 / H. A. Innis. URL: https://www.fadedpage.com/showbook.php?pid=20090702 (Last accessed: 03.03.2020).
30. Innis H. A. The bias of communication / H. A. Innis. – Toronto : University of Toronto Press, 1951. – 226 p.
31. Public Relations Through the Ages: A Timeline of Social Movements, Technology Milestones and the Rise of the Profession. URL: https://www.prmuseum.org/pr-timeline (Last accessed: 27.03.2020).

Видавничий редакційний центр "Київський університет імені Бориса Грінченка"



РОЗДІЛ 2

ПротоPR в античні часи

Античні уявлення щодо комунікації. Вплив афінської громади на формування системи соціальних комунікацій в умовах античного демосу: комунікація *висхідного типу,* комунікація влади та релігії *низхідного типу* в умовах античної Греції та Давнього Риму. Комунікаційний симбіоз влади й релігії. Соціальна комунікація. Античні міста як осередки формування протоPR, виникнення нового механізму інформування – усного повідомлення для мешканців на загал. Суспільно-політичний феномен грецького полісу, його роль у генеруванні стародавніх протоPR демократичного типу. Громадське середовище давньоримської цивітас – осередок спілкування, комунікаційної культури та протоPR.

Політична комунікація Давньої Греції. Публічність і демократизм як своєрідні риси давньогрецької комунікації. Значення народних зборів в Афінах: аналітичні дослідження реакції суспільства, поява професійних комунікаторів. Діяльність професійних політиків, ораторів, керманичів громадських кланів і груп, *сикофантів* (професійних обвинувачів). Шляхи їхнього кар'єрного розвитку, становлення й підтримка іміджу, репутації. Виборні органи Давньої Греції. Перемога народу над аристократією. Колегіальні органи (Рада п'ятисот).

Особливості політичної комунікації Давнього Риму. Відсутність демократії, політична та воєнна боротьба за права і свободи. Значення народних трибунів. Методи впливу як зразок недобросовісної конкуренції, "чорний" протоPR. Високий ступінь *етатизму* – домінування державних інтересів над особистими, політичної складової над економічною та культурологічною. Формування іміджу імператорів і полководців. Акції протоPR. Народне зібрання та сенат як головні владні органи Римської імперії. Формування патриціїв.

Політична реклама як засіб античних протоPR. Тріумфальні ходи на знак воєнних перемог. Технології політичної комунікації як засоби протоPR. Ведення виборчої кампанії та інформаційний моніторинг відомостей щодо конкурентів. Майстер техніки впливу на маси Юлій Цезар: політик, із титулом імператора, військовий керманич із сакральною владою. Феномен Александра Македонського у мистецтві ведення зовнішньої політики й дипломатичних відносин. Гасло *панеллінізму* як дипломатична PR-акція.

Становлення та розвиток інформаційно-психологічного протиборства у Стародавньому світі. Технології інформаційно-психологічних війн. Ган-

Видавничий центр "Київський університет" Копія не для продажу

нібал як стратег політичного протоPR і технолог інформаційних війн. Формування політичного образу Ганнібала як підґрунтя професійного іміджетворення. Цар спартанців Лісандр – класик дезінформування. Період греко-перських війн, перша згадка про використання театру з метою політичної пропаганди. Художній образ, давній *сторітейлінг* і емоційно-психологічний вплив – інструментарій *дезінформування*. Прообраз пропаганди. Протистояння політичних опонентів античності. Стародавні рукописи – джерело чуток про воєнні переваги та доблесть, небачену хоробрість і нездоланну рішучість.

Комунікаційні особливості в релігійній сфері. Роль ритуалів і магії, жерців у конфесійних протоPR античності. Вплив міфології на колективну свідомість, її роль у формуванні світогляду. Відмінності між давньогрецькою та давньоримською міфологією. Особливості давньогрецьких і давньоримських вірувань щодо світоглядних уявлень еллінів та римлян. Храмове будівництво як відображення міфологічних уявлень і реальних подій, його комунікативна функціональність. Особливості давньогрецької та римської суспільно-релігійних сфер. Інтеграція релігії в політичну сферу. Ритуальний характер громадських ігор: становлення *індустрії видовищ*, вимоги до організаторів, поява прототипів сучасних *оргкомітетів*. Антропоморфне уявлення греків про богів. Державні наглядачі за релігією: *архонти, стратеги.* Участь у релігійному культі як громадський обов'язок. Релігія – дзеркало колективного свідомого антиків. Античне християнство – предтеча конфесійного протоPR та європейської релігійної культури.

Роль і функції культів у формуванні суспільної думки. Жерці в античній Греції як PR-комунікатори. Успадкування релігійних посад. Шанування божеств, схиляння божественним ідеалам. Релігійні свята – взірець уславлення божеств. Святці культів Давнього Риму – протокомунікатори, їхній вплив на суспільну думку.

Індустрія видовищ як прообраз сучасних івентів. Культура релігійних культових свят, масових видовищ, маніфестацій, урочистих процесій. Святкові дійства Давніх Греції та Риму як фактор впливу на маси. Синкретичність священних дійств. Свята на честь богів. Афінський театр – громадська трибуна. Спортивні ігри як засіб впливу на суспільну думку. Олімпійські ігри. Гладіаторські бої. Ритуальні ігри та святкування Стародавнього Риму: *плебейські*, *секулярні ігри, терміналії, медітриналії, сатурналії, вакханалії.*

Ораторське мистецтво та риторика у протоPR Давньої Греції. Софісти – попередники сучасних піарників. Основи функціональної ефективності демократичного діалогу. Родоський стиль риторики. Логографи та ритори – творці "іміджевого капіталу". Теоретичні праці Арістотеля. Діяльність Демосфена. Ораторська майстерність у Римській імперії. Гай Гракх – представник римського патетичного стилю. Ораторська майстерність і теоретичне осмислення риторики в Давньому Римі. Видатні теоретики риторики: Марк Фабій Квінтіліан, Луцій Анней Сенека, Корнелій Тацит. Епідейктичне красномовство. Публічні читання. Вихід риторики за межі судового красномовства за правління Пе-

рикла (V ст. до н. е.). Жалобна промова Перикла героям Пелопоннеської війни. Мистецтво публічного діалогу Сократа. Діалогічна форма обговорення предмета та пошуку істини.

Писемна комунікація часів Античності. Антична історіографія. Формування історичної свідомості завдяки творам Геродота, Фукідіда, Полібія, Гая Саллюстія, Тита Лівія, Публія Корнелія Тацита, Амміано Марцеліна. Писемні пам'ятки античності – інструмент протоPR: трактати, записки, афіші, настінні написи, графіті, епістоли (листи), відкриті листи, епіграфи, епістолографія. Своєрідність історичної свідомості античності. Протопреса – засіб PR. *Альбум* – специфічний комунікаційний феномен античності. Античні копірайтери – *лографи*. Римські протогазети: "*Acta senates*", "*Acta diuma populi romani*".

Культурні пам'ятки давнини як свідчення розвитку протоPR. Внесок античної драматургії у формування та розвиток протоPR: Есхіл, Софокл, Еврипід, Аристофан. Архітектурні, скульптурні інтенції, храмове мистецтво як засоби протоPR. Кредо античної архітектури – міра. Афінський Акрополь. Антична скульптура та скульптурні портрети – новий етап протоPR. Праці Фідія, Мирона, Поліклета Старшого. Формування естетичних смаків і загальної естетичної культури. Розвиток римського портрету. Меморіальні та тріумфальні будови Давнього Риму як засоби протоPR. Увічнення та уславлення римських завойовників елегіями на скульптурних портретах, фронтонах тріумфальних арок, ростральних колонах.

Соціальна й ділова комунікація в античному світі. Поява ділових товариств і професійних об'єднань, розвиток торгівлі – основні чинники розвитку PR в економічній сфері. PR-роль і функціональність публічних місць, зокрема *агорів* та *агораномів* античного полісу. Традиції соціальної допомоги як акції протоPR: скасування боргового рабства, викуп полонених, організація безкоштовних громадських обідів, утримання понівечених на війні громадян, організація громадських робіт, збір приватних пожертв; соціальна допомога як зброя у передвиборчих кампаніях. Меценатство – особлива форма доброчинності та самопіар.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

2.1. Античні уявлення щодо комунікації

2.1.1. Типологічні риси та концептуальні відмінності комунікацій влади, релігії й демосу

На початку I тис. до н. е. провідна роль у суспільному розвитку стала належати новому культурному центру, що виник у Середземномор'ї й отримав назву ***античної цивілізації***. До античної цивілізації належать ***Давня Греція*** та ***Рим***.

Антична цивілізація є історичним фундаментом сучасної Європи. За часів Античності суспільство вперше винайшло *демократичну форму державного устрою, визначило статус, права й обов'язки громадянина, з'явився інститут виборів до органів влади*.

Античне суспільство мало доволі високий *рівень індивідуалізації*. Це суттєво впливало на розвиток протопіару, сприяло формуванню їхніх прийомів і методів у різних сферах (політичній, державній, релігійній, економічній). Кардинальні *зміни в суспільному житті, спричинені економічними* (розподіл праці, поява приватної власності тощо) і *соціальними чинниками* (виникнення міст-держав), визначили тенденції розвитку протоPR в античні часи.

Вплив афінської громади на формування соціальних комунікацій: двобічна комунікація висхідного типу.

Головною рисою комунікації Давньої Греції став її *двобічний характер,* який сприяв підвищенню рівня взаємодії членів суспільства, пошукам нових засобів впливу, переконання, формування думки аудиторії. *Давню Грецію можна вважати "прабатьківщиною" соціальної комунікації.* Поширеними були *висхідні комунікації* – передавання інформації з нижчих рівнів суспільства на вищі. Велику роль у цьому процесі відігравав ***демос*** – *вільне населення давньогрецьких міст-держав,* яке мало *громадянські права,* на відміну від інших категорій залежного й неповноправного населення. Зрештою це поняття стали визначати як "*народ*", організований у *громадянський колектив*.

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Власний університет

Громадянські права давали можливість вільному населенню міських полісів (демосу) брати участь у державному й політичному житті суспільства, гарантували певний рівень свободи, забезпечували можливість вільного волевиявлення, гарантували невтручання в індивідуальне життя. Особиста свобода забезпечувала усвідомлення соціальної цінності людини та визначала систему її морально-етичних парадигм. Це сприяло формуванню демократичного суспільства й вимагало розвитку соціальних комунікацій у ньому.

Вираженням демократії у Греції було й те, що *верховна влада належала Народному зібранню* (або *зборам),* яке керувало *полісом і його громадою* спільно з *Радою та посадовцями*, яких обирали на певний термін. Домінуюче значення Народного зібрання й Ради утілював ***головний принцип політичного мислення*** давніх греків: ***право участі в управлінні всього громадського колективу.***

Особливості комунікаційних стратегій Давнього Риму: низхідний тип, однобічність. У Давньому Римі держава (урядовці, суддівська влада, воєначальники) і релігія (святці культів) практично монополізували всі засоби комунікації та впливу на суспільну думку. Торгово-ремісничий прошарок на той час був соціально і політично індиферентний, його громадянська свідомість була незрілою, він майже не брав участі у конструюванні суспільних відносин. Приватні особи та індивіди не мали можливості впливати на колективну думку суспільства, не володіючи майновими й громадянськими правами, атрибутами сакральності чи божественного заступництва, на відміну від державних діячів і святців. Комунікація в Давньому Римі – це *комунікація влади та релігії*, переважно ***низхідного типу***, хоча й не зовсім однобічна, оскільки голос *плебсу* іноді певним чином ураховувався. Доказом цього є історія боротьби за майнові й політичні права між ***патриціями*** та ***плебеями*** часів ранньої Римської республіки, у результаті якої плебеї досягли суттєвих успіхів: було встановлено *посаду* ***народного трибуна*** (494 р.) для захисту інтересів плебеїв, надано допуск до консулату (367 р.).

Унаслідок певного зрівняння *у правах плебеїв і патриціїв* відбулося злиття старих патриціанських родів із верхівкою плебсу та утворилася нова аристократія – ***нобілітет***, який поступово

Видавничий інформаційний центр "Університет для всіх"

перебрав на себе керівництво сенатом, якому належала провідна роль в управлінні державою. У такий спосіб представники плебсу доступилися до вищих ешелонів влади. Але це не вплинуло на демократизацію суспільства, хоча сенат мав численні зв'язки з різними верствами населення. Незважаючи на появу в сенаті вихідців із плебсу, думка громади для сенату не мала суттєвого значення.

Народні зібрання у Давньому Римі були органом влади в період Царств, але у часи ранньої Республіки стали стрімко занепадати і врешті припинили своє існування як суспільно-політичний інститут.

2.1.2. Античні міста – осередки формування протоPR

Із початком процесу ***урбанізації,*** коли *міжособистісні контакти не могли задовольнити інформаційні потреби суспільства, виникла необхідність у масовій комунікації. На етапі урбанізму виник новий механізм інформування – повідомлення всім мешканцям поселення міського типу без конкретного адресування.* Античні міста ставали величезними осередками комунікації та інформування.

2.1.2.1. Грецький поліс – суспільно-політичне середовище утворення протоPR

У стародавній Греції ***міста-держави*** позначали одним словом – ***поліс,*** який мав свій специфічний внутрішній устрій. Поліс був основною формою політичної й соціальної організації античного суспільства, *створив умови для побудови та функціонування комунікацій між різними верствами населення, що і стало предтечею протоPR.*

Архаїчний період (VIII–VI ст. до н. е.) – етап формування соціально розчленованого суспільства та ***держави полісного типу.*** Це був новий шлях розвитку, на відміну від того, яким йшли давньосхідні суспільства та прадавні грецькі державні утворення. Соціальні відносини будувалися на більш високому рівні

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

розвитку продуктивних сил. Матеріальні можливості греків створювали передумови для появи більш складної економіки, динамічного товарного виробництва, яке завдавало швидший темп господарському і громадському розвитку, ніж консервативне натуральне господарство.

Загальним результатом цього процесу була поява на території Балканської Греції, Великої Греції та у Причорномор'ї декількох сотень *дрібних державних утворень зі схожою соціально-економічною структурою, принципами політичного управління та системою духовних цінностей* – ***полісного ладу***.

Грецький поліс формувався як ***громадянська община***. Геродот і Фукідід визначали ***поліс як колектив, тобто організовану спільноту***. Полісом греки називали центр політичного, економічного та культурного життя країни. Усі громадяни цієї держави, які жили в місті чи сільській місцевості, уважалися жителями поліса та йменувалися за його назвою (афіняни, спартанці, мегаряни, коринфяни, мілетяни тощо). Характерною рисою міста-держави було ***спільне громадянство***.

За уявленнями греків, громадяни поліса обов'язково походили від одного предка. Родинні зв'язки виражалися в тому, що громадяни належали до одних і тих самих філ, фратрій, родів та брали участь у спільних релігійних культах і святах. Але з часом у містах з'явилося багато іноземців. Вони не мали ***громадянських прав***, їх називали метеками (переселенці) чи періеками (ті, що живуть поблизу).

Кожен із безлічі грецьких полісів був індивідуальним явищем, але у більшості грецьких держав відслідковуються спільні риси. Незалежно від розмірів кожен ***грецький поліс був суспільством із певною економічною системою, соціальною структурою, політичною організацією і складним комплексом культури***.

Типовий грецький поліс був крихітною державою, з невеликою кількістю жителів (5–10 тис. осіб, включаючи жінок, дітей, іноземців і рабів), більшість із яких знали один одного в обличчя, **із *одним центром***, *де збиралося Народне зібрання, знаходилися храми шанованих богів, ремісничі майстерні, здійснювалися торговельні операції, провадилися загально полісні святкування і спортивні змагання.*

Для свого часу поліс уважався *найдосконалішою* ***формою політичної організації***. Його *головна перевага* перед іншими формами і типами держав (напр., східною *деспотією*) – *у широті соціальної бази та можливостях для розвитку громадянських прав і свобод, комунікацій, обміну й циркуляції інформації, розвитку протоPR на ранньому етапі існування.*

Полісна економіка відкривала більші, ніж на Давньому Сході, можливості для розвитку товарних відносин, отже й для накопичення багатств, появи великих маєтків і великих ремісничих майстерень, які використовували працю рабів.

Соціальна структура полісів була представлена *трьома основними класами*: панівний клас; вільні дрібні виробники; раби та залежні працівники різних категорій. Ядром соціальної структури грецького полісу був ***громадянський колектив***, який складався із повноправних громадян – корінних жителів, що володіли спадковою земельною ділянкою, брали участь у народних зібраннях і мали за честь бути військовозобов'язаними. *Як власник земельного наділу кожен громадянин поліса також був і воїном. У деяких полісах військова доблесть і відвага вшановувалася більше й відкривала ширші можливості, ніж майнове становище.*

Утрата землі могла призвести до позбавлення громадянських прав і вибування із громадянського колективу. Володіння земельною ділянкою розглядалося як гарантія виконання громадянином своїх обов'язків перед полісом.

На полісну організацію було накладено *обов'язок турбуватися про економічну забезпеченість усіх членів громадянського колективу* земельним наділом. Внутрішня *економічна політика поліса полягала у запобіганні різким соціально-майновим суперечностям усередині громадянського колективу*.

Держава ставила перепони накопиченню багатств, установлюючи максимальну норму земельних володінь, яку не можна було переступити, не порушивши закон. Полісне суспільство засуджувало громадян, які займалися накопиченням багатств і вели бездіяльний спосіб життя. Цими заходами держава намагалася не допустити послаблення *згуртованого громадянського колективу.* Заможні громадяни були зобов'язані виконувати громадські повинності на користь полісної общини: організація

Видавничий центр "Київський університет"
Вперше на Другу

свят, змагань, театральних вистав, витрати на військові потреби тощо. Це свідчить про існування певної ***солідарності громадянського колективу***.

Розвиток полісного життя привів до зміцнення суспільних взаємин як у самій Греції, так і за її межами, а також до формування ***полісної ідеології***. Вона забезпечувала впевненість у перевагах грецького політичного ладу над іншими державами, у військовій перевазі греків над "варварами.

У полісах сформувалася і власна ***система духовних цінностей***. Греки вважали, що тільки в полісі можна було жити вільно, морально, гідно. Складниками полісу як вищої духовної цінності виступали ***особиста свобода людини***, що означала відсутність будь-якої залежності від особи або колективу, наявність права вибору занять і господарської діяльності, права на матеріальний добробут, але без надміру чи стяжання.

У *системі духовних цінностей* полісу сформувалося ***поняття громадянина як вільної особи, що має невід'ємні політичні права***: активна участь у державному управлінні (напр., у формі обговорення справ на Народному зібранні), право й обов'язок захищати свій поліс від ворога. Органічною частиною моральних цінностей стало глибоке ***почуття патріотизму*** жителя полісу.

Грецькі поліси різнилися за своїми ***соціально-політичними особливостями***. *Основними формами полісної організації були* ***олігархічна*** (Спарта, Лакедемон) та ***демократична*** (Афіни).

Для першого типу були характерні слабкий розвиток торгівлі й ремесел, велика питома частка залежної праці, *панування олігархії тощо*. Громадяни поліса були власниками земельних ділянок, які обробляло незаможне, економічно залежне, корінне населення. Розорення дрібних землевласників і втрата земельної ділянки були прямо пропорційні втраті громадянських прав.

Другий тип був суспільством з великою питомою часткою ремісничих виробництв і активною торгівлею, розвиненими товарно-грошовими відносинами, використанням рабської праці, характеризувався *активною участю громадян у громадському й політичному житті, демократичним устроєм*. У демократичному полісі землеробська праця стала привілеєм вільних громадян унаслідок перемоги демократії над родовою знаттю. Рабів експлуатували переважно в ремеслі та торгівлі. У демократич-

ному полісі дрібні землевласники й ремісники-кустарі становили ***основу демократичного ладу.***

Ефективно в цілях комунікацій був розроблений тип житлового будинку із внутрішнім просторовим ядром – *перистилем, який був призначений для родинного або дружнього спілкування, фактично створював умови для комунікацій*. "Перестильний двір" став згодом обов'язковою частиною давньоримського міського будинку чи заміської вілли, а також складником громадських площ, у Греції – агори, у Римі – форумів.

Розвинена система регулярного планування міста, із прямокутною мережею вулиць і головною площею – ***агорою*** – *центром політичної, комерційної, адміністративної, соціальної діяльності* та *громадського життя, релігійним і культурним центром, а також місцем, де вершилось правосуддя*; відтак *агора була сприятливою локацією для комунікацій.*

Агора зазвичай розташовувалась у центрі поліса, містила головний міський *ринок* та *урядові приміщення.* Агору оточували *галереї* з майстернями ремісників, тут само споруджувалися і храми. На агорі публічно виставлялось діюче законодавство поліса, найважливіші декрети та інші офіційні постанови. На агорі відбувалися Народні зібрання (збори). Слово "агора" походить від давнього дієслова "агіро", що означає збиратися і ораторствувати, тобто публічно виступати. Це місце було частиною повсякденного життя Стародавніх Афін, а також ідеальним місцем для зустрічей і соціального спілкування афінян. Тут зміцнювався дух – Афінська агора була серцем міста.

Суспільне призначення і облаштовані агори вплинули на архітектуру й функціональність ***форумів*** у Давньому Римі. Агора засвідчила роль і функціональність публічних місць для протоPR.

Культовим та архітектурно-композиційним центром давньогрецького міста був ***акрополь із храмом,*** присвяченим божеству, заступнику міста. Класичним взірцем уважається головний храм Афінського акрополя – Парфенон V ст. до н. е.

Як комунікаційне середовище храм і прилегла до нього територія виокремився у Стародавній Греції ще в архаїчну добу. Метою величних грецьких храмів було уславити полісний устрій, героїчне минуле грецької громади. У храмі зберігали державну скарбницю, найкращі твори мистецтва, але храм не був приміщенням для богослужінь.

щенням для віруючих. Місцем проведення релігійних церемоній і урочистостей був майдан перед храмом. Храм і майдан перед храмом були осередком релігійного життя поліса.

Невпинний розвиток громадського життя давньогрецького поліса породив такі типи споруд, як ***театр, стадіон***. Це були місця масових зібрань жителів поліса, найжвавіші локації для комунікації, отже й середовище PR у протоформах.

Гімнасіони та ***палестри*** були місцем не тільки фізичних тренувань, а й просто зустрічей афінян. Особливо в гімнасіонах, де збиралися і дорослі, і молодь, виникали політичні та філософські суперечки, вели бесіди Сократ і софісти.

Атмосферу демократичних Афін, де вирували комунікації, яскраво передає фрагмент славнозвісної промови Перикла в "Історії" Фукідіда: "У нашій державі ми живемо вільно і в повсякденному житті уникаємо обопільних образ …., не маємо неприязні, не висловлюємось щодо вад. ….. Ми маємо багато різноманітних розваг для відпочинку душі від праці і турбот, з року в рік у нас повторюються ігри та святкування. Їх добропристойність приносить насолоду і допомагає розсіяти турботи повсякденного життя". Подібна ж атмосфера великого вільного міста панувала, імовірно, і в Мілеті епохи архаїки, дозволяючи Фалесу або Анаксимандру спокійно займатися тим, чим не займався ніхто: роздумами над природою всесвіту. Афіни вже у V ст. до н. е. створили у себе найкращі тоді умови для вільної творчості, чого прагнули вчені й художники з інших грецьких міст.

Грецький поліс став такою формою античного суспільства та держави, у межах якої були створені сприятливі умови для розвитку економіки, політики, громадських відносин, політичних установ, блискучої грецької культури тощо. *Відповідно й соціальні комунікації мали там і тоді сприятливі умови для успішного формування й функціонування, можливості для появи та становлення протоPR.*

2.1.2.2. Давньоримська цивітас – громадський осередок становлення комунікаційної культури

Давній Рим створив свою оригінальну цивілізацію, яка базувалася на особливій системі цінностей, що склалася у *римській*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Реєстр. № для друку

громадянській общині у зв'язку з особливостями її історичного розвитку, які перетворили невелике містечко на імперію. Створена у процесі цього ідеологія й система цінностей римських громадян мали в основі передусім переконання у *виключності римського народу.* Для цього громадянин Риму мав бути сміливим, відважним, чесним, відданим, гідним, поміркованим, дисциплінованим, законослухняним, дотримуватися звичаєвого права, шанувати богів. Такі погляди активно сприяли розвитку суспільних і громадських відносин у Стародавньому Римі, відповідно створенню активного комунікаційного середовища, суспільних взаємин між різними верствами населення.

На відміну від суспільства Давньої Греції, де провідну роль у політичному, економічному, культурному житті та соціальних комунікаціях відігравав грецький поліс, у Римі виник інший, але не менш успішний тип суспільства – ***римська цивітас – громадська община Риму з античною формою власності***, яка була подібна до грецького полісу, але мала певні особливості. Римська цивітас мала те саме суспільне призначення і виконувала подібні функції: політичні, економічні, адміністративні, громадські. Але різниця була у типі комунікації, адже *грецько-еллінський поліс характеризувався безліччю неформальних взаємин людей*: товариства, колегії, спілки за професіями, філософські школи, релігійні громади, братства, містерії, що зумовлювали *неформальний характер спілкування* і, водночас, надавали *внутрішньої єдності полісу*.

Для римського життя та мислення характерними були *формалізм, зовнішні регламентація й субординація, розумова універсальність, прагнення до систематизації на основі абстрактних принципів.* Римляни створили мову (дуже конкретну, систематичну, логічну), що стала мовою світової науки. Вони створили і власну правову систему. Їм було притаманне *юридичне мислення*: римлянин уважав себе пов'язаним "угодами" із богами, сім'єю, співвітчизниками. Якщо він брав на себе зобов'язання й дотримувався всіх заповідей, молитов, жертвоприношень, договорів, обітниць, то в його житті все мало бути добре. Це дуже суттєва *відмінність римської цивітас від грецького полісу: юридичний характер мислення, комунікації – чіткі, конкретні,*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Безоплатно для студентів

логічно вивірені, але формальні, безособистісні, що не сприяли згуртуванню громади.

Основною та специфічною рисою цивітас була антична форма власності, що визначала сутність суспільства, а не полісне самоврядування.

Цивітас зробила Рим напрочуд сильним, а римську державу – міцною. Одна з головних причин – *змішана природа політичних інституцій; доцільне поєднання всіх центрових складників римської держави: аристократичної, монархічної та демократичної.* Домінував *аристократичний складник*: його головною інституцією був сенат – орган патриціїв, старійшин, аристократів. *Монархічний складник* був представлений консулами, які мали більшу частку влади. *Демократичний складник – Народні збори*. Але в ранній період Республіки вони стали втрачати своє значення і зредукували.

Про те, як формувалися в умовах тогочасного комунікаційного середовища відносини та спілкування у цивітасі, свідчить архітектура Стародавнього Риму. Технологічний розвиток давніх римлян, які своїми будівлями далеко відійшли від базової давньогрецької концепції, дав можливість створити *максимально комфортні для масового спілкування будівлі.* Такі обставини, як багатство та висока щільність населення в містах, змусили давніх римлян винайти нові архітектурні рішення, що дозволило досягти значних успіхів у розбудові інфраструктури для *публічного чи особистого спілкування.*

Життя в державі вирувало навколо Риму, розташованого на семи пагорбах. У місті було багато монументальних споруд, таких, як Колізей та Пантеон; існували фонтани зі свіжою питною водою, яку постачали за допомогою акведуків; були театри, гімназії, лазні зі spa-комплексами, бібліотеками та крамницями, ринкові площі тощо. *Призначення різних типів будівель свідчить про їхню комунікаційну належність і застосування з різною метою спілкування.*

Римська ***базиліка*** була великою *публічною* будівлею, у якій здійснювались *бізнес-транзакції* чи *врегульовувались юридичні питання*. Зазвичай там проходили засідання міських органів управління, дипломатичні перемовини, а також офіційні церемонії. Ці будівлі виконували багато функцій, притаманних сучасним

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Верстка для друку

ратушам чи меріям і попервах не були релігійними спорудами. З огляду на зручність розміщення великої кількості людей згодом базиліка стала головним типом ранньохристиянського храму, а пізніше і католицького.

Усі римські міста мали принаймні одні ***терми*** – популярне місце для громадських ванн, фізичних вправ і спілкування. Збудовані як публічні заклади, вони були доступні всім прошаркам населення, окрім рабів, і були осередками громадської культури. Відвідувач термів міг займатися не тільки гігієною, а й спортом, також читати, *обговорювати політиків і політичні проблеми*. Терми часто зводили імператори з метою самопіар – для здобуття прихильності населення, створення враження про щедрість і шляхетність. Заможні римляни з тією самою метою організовували "дні відкритих дверей" – безкоштовний вхід до лазень за власний рахунок.

Римські ***храми*** були одними з найповажніших та ошатних будівель, але як комунікаційне середовище для широких верств не функціонували. У них допускали лише жерців і жриць, оракулів, піфій. У головному приміщенні храму розташовувалось скульптурне зображення божества, якому було присвячено храм, та часто маленький вівтар для ладану. Для широкого загалу культовим місцем комунікацій у конфесійних цілях служила *територія навколо храму*.

Частина міських будівель призначалася для ***масових культурно-розважальних заходів:***

- римські ***амфітеатри***, що використовувалися для гладіаторських боїв, кориди, публічних вистав;
- римські ***театри,*** де відбувалися вистави на честь релігійних свят або у зв'язку з урочистими подіями; світського характеру вистави набули у IV ст. до н. е., коли замість представників колегії жерців за них почала відповідати міська влада;
- римський ***цирк*** був похідним від давньогрецьких ***іподромів***, проте служив іншим цілям і відрізнявся за дизайном; там організовували *перегони колісниць, кінні перегони* й *перфоманси* на честь ратних перемог.

Римська архітектура була величною, монументальною, ефектною, а за інженерно-будівельною технікою – значно доскона-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Електронна версія друку

лішою за грецьку. Римляни поклали початок новій епосі світового зодчества, у якому основне місце належало *спорудам громадського та публічного призначення.* Вони втілювали ідеї могутності держави й були розраховані на велику кількість людей. Тим *римська архітектура цивітас сприяла формуванню комунікаційної культури*.

У Давньому Римі найбільш людною локацією, де відбувалася активна комунікація і "обмін розумів", був ***Форум*** – громадська територія, на якій проходило міське життя, укладались угоди, велись перемовини, відправлялись релігійні учти й обряди, відбувались політичні події. Окрім *функціонування як місця торгівлі*, він був *місцем для проведення важливих зібрань, різноманітних заходів (політичні дискусії та дебати, зустрічі)*. Часто в його межах або поряд розміщували інші великі *публічні будівлі*. У кожному місті був принаймні один форум. Форуми мали типову забудову: на північному боці завжди розташовувалися *храм, базиліка*. Форум був центральним *відкритим громадським простором у давньоримському місті.*

Римський Форум – площа в центрі міста. Першопочатково функціонував як ринок. У *царський період* одна частина Форуму призначалась для крамниць, інша – для публічних церемоній, релігійних свят, проведення виборів у канцелярії та магістрати, для ораторських трибун і винесення вироків засудженим.

Форум у *республіканський період* став *центром політичного, релігійного й економічного життя* Риму. Після Пунічних воєн у зв'язку із переплануванням міста Форум набув нового вигляду: з'явилися нові храми, на схилах розташувалися будинки аристократів, були зведені три великі базиліки навкруг центральної площі, де проходили *масові зібрання* й судові процеси, споруджено скарбницю та монетний двір; у приміщеннях колишніх таверн і крамниць розташовувалися "офіси" міняйлів. У II ст. до н. е. на Форумі стали зводити статуї й монументи, що уславлювали представників політичної еліти Риму, їхнє спорудження ухвалювалось сенатом і народним зібранням. До кінця II ст. до н. е. Форум залишався місцем, де шанували досягнення громадян Риму, однак уже в I ст. до н. е. став майданом для боротьби окремих політиків. Навіть будівлі були втягнені у політичні змагання. Зокрема, диктатор Сулла побудував на місці курії Гости-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт: vpc.knu.ua

лія нову курію і назвав її своїм ім'ям – курія Корнелія; Гай Юлій Цезар звів на цьому місці храм Феліцитас і на коміції нову курію Юлія.

В Імперський період, унаслідок поступової різночасової забудови, Форум досяг таких величезних розмірів, що перетворився у конгломерат *ділового, релігійного та громадського життя* міста. Було зведено безліч монументів на честь перемог (арка Августа, Columna Rostrata), а також на честь обожнюваного Юлія Цезаря (храм Цезаря, Ростра божественного Юлія). "Золотий мильний камінь" і "пуп міста" стали вказувати на центр міста і римського світу.

Потім був довгий період спаду активності Форуму, і новий розквіт настав в епоху правління Максенція і Костянтина, які дали вказівку побудувати базиліку Ромула. Судові засідання в епоху Імперії були повністю перенесені в *базиліки*. На Форумі розглядалися кримінальні справи, а також виконувалися вироки; із республіканського періоду – відбувалися страти. Цицерон вимагав перенести їх на Марсове поле, щоб не заплямувати святилищ кров'ю злочинців. Однак це намагання було марним – страти проводилися до кінця I ст. Із занепадом Риму Форум утратив своє значення і споруди стали використовуватися з іншою метою.

Разом із цим закінчилася й історія римської цивітас: вона перетворилася на фікцію, оскільки її мешканці перестали користуватися одним із основних прав римського громадянина – голосувати на римському Форумі. Висловити власну думку можна було і в інших спеціальних місцях – ***fora*** і ***consiliabula***, відомих як *цілком легітимні в комунікаційних цілях* та *популярні публічні локації.*

Динаміка розвитку Форуму як велелюдної публічної локації різнофункціонального призначення виявляє тенденції політичних і економічних трансформацій давньоримського суспільства та пріоритети публічного життя, а також ролі в ньому суспільної громади на різних етапах історичного розвитку. Форум, як і Агора, були місцем активної дії на греків та римлян, середовищем формування їхньої громадської свідомості, світоглядних, політичних поглядів, економічної зрілості й культури. Їхня комунікаційно-організуюча та демонстративно-пропагандистська роль очевидна і посідає важливе місце серед чинників формування протоPR.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

2.2. ПротоPR у політичному житті античного світу

2.2.1. Своєрідність політичних комунікацій Давньої Греції

Своєрідність давньогрецької комунікації – ***публічність, демократизм.*** Демократія стала основою розвитку системи різнобічної *публічної* комунікації висхідного типу, що відповідним чином вплинуло на особливості політичної комунікації Давньої Греції.

У Греції ще в часи Царств утворилася доволі демократична політична система, зумовлена демократичними засадами державного управління. Наприклад, у Спарті царі були такими самими членами керівного державного органу влади – Ефорату, як і громадяни, що обиралися на Народному зібранні. Царям і тиранам давньогрецьких полісів (Афіни, Фіви, Коринф, Спарта) доводилося постійно зважати на думку громади, що була не безмовним натовпом, підвладним політичній волі аристократії, а товариством громадян із правом голосу та правом участі в управлінні – у разі обрання до органів влади.

Головним і вирішальним органом влади у Давній Греції були ***Народні збори.*** Їхня історія починалася із племінних сходок, що в містах-державах переросли у зібрання громадян, які вирішували основні питання життєдіяльності. Їхній початок датується VI ст. до н. е. Народні збори проходили доволі часто: за словами Арістотеля, в Афінах вони скликалися 40 разів на рік, у середньому 3–4 рази на місяць. У них могли брати участь усі громадяни, незалежно від їхнього майнового стану, які мали 20 років і проживали на територіях Афінської держави. Жінки не мали права брати участь у політичному та громадському житті. Аналогічні зібрання відбувалися і в інших грецьких полісах.

Народні збори мали широкі повноваження. Там афінський демос схвалював закони, обирав посадових осіб і заслуховував звіти про їхню роботу, приймав рішення про виділення коштів на потреби війська та флоту, будівництво нових споруд, обговорював питання війни та миру, результати перемовин з іншими

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Зразок не для продажу

державами, ратифікував договори з ними й інші поточні питання. До компетенції Народних зборів входило проведення такого надзвичайного заходу з охорони державного ладу, як *остракізм*, тобто вигнання на 10 років, запідозреного в намірі повалити демократичний лад.

Рішення на Народних зборах ухвалювали більшістю голосів.

Народні збори проводилися узвичаєно: ініціатором скликань був *ареопаг* (найвищий орган влади), а *глашатаї* сповіщали про це громадян. В "Іліаді" Гомера чимало описів подібних зібрань і, як зазначає автор, виступали не лише царі та герої (Агамемнон, Одіссей, Ахілл тощо), але й звичайні воїни (напр., Терсіт). Кожен учасник зібрання міг взяти слово та звернутися із промовою до інших у будь-який момент, але відсутність чіткого регламенту призводила до того, що ораторів переривали вигуками й зауваженнями, просто не даючи змоги говорити. Тому Платон у своєму діалозі "Протагор" дорікав афінянам за те, що вони нерідко брали слово лише для того, аби звернути на себе увагу, а Демосфен у своїх промовах закликав народ спершу вислухати й лише потім здіймати галас. *Зібрання, з одного боку, дозволяли владі зрозуміти реакцію суспільства на ті чи інші рішення та дії, а з іншого – сприяли появі професійних комунікаторів*. Такі особи називались ***демагогами*** (це слово тоді не мало негативного значення).

Народні збори були сприятливою локацією і приводом для спілкування, обміну думками та судженнями, публічних виступів, самопіар і самореклами, загалом для реалізації соціальних комунікацій. Власне в цьому і полягає їхнє значення для формування протоPR.

Народ (демос) неодноразово одержував перемогу над аристократією, унаслідок чого до влади приходили як *колегіальні органи (Рада п'ятисот),* так і *окремі особи (Пісістрат, Клісфен, Перикл* тощо). Виключно *під впливом демосу* Солону довелося прийняти нові закони, знищити кабальні записи та реформувати систему управління 594 р. до н. е. Давньогрецьким тиранам доводилося зважати на народну думку й усіляко послаблювати її вплив на населення. Наприклад, коринфські керманичі успішно застосовували практику виселення представників опозиції до колоній (на Сицилію чи інші середземноморські острови).

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Вперше надруковано

У політичних комунікаціях Давньої Греції вагому роль мала д*іяльність* ***професійних комунікаторів – ораторів, керманичів громадських кланів і груп, сикофантів***. *Ораторська майстерність* високо цінувалась греками і мала немало приводів для практичного застосування, зокрема на Народних зборах, де виступити з обговорюваного питання міг кожен громадянин, проте не допускалася непристойна поведінка на ораторській трибуні. Відтак, питання етики комунікацій уже тоді були актуальними.

Давні елліни, активно беручи участь у суспільному житті, швидко усвідомили *важливість репутації* для кар'єри політичного діяча й *небезпеки* ***репутаційних збитків, утрати іміджевого капіталу тощо***. Проте замість того, щоб працювати над власним іміджем, політики зазвичай шукали способи погіршувати репутацію своїх супротивників, конкурентів, опонентів. Унаслідок цього у Давній Греції набула поширення діяльність так званих ***сикофантів – професійних обвинувачів***. І, якщо спершу вони викривали реальних злочинців, то згодом просто стали шукати привід когось у чомусь звинуватити. Незважаючи на *низький рівень репутації* сикофантів, які нерідко вдавалися до ***шантажу*** і ***здирництва***, їхні обвинувачення часто призводили до серйозних наслідків. Наприклад, жертвою ***дифамації*** став відомий оратор Андокід: звинувачений у безчесті, він був змушений залишити Афіни, що стало зручним приводом його позбутися. Ще один відомий приклад пов'язаний із іменем Алківіада, видатного полководця, політичного діяча та учня Сократа, який, попри військові заслуги, був звинувачений у кримінальному злочині й залишив Афіни, знайшовши притулок спершу у Спарті, згодом – у Персії.

Ефективним методом стало розповсюдження ***чуток.*** Ті самі сикофанти перш, ніж звинуватити когось перед офіційними особами (Радою п'ятисот, гелією, ареопагом), нерідко *плітк*у*вали* в публічних місцях, формуючи підґрунтя для своїх виступів і забезпечуючи громадську підтримку в кампаніях проти певної особи.

Виборні органи влади у Греції були численними, що теж впливало на демократизацію суспільства. Зокрема відомо, що в Афінах населення становило ~ 35 тис. осіб, із яких 20 тис. були

державними службовцями чи представниками виборних органів. Лише *геліея* (суд присяжних) складалася із 6 тис. громадян.

Громадяни не могли ухилятися від *участі у державних справах*. "Інтелектуальна еліта" закликала людей до *політичної активності*: зокрема, Арістотель у "Політиці" наголошував на необхідності участі громадян у політичному житті суспільства. Влада суворо карала за ухилення від виконання громадського обов'язку: ще Солон видав постанову, відповідно до якої громадяни, які не приєдналися до жодної із політичних фракцій, були позбавлені майнових прав. Тим вони фактично позбавлялися громадянських прав і були виключені із соціуму, а відтак із його соціокомунікаційної системи. Таке покарання було рівноцінне смертному вироку.

2.2.2. Особливості політичної комунікації Давнього Риму

Народні збори були значною політичною силою в Римі в періоди республіки та ранньої імперії (період Принципату, 30 р. до н. е. – 284 р. н. е.). На Народних зборах проходили вибори посадових осіб і приймалися або скасовувались закони. Вже у ранній республіканський період Народні збори відігравали суттєву роль у державному житті Риму, проте не таку велику, як в Афінах. Тільки збори могли вирішувати питання війни чи миру, приймати та скасовувати закони, обирати осіб на службові посади тощо. Однак їх скликали нерегулярно (на прохання сенату чи магістратів), багато важливих питань суспільного й державного життя вирішували поза ними.

Із часом роль Народних зборів у Римі занепала. Усі державні й політичні повноваження взяв на себе ***сенат***, який із послабленням функціонування Народних зборів почав набувати авторитету. Його повноваження в законодавчій сфері все більше впливали на хід державних справ, розвиток римської історії загалом. Прийняті рішення стали обов'язковими до виконання. Сенат мав повноваження в адміністративній сфері: видавав розпорядження стосовно благоустрою, громадської безпеки, складав п'ятирічний бюджет внутрішніх державних видатків і річний

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

бюджет військових витрат. Від сенату залежало надання дозволу на позабюджетні витрати. Він установлював розміри податків, ураховуючи і додаткові джерела прибутку, здійснював нагляд за управлінням державним майном, землями, їхнім розподілом. Державна скарбниця теж підпорядковувалась сенату. Сенат мав повноваження у зовнішній політиці, дипломатії, військовій сфері; за необхідності міг уживати надзвичайних заходів щодо управління чи порятунку держави.

У Давньому Римі, на відміну від Греції, ніколи не існувало ***демократії, постійно точилася політична й воєнна боротьба за права та свободи.*** Для римського суспільства від початку була характерна нерівноправність різних верств населення. Тому всю політичну історію Риму можна назвати неперервною боротьбою за права тих, хто був у них обмежений. Спочатку це виявилося у протистоянні ***патриціїв***, нащадків перших римських поселенців, які заснували місто разом із легендарним Ромулом, та ***плебеїв***, що з'явилися в Римі пізніше. Згодом це було протистояння власне римлян та їхніх "союзників". Насамкінець – боротьба жителів Риму та Італії, з одного боку, та населення інших провінцій і колоній Римської імперії – з іншого.

Плебеї у ранні часи взагалі не вважалися повноправними громадянами, однак їхня запекла боротьба призвела до того, що уже на початку V ст. до н. е. було впроваджено посаду ***народних трибунів***, які *мали право скликати народне зібрання й накладати вето на законопроєкти*. У IV ст. боротьба призвела до того, що один із консулів обирався із плебеїв. У результаті плебс перестав уважатися "другорядним" станом.

Посада народних трибунів була настільки престижною, що навіть представники патриціанських родів не цуралися балотуватися в народні трибуни. Найвідоміші з них – брати Гракхи, патриції за походженням, які обійняли цю посаду в II ст. до н. е. А в I ст. до н. е. Публій Клавдій Пульхр, нащадок шанованого патриціанського роду, навіть перейшов у плебеї (змінивши прізвище на Клодій) і став народним трибуном, який за популярністю склав конкуренцію Юлію Цезарю. Аристократія чинила активний спротив запровадженню трибунами нових державних посад, на які трибуни мали б можливість призначати зручних для них кандидатів. Для римської аристократії найоптималь-

Видавничий центр "Київський університет"

нішим варіантом було обрання посадових осіб народним зібранням, управління яким вони оволоділи віртуозно.

Ті, кому вдалося здобути громадське схвалення, могли диктувати Риму свою волю. Тому в Стародавньому Римі нерідко застосовували такі ***методи впливу,*** *як* ***підкуп, погрози, шантаж***. Навіть видатні та красномовні політики (напр., Юлій Цезар) не сподівалися лише на свої таланти, *забезпечуючи собі перемогу підкупом* і *змовою із суперниками*. Ця практика, безумовно, зазнавала осуду. Зокрема Цицерон свідчив, що *купівля думки або результатів голосування за гроші заслуговує на покарання, а досягнення успіху за допомогою красномовства – схвалення*. Проте *практика як прямого, так і завуальованого підкупу*, наприклад у вигляді організації гладіаторських боїв або роздачі плебеям їжі перед виборами, за принципом "хліба і видовищ", застосовувалася політиками регулярно. Такою була одна із форм тогочасних "зв'язків із громадськістю".

Домінування політичного складника комунікації над економічним, культурологічним. Єдине, що могло згуртувати антагоністичні верстви римського суспільства, – це спільне протистояння зовнішнім ворогам, пріоритет інтересів держави над інтересами окремої особистості. Великого розвитку набув ***етатизм*** *– превалювання державних інтересів над особистими*. Класична абревіатура ***S.P.Q.R.*** (Senatus Populus Que Romanus), дослівно "Сенат і громадяни – це Рим", яка прикрашала будівлі, штандарти римських легіонів у Римській республіці та Римській імперії, *виражала ідеологію, згідно з якою державні інтереси ставились набагато вище приватних. Високий ступінь етатизму став передумовою постійної участі населення у політичному житті Риму, а від цієї участі залежали активність і цивілізаційний рівень комунікацій.*

Формування іміджів імператорів і полководців у часи Давнього Риму, особливо в імперський період, було доволі популярною технологією протоPR. Політичні діячі доносили свої "передвиборні програми" до народу за допомогою *написів на стінах* чи *публічних виступів*, як під час зібрань, так і в інші часи.

Серед політичних прийомів, поза всяким сумнівом, найефективнішим було *проголошення себе захисником народних інтересів*: під такими гаслами частіше за все до влади приходили ***кон-***

сули й ***народні трибуни***, які володіли блискучим *ораторським талантом* і *вміли справляти враження на громаду*. Цей стиль управління та взаємин можна схарактеризувати як ***патерналістський***, тобто створення політиком іміджу турботливого батька (у даній ситуації такого, хто дбає про римський народ). Приміром, Тиберій Гракх, ставши народним трибуном, провів через сенат закон про земельну реформу, тричі порушивши при цьому римську "конституцію", однак його підтримав народ, і патриціям довелось піти на поступки (133 р. до н. е.).

Іншим доволі ефективним способом було ***створення репутації*** *вдалого полководця:* ратні успіхи, звитяжні перемоги свідчили про те, що полководцеві сприяють боги, він успішний і вправний воїн, майстерний стратег та знається на тактиці ведення бою, а значить Рим під його владою процвітатиме. Як результат, керманичами Риму ставали не лише дієві державці, а й полководці, що мало особливе значення у V–III ст. до н. е., коли Рим був змушений вести тяжкі війни на власній території. Проте згодом, за підтримки армії та народу, воєначальники ставали повновладними ***диктаторами*** (Гай Марій, Корнелій Сулла, Юлій Цезар, Гней Помпей). Найяскравіше ганебність цієї практики виявилася в епоху так званих ***солдатських імператорів***: зазвичай римські "августи" хоча б формально обирались і затверджувались сенатом, але 235 р. н. е. до влади прийшов Максимін Фракієць, якого активно підтримала армія, яка виявилася більш правочинною, ніж авторитет сенату.

Після встановлення ***імператорської влади*** роль Народних зборів у Римі почала поступово занепадати, і в епоху Домінату, тобто коли імператори досягли абсолютної влади (початок цієї епохи традиційно пов'язується зі вступом на престол Діоклетіана у 284 р. н. е.), народне зібрання повністю втратило свої повноваження. Тим не менш народ залишався потужною силою, думку якої мусили враховувати політики та державці.

Римські політичні діячі більше, ніж їхні грецькі попередники, усвідомлювали небезпеку, яку становила неконтрольована громада. Навіть у період Домінату, коли імператори, на перший погляд, уже могли б не зважати на думку громади, вони нерідко намагались отримати прихильність народу. Римський історик IV ст. Амміан Марцеллін детально описує політику імператора

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Юліана (355–363 н. е.): він пом'якшував кару злочинцям, зменшував податки, давав "хліб та видовища", вживав інших заходів, які сьогодні назвали б популістськими. І хоча впав авторитет правоохоронної системи, скоротилися надходження до державної скарбниці, однак народ та армія цілковито підтримували імператора. Самопіар відіграв ключову роль в іміджетворенні.

Важливим ***складником іміджу*** імператорів була ***генеалогія,*** де суттєвим було передусім *походження від видатних владарів минулого.* Проголошення себе спадкоємцем (а іноді й прямим нащадком) великої династії надавало імператору в очах народу авторитету й підтверджувало легітимність владарювання. Наприклад, імператор Септимій Север назвав свого сина Бассіана Антоніном – на честь династії, представниками якої були великі імператори II ст. н. е. (серед них – Адріан і Марк Аврелій). Проте невідповідність поведінки імператора його публічному іміджу закінчувалося трагічно: зокрема, імператор Коммод (189–192 н. е.), син Марка Аврелія, якого дуже поважав народ, був убитий за те, що взяв участь у гладіаторських боях, зганьбивши честь імператора. Такою була ціна ***репутаційних збитків***. Утрата ***репутаційного капіталу*** зазвичай вартувала життя.

Не менше, ніж власний імідж, турбувало римських політиків і *створення поганої репутації політичним конкурентам*, що нерідко знаменувало закінчення політичної кар'єри останніх. Доволі красномовним прикладом є так звана змова Катиліни 63 р. до н. е. Цицерон, як тодішній консул, звинуватив Луція Сергія Катиліну в спробі захоплення влади та змусив його залишити місто. Жодних доказів у Цицерона не було, усі аргументи він побудував на репутації Катиліни як людини неврівноваженої, розпусної та схильної до насильства.

Навпаки, *гідна репутація і діяльність в інтересах громади допомагала завоювати авторитет* в очах народу: коли Цицерон спробував звинуватити у змові Юлія Цезаря, це не вдалось, оскільки останній устиг отримати підтримку народу пожертвами хліба та грошей, влаштуванням свят і власним красномовством. Пізніше в Римі почали пліткувати, що дружина Цезаря Помпея зраджує чоловікові (що могло не позначитись на його репутації), однак він блискуче припинив ці чутки відомим виразом:

"Дружина Цезаря поза підозрами!". Тим він уберіг насамперед власну честь і гідність.

На репутації свого часу зіграв імператор Нерон, у період правління якого згорів Рим: він звинуватив у підпалі перших римських християн, скориставшись громадською недовірою до них, що виникла через таємні зібрання й використання незрозумілих символів віри. У результаті сотні християн загинули в тюрмах та на аренах цирків.

Серед тих, хто прагнув здобути політичний авторитет і мав державні амбіції, було немало і таких, які здобували репутаційний капітал за допомогою ***підкупу, шантажу, наклепу на конкурентів, розповсюдження чуток, погроз*** і навіть ***силового тиску на суспільну думку***. Ці відверто *неетичні маніпулятивні технології, що мали на меті репутаційні збитки,* отримали в Римі такий масовий характер, що в I ст. до н. е. були навіть прийняті особливі закони: едикти консулів Октавія й Галла Аквілія, які передбачали *кару за "metus" (погрози) та "domus" (омана, шахрайство*). Проте це не знищило згубну практику, тож "чорний PR" має давнє та міцне коріння.

2.2.3. Інструменти політичних протоPR Античності

Як відомо, ***PR-інструменти*** – це різноманітні засоби і методи, до яких вдаються в PR-діяльності з метою досягнення поставлених комунікативних мети і завдань.

Зразки ***політичних PR-інструментів*** відомі з часів античності, насамперед, із ***писемних текстів***, про які йдеться в тогочасних хроніках. В історії Геродота зафіксована подія з епохи греко-перських воєн, що відбувалися в VI ст. до н. е., коли афінський політик Фемістокл, який був одним із організаторів спротиву перській навалі, звернувся до співвітчизників – іонійців, які воювали на боці Ксеркса, із письмовою ***відозвою***, що мала вплинути на їхні патріотичні настрої, відігравши роль інформаційно-психологічної стратегеми, застосованої у військово-політичних цілях.

Датуючи подію 480 р. до н. е., грецький історик Геродот зазначає: "Фемістокл вирушив до джерела питної води й висік на

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для друку

камені напис, який прочитали іонійці, що прибули наступного дня в Артемісій. Напис говорить: "Іонійці, ви вчиняєте гріх проти своїх батьків, допомагаючи поневолити Грецію! Тому краще переходьте до нас. Якщо не зможете зробити цього, то відведіть свої війська з поля бою та переконайте карійців відійти також. Але якщо ні те, ні інше вам не вдасться й ви змушені будете виступити на полі бою, то воюйте тільки про людське око, пам'ятаючи, що ви походите від нас і ворожість варварів до нас бере початок від їхньої ворожості до вас". Цікаво, що Геродот писав про подвійний ефект цього "пропагандистського" заходу таке: зрештою, або іонійці зрадять Ксеркса і перейдуть до еллінів, або ж Ксеркс, дізнавшись про подібні заклики, поставить під сумнів вірність іонійців, тому не покладатиметься на них у вирішальних сутичках, чим зменшить міць власного війська.

Цитата Геродота має ознаки *оперативного політичного заклику* до іонійців стати союзниками греків, а не персів. Варте уваги те, що Фемістокл гнучко намагається розглянути ситуацію з огляду на її складність. Серед "підказаних" іонійцям моделей поведінки був і компромісний варіант: хоча б не виявляти активності на полі битви і не воювати проти співвітчизників.

До цього самого періоду належать також свідчення істориків, що дійшли до нас в описах, про більш ранні випадки використання *писемної мови з метою інформаційно-психологічного впливу як засобу політичного* ***PR***.

Велика кількість ***закликів і гасел політичного характеру*** з'являлася на стінах античних міст у періоди виборів до міської управи. Мали вони й вербальні форми, – свою частку в цей процес вносили "дзвінкоголосі" ***глашатаї***, особливо ті, хто прагнув запропонувати свої послуги перспективним кандидатам на виборні посади.

Окрім глашатаїв, у часи передвиборних баталій активізовувались такі учасники політичного протоPR, як ***переписувачі-каліграфи***. Їхня діяльність була схожою на роботу сучасних копірайтерів. М. Е. Сергієнко зазначає: "У передвиборній агітації важливою людиною був переписувач-каліграф, якого наймали робити ***написи***... Перед черговими виборами попередні тексти закривали свіжим тиньком, на якому переписувач розташовував новий напис... Переписувачі полюбляли зазначати під написом

власні імена. Це служило й задоволенню авторів, і цілям ***самопіару***: кожний міг бачити, хто ж став творцем такої чудової роботи. Помпейські переписувачі були не тільки майстрами каліграфії – вони були справжніми знавцями рекламної справи. Біла смуга тиньку робила напис більш об'ємним і рельєфним і він немов би виступав зі стіни; великі, чітко виписані букви впадали в око. ... На вузьких помпейських вуличках від таких написів нікуди було подітися: вони наполягали, наказували, скеровували", чим ефективно виконували *професійні функції протопіарних текстів*".

Окрім послуг переписувачів, що коштували недешево, прихильники кандидата покладалися і на власні сили: стіни будинків укривалися ***графіті*** передвиборного змісту. Наприклад: "Рибалки! Вибирайте едилом Попідія Руфа". Тут відчутна опора на корпоративне взаєморозуміння. В ієрархії управління civitas едил – це посадова особа в міській управі із широким колом повноважень. Рибалки, очевидно, сподівалися одержати певні пільги, тож висували на посаду рибалку Попідія Руфа, колегії інших ремісників відстоювали кандидатуру Модеста: "Прошу, щоб ви зробили едилом Модеста". Хронологія цих закликів паралельна, інакше написи були б затерті й нанесені нові.

На стіні будинку Требія Валента, якого неодноразово обирали едилом, виявлені були такі тексти: "Требій Валент, ти спиш", "Требій, прокинься й виходь до людей". Подібні докори адресували не тільки кандидатам, але й невідомим людям: корчмареві Графіку, невідомим Политу, Астилу й Інфанті. На цій підставі дослідники античної культури роблять висновок про те, що кандидати мали ***агентів,*** до обов'язків яких входило *ведення виборчої кампанії й відслідковування конкурентів*. Очевидно, таким адресоване застереження під одним із передвиборних закликів: "Щоб ти занедужав, якщо із заздрості це знищиш". А також напис на стіні Лореєвого будинку: "Наслідувати треба, а не заздрити".

Стіни будинку Пінарія Церіала, що обіймав у Помпеях посаду жерця Геркулеса, вкриті численними ***карикатурами***, що свідчить про наявність і цього інструменту в арсеналі тогочасних політичних PR як засобу електоральної боротьби. Карикатуристи намагалися підкреслити великий ніс Церіала, зображеного в ритуальній позі жерця, що заглибився у священнодійство.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Античністю були освоєні й певні форми ***антиреклами,*** *з елементами сатири, гумору, сарказму*. Доказом є *вуличний напис* у Помпеях, де на посаду едила рекомендували Церинія Ватія від імені "всіх соньків і п'яниць".

PR-інструментами з метою *політичної пропаганди* у Давньому Римі були такі писемні жанри, як *тенденційні біографії* з метою уславлення певних аристократичних родів, *мемуарний та епістолярний жанри*; стали популярними різноманітні *легенди* і *перекази* (часто не обґрунтовані) з історії Риму й походження римського народу.

Окрім писемних засобів політичного протоPR немало було й усних, зокрема це вже згадані ***чутки***, що використовувалися як інструмент інформаційно-психологічного впливу з *метою введення в оману, дезінформування й деморалізації* ворожих сил та цілеспрямування власних військ.

Із історії греко-перських воєн відомо, що перед походом на Грецію Ксеркс свідомо вдався до *дезінформування для досягнення максимального емоційного впливу шляхом створення художнього образу*. Він розпустив ***чутку*** про численність свого війська у вигляді *легенди* про те, що якщо всі перські воїни одночасно випустять стріли в повітря, то ті затьмарять сонце.

В історичних записках Плутарха можемо знайти ще один приклад *поширення чуток з метою введення в оману й дезінформування*. Александр Македонський під час походу на Індію (326 р. до н. е.) майже вичерпав морально-бойові можливості своїх військ. Щоб не допустити переслідування, він наказав виготовити зброю (списи, мечі, стріли, луки) та амуніцію (одяг, взуття), що втричі перевищувала нормальні розміри, розкидати їх на місці табору на березі Інду, наче їх забули випадково. Коли зброю та одяг зібрали ворожі розвідники й передали Таксилу, царю індусів, які спостерігали за македонським військом лише здалеку, цар відмовився від переслідування, уважаючи, що всі воїни Александра – велетні. Гіперболізація, уведення в оману – маніпулятивні технології інформаційно-психологічного впливу, що використовувались як політичний протоPR.

Стародавні рукописи повідомляють про те, що римляни, перед тим як піти на ворога, також поширювали *чутки* про перева-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

гу своїх легіонів, небачену хоробрість римлян та їхню нездоланну рішучість здобути перемогу.

Новий етап використання писемних PR-інструментів з метою інформаційно-психологічного впливу, що був прообразом політичної пропаганди, настав в античному Римі часів імперії. Поширювались такі писемні жанри, як *тенденційні біографії з метою уславлення аристократичних родів, мемуари* й *епістолярій*; стали популярними різноманітні *легенди* (часто нічим не обґрунтовані) з історії Риму та походження римського народу, *перекази тощо*.

Застосовувалися й інші *PR-технології тиску на політичного супротивника*, іноді вельми оригінальні, незвичайні. Зокрема, у творах старогрецького філософа й історика Плутарха міститься один цікавий і повчальний фрагмент, суть якого зводиться до такого. Коли в Римі дізналися про те, що цар етрусків готується напасти на землі римлян, до табору етрусків відрядили патриція Муція Сейволу. Прибувши у ворожий табір, Сцевола довго відмовляв етрусків від наміру і навіть пропонував дари за мирне залагодження питання. Але цар етрусків був непохитний: "Рим повинен упасти!" Тоді Муцій Сцевола, вичерпавши всі аргументи, використав у перемовинах останній: простяг руку над вогнищем і холоднокровно підпалив її. Цар етрусків був вражений силою духу посланця римлян. Його рішучість напасти на Рим похитнулась, адже він побачив, які сильні духом і хоробрі ті, на кого він збирається напасти. У такий спосіб було вчинено психологічний тиск на ворога, показавши хоробрість і витривалість власним прикладом жорстокого випробування. Останнє можна розглядати і як *самопіар.*

Утвердженню актуальних політичних поглядів, доказовості ідей служили також *предметно-образотворчі й архітектурні засоби протоPR*. Серед них – ***трофейні споруди*** (*арки, колони*) на знак здобутих військових перемог, ***скульптури*** та ***скульптурні портрети, барельєфи*** видатних політичних діячів. Не малу роль відігравали ***тріумфи*** – урочисті масові святкування перемог, що уславляли успішних полководців, які можна розглядати як PR-івенти.

На період греко-перських воєн припадає і згадка про спроби *використання* ***театру*** *з метою політичної пропаганди*. На по-

літико-пропагандистське забезпечення діяльності тієї чи іншої політичної групи значною мірою було орієнтовано ***художню літературу*** Еллади. Драматичні твори Софокла, Фемістокла (останньому приписують авторство наведених вище закликів до іонійців) *сприяли процесу етноконсолідації грецьких полісів* перед спільною загрозою поневолення персами, що насувалися зі сходу. Зі "східним питанням" пов'язане й залучення *до арсеналу пропаганди та психологічної війни ораторського мистецтва.* Метою відомих публічних промов Демосфена, так званих *філіппік*, було викриття перед грецьким світом загрози тиранічного панування, зумовленої амбіціями Македонської династії. Представник протилежного табору – афінянин Сократ – шліфував свій талант промовця, агітуючи за Філіппа. Ці два імені стали своєрідними символами започаткованої в Греції науки ***риторики.*** *Формулювання теоретичних положень риторики мало суттєве значення для розвитку теорії пропаганди.*

Усі ці PR-інструменти свідчать про різноманіття й насиченість технологій політичних протоPR античності.

2.2.4. Політичний протоPR Перикла

Перикл був видатним політиком, стратегом, державним діячем і оратором. Він користувався великим авторитетом і повагою серед різних верств Античної Греції. Позиціонуючи себе людиною, для якої державні інтереси понад усе, він набув безперечного авторитету як лідер Афін. Період правління Перикла називають "золотим століттям Афін", визнаючи його добою найвищого внутрішнього розквіту Греції. Був Перикл і майстерним стратегом інформаційно-психологічних дій.

Але життєвий шлях Перикла був непростий. На початку своєї діяльності він із застереженням ставився до народу, уникав державних справ. Перикл присвятив себе державній діяльності із необхідності, що склалася в країні, причому відразу став на шлях демократії: добробут численних бідняків він ставив вище від вигоди купки аристократів.

Водночас він не загравав із плебеями, не прагнув дешевої популярності на відміну від своїх опонентів, які здобували її доб-

рочинністю: давали безкоштовні обіди бідним, роздавали одяг старим, давали всім доступ до своїх у своїх маєтках, щоб кожен міг користуватися тим, що там вродило. Це дійсно був реальний і дієвий шлях формування взаємин (зв'язків) із незаможними й соціально незахищеними верствами населення (громадськістю). Фактично це був своєрідний протоPR.

Периклу вибудувати зв'язки із громадою Афін у такій ситуації було доволі складно. Фактично переможений вищезазначеною соціальною політикою опонентів, він удався до стратегій, що мали викликати інтерес та завоювати симпатії населення. Асигнуванням значних коштів на видовища, щедрою платою суддям, усілякого роду винагородами й даруванням грошей нужденним Перикл швидко завоював народні маси і став популярним. 463 р. до н. е. Перикла уперше було обрано стратегом. Він підтримав лідера демократичної партії Ефіальта у намірі розірвати союз зі Спартою.

Щодо найнебезпечнішого його опонента Кімона, то спроба звинуватити його у хабарництві виявилась невдалою, але більш дієва стратегія була підказана іншими обставинами: 462 р. до н. е. Кімона піддали остракізму за приниження Афін, коли його чотиритисячна армія не змогла здолати повсталих у Спарті ілотів у битві на горі Іфон. Після цього спартанці вигнали армію зі своєї території. Домігшись вигнання Кімона 461 р. до н. е., Перикл став одним із найвпливовіших політиків в Афінах і провів серію реформ, що сприяли демократизації афінського поліса.

Перикл позиціонував себе як захисник інтересів усього народу Афін, на відміну від Фукідіда, який орієнтувався лише на аристократію, і на відміну від Кімона, який урешті зосередився на найнужденніших вестах, що не мали суттєвої ваги в суспільстві. *Перикл же консолідував суспільство, об'єднав усі верстви і, в ім'я громадських цілей, згуртував їх та надихнув патріотизмом.*

Це ознаменувало початок домінування в Афінах демократичної партії, яку 461 р. до н. е. очолив 33-річний Перикл. З метою залучення до політики якомога ширших верств суспільства, він почав із *популістських заходів,* як-то надання права міській бідності безкоштовно відвідувати театральні вистави, а 458 р. до н. е. домігся ліквідації майнового цензу для обрання архонтом і надання високих зарплат для присяжних судів, реформував де-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

мократичним чином закон про громадянство. Ці реформи стали піаром його державної й політичної діяльності.

Домігшись великого впливу в народі, Перикл дещо дискредитував авторитет Ареопагу і зумів знайти спосіб впливати на рішення архонтів. Відповідно до пропозиції *Ефіальта* (*оратор Перикла, його alter ego, відтак його особистий піарник та іміджетворець*), Ареопаг позбавили права вирішувати більшість судових справ, а підданого остракізму Кімона "затаврували" як ворога демократії. Периклу вдалося створити опоненту негативний імідж, тобто було застосовано відверто маніпулятивний – "чорний" протоPR; опонент зазнав репутаційних збитків і втратив значну частку свого іміджевого капіталу), хоча Кімон був заможним, аристократичним, відважним і доблесним, дбав про державну скарбницю. Але авторитет Перикла був такий беззастережний, що йому вдалося здобути перемогу над сильним і авторитетним опонентом. Його сподвижник і спікер ***Ефіальт*** активно допомагав йому в цьому. *Відтак, в історії PR у V ст. до н. е. з'явився перший політичний PR-консультант, а самопіар вийшов на новий соціокомунікаційний рівень.*

Відповідно до своїх суспільно-політичних цілей Перикл *вибудовував свої відносини з народом*: щоб не набридати людям, не виглядати нав'язливим і некоректним, він виступав зрідка і лише щодо суттєвих питань, не зловживав народною увагою і не завжди з'являвся на Народні збори. Проте обов'язково брав участь у важливих справах, а в усіх інших випадках діяв через своїх друзів або спрямовував інших ораторів, тобто *делегував повноваження*. Він, за висловом Платона, щедро наливав афінянам *вина свободи*.

Як поборник інтересів народу, маючи на меті відмежуватись від афінської аристократії, Перикл змінив свій спосіб життя і стратегію взаємин із "сильними світу": обмежив коло спілкування, не відвідував пишні велелюдні учти, відмовився від родинних зустрічей і загалом приятельських стосунків. Позиціонуючи себе людиною, для якої державні інтереси понад усе, Перикл відмежувався від свого впливового роду Алкмеонідів, а його друзями стали метеки Анаксагор, Протагор, Геродот.

У зовнішній політиці Перикл обстоював ідею консолідації еллінів. Після закінчення півстолітніх греко-перських війн, Пе-

Видавництво Національного університету "Київський університет" Версія не для друку

рикл, як зазначає Плутарх, "... вніс до Народних зборів пропозицію, щоб усі елліни, де б вони не жили, в Європі чи в Азії, у малих містах чи великих, делегували на загальний з'їзд в Афіни уповноважених для наради про еллінські храми, спалені варварами, про жертви, які вони повинні принести Елладі за обітницею, даною богам, коли вони билися з варварами, про безпечне для всіх плавання по морю і про мир". У такий спосіб Перикл пропонував скликати *загально грецький конгрес і обговорювати на ньому питання післявоєнного устрою, зокрема відбудови культурної спадщини*. Але через протидію Спарти конгрес не відбувся. Тоді 447 р. до н. е. Перикл запропонував відновлювати храми в Афінах і особисто очолив це починання.

Політичні опоненти Перикла не загаялись завдати удару по його іміджу, звинувативши *у популізмі й марнотратстві громадських грошей на будівельні програми.* У відповідь Перикл звернувся до Народних зборів за підтримкою: "У такому разі нехай ці витрати рахуються за мною, а не за вами, але *посвятні написи на будівлях нехай містять моє ім'я"*. Тобто він, незважаючи на величезні видатки, насамперед подбав про свій PR. Учасники зібрання чи то захоплені його великодушністю, чи то з честолюбства, – самі бажаючи уславитись цими спорудами, – загукали, щоб він усі витрати робив з державної скарбниці і витрачав не шкодуючи. *Із цього очевидно, що боротьба за превалюючий вплив на суспільство і змагання іміджів політичних осіб існували здавна. При цьому використовувались засоби впливу і способи самопіару, що нині є поширеними технологіями PR.*

Перикл півтора десятиліття обирався стратегом і, не маючи жодних надзвичайних повноважень, фактично очолював місто виключно завдяки своєму авторитету, хоча задля цього він повсякчас позбувався своїх політичних опонентів. Коли в такий спосіб був повністю усунений розбрат, і в державі запанували єдність і згода, Перикл нав'язав свою владу Афінам і підкорив собі все, що належало афінянам: державну скарбницю, військо, флот. Він домігся величезного впливу, який ширився як серед греків, так і серед варварів. Його зовнішньополітичний авторитет ґрунтувався на соціальній підтримці підкорених племен і народів, дружніх відносинах із їхніми державцями та на зовнішньополітичних угодах з ними.

Видавничо-поліграфічний центр "Основа" Київського університету

З часом Перикл змінив внутрішню політику: він більше не був слухняним знаряддям народу, не поступався юрбі. Замість м'якої, а часом поступливої демагогії, він почав послідовно упроваджувати доволі жорстку політику, дбаючи про *загальний добробут*. Однак траплялося, що народ виявляв незадоволення. Платон з цього приводу писав: "У народі, що має сильну владу, виникають, природно, всілякі пристрасті. Перикл один умів майстерно керувати ним, впливаючи головним чином надією і страхом, як двома важелями: то він стримував його зухвалу самовпевненість, то підбадьорював і втішав". Платон мав рацію, коли вважав, що Перикл володів *"мистецтвом керувати душами", "умів підходити до різних пристрастей, немов до якихось тонів і звуків душі, що потребують відповідного доторку або удару умілої руки"*.

Утім причиною успіхів Перикла було не лише розуміння настроїв громади, а, за словами Фукідіда, "довіра народу, бо він виявився непідкупним і безкорисливим". "Хоча Перикл перетворив Афіни на найбільше й найбагатше місто, і власною політичною могутністю перевершив багатьох царів і тиранів, він однак не збільшив власних статків", – уважав за необхідне підкреслити це рідкісне для політиків поєднання гідностей видатний біограф Плутарх. Перикл 40 років успішно кермував державою, заживши шани і любові сучасників.

Проте доля Перикла не обійшлася без "чорного PR" та репутаційних збитків. Комедіографи вдавались до злісних кпинів, називали його друзів "новими пісістратидами", а від Перикла вимагали обітниці, що він не збирається стати тираном.

Піднесення Афін, поширення їхньої експансії в Південну Італію, на Сицилію та прагнення домінувати в морському союзі грецьких полісів стало причиною конфліктів Перикла як із союзниками, так і зі стратегічними конкурентами, що 431 р. до н. е. призвело до початку тривалої Пелопоннеської війни зі Спартою. Його смерть стала для Афін катастрофою – до влади прийшли відверті популісти й демагоги, які доволі скоро відійшли від т. зв. "великої стратегії Перикла", метою якої було виснаження супротивника й уникання авантюрних військових операцій, що врешті-решт спричинило нищівну поразку у війні зі Спартою, яка стала новим гегемоном у грецькому світі.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Величезна популярність Перикла пояснюється тим, що проведена ним *політика відповідала інтересам більшості афінських громадян.* Греція досягла небувалих висот суспільного, політичного, економічного, воєнного, культурного розвитку. Афіни стали найбільшим політичним, економічним і культурним центром еллінського світу, осередком демократії, мистецтва, наук.

Перикл був талановитим державцем, політиком, стратегом. Не все в його постаті однозначно позитивно, але важливо те, що *він оперував доволі досконалими як на ті часи технологіями і стратегіями протоPR, уміло підтримував власний імідж, мав неабияку силу впливу,* уславив період свого владарювання як "золотий вік" розквіту Еллади.

ПостPR Перикла розпочався у працях античних істориків. Праця Фукідіда є найвірогіднішим історичним джерелом про Перикла, оскільки містить спогади сучасників, які бачили його наживо. Фукідід описав докладно останні роки життя Перикла, але дав йому оцінку, що вивищує його над усіма іншими політичними діячами того часу: "... Щодо державної діяльності, Перикл уважався найбільш гідним. Допоки Перикл у мирний час стояв на чолі міста, він завжди правив спокійно і справедливо, ретельно дбав про його безпеку, при ньому місто досягло вершини могутності. Коли ж почалася війна, то виявилося, що він також вірно оцінив її важливість і значення... Після його смерті афіняни переконалися в тому, наскільки слушні були його розрахунки і передбачення... Перикл, як людина, яка користувалася великою повагою за проникливий розум і безсумнівну непідкупність, правив громадянами, не обмежуючи їхньої волі, проте не піддавався настроям мас… Не прагнучи влади неналежними засобами, він не потурав громадянам, а міг, спираючись на свій авторитет, різко заперечити їм. Коли він бачив, що афіняни несвоєчасно затівають надто зухвалі дії, то вмів своїми промовами застерегти їх, спонукаючи до обережності, а якщо вони нерозумно впадали у відчай, підняти їх дух, збадьорити. За визначенням, це було правління народу, а насправді – влада істинного громадянина. Із наступників Перикла жоден не став таким відомим, як державний діяч, хоча кожен прагнув першості й тому був готовий, потураючи народу, пожертвувати навіть державними інтересами". Фукідід завершив свій твір уже після поразки

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Афін у Пелопоннеській війні. Намагаючись виявити причини поразки, він бачив однією з головних причин недосвідченість нового покоління політиків на противагу Периклу.

Давньогрецький біограф і мораліст I ст. Плутарх добре ставився до Фукідіда і підтримав його оцінку стосовно Перикла. Причому він ставив у заслугу Периклу не тільки політичні та військові успіхи, а й культурний розквіт Афін і створення плеяди провідних інтелектуалів епохи. У цілому життєпис Перикла є одним із кращих у його циклі "Порівняльні життєписи".

Образ Перикла у Платона та Арістотеля ніяк не позитивний. Вони звинувачували його в тиранії, вважали одним із численних афінських демагогів, що були причетні до деградації демократії.

ПостPR Перикла виявився неоднозначним, але ця різновекторність у трактуванні непересічної історичної особистості тим більше цінна для сучасників та істориків PR. Проте його образ увійшов у мистецтво. Перикл – головний герой історичних романів Георгія Гуліа "Людина з Афін" і Анатолія Домбровського "Перикл". Периклом звуть головного героя фантастичного оповідання П. Георгієва "Рай на два дні", де йдеться про демократію. Перикл є персонажем декількох фільмів: "Die Frauendes Herrn S." (ФРН, 1951), "The War That Never Ends" (1991) и "Empires: The Greeks – Crucible of Civilization" (2000). У грі Sid Meier's Civilization VI Перикл представляє цивілізацію Греція, з'являється у грі Assassins Creed Odyssey.

2.2.5. Технології протоPR Александра Македонського

Александр Македонський – геніальний полководець, видатний адміністратор і політик, засновник великої держави, що охоплювала Македонію, Грецію, Персію та Єгипет. Його походи позитивно вплинули на розвиток античної науки (особливо географії) і культури (еллінізм). Діяльність цієї особистості – чудовий взірець майстерного ведення *зовнішньої політики* й *дипломатичних відносин*.

Ще до початку східних походів Александр, ставши царем, зумів упокорити вороже ставлення до Греції зарубіжних держав,

Видавничий центр "Київський університет" Зразок не для друку

шанобливо й переконливо спілкуючись із послами, хоча були й такі, яких він настрашив, або змусив підкорись. Велику роль він надавав *дипломатичним взаєминам і*з дружніми чи союзними державами, оскільки був зацікавлений у створенні *стабільного миру* напередодні східної експедиції. Александр, будучи вмілим дипломатом, добре розумів, що в кожному випадку має бути індивідуальний підхід до потенційного спільника чи однодумця. Говорячи сучасною мовою, він розумів специфіку кожної із цільових аудиторій. Македонський відрядив дружнє посольство до амбракіотів і переконав їх у тому, що скоро вони отримають автономію. Афінських послів, які прийшли до нього із вибаченнями за те, що їхнє місто забарилося з наданням йому гегемонії, прийняв доброзичливо.

Однак при всьому зовнішньому миролюбстві його дипломатія спиралася на реальну військову силу – македонську армію. Фіванська битва – яскравий доказ того. Проте й тут Александр був надзвичайно обережний, намагаючись показати, що обстоює справедливість. Афінянам він наказав видати ораторів, які свідчили проти нього, але запропонував грекам вирішити долю міста Фіви (сучасне Васет) на їхній розсуд. На догоду царю ті винесли жорстокий вирок: жителів продали в рабство, а саме місто дощенту зруйнували. Це свідчить про те, що Александр ще до східної експедиції зрозумів цінність "громадської думки" у вирішенні складних зовнішньополітичних питань, важливість впливу на цільову аудиторію залежно від конкретних обставин. Гасло ***панеллінізму*** виявилось дієвим засобом дипломатії та здобуло йому славу поборника правди і справедливості відповідно до ментальних настанов еллінів.

Уміння Александра диференційовано *впливати через посередників на цільову аудиторію* підтвердило свою дієвість у Малій Азії, коли спілкування та вплив на потенційних підлеглих здійснювалося через дипломатичні місії. Александр приймав від них знаки пошани і дарунки й відповідно віддячував за них (напр., посольство із Сард вручило йому ключі від міста, за що він дозволив його жителям жити за їхніми старовинними законами і подарував їм свободу). У Лікії посли від фаселітів прийшли "увінчати Александра золотим вінком і просити у нього дружби". Згодом до Александра прибули посли від Селгу із

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для студентів

проханням про дружбу, з якими він уклав мир. Таким чином формувався *імідж великого полководця, справедливого та гречного державця,* що став взірцем *патерналіської* опіки над впокореними й підлеглими.

Для підкорення народів Александр широко використовував не тільки зброю, але й маніпулятивні засоби. В його арсеналі були *дистанціювання* та *"стравлювання"* потенційних ворогів, *залякування* й *покарання непокірних*.

Дійсність змушувала нерідко змінювати тактику й послуговуватися суперечливими *політичним стратегіями.* Александр не взяв у полон жителів Мілету, продемонструвавши свою прихильність еллінам, але це не завадило йому зрівняти із землею Галікарнас. Після битви біля Граніке полководець узяв у полон грецьких найманців і в ланцюгах відправив їх на роботи в Македонію як зрадників, що воювали на боці персів, але після взяття Мілету він приєднав 300 найманців до свого війська.

У Малій Азії дипломатична діяльність Александра зазнала суттєвих змін. *Дрібні поступки, обіцянки й подібні їм прийоми,* які широко використовувалися у Греції, Малій Азії майже не застосовувалися. Цар відкрито перейшов від дипломатії ласки до *дипломатії сили*. Малоазійські міста могли розраховувати на прихильність Александра лише у випадку, якщо надсилали багаті дари та готові були укласти мир *на його умовах, що передбачало обмеження свобод*. Як приклад, посольство фаселітів нагородило Александра золотим вінцем і просило його дружби, він же звелів їм здати свої міста. Якщо ж населення малоазійських міст намагалося протистояти царю, їх чекало суворе покарання.

Арістотель радив Александру поводитись із греками як мудрий правитель, а з варварами, тобто з чужими народами, – як пан. Македонський мав задум заснувати єдину греко-перську імперію. 324 р. до н. е. Александр надіслав грецьким містам Коринфського союзу послання, в якому вимагав, щоб надалі йому надавали *божественні почесті*. Ця вимога викликала хвилю обурення, хоча зрештою міста були змушені поступитися силі, яка була на боці Александра. В Афінах великий оратор Демосфен презирливо сказав: "Так нехай же Александр буде сином Зевса, а заодно і сином Посейдона, якщо йому так завгодно". Це свідчить про те, що А. Македонський *дбав про свій імідж* як

Видавничий центр "Київський університет"

умів, хоча не завжди публіка це сприймала. У будь-якому випадку цей правитель прагнув *беззастережного політичного авторитету і дбав про свій величний імідж*.

Активно формував свій імідж Александр і в дипломатичній діяльності, розуміючи, що тим він створює про себе думку в закордонних країнах. Дипломатичні місії, як і "прохачів", цар приймав у величезному, розкішному наметі, спеціально призначеному для таких прийомів. Його оточували ошатно озброєні вояки, які повинні були викликати страх. Також існував *особливий церемоніал*, за яким Александр приймав охочих розв'язати проблеми. За свідченням Діодора, отримавши список прибулих із вказівками "запитів", А. Македонський особисто встановлював черговість їхнього прийому за ступенем важливості. Він охоче приймав від посольств подарунки та добрі побажання, вирішував їхні суперечки й задовольняв претензії. Наступними він приймав тих, що прийшли до нього з різних релігійних питань, потім слухав тих, хто просив заступництва і приніс за це дари, опісля з'ясовував суперечки сусідів, і, нарешті, приймав людей, які прибули в суто особистих справах. Останньою була черга вигнанців, що прагнули повернення. Усім нужденним він давав милостиві відповіді, поради й настанови.

Приймаючи велику кількість дипломатичних делегацій, полководець став заглиблюватись у проблеми не тільки Сходу, але і Заходу. У процесі спілкування з дипломатичними посольствами, представниками різних держав, він познайомився з особливостями міжнародних відносин у різних регіонах, і згодом використовував політичні суперечності між державами разом із етнічними під час здійснення своїх завойовницьких планів. Ставлення до різних посольств у нього було неоднакове: до одних – прихильне, над іншими він знущався, на деякі чинив певний тиск. *Дипломатія, як комунікаційна стратегія, виступала у тісній взаємодії з військовими заходами та служила для закріплення й утвердження досягнених військовим шляхом результатів.*

За допомогою дипломатії Александр створював потрібне йому враження, сприяв генеруванню суспільного настрою, упокорював опозицію, використовував боротьбу різних політичних угрупувань для досягнення власної мети. Своє дипломатичне мистецтво він виявляв не тільки із завойованими країнами та

переможеними народами, а також у дипломатичних іграх зі своїм військом і населенням метрополії. Його ***феноменальний імідж*** *магічно впливав на всіх і кожного.*

ПостPR Александра Македонського насамперед у тому, що він увійшов у світову історію із прізвиськом ***Великий***, як геніальний полководець, стратег, видатний адміністратор і політик, засновник великої держави, що охоплювала Македонію, Грецію, завойовану Перську імперію та Єгипет. Його походи позитивно вплинули на розвиток античної науки (особливо географії) і культури (еллінізм); завдяки його військовим досягненням були відкриті шляхи на схід для грецької торгівлі, мови та культури.

Опис завоювань Александра почався ще за його життя: у поході брали участь придворні філософи й історики. Найпомітнішими з них Були Каллісфен (який написав "Діяння Александра" – біографію полководця – та вів літопис Східного походу аж до своєї страти 328 р. до н. е.) і Харет Мітіленський (автор "Історії Александра" в 10-ти книгах). Спогади також залишили безпосередні учасники тієї кампанії – високопоставлені полководці Птолемей (діадох, правитель Єгипту після смерті Александра) і Неарх (командувач флоту), інженер Арістобул, філософ Онесікріт. Молодшим сучасником Александра був Клітарх, який також написав історичний твір про його завоювання. Ці всі роботи мають три основні проблеми: по-перше, вони майже не збереглися в оригіналі, – тільки в цитованих уривках інших авторів; по-друге, вони всі апологетичні до Александра, тому не можуть розглядатися як цілком достовірні джерела; по-третє, всі вони *створюють образ Александра тенденційно*, відповідно до його побажань і вимог та згідно з точкою зору автора.

У Середньовіччі ніяких серйозних історичних робіт про завоювання Александра не було написано, але їхній сюжет був доволі популярний в європейській художній літературі й навіть фольклорі. Зокрема, поширювався псевдоісторичний роман "Історія Александра Великого", точне авторство і дата створення якого невідомі (він приписувався Каллісфену, але насправді йому не належить). Доволі популярним образ Александра (Іскандера) був і на Сході.

У Новий час дослідження життєпису Александра поглибилися: це було пов'язано як із загальною модою на Античність, так і

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

з виявленням невідомих у Середньовіччі античних джерел (зокрема, Арріана).

Основу сучасних досліджень на цю тематику заклала робота німецького історика Йоганна Густава Дройзена "Історія Александра Великого" (1833), який позитивно оцінив роль Александра, уважав результат його походу не завойовницькою деспотією македонян, а інтеграцією народів. Історик уважав, що А. Македонський просував цивілізацію на Схід. Схожу позицію мав англійський історик першої половини XX ст. Вільям Тарн, якого навіть критикували за надмірну ідеалізацію образу Александра.

Частина авторитетних істориків, утім, вважає Македонського руйнівником, чиї здібності обмежувалися лише військовими талантами. На їхню думку, він не був умілим політиком, часто приймав імпульсивні й нераціональні рішення. До таких науковців належать Карл Юліус Белох, Ернст Бадіан, Фріц Шахермайр, Ієн Ворсінгтон, Вілл Вольфганг тощо. Деякі дослідники XX ст. навіть почали ставити під сумнів непорушну раніше впевненість у військовій геніальності Александра. Тобто в історичній літературі думки про Александра Великого доволі суперечливі, неоднозначні й відповідно таким є його *історіографічний постPR.*

Александр Македонський був популярною постаттю в мистецтві з найдавніших часів і залишається таким досі. Він мав особистого скульптора Лісіппа, який створив кілька статуй Александра, із яких одна відома за копією римської доби. У Помпеях виявлено Мозаїку Александра, що зображує битву біля Ісси. Це римська підлогова мозаїка, яка датується приблизно 100 р. до н. е. Існує думка, що мозаїка є копією картини IV ст. до н. е. автора Филоксена із Еретрії чи Апеллеса.

ПостPR Македонському створили також *живопис, література, кінематограф* Нових та Новітніх часів. Найвизначнішими художніми полотнами, які зображали образ Александра Великого, є "Битва Александра Македонського з Дарієм", роботи Альбрехта Альтдорфера – улюблена картина Наполеона Бонапарта, з неї розпочалось зібрання Мюнхенської пінакотеки. Крім неї художник присвятив Александру картину "Битва Александра біля Іссм". Широко відомі полотна "Александр" Рафаеля Санті та Рембрандта.

Видавництво Державний університет "Київський університет ім. Б. Грінченка"

Щодо *художньої літератури*, то у період із 1969 до 1981 рр. вийшли три романи у жанрі *історичної белетристики* англійської письменниці Мері Рено. Інша трилогія, присвячена Александру Великому, належить суперечливому французькому письменнику Роже Пейрефітту. Відомою є трилогія, написана італійським археологом, істориком і письменником Валеріо Манфреді 1998 р. Завоювання Александра описує британський письменник Девід Геммел у дилогії: "Лев Македонський" та "Темний принц". Александр Македонський став одним із персонажів роману "Таїс Афінська" Івана Єфремова, повісті "Вогні на курганах" Василя Яна.

Кінематограф присвячений Александру Македонському. Це "Іскандер" – перший повноекранний фільм про Александра Великого, присвячений індійському походу македонського царя; "Александр Великий – фільм 1956 р., відносно невдала екранізація історії Александра. Головну роль виконав американський актор Річард Бартон. "Александр" – фільм Олівера Стоуна 2004 р., заснований на історичних фактах. У головній ролі – Колін Фаррелл. Александр Македонський згадується в аніме Fate/zero. Він відомий на ім'я Іскандер, Вершник молодого мага Кейнета Ель-Меллоя Арчибальда.

ПостPR Александра Великого – різнопланový, різножанровий, але створює імідж талановитого полководця, стратега, мудрого й розважливого державця, дипломата, політика, проте людини емоційної, запальної, рішучої, здатної на героїчні вчинки.

2.2.6. Політичні PR-феномени Юлія Цезаря

Гай Юлій Цезар – давньоримський державний і політичний діяч, полководець, письменник, римський консул (59, 48, 46, 45 і 44 до н. е), диктатор (49, 48–47 і 46–44 до н. е.), великий понтифік (із 63 до н. е.), один із найвидатніших полководців Античності, державник, який докорінно змінив політично-суспільний і культурний ландшафт Стародавнього Середземномор'я та Західної Європи. Окрім загальновідомих феноменів як історична постать, визначався майстерністю технік впливу на римську

Видавництво-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

громаду, сенат і військо, тобто на всі найвпливовіші верстви населення, що були його цільовими аудиторіями. Техніки його протоPR були різними.

Передусім Цезар *ретельно дбав про власний імідж*. Зокрема, *до свого імені він додав звання імператора*, яким військо вітало свого полководця-переможця. Як зазначав Цицерон, сучасники прирівняли Цезаря до Юпітера і Марса, *за життя шануючи як бога*. Така слава тішила честолюбство Цезаря – він не втрачав нагоди публічно згадати своє *патриціанське походження* від легендарного Енея та Венери, наголосити на родинних зв'язках із Анком Марцієм, четвертим царем Риму, згадати про належність до патриціанського роду Юліїв. Цезар пишався своїм шляхетним походженням і за всілякої можливості публічно це підкреслював.

59 р. до н. е. Цезар, перебуваючи на посаді консула, дав розпорядження про необхідність *регулярно інформувати публіку* про поточні справи сенату й діяльність Народних зборів. Це започаткувало вихід *протогазет* "*Acta senates*", "*Acta diuma populi romani*" ("Справи сенатські", "Повсякденні справи народу Риму"). Щоразу перед військовими битвами він домагався народної підтримки за допомогою *поширення спеціально підібраних звернень і проведення театралізованих вистав*, що мали на меті ***пропаганду політичних ідей***. Також імператор був *цензором*, користувався *правом нагляду за поведінкою* й *особистою сферою життя* римлян, міг надавати право громадянства кому завгодно. Як верховний понтифік, він *контролював усю сферу релігії*, розпоряджався актами культу, контролював діяльність жерців. Йому підпорядковувалася *військова справа*, солдати складали присягу на зображенні імператора.

Юлій Цезар *реформував календар*, який після цього отримав назву юліанського. Крім того, на честь імператора було названо один із місяців року, тим його ім'я увічнене в сучасних мовах. Від імені Юлія Цезаря походять титули цісар, кайзер та цар.

Життя Гая Юлія Цезаря з юних років проходило у неспокійних умовах і вимагало постійного комунікування з різними верствами населення: із розпадом демократії у Римі (середина I ст. до н. е.) настали часи масових невдоволень і заворушень. Рід Юліїв більше не уважався одним із найбагатших і найвпливовіших у

Римі. Гай рано усвідомив, що *без фінансової підтримки ззовні йому не вдасться піднятися на вершину влади. Він володів природженим талантом до переконання та скористався цим, отримавши підтримку найвпливовіших і найбагатших людей Стародавнього Риму.*

Шлях Цезаря до вершини влади був непростий. Мало хто знає, що тільки двоє людей зіграли вирішальну роль у становленні Юлія Цезаря першим імператором – диктатором Римської республіки. Це Гней Помпей і Марк Красс. У Помпея була вся необхідна влада і вплив для просування Юлія Цезаря на сенатські посади. Марк Красс – найбагатша людина у Стародавньому Римі (давав гроші Цезарю в борг, щоб він *підкуповував усіх*, хто був не згоден із його політичними поглядами). Із цією "групою підтримки" Цезар створив тріумвірат. Звичайно Цезар позичав гроші і в інших кредиторів (ті давали йому в борг, але не допомагали його просуванню в політиці). *Неетичні, маніпулятивні технології впливу на цільові аудиторії – очевидні, як і "чорний" протоPR.*

Цезар зробив неоціненний внесок у формування Римської імперії. До цього диктатора Рим багато років був відносно невеликою державою, якою керувала купка багатіїв. Про люд ніхто не турбувався, про нього згадували лише під час воєн. Різноманітні закони, що суперечили один одному, допомагали вирішувати всі питання на користь об'ємнішого гаманця або більш впливового роду. Навіть за вбивство людини сенатори лише платили штраф.

Цей імператор значно розширив кордони Римської держави, перетворивши його з типового поліса у величезну країну з територіями в Європі, Азії та Африці. Він був талановитим полководцем, якому вірили солдати, і також майстерним політиком. Захопивши місто в Греції, яке не прийняло ультиматум про здачу, Цезар віддав його на розграбування солдатам. Наступне місто склало зброю, і залишилося абсолютно недоторканим. Цим був продемонстрований хороший приклад. Тож це свідчить, що *Цезар умів вплинути і на думку ворога*.

Цезар був надзвичайно *харизматичною, енергійною та цілеспрямованою людиною*, за рахунок чого він постійно досягав будь-якої поставленої мети. Светоній зазначав: "Зброєю та конем володів він чудово. Витривалість його перевершувала будь-які очікування. У поході він ішов попереду війська, зазвичай піший,

іноді на коні, з непокритою головою, незважаючи на спеку, на дощ... Річки долав він уплав або за допомогою надутих міхів, і часто випереджав навіть своїх глашатаїв". Перебуваючи в дорозі, він завжди з максимальною користю використовував час, намагаючись записати або надиктувати якомога більше своїх думок".

Великий оратор Цицерон, м'яко кажучи, не любив Цезаря, але захоплювався його *літературною і стилістичною майстерністю*, яку той використовував як маніпулятивний засіб впливу на цільову аудиторію.

При Цезарі було створено *найпотужнішу й найбільш боєздатну армію* того часу. Полководець не тільки вміло *скористався всіма перевагами, які були напрацьовані його попередниками, а й особисто чимало упровадив у військове мистецтво*. Нововведення зачепили устрій війська, озброєння, тактику, розвідку. *Як стратег, Цезар був непередбачуваний, що робило його маневри небезпечними для ворога*. Це означає, що *інформаційно-психологічні операції він проводив ефективно*.

Цей правитель був *умілим маніпулятором і умів будь-які обставини повернути на власну користь*. Коли він вирішив підкорити Єгипет, то боги здавалося б допомагали йому. Під час шляху до Африки у морі постійно вирував шторм і кораблі Цезаря просто зникали в морській безодні. На берег висадився лише один легіон. Коли, прибувши до Єгипту, Цезар спускався на берег, то спіткнувся і впав обличчям у пісок. У цьому його солдати побачили не добрий знак згори, *моральний дух їх міг впасти*. Піднімаючись із землі, Цезар схопив жменю піску і стиснувши кулак сказав: "Ти в наших руках, Африка!". *Таким чином він підняв моральний дух своїх людей, і Єгипет був завойований.*

Успіхам своїх військ він був зобов'язаний особистою відданістю йому воїнів. Цезар щиро любив своїх солдатів і вони відповідали йому взаємністю. Центуріони та легіонери шанували свого командира й захоплювалися його військовими талантами. Відтак він *уміло міг впливати на певні цільові аудиторії й бажаним чином формувати суспільну думку на власну користь*.

Неймовірно пишне шанування Цезаря багатьох дратувало, декого смішила його звичка носити багряну тогу і лавровий вінок "куди і коли завгодно" – поза очі іронізували, що він у такий спосіб прикриває лисину. Утім Цезар був *великодушним і не гні-*

Видавничий центр "Київський університет"

вався на жарти; не вдавався він і до дрібної помсти авторам епіграм, у'їдливих віршів чи відвертих пасквілів; він не опускався до з'ясування таких неважливих і дріб'язкових чвар. Цезар говорив: *"Уміння не помічати чиїсь недоліки – це і є ввічливість"*.

Цезар уважав, що *"хто викриває чужу невихованість, сам не може служити зразком ввічливості"*. Тож він пробачив і тим, хто виступав проти нього зі зброєю в руках: Марка Юнія Брута-молодшого чи Гая Кассія Лонгіна, колишніх соратників Помпея, які з волі Цезаря зайняли посади преторів. Та й до пам'яті переможеного суперника – Помпея – поставився з належною повагою, наказавши відновити його повалені статуї. Це говорить про його моральні якості та великодушність.

Не чутливий Цезар був до *славослів'я, фіміаму і лестощів*, до яких удавалися ті, що були занепокоєні збереженням власних привілеїв. Він не любив *підлабузництва* і *лицемірства* і завжди доволі гостро реагував на такі неетичні дії. Врешті це створювало про нього думку як про *людину моральнісну і стало складником його іміджу*. Цезар уважав: *"Вірити потрібно в правду, а не в те, що хочеться"*.

Остаточно здолавши у березні 45 р. до н. е. послідовників Помпея Великого, Юлій Цезар повернувся з Іспанії до Риму на піку слави та військової могутності. Народ і сенат *увінчали його численними почестями*: він *отримав титул "Визволителя"*, *уп'яте тріумфально вступивши до Капітолію*, а також право з'являтись *в одязі тріумфатора на всі урочистості*; дні його перемог і день народження (у місяць Квінтілій, перейменований на Юлій) слід було щороку відзначати як свято. Жерці *та весталки мали молитись за здоров'я Цезаря кожні п'ять років. Його особу оголосили священною і недоторканою, статую Цезаря встановили у храмі* Юпітера.

Цезар майже два десятиліття був великим понтифіком, як цензор мав право визначати склад сенату, як *незмінний народний трибун* – вносити законопроєкти та накладати вето на сенатські декрети. Перший рік свого *безпрецедентного за тривалістю десятилітнього консулату* він розділив із вірним соратником Марком Антонієм, *вибори магістратів – із народом*. Утім, вибори дедалі більше ставали формальністю: не залишилось непоміченим, що влада поступово переходить до секретарів і радни-

ків Цезаря, частина з яких не так давно отримала громадянство, а дехто донедавна був солдатом чи навіть рабом.

Римом ширились *чутки*, що відразу після завершення війни проти Парфії Цезар має намір проголосити себе царем (за зразком грецьких базилевсів), – його *профіль уперше в історії Риму стали карбувати на монетах*; він не вставав, приймаючи сенаторів; його *статую з посвятою "Непереможеному богу"* розмістили в храмі Квіріна, який у римлян асоціювався із легендарним Ромулом; розпочалось зведення храму Милосердя на його честь; було створено спеціальну колегію жерців і для культу висвячено першого фламіна, яким став Марк Антоній.

Такими чином імідж Гая Юлія досяг апогею. Він дорівнявся до божества. Це стало результатом потужних технологій протоPR.

Смерть Цезаря, що ввійшла в аннали історії як символ зради товаришів і колишніх однодумців, насичена безліччю фактів, які свідчать про *силу громадського волевиявлення й вагу колективної думки*. Звернення до біографічних відомостей про цього імператора, що передували трагічній події й фактично спричинили її, демонструє, як *Цезар прагнув створити певну думку про себе у плебеїв і як потужно на неї впливав*.

Улітку 45 р. до н. е. проти Цезаря визріла змова, яка у жовтні набула рис організованого плану. В активну фазу вона перейшла у лютому 44 р., коли Цезар прийняв від сенату *титул "Батька вітчизни*". Проте 15 березня 44 р. до н. е. змова була здійснена з належною військовим точністю – Цезар помер, за іронією долі, під статуєю переможеного ним Помпея Великого. Ніхто не прийшов йому на допомогу – непричетні до змови сенатори, вражені побаченим, розбіглись, утрутитись не зважився і Марк Антоній, зрозумівши, що сталось непоправне. Брут із супутниками кинувся до Капітолію, щоб сповістити: "Люди Риму, ми знову вільні!".

Але це не спричинило передбачуваного враження. Люди любили Цезаря, він був їхнім кумиром. "Люди Риму" не підтримали вбивць популярного серед їхніх верств Цезаря: вони кинулись на пошуки змовників, нікого не знайшли, але спалили їхні будинки. Це перетворилося на справжній *івент політичного спрямування.* Відтак *суспільна думка і воля народу виявилися*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

вагомішими, ніж судження авторитетних членів сенату: останні були зганьблені, хоч і представили свої дії як такі, що були скоєні в інтересах народу, *проте плебс мав власну думку – популярний і улюблений диктатор зажив пошани, увійшовши в історію в ореолі слави.*

ПостPR Юлія Цезаря є надпотужним, його ім'я – донині символ мужності та мудрості, дипломатичної майстерності, військової доблесті. Він був видатним римським полководцем і державним діячем, чиє кредо *"Прийшов, побачив, переміг"* стало крилатим виразом. Юлій Цезар створив свій імідж власними вчинками, був непересічною особистістю, дещо епатажною і самопрезентаційною, але однозначно визначною, умілим маніпулятором, вправним майстром впливу на суспільство, вишуканим технологом протоPR, який ефективно і успішно досягав мети.

Потужний постPR Цезареві створили його ***вислови***, що стали ***афоризмами*** і ввійшли в анали історії. Багато серед них не втратили актуальності донині і фактично стали ***сентенціями, як***і вимовляють донині латинською. У контексті історії PR варто згадати такі: "*Люди охоче вірять в те, чого бажають*" (Libenter homines id quod volunt credunt); "*Кожен коваль своєї долі*" (Faber est suae quisque fortunae); "*Досвід усьому вчитель*" (Est rerum omnium magister usus); "*Оратор повинен уникати зайвих слів, як рульовий уникає підводних каменів*"; *"Зайві слова – це шлях до втрати уваги аудиторії"; "Ніяка перемога не принесе стільки, скільки може відняти одна поразка*"; "*Влада тільки виграє і посилюється від того, коли нею користуються помірно*"; "*Розділяй і володарюй*" (Divide et impera); "*Жереб кинуто*!" (Ālea iacta est).

2.2.7. Інформаційні війни як стратегія політичних протоPR

2.2.7.1. Інформаційно-психологічне протиборство у Стародавньому світі

Війна Античності приймала форму не лише відкритих збройних протистоянь, а й сукупності заходів, що мали на меті подо-

лати, завоювати, перемогти, або хоча б дезорієнтувати, ввести в оману супротивника, при цьому не застосовуючи фізичну силу. Проте це не було інновацією (напр., у Біблії згадано ***Гедеона***, який під час воєн регулярно вдавався до залякування ворога. Одного разу він так настрахав супротивника, що той розгубився і вдарив по своїх військах).

Немало є свідчень щодо ведення інформаційно-психологічних війн в античних державах Середземномор'я.

Класиком *дезінформування* Стародавньої Греції вважають стратега й царя спартанців ***Лісандра***. Він удвічі збільшив платню гребцям на власних кораблях і повідомив афінянам, що вони отримають таку саму платню, якщо перейдуть до нього на службу. Афінські матроси-найманці стали масово бігти до нього. За короткий час афінський флот залишився майже без гребців, унаслідок чого спартанцям удалося завоювати перевагу на морі без бою. Лісандру належить відомий вислів: "Де не придатна шкіра лева, треба підшити лисячу", – тобто там, де не допомагає сила, слід використовувати хитрість. Це була своєрідна формула маніпулятивних стратегій.

Описи античних істориків засвідчили і найбільш ранні випадки використання *писемної мови з метою інформаційно-психологічного впливу.* Датуючи такий випадок 480 р. до н. е., грецький історик Геродот зазначає: "Фемістокл вирушив до джерела питної води й висік на камені напис, у якому він звернувся до іонійців, шукаючи в них підтримки: "Іонійці, ви вчиняєте гріх проти своїх батьків, допомагаючи поневолити Грецію! Тому краще переходьте до нас. Якщо не зможете зробити цього, то відведіть свої війська з поля бою та переконайте карійців відійти також. Але якщо ні те, ні інше вам не вдасться й ви змушені будете вступити у бій, то воюйте тільки для виграду, пам'ятаючи, що ви з нами одного походження і ворожість варварів до нас бере початок від їхньої ворожості до вас". Цікаво, що Геродот писав про подвійний ефект цього "пропагандистського" заходу" таке: зрештою, або іонійці зрадять Ксеркса і перейдуть до еллінів, або ж Ксеркс, дізнавшись про подібні заклики, поставить під сумнів порядність іонійців, тому не покладатиметься на них у вирішальних сутичках, чим зменшить міць власного війська.

Видавничий центр "Університет імені Альфреда Нобеля"

Багата на приклади інформаційно-психологічних маневрів історія греко-перських воєн, основним джерелом відомостей про які є "Історія" Геродота, що містить опис подій до 478 до н. е. включно. Про хід військових дій у середині V ст. до н. е. стисло повідомляє Фукідід в "Історії Пелопоннеської війни". Розповіді про окремі моменти війни зустрічаються у творах трагіка Есхіла та в "Афінській політії" Арістотеля.

За свідченням Геродота, перед походом на Грецію перський полководець ***Ксеркс*** свідомо вдався до *дезінформування для досягнення максимального емоційного впливу шляхом створення художнього образу*. Він розпустив *чутку* про численність перського війська у вигляді легенди про те, що якщо всі перські воїни одночасно випустять стріли в повітря, то ті затьмарять сонце.

На період греко-перських воєн припадає і згадка про спроби використання *театру з метою політичної пропаганди*. На політико-пропагандистське забезпечення діяльності тієї чи іншої політичної групи значною мірою було орієнтовано *художню літературу* Еллади загалом. Драматичні твори Софокла, Фемістокла (останньому приписують авторство наведених вище закликів до іонійців) *сприяли процесу етноконсолідації грецьких полісів* перед спільною загрозою поневолення персами, що насувалися зі сходу.

Зі "східним питанням" пов'язане й залучення *до арсеналу пропаганди* та *психологічної війни ораторського мистецтва.* Метою відомих *політичних промов* ***Демосфена***, так званих *філіппік*, було викриття перед грецьким людом загрози тиранічного панування, зумовленої амбіціями Македонської династії. Викривальним промовам Демосфена проти македонського царя Філліпа II опонував представник протилежного табору – афінянин Сократ – шліфував свій талант промовця, агітуючи за Філіппа. Ці два імені ораторів стали своєрідними символами започаткованої в Греції науки ***риторики.*** *Формулювання теоретичних положень античної риторики мало суттєве значення для розвитку в подальшому теорії пропаганди.*

В *історичних записках* Плутарха також є приклад тогочасних *інформаційних війн.* Наприклад, ***Александр Македонський*** під час походу на Індію (326 р. до н. е.) майже вичерпав морально-бойові можливості своїх військ. Щоб не зазнати поразки під час

Видавничий центр "Київський університет" Вечірній університет друкує

відступу, він наказав виготовити зброю (списи, мечі, стріли, луки) та амуніцію (одяг, взуття), що втричі перевищувала нормальні розміри, та розкидати їх на місці табору на березі Інду, наче їх забули випадково. Коли зброю та одяг зібрали розвідники й передали царю індусів Таксилу, той відмовився від переслідування, уважаючи, що всі воїни Александра – велетні. *Гіперболізація, уведення в оману – маніпулятивні технології інформаційно-психологічного впливу,* застосовані Александром Македонським, відтоді стали дуже популярними.

Стародавні рукописи повідомляють про те, що римляни, перед тим як піти на ворога, *поширювали чутки* про перевагу своїх легіонів: небачену хоробрість та їхню силу і нездоланну рішучість здобути перемогу. Також римлянами застосовувалися *найрізноманітніші прийоми морального тиску на супротивника,* іноді вельми оригінальні, незвичайні. Зокрема варто згадати вищеописаний учинок патриція Муція Сейволи у ворожому таборі, що вразив царя етрусків. Його рішучість щодо завоювання Риму похитнулася, коли він побачив, силу духу і волі одного з тих, на кого збирався йти війною.

Новий етап розвитку практики інформаційно-психологічного впливу настав в античному Римі із використанням з метою пропаганди та іміджетворення *писемних жанрів.* Поширювались такі жанри, як *тенденційні біографії,* що писалися з метою *уславлення певних аристократичних родів, мемуарний* та *епістолярний жанри*; стають популярними різноманітні *легендарні версії* (часто нічим не обґрунтовані) з історії Риму й походження римського народу, власне *легенди, перекази*.

Оскільки історія античного світу щільно пов'язана з давньою могутньою державою Персією, варто вести мову про одного з її славетних керманичів ***Дарія I.*** Перський цар уславився майстерним веденням психологічних воєн. Дарію І довелося завойовувати своє царство, що він успішно зробив. Були моменти, коли його рідна місцевість, Персида, йому "зраджувала" (бунти відбувалися одночасно в усіх кінцях Азії), і тільки військо залишалося йому вірним. Крім особистої енергії й талантів царя, успіх був обумовлений його сподвижниками, а головне тим, що перська нація була ще здорова і могла витримувати такі випробування. Перелік усіх бунтів, самовисуванців і результати їхнього

втихомирення Дарій розмістив на ***Бегістунському написі***. Аби зробити текст доступним різним цільовим аудиторіям, правитель наказав вирізьбити клинописний текст на 400 рядків на скелі Бегістун давньоперською, вавилонською та еламською мовами. Напис супроводжується малюнком, на якому зображено сцену впокорення Дарієм I самовисуванців.

Під час повстання вавилонян місто взяли лише завдяки самопожертві Зопіра, який понівечив себе й перейшов на бік ворога нібито з помсти царю, який нібито скалічив його. Ставши полководцем вавилонян, Зопір передав місто Дарію. Мета була досягнута шляхом членоушкодження і введення в оману – *грубих* і *примітивних маніпулятивних технологій*, які здавна не викликали поваги. Але Дарій I та його прибічники не гербували ними.

Особливу увагу цар звертав на безпеку своїх кордонів і прагнув їхнього розширення будь-якими засобами: ані силовими, ані дипломатичними, як, наприклад, із Карфагеном. Про свою славу завойовника Дарій мав звичку сповіщати широкому загалу. На Суецькому перешийку правитель залишив такі написи: "Я наказав копати канал від річки Піра (Ніл), що тече Єгиптом, до моря, що йде з Персії. Він був викопаний, як я і звелів, і кораблі попливли ним з Єгипту до Персії, як і була моя воля...". Напис Дарія I, що оповідав про проведення каналу через Ваді-Тумілат, був зроблений у п'яти варіантах різними мовами, тобто охоплювались різні цільові аудиторії. Тексти супроводжувались зображеннями, де Дарій позиціонувався як справжній фараон: під крилатим сонячним диском; божества двох частин Ніла об'єднували його ім'ям Єгипет. Крім того, поряд були символічно зображені всі території та країни, підкорені цьому правителю.

Очевидно, що Дарій I був умілим маніпулятором і створював думку про себе (примітивний самопіар) за допомогою письмових текстів і зображень, які мали емоційні й сугестивні складники.

Загалом у Стародавньому світі вже були основні елементи інформаційно-психологічного впливу як способу ослаблення морального духу супротивника, мобілізації та цілеспрямування власних військ, дезінформування й деморалізації ворожих, формування сприятливої суспільної думки як у своїй країні, так і на захопленій чи належній супротивникові території. Поширені були такі способи інформаційно-психологічних впливу, як заля-

Видавничий центр "Київський університет"

кування силою; використання суперечностей у таборі супротивника й розкол його союзників. Перші елементи інформаційних війн у давньоісторичний період мали також форми *військових хитрувань*, які з часом удосконалювалися і не лише посіли важливе місце в діяльності окремих полководців, але й відобразилися у військовій теорії.

Відтоді війни стали поділятися на такі, що проводилися бойовими та небойовими способами. Вплив на військовий настрій і бойовий дух противника через інформаційно-психологічні війни розпочався на одній із найбільш ранніх стадій розвитку військового мистецтва. Оскільки інформаційно-психологічні війни використовували комунікаційні стратегії як засоби впливу на ту чи ту цільову аудиторію і за допомогою сфальсифікованих даних створювався самопіар потужних військових можливостей, їх цілком правочинно розглядати у контексті ґенези PR-технологій.

2.2.7.2. Ганнібал – стратег і технолог інформаційних війн

Головними завданнями інформаційно-психологічних війн Античності були залучення *на свій бік союзників* і *деморалізація супротивника*. Таку тактику застосовував карфагенський політичний діяч і воєнний стратег ***Ганнібал Барка*** (247–183 до н. е.), запеклий ворог Римської республіки і останній визначний лідер Карфагена перед його падінням під час Другої Пунічної війни (218–201 рр. до н. е.), упродовж якої воюючі сили активно застосовували *методи інформаційно-психологічного впливу.*

Ганнібала вважають одним із *найталановитіших полководців* і видатних стратегів в історії Європи, поряд із Александром Македонським, Юлієм Цезарем, Сципіоном Африканським і Пірром Епірським. Військовий історик Теодор Айро Додж навіть назвав Ганнібала "батьком стратегії", оскільки його вороги, римляни, запозичили у нього деякі елементи його стратегії. Така оцінка створила йому високу репутацію в історії.

Як і належить майстерному військовому стратегу, Ганнібал *використовував усі можливі засоби завоювання ворога й отримання перемог ціною найменших утрат.* У боротьбі з Римом

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт: vpc.knu.ua

Ганнібал застосовував різноманітні ***інформаційні стратегії***. Приміром, захопивши частину римських укріплень, він виявив у них печатки шанованих воєначальників і деякий час розсилав від їхнього імені листи, *уводячи їх в оману недостовірною інформацією* про розташування римських військ, таким чином заманюючи ворогів у пастку. Велику роль у цій справі зіграла наявність у війську осіб, що знали не лише латину, а й особливості римського канцеляризму.

Коли Ганнібалу протистояв досвідчений римський полководець Квінт Фабій Максим, якого ніяк не вдавалося викликати на відкритий бій, Ганнібал вирішив завдати йому *репутаційних збитків*: знищуючи римські володіння, він не чіпав землі Фабія, *поширюючи чутки*, що минає їх, оскільки їхній власник виконує умови таємної угоди з карфагенянами.

Ганнібал мав дивовижну здатність *надихати військо й переконувати його* в тому, що римляни скоро будуть звойовані. Тому, навіть у найважчі для карфагенян періоди, їхня армія не падала духом і чітко виконувала накази свого полководця. Викликає здивування також *психологічна майстерність Ганнібала* стосовно залучення на бік Карфагена племен Іспанії, Галії та Італії, тобто його *уміння впливати на думки й настрої чужинців.*

Стратегії Ганнібала були успішними завдяки таким його якостям, як: уміння вірно оцінювати військово-політичну ситуацію й використовувати суперечності в таборі ворога; турбота про тил армії; забезпечення комунікацій і баз постачання; ретельна організація розвідки; уважне вивчення поля битви й військових дій супротивника; усебічна підготовка та забезпечення життєдіяльності військ. Характерними рисами тактики Ганнібала було: добре знання супротивника і вміння використовувати його слабкі сторони; ретельна підготовка битви; сміливі маневри; уміле застосування раптовості й неочікуваних дій; урахування особливостей місцевості. Вінцем воєнного мистецтва Ганнібала стала битва при Каннах, що виявилась новим етапом у розвитку військової тактики, унаслідок тотального оточення великих сил ворога та їхнього повного знищення. Таким вимальовався із давньогрецьких історичних джерел ***образ Ганнібала***.

Проте деякі римські історики намагалися всіляко знеславити Ганнібала і його військо, створивши їхній *зганьблений образ*. В

"Історії Риму" Тита Лівія наводиться думка римського консула, про те, що Ганнібал – це вояк, який не знає ні законів, ні правил людського співжиття, ні людської мови. Своїх воїнів, по звірячому лютих, він перетворив на справжніх звірів, будуючи мости та греблі з людських тіл, навчаючи їх, соромно казати, їсти людське м'ясо, до якого й доторкнутися гріх. Бачити таких людей можновладцями, отримувати закони та розпорядження від них … – кому з корінних італійців це не огидно?". Така обмова – фактично *чорний протоPR,* породжений заздрощами і упередженнями: варто було зустрітися з Ганнібалом та його сподвижниками, вихованими у дусі грецької культури, як страхи, навіяні словами римлян, зникли.

Римські полководці не мали такого адміністративного ресурсу, як Ганнібал, адже вони не мали такого авторитету. Деяким для отримання повноважень доводилось виявляти *чудеса красномовства* та *використовувати облуду й оману на виборах і Народних зборах (аж до підкупу й шантажу), щоб думка їхніх прихильників була почути та прийнята*. Перемога таких моральнісно недосконалих, але знаних на маніпулятивних технологіях осіб була наслідком *чорних протоPR.* Тому вони й заздрили авторитету Ганнібала і намагалися всіляко його дискредитувати. Проте Ганнібал *добре знав свою справу і умів протистояти інформаційно-психологічним диверсіям ворогів.*

Інтуїтивно *передбачаючи інформаційну війну проти своєї особи*, Ганнібал, як виявляється, *особисто подбав про свій* ***імідж****, вдаючись до самопіару.* Те, що *Ганнібал приділяв багато уваги формуванню свого іміджу*, підтверджують такі відомості: залишаючи Італію, він розмістив у храмі Юнони у Кротані табличку з висіченою на ній розповіддю про свої діяння. Це змушує згадати, що попри свою грецьку освіту, Ганнібал, у першу чергу, був фінікійцем зі Сходу та нерідко використовував суто східні методи формування іміджу: подібні написи залишали єгипетський фараон Снопфу, давньоперський цар Дарій I, а у Середньовіччі – Чингізхан і Тимур.

Інший приклад стосується 193 р. до н. е., коли з Риму в Сирію прибуло посольство, яке намагалося відмовити Антіоха III від війни. За переказом, у його складі був Сципіон, якому на цей раз удалося зустрітися з Ганнібалом за більш-менш мирних об-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ставин. Давні історики зберегли зміст їхньої розмови. Сципіон, начебто, запитав у Ганнібала, кого він уважає найвидатнішими полководцями у світі. І карфагенянин назвав першим Александра Македонського, другим – епірського царя Пірра, а третім – себе. На питання Сципіона, що б Ганнібал зробив, якби той здобув над ними перемогу, карфагенянин відповів: "Тоді я б уважав себе вище Македонського і Пірра, і всіх інших полководців". Історики вбачають у цьому лише тонкі "фінікійські лестощі", нібито характерні Ганнібалу. Однак можна оцінювати його слова й по-іншому: себе він позиціонував нарівні з найвидатнішими полководцями, тоді як за своїми переможцями особливих заслуг не визнавав. Незважаючи на відверте честолюбство, навіть нині Ганнібал уважається одним із найталановитіших воєначальників у світовій історії, тоді як той самий Сципіон увійшов в її аннали як його переможець. Тож Ганнібал одержав над римлянами перемогу в "інформаційній війні", "війні іміджів".

ПостPR Ганнібала відслідковується через аналіз того, як формувався його ***імідж*** в античній історіографії. Особистості Ганнібала приділив багато уваги римський *історик Тит Лівій.* На сторінках його праць карфагенський полководець постав доволі цікавою особистістю, а саме: відважний, витривало долає всі труднощі походу нарівні з військом (що його обожнює), красномовний, кмітливий і освічений – вихований на грецькій культурі та може спілкуватися із представниками свого багатонаціонального війська їхніми рідними мовами.

Варто звернутися до першоджерела, яке, хоч і тенденційно, проте доволі детально формує *імідж Ганнібала* і тим створює думку про нього: "Ніколи ще жодна людина не була так рівномірно пристосована до настільки різнорідних обов'язків; важко було знайти більш відважного і витривалого керманича; воїни ні під чиїм іншим кермуванням не були більш упевнені у власних силах і більш хоробрі. Наскільки він був сміливий, кидаючись у небезпеку, настільки ж був він обачний у ситуації небезпеки. Не було такої роботи, від якої він утомлювався б тілом або падав духом. І спеку, і холод він долав із однаковим терпінням; їв і пив стільки, скільки вимагала природа, а не для задоволення; розподіляючи час для пильнування і сну, не звертаючи уваги на день і ніч, – він приділяв відпочинку ті години, які у нього за-

Видавничий центр "Університет імені Альфреда Нобеля"

лишалися вільними від роботи; притому він не користувався м'яким ліжком і не вимагав тиші, щоб легше заснути; часто бачили його, як він, загорнувшись у військовий плащ, спав серед воїнів, що стояли на варті або в пікеті. Одягом він анітрохи не відрізнявся від однолітків; тільки за озброєнням та конем його можна було впізнати. Як у кінноті, так і в піхоті він завжди випереджав усіх інших: першим кидався в бій, останнім після битви залишав поле. Але поряд із цими гідностями він мав і жахливі вади. Його жорстокість вражала й лякала кривавістю, його несамовитість і підступність перевершувала будь-що. Він не знав ні совісті, ні честі, не зважав на богів, не дотримувався обітниць, не поважав святині".

Це "програмний портрет" Ганнібала, характерний для інтерпретацій римських істориків. Вони описували особистість цього воєначальника упереджено й необ'єктивно. Визнаючи військовий талант Ганнібала, вони прагнули всіляко підкреслити його недоліки, що було наслідком традиційного римського консерватизму – підкреслювали чесноти римлян і відсутність їх у іноземців.

Грецький історик Полібій спробував спростувати деякі звинувачення римських авторів щодо жадібності, жорстокості, сексуальної розбещеності, навіть канібалізму Ганнібала. Полібій писав, що звинувачення в жадібності він чув від політичних супротивників Ганнібала. Стосовно жорстокості історик уважав, що не можна звинувачувати у цьому полководця, ігноруючи конкретні обставини її застосування. Більшість виявів жорстокості Ганнібала, описані римськими істориками, він уважав, що "це жалюгідні вигадки, які спростовують обставини" (при цьому він критично зауважував, що римські автори не зважали на вияви жорстокості римських полководців). Тож цілком очевидно, що *думка римських істориків щодо особистості Ганнібала була вельми тенденційна.*

Але цим римська історіографія не обмежилася і, починаючи з Лівія, унаслідок критичного осмислення постаті Ганнібала, його образ набув *карикатурних рис* "*воєнного злочинця*". Особливе значення в його характеристиці посіло *віроломство*, яке, на думку римлян, було характерною рисою всіх фінікійців ("пунійське віроломство"). Цей епітет пізніше стали асоціювати виключно з Ганнібалом, і Овідієві, що жив за ча-

Видавництво і поліграфічний центр "Київський університет"

сів Августа, не потрібно було називати ім'я, щоб стало зрозумілим, про кого він говорить.

Поширеним стилістичним засобом у римській історіографічній традиції була *компаративістика*. Цицерон, порівнюючи Ганнібала з Пірром, протиставляв жорстокість першого людяності та м'якосердю іншого. Римські письменники I ст. до н. е. порівнювали часи громадянських війн і війн Ганнібала. Переваги були не на боці карфагенського полководця. Флор, за переказом Тита Лівія, зазначав, що вторгнення Пірра принесли Італії менше горя і руйнувань, ніж Союзницька війна з Ганнібалом. Цицерон порівнював похід Цезаря на Рим у 49 р. до н. е. із походом Ганнібала, а Марка Антонія називав другим Ганнібалом, який завдав більше шкоди Італії, ніж його попередник. Лукан порівняв перехід Ганнібала через Альпи і перехід Цезаря через Рубікон як два рівнозначно кровопролитних подвиги. Горацій писав, що Ганнібал був не менш небезпечний, ніж тривалі громадянські війни. У "Розмовах в царстві мертвих" Лукіана Самосатського описана суперечка між Александром Македонським, Ганнібалом і Сципіоном за право називатися кращим полководцем.

Із початком принципату непривабливий образ Ганнібала став змінюватись. Карфаген був відновлений і заново відбудований у I ст. до н. е., коли Римська імперія вступила в епоху розквіту, і вже був не потрібний застрашливий образ карфагенського полководця, проте деякі стереотипи збереглися. Тому здебільшого образ Ганнібала поставав із давньоримської історіографії в негативному й непринадному контенті, подекуди в іронічному та глузливому тоні.

ПостPR Ганнібала в Нові часи складався доволі неоднорідно. В епоху класицизму образ Ганнібала був не дуже популярним. Імовірно, це пояснюється тим, що в художній портретистиці панувало епічне начало й історичні персонажі поставали як дійові особи великих битв. Літературний образ Ганнібала "виявився ... замкнений у межах єдиного амплуа – епічного героя, який трагічно гине в останньому акті". Він згадується у п'єсі П. Корнеля "Нікомед" і є головним героєм п'єси Т. Корнеля "Смерть Ганнібала". Показати внутрішній трагізм долі карфагенського полководця спробував французький драматург і прозаїк П'єр Марево.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

На межі XVIII і XIX ст. відбулася різка зміна у трактуванні *образу Ганнібала*. Уже Ш. Л. де Монтеск'є у "Роздумах про причини величі і падіння римлян" виявив деяку схожість Карфагена із сучасною йому Англією. Ф.-Р. де Шатобріан розвинув це порівняння, провівши паралель між герцогом Мальборо і Ганнібалом. Кардинальне переосмислення ролі та значення Ганнібала припало на наполеонівську епоху. Воно знайшло відображення в офіційній портретистиці того часу. Художник Давид у картині "Наполеон при переході через Сен-Бернар" зобразив подобу Ганнібала серед інших персонажів. Вінченцо Монті у "Прометеї" (1797) назвав Наполеона "другим Ганнібалом і визволителем Італії". Особисто Наполеон, перебуваючи на острові Святої Єлени, порівнював себе з Ганнібалом.

Ганнібал посів гідне місце серед тих, хто вплинув на хід європейський історії. Його перехід через Альпи вважається одним із наймонументальніших військових подвигів давнини.

У контексті історії протоPR особистість Ганнібала цінна тим, що він майстерно володів мистецтвом інформаційно-психологічного впливу як на співвітчизників, так і на ворожі сили, знався на маніпулятивних методиках, умів чинити психологічний тиск на ворога, був уважний до власної репутації, піклувався про свій імідж, удавався до самопіару. Цікава ця непересічна історична постать і тим, як тенденційно й відверто необ'єктивно створювали йому імідж античні історики і яку трансформацію його постPR пережив у Нові часи.

Загалом інформаційно-психологічні війни й боротьба за думки та настрої тих чи тих верств, тобто цільових аудиторій, перетворювались в Античні часи на поле битви не менш криваве й небезпечне, ніж справжній театр воєнних дій. Війни точилося не лише за території та владу, а за ідеології, політичні устої, врешті за духовні, моральні та світоглядні цінності. Активними й запеклими були і "битви іміджів". ПротоPR у цих завоюваннях був потужним інструментом: чинив моментальну або довготермінову дію, мав силу, що могла піднести на вершину слави і уславити на віки або зневажити як в очах сучасників, так і нащадків. Вивчення постPR дає багато ідей для роздумів і аргументів для об'єктивних висновків та оцінок.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

2.3. ПротоPR у релігійній сфері античного суспільства

2.3.1. Релігійні уявлення антиків – світоглядний чинник протоPR

Релігії антиків становили комплекс політеїстичних вірувань і культів народів, що населяли території Давньої Греції й Давнього Риму. Розвинена міфологія їхніх релігій заклала підвалини європейської культури, збагатила своїми ідеями світову цивілізацію.

Релігія в античному світі була сферою активних комунікацій, що поширилися як на *повсякденне, побутове* життя, так і на сфери *духовні*. Релігія поступово *набувала ідеологічного та пропагандистського звучання* і в цьому було її значення як *засобу впливу на різні верстви населення.* Релігія *формувала колективне свідоме* та сприяла вирішенню багатьох суспільних, у тому числі економічних і політичних питань. У часи Античності вона стала одним із аспектів культури, впливала на етичні аспекти життя тощо.

Давньогрецька релігія була тісно пов'язана з епосом, міфологією й поширеними релігійними уявленнями, для яких характерно існування *політеїзму.* Рушіями релігії стародавніх греків були старогрецькі науки і мистецтва. Характер уявлень стародавніх греків свідчив про їхній достатньо практичний підхід до обожнення навколишнього світу.

Антропоморфне уявлення греків про своїх богів неминуче викликало відповідне ставлення до них: в їхніх очах боги були зрозумілі людиноподібні істоти із цілком людськими бажаннями та прагненнями. Боги, чия поведінка тлумачилася за допомогою міфів, мали антропоморфний (людиноподібний) образ. Жертву богу грек приносив особисто й персонально висловлював, що саме бажає одержати: конкретну допомогу, пораду чи якусь гарантію на майбутнє. Цим визначалась *антропоморфна сутність конфесійної комунікації стародавніх греків.* Боги були наближені до їхнього повсякденного життя і створювався ефект безпосереднього спілкування з ними та постійної їхньої присутності в житті.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Рекомендовано для друку

Пантеон давньогрецьких богів був ієрархічний і багатофункціональний. Це відповідним чином проєктувалось на суспільний устрій життя. Релігія була під наглядом держави. Опіку за священним майном здійснювали ***архонти,*** які з плином часу поступилися своїми повноваженнями ***стратегам***, що врешті посіли виключне право керування релігійними процесіями, жертвоприношенням і спортивними змаганнями, які мали релігійний зміст. Ці *заходи єднали афінське суспільство*. *Участь у релігійному культі для всіх громадян була обов'язковою,* політичне безправ'я рабів і метеків (іноземців, які проживали в Афінах) автоматично виключало їх із цієї участі. *Характерною особливістю давньогрецької релігії був полісний культ.*

Походи Александра Македонського дали могутній поштовх процесам *зближення культів і релігій античного світу та Сходу*. Подальша елліністична доба мала свої особливості релігійної історії. Передусім, це період повсюдної *релігійної терпимості.* Культи східних божеств поширювалися у Греції, грецькі боги одержували нових прихильників на Сході. Грецька міфологія стала загальновизнаною, вона одержала національні інтерпретації у Малій Азії, Східному Середземномор'ї, Єгипті та Дворіччі. Відбулося відродження місцевих культів і божеств. Це засвідчило *об'єктивну необхідність релігійного синкретизму* в процесі зміцнення зв'язків між народами. В елліністичну епоху відчутно виявився зв'язок *прогресу релігійної свідомості з іншими формами духовного життя суспільства.*

Відомостей про ***давньоримську релігію*** збереглося небагато. Вона разюче відрізнялася від розвинених релігій Стародавнього Сходу та Заходу із властивими їм уявленнями про всесвіт і складні поняття про богів. Це була система *політеїстичних вірувань і культів рабовласницького суспільства, яка склалася на основі родових релігій, запозичивши релігійні вірування стародавніх греків*; їй притаманні залишки *тотемізму, магії, фетишизму, анімізму*.

Архаїчну римську релігію було створено на основі комплексних взаємовідносин між людьми та богами. На відміну від грецької, прадавні римські боги не були персоніфіковані, існували нечітко визначені священні духи, які називалися ***numina.*** Римляни вірили, що кожна людина, місце або річ має свого духа або

Видавничий відділ Рафаїльського університету "Університетський центр"

божественну суть. До священних духів римлян належали ***генії*** (добрі духи, що охороняли людину протягом її життя), ***пенати*** (охоронці й заступники рідного дому). Вірили також у божества гір, джерел, лісів. Ці духи та божества були безособові й безстатеві. Їм приносили жертви, присвячувалися релігійні церемонії. Величезне значення надавалося різним ворожінням (за польотом птахів, за нутрощами тварин).

У подальшому римляни вдалися до запозичення давньогрецьких вірувань та їхніх божеств, яких перейменували, але їхній функціонал залишився без суттєвих змін.

Римська релігія мала доволі ***"утилітарний" характер***, що суттєво відрізняло її від давньогрецької. Римські божества з'являлись таким чином: спочатку римляни виділяли якийсь об'єкт діяльності чи відносин, а потім створювали культ його небесного заступника. У такий спосіб з'явились "домашні боги" (заступники сімейного вогнища божественного походження). Існував, зокрема, ***культ богині Фами***, *котру відтоді вважають* ***заступницею комунікації***. Образа людини, передусім наклеп і поширення чуток, уважалась образою не тільки її особисто, а й "домашніх богів".

Римляни були більш релігійними порівняно із греками. Усі свої дії вони співвідносили із прикметами та забобонами, і нерідко це ледь не призводило до катастроф. Приміром, під час війни з Ганнібалом (218–201 рр. до н. е.) несприятливі передвістя ледь не підірвали бойовий дух римлян, що могло спричинити поразку; тільки талановитому полководцю й досвідченому політику Квінту Фабію Максиму вдалося виправити ситуацію, пояснивши ці прикмети у позитивному сенсі.

Римляни старанно дотримувалися всіх обрядів та звичаїв, ритуального календаря тощо. Уважалося, що найменше порушення могло розсердити божество.

Релігія того часу була і зброєю у боротьбі за владу. Державець, прийшовши до влади, привласнював собі й верховенство в релігії, використовував її авторитет для закріплення свого становища. Римські імператори ставилися до богів як до рівних собі, уважали, що їхній родовід іде від богів.

У період Римської імперії *обожнення імператора було головним постулатом релігії, а імператорська влада поширювалася на*

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Зображення для ознайомлення

всі релігійні справи. Спочатку римський культ був формальним, однак на зламі старої та нової ери в імперії набувала поширення *містика* (марновірство, магія, мантика, східні культи), яка приваблювала своєю спокійністю, ідеєю справедливості. У боротьбі з ними офіційна влада намагалася встановити загальнодержавну монотеїстичну релігію, але це успіху не мало. Лише християнство, яке витіснило релігії Стародавнього Риму, змогло виконати таку роль.

Релігія в античні часи формувала потужне комунікаційне середовище, акумулювала ідеологічний потенціал і поступово набувала сугестивного та пропагандистського характеру як інструмент соціальних комунікацій і засіб впливу на колективну думку й суспільну свідомість.

Крім того, релігія давала можливості для самопрезентування та самодемонстрування, тобто для самопіару в первісному сенсі. Це була сфера, де людина мала можливість індивідуального вираження та презентації свого внутрішнього "Я" широкому загалу.

2.3.2. Роль і функції жерців у античних протоPR

У Давній Греції в архаїчні часи кожен громадянин у полісах міг приносити жертви, виконувати очищення, зливання та інші священні дії. Більшість ритуалів та обрядів проводилися окремо в кожній сім'ї главою родини або у громаді шанованими людьми. Навіть на Криті, де цар був первосвящеником, жерців не існувало. Ці функції виконував вищий державник. Ритуали у грецьких державах ділилися на закриті (для обраних осіб) і масові. Останні були, як і в прадавніх громадах, засобами гуртування люду навколо лідерів: царів, старійшин.

Виникнення особливого класу ***жерців*** у прадавні часи було викликано появою велелюдних жертвоприношень і необхідністю спеціальних відправлень культів. У Давній Греції жрецької касти не було. Жерцями ставали особи із аристократичних родів із бездоганною моральністю і зовнішністю, гідною божества. Служба жерців була довічною. Успадкування професії й соціального становища у жерців не було.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

На відміну від стародавніх єгиптян, які обожнювали своїх жерців і вважали їх касту вищою, греки ставилися до жерців інакше: не обожнювали і не вважали обраними, незважаючи на деяку відособленість і вірогідну здатність спілкуватися з богами. *Закон та право були всезагальними для грецького суспільства.*

Жерці в античній Греції були активними комунікаторами, а також ***організаторами спеціальних подій*** – організовували релігійні учти, зібрання, процесії, церемонії. Вони добре розумілися на *просторово-часовій специфіці ритуалу, який уважається символічною формою соціальної комунікації.*

Особливим пієтетом користувалися ***оракули,*** адміністратори при храмах, які були відповідальні за проведення лише масштабних ритуалів, що потребували підготовки й особливих знань. Оракули Греки, як згодом і римляни, користувалися послугами ***жерців-оракулів***, вірячи, що вони можуть допомогти успіху й уникнути лих. Явища природи, ворожіння, власні сни чи галюцинації жрець тлумачив як відповідь божества і повідомляв її. Роль жерців у *тлумаченні віщувань, ворожбитстві була дуже важливою.* У міфології часто описувалося, що пророкованої оракулом долі неможливо уникнути.

До жерців-оракулів звертался не лише приватні особи, а й державці перед кожним важливим починанням. За їхньою порадою засновувалися міста, зводились храми, розпочиналися військові кампанії.

Жерці Давнього Риму теж були вправними ***комунікаторами.*** Їх у Римі було багато. Римське жрецтво відігравало суттєвішу роль у житті суспільства, ніж грецьке. Воно було ієрархічним, мало певну спеціалізацію.

Найбільший вплив мали три категорії жерців: ***понтифіки*** – хранителі знань і законів, ***авгури*** – тлумачі прикмет, ***феціали*** – відповідальні за виконання ритуалів, пов'язаних із війною та миром. Усі вони, як і інші служники культів – ***флавіни, весталки, салії, луперки*** – істотно впливали на суспільне життя. Понтифіки, наприклад, крім вищого нагляду за справами культу, були *першими юристами,* зберігали і тлумачили стародавні звичаї, вирішували на їхній підставі конфлікти між громадянами; понтифік-плебей Тиберій Корункарій зробив свої юридичні консультації відкритими й загальнодоступними, відтоді юриспру-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Зверстано не для друку

денція стала світською. *Тож понтифіки були соціальними комунікаторами широкого профілю і мали можливість впливати на тогочасну громадську думку.*

Весталки, зокрема, були комунікаторами із чітко визначеною цільовою аудиторією – жінки та дівчата Риму. Вони знали їхні потреби й бажання, а також уразливі аспекти життя, тож цілком адекватно могли формувати їхній світогляд і мораль, будучи взірцями для наслідування. Вони сприяли встановленню гендерної рівноправності, їхня роль у тогочасному фемінізмі була неоціненною. Славетні імена весталок знав увесь Рим.

Жерці в античному світі загалом були не лише носіями і головними дійовими особами релігійних культів, а й особливими комунікаторами – посередниками між суспільством людей і Олімпом богів. Цим вони активно впливали на колективну свідомість, формували колективну думку, впливали морально й духовно на всі верстви населення, безперечно сприяли верховенству владних політиків і державців, чим виконували пропагандистську, а також іміджетворчу роль.

Релігія повною мірою була інтегрована в політичну сферу, і статус жерця означав не лише належність до особливої касти, а забезпечував великим авторитетом, відтак і можливостями впливу на людей. Наприклад, Юлій Цезар у молоді роки став великим понтифіком, що суттєво підвищило його авторитет серед народу.

2.3.3. Греко-римська міфологія – засіб інформаційного впливу та інструмент комунікації античного суспільства

Давньогрецький епос був пов'язаний із ***міфологією*** та поширеними ***релігійними уявленнями***, для яких характерно існування ***політеїзму***. Особливістю давньогрецької міфології був ***анімізм***. Поступово сформувався своєрідний міфологічний світогляд, у якому відслідковується перехід від поклоніння тваринам і рослинам до ***антропоморфізму*** (уявлення богів в образі прекрасних і безсмертних людей). *Міфологія стала найважливішим елементом грецької культури, на основі якої пізніше розвивались література, філософія, наука*.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт не для друку

Релігія еллінів відіграла основоположну роль в оформленні римських міфів. Разом зі зміцненням торговельних і культурних відносин поширювався її вплив на північні італійські племена.

Римська міфологія суттєво різнилася від грецької. Якщо греки відділяли міфи від сучасності, екстраполюючи їх у давнину, невизначений "міфологічний час", то римляни розглядали міфи як конкретну частину власної історії, нерідко з точними датами. Як наслідок, *міфологічні події розглядалися як реальні, а реальні міфологізувалися*, що давало підґрунтя для обожнення імператорів Римської імперії.

Відмінність римської міфології від грецької полягає й у тому, що хоча римські боги та міфологічні події були запозичені у греків, вони не мали такого поширеного родоводу, подружніх, батьківських і синівських зв'язків, які об'єднували грецьких богів в одну родину. Часто вони навіть не мали справжніх імен, а лише прізвиська, що визначали межі їхньої влади та діянь. Римський пантеон був значно обмеженішим, ніж грецький, а боги – переважно "дрібнішими" за значенням і функціями. Римляни уявляли своїх заступників абстрактними постатями, не надаючи їм людських обрисів. Найпоширенішими у римлян були богизаступники, які супроводжували всі види людської діяльності й навіть визначали особисті почуття чи думки людей.

На відміну від грецької міфології, що *цілком прозоро була пов'язана із соціально монолітним суспільством*, яке внаслідок демократичних устоїв панувало в Давній Греції, не дивлячись на майнове розшарування верств, *римська міфологія була пов'язана із суспільством, в якому була яскраво виражена і культивувалася різного роду нерівність:* етнічна, економічна, політична. Ця риса була особливо вираженою у Стародавньому Римі в імперський період.

Міфологія (і грецька, і римська) по-своєму практикувала ***поширення інформації*** та вплив на людей. Для цього в ній "жила" богиня (Чутка), що мала 100 очей і 100 вух. Згадки про цю богиню є у Гомера, Софокла, Вергілія. Богиня вдень перебувала на дахах високих будинків, щоб усе бачити і чути, а вночі перебігала небом, щоб усе розповісти. Вона була невтомна, ніколи не дрімала, усе бачила, все чула, поширювала і правду, і брехню. ***Чутками***, а частіше – плітками, цікавилися здебільшого плебеї,

Видавничий центр Рабочий
"Київський університет"
Версія надруку

задовольняючи свій інтерес до життя. Відтак *"жовтий" PR має дуже давнє походження.*

Загалом греко-римські міфи були тим комунікаційним інструментом, що універсалізував систему суспільних понять і звичаїв, зробив їх загально зрозумілими й доступними. Міфи вмотивували та легалізували ієрархічну структуру суспільства, пояснили суть суспільних, культурних і деяких політико-економічних явищ і подій, стали джерелом розвитку різних видів мистецтва, тобто соціокомунікаційно вийшли на новий суспільно-ідеологічний рівень. Істотно й те, що міфи настільки потужно увійшли в культурно-мистецькі сфери суспільства, що перебувають у ньому донині у вигляді художніх чи літературних образів, сюжетів, алюзій, метафор. Популярність античної міфології не згасає донині, що і є доказом їхнього надуспішного й ефективного постPR.

Загалом греко-римська релігія через міфологію, відправу культів і обрядові дійства, послуговуючись діяльністю жерців, архітектурними та скульптурними інтенціями стала не лише ідеологічною локацією формування світогляду, моралі й суспільних понять, а й справила вплив на формування культурного середовища, заклала основи духовного життя європейців. Релігія виявилась потужним комунікаційним засобом інформаційно-психологічного впливу та формування колективної свідомості.

2.3.4. Криза релігійних вірувань антиків, PR-кампанія, спрямована на її подолання

Для еллініcтичної епохи характерне *підвищення ролі релігії в усьому життєвому устрої*. Греки запровадили повсюдно, де вони мали політичну силу, культи шанованих ними олімпійських божеств. Тим вони чинили ідеологічний і світоглядний вплив на завойовані народи, а превалювання традиційних релігійних поглядів еллінів над автентичними за певних трансформацій і синкретизму із суто етнічними божествами, вело до ***панеллінізму*** як системи потужного ідеологічного, морально-психологічного й суспільного поневолення підкорених і колонізованих. *Еллінські державці, прагнучи ідеологічно обґрунтувати*

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Навчальне для друку

та зміцнити своє панування, згуртувати багатонаціональні держави, активно упроваджували власні культи серед підвладного їм населення і впроваджували нові форми релігійного впливу як на греків, так і населення їх колоній.

В епоху Стародавнього Риму ставлення до релігії та сприйняття її різними верствами населення було цілком іншим, незважаючи на те, що римляни більшою мірою "успадкували", а фактично експропріювали старогрецьку систему релігійних вірувань, "без дотримання авторських прав". Історія Давнього Риму в процесі трансформаційних суспільно-політичних змін від епохи Царств до Республіки і далі – до Імперії була періодом активних релігійних шукань та інтенсивної релігійної творчості, у процесі яких сталися істотні трансформації давньогрецьких культів, формування нових релігійних систем. Активна релігійна творчість епохи Давнього Риму визначалася передусім наявністю нової реальності того часу, створенням середземноморського суспільства, світової Імперії як найбільшого політичного утворення та нової античної культури, що увібрала в себе досягнення тих, що становили Імперію народів.

Інтенсивні економічні зв'язки між римськими провінціями, соціальний спокій, формування цивілізованого способу життя широких верств, максимальне розкриття рабовласницьких відносин та їхнє поширення по всьому Середземномор'ю породжували нові світоглядні ідеї, громадські настрої, що знаходили яскраве відображення в релігійній свідомості.

Одним із важливих чинників релігійного життя I–II ст. стало реформування традиційної римської релігії та створення офіційної релігійної ідеології у формі *державного імперського культу* для масового обґрунтування влади римського імператора. ***Культ імператора*** *– різновид державної релігії*, за якого імператор (чи імператорська династія) шанується як божество або проголошується месією.

Як свідчить історія, ще до панування Гая Юлія Цезаря в давньоримському суспільстві мали місце зачатки священної монархії, а царі були духовними вождями. Один із засновників Риму Ромул ототожнювався з "непереможним богом" Квіриним, від якого вели свій родовід усі римські цезарі. Початок *державного імперського культу* поклав Октавіан Август. У процесі розвитку

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Римської імперії культ імператора поступово сформувався і врешті став частиною римської релігії. Культ поширювався упродовж декількох десятиліть, причому більше на сході, ніж на заході країни. Діоклетіан зміцнив культ, поклавши початок домінату, назва якого походить від звичного для тих часів звертання до імператора – *Dominus et deus* noster sic fueri iubet (тобто *Державець і бог повеліває*).

Імператори, які царювали на той час, не шкодували засобів на організацію ***імперського культу,*** що було подібним ***іміджетворенню***. У всіх провінціях будувалися пишні храми на славу імператорському генієві, було створено жрецькі колегії севирів-августалів із шанованих осіб, перед вівтарями організовувалось безліч пожертв на честь імператора, улаштовувалися грандіозні учти та вистави. Усе це були своєрідні *технології протоPR, спрямовані на промоцію імперського культу*.

Проте, незважаючи на всі зусилля творців *імперського культу, він не став вираженням глибоких релігійних почуттів основних мас населення*. Усі спроби надати його теології духовного характеру виявилися невдалими, і, хоча церемонії імперського культу *проводилися часто, були велелюдними, дуже пишними й супроводжувалися щедрою добродійністю. Участь у них мала примусовий характер і була не стільки виявом глибоких щирих почуттів, скільки вираженням політичної лояльності до царюючого імператора.* Імперський культ *не задовольняв духовні потреби населення*, проте він відбивав *настрої вищих* аристократичних верств римського суспільства, зацікавлених в існуванні величезної Імперії, що була запорукою спокою, добробуту й цивілізованого способу життя.

Складніші та *суперечливіші настрої й релігійні шукання поширювалися серед нижчих верств населення* Середземноморської імперії. У цілому народності як західних, так і східних провінцій (галли, ібери, фракійці, греки, фрігійці, іудеї, сирійці, єгиптяни) продовжували сповідувати свої традиційні культи. Проте і тут спостерігалися *нові тенденції, нові суспільні настрої*, що спонукали до релігійних шукань і породжували нові релігійні ідеї. Вони були спричинені різними обставинами, насамперед, установленням римської адміністрації у провінціях разом із місцевою владою, що призводило до підвищення екс-

плуатації, зростання соціальних контрастів, проникнення рабовласницьких відносин у соціальну структуру і відповідно до протестів щодо існуючого порядку. Цей протест виражався у сфері релігійних ідей різних форм.

Незважаючи на міць традиційних вірувань та їхню внутрішню еволюцію, важливим чинником релігійної ситуації I–II ст. став взаємовплив різних релігійних ідей і концепцій, поширення тих або інших національних систем із місць свого одвічного мешкання в інші області та провінції. Проте жодна з релігійних систем, існуючих у численних народів Римської імперії: складна і таємнича єгипетська або елліністична релігія, іудейський монотеїзм, солярний культ іранського Митри або культи Юпітера чи Геракла, при всій її популярності й відносно широкому поширенні не могла стати імперською, захопити почуття та відбити умонастрої більшості населення, створити таку теологію, яка дала б відповідь на гострі та хвилюючі питання, такий культ, який був би урочистим і демократичним, простим і таємничим, який би виявив та освятив кращі сторони людського буття. Поява такої релігійної системи в моральній і духовній ситуації Римської імперії I–II ст. була на часі – нею стало ***християнство.***

Нова релігія вимагала промоцій, просування в маси, по-суті вона потребувала всеохопної PR-кампанії, за що і взялись первісні християни. Це була широкомасштабна PR-акція, яка мала на меті пояснити неспроможність і ретроградність попередніх вірувань, їхню моральнісну кризу й переваги та гідності нової віри.

Боротьба віровчень, що точилася тривалий час, фактично була війною релігійних і культових PR. Первісні християни використовували немало комунікаційних методик: усне слово у вигляді проповіді, молитов, роз'яснень, графічну символіку – знак риби, хреста, по суті протологотипи, івенти – видовищні ритуали, музичне мистецтво у вигляді сольних чи хорових співів і усі вони "працювали" на PR нового віровчення, були засобами просування нової ідеології, упровадження її в масову свідомість і духовний світ тогочасних людей. Незважаючи на опір, спротив, нерозуміння, протистояння, войовничі настрої та репресивні дії, ця PR-кампанія виявилась напрочуд успішною, дієвою і тривалою. Свідчення цьому – сучасна християнська конфесія, що є однією із найвелелюдніших та ідеологічно найпотужніших у світі.

Видавництво Української академії друкарства "Українська академія друкарства" Репозитарій для науки

2.3.5. Промоція античного християнства – предтеча конфесійних PR

Витоки релігійного життя сучасності – у ранніх часах історії людства. Найперше, це – ***античне християнство***, що у своєму розвитку пройшло три основні періоди: первісне християнство (середина I – середина II ст.), раннє християнство (середина II – поч. IV ст.) та пізнє християнство (поч. IV – кін. V ст.) і стало предтечею релігійної культури.

Християнство є однією із трьох світових релігій, що має на сьогодні найбільшу кількість вірян. Воно стало основою для формування західноєвропейської цивілізації та культури, відіграло роль етичної домінанти у формуванні європейських етносів і стало одним із базових чинників, що визначили історію та долю конфесійного протоPR.

Засновником християнства вважається Ісус Христос (1–33 рр.), історичну достовірність якого досі робляться спроби оскаржити, тими, хто вважає, що Ісус є міфічним персонажем, образ якого виявився зібраний із різних релігійних і міфологічних традицій. Але більш ніж 2 тисячі років у Христа вірують, шанують, славлять, моляться. Його вчення позитивно впливало і впливає на людей. Наполеон казав про нього таке: "Ісус Христос командує своїми підданими і впливає на них без видимої тілесної присутності".

Як нині вважають дослідники М. Бочаров, Г. Почепцов, М. Калініна, Ісус був чи не першим професійним піарником і використовував з метою PR нової релігії різноманітні власні таланти та уміння. Але, на нашу думку і згідно зі Святим Письмом, місія Ісуса полягала не в піарі, а в тому, як найкраще наслідувати Бога-Творця. Ісус навчав ***притчами,*** показував своїм ставленням до людей, що він не байдужий до їхніх проблем. Ісус умів своїм ***словом вплинути, переконати, створити певну суспільну думку*** і щодо себе і щодо тих ідей, які він упроваджував у колективну свідомість.

Після воскресіння Ісус Христос з'явився учням своїм і сказав їм: *"Тож ідіть та робіть учнями людей з усіх народів…"* [Матвія 28 : 19]. Тобто він передав іншим учням своє *уміння ораторського мистецтва, яке вони змогли розвинути за допомогою*

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Електронний архів

Святого Духа, а також, виявляючи плоди Духа – мир, терпеливість, доброту, віру, і головне, любов до людей.

Вже в часи появи християнської релігії, ***риторика*** досягла доволі високого рівня розвитку, була дієвим засобом впливу на думки та емоції широких верств населення. Проповіді Ісуса Христа є *високоталановитими зразками красномовства*, що створювалися спочатку в усній формі, передавалися з вуст у вуста, а потім були записані. Сам Ісус Христос був чудовим ***оратором***. Усі його ***повчання*** є зразком *лаконічності, точного передавання думки, підпорядковані єдиному задуму, багаті на метафори, афоризми, порівняння, алегорії, інші тропи.*

Вінцем ораторського мистецтва і уміння переконання Ісуса Христа стала його ***Нагірна проповідь*** – серія повчань, що містять основні елементи морального вчення. Найвідомішими частинами проповіді є заповіді не противитися злу, не судити інших, не красти, не перелюбствувати. Нагірна проповідь упроваджує суворі етичні принципи, часто загострюючи й поглиблюючи моральні закони, наприклад, не лише "не вбивай", але й "не гнівайся", "помирися з братом". У концентрованому вигляді моральний імператив християнства представлений у зразковій молитві "Отче наш". Однією з головних умов виконання цієї молитви є прощення чужих гріхів: "*... а якщо не будете прощати людям їхні проступки, то й Батько не простить ваших*" [Матвія 6 : 15]. Нагірна проповідь побудована на *афоризмах,* у ній наявні *антитези, паралелізм, алегорії*, фрази здебільшого побудовані на зверненнях і закликах. *Настанови Нагірної проповіді визначили морально-етичні основи духовного життя Європи та всього християнського світу на подальші століття. Вони є кодексом гідності людини.*

Насиченість думки та афористичність притаманні й іншим ученням Христа: "...чим серце наповнене, те говорять уста його!..; ... якою ви мірою міряєте, такою відмірюють вам; любіть своїх ворогів, добро робіть тим, хто ненавидить вас; ... як бажаєте, щоб вам люди чинили, так само чиніть їм і ви; кожне дерево з плоду свого пізнається...". Основою багатьох проповідей Христа є ***притчі*** як засіб непрямого повчання.

Ісус Христос навчав і діяв як *PR-технолог*, усіма можливими *методами: бесідами, розповідями, проповідями, притчами,* своїми *вчинками*, а також ***дивами***, які Він показував. "І обходив Ісус всі

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

міста та оселі, навчаючи в їхніх синагогах, та Євангелію Царства проповідуючи, і виліковуючи всяку недугу та неміч усяку", – писав євангеліст Матвій [9 : 35]. "Приходили багато учнів і народу послухати Ісуса та зцілитися від хвороб своїх, позбутися нечистих духів, бо від Ісуса виходила світла, Божественна сила, яка зцілювала всіх", – свідчив Лука про ці велелюдні акції [Лука 6:17–19].

Диво – це чудодійне, рідкісне явище. Святе Письмо в Старому і Новому Завітах наповнені описом не одного дива Господнього. Люди надавали особливого значення дивам, які робив Ісус. "*Якщо я не виконую діл свого Батька, то не вірте мені. Якщо ж Я виконую ці діла, то, коли вже не вірите мені, повірте хоча б ділам. Тоді ви зрозумієте і будете знати, що Батько перебуває в єдності зі мною, а я – в єдності з Батьком*" [Івана 10 : 37–38].

У чотирьох Євангеліях описано багато див Ісуса Христа. Ці *дива – одна з форм повчання і в той самий час це і* ***видовищні PR-івенти****, які дієво доводили чинність християнської віри й особи Ісуса як її проповідника.* Ісус використовував усі засоби, які на сьогодні визнані як *PR-твірні,* щоб навернути людей до вчення, яке Він проповідував: зцілював хворих, сліпих, кульгавих, прокажених, юродивих, напував і годував спраглих і нужденних, являв людям докази того, що він Божий Син (має від батька неперевершені здібності та уміння). Фактично він використовував *можливості спеціальних PR-технік і заходів, де останні перетворювалися на велелюдні PR-івенти.* Тобто *у цих дивах, явлених людям Ісусом, із позиції PR, сконцентрувалось безліч спеціальних PR-технік, засобів, прийомів.*

Наскільки Ісус виявився ***талановитим комунікатором*** та ***ефективним PR-технологом*** свідчить те, що вчення, відбите в Євангеліях, стало основою ***гомілетики,*** яка є ***теорією і мистецтвом проповіді.*** Зокрема, у 10-му розділі Євангелія від Матвія розповідається, як Ісус Христос, зібравши своїх учнів-апостолів, формулює для них *завдання – програму їхньої проповідницької діяльності, підкреслюючи, що проповідники мають бути скромними, гідними людьми і не звеличувати себе над іншими.* Крім того, вони повинні не відходити від канонів християнського віросповідання і бути терпимими. Він напучував їх таким чином: "*…будьте обережні, як змії, і невинні, як голуби, "Адже не самі ви будете говорити: через вас говоритиме дух вашого Батька* [Матвія 10 : 16, 20].

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Очевидно, що гомілетика формувала ***новий тип ритора – проповідника***. Це самовіддана особистість, повна співчуття до ближнього, абсолютно переконана у своїй правоті, яка відчуває себе захищеною силою самого Бога, готова до переслідувань, репресій, страждань, мук за свою віру.

Антична риторика раннього християнства була тісно пов'язана з необхідністю *переконувати, обґрунтовувати ті думки, які співрозмовники не визнавали, тобто шукати взаєморозуміння*. Для ранньохристиянського оратора існував лише один абсолютний авторитет – Святе Письмо, що містить такі основоположні начала, на яких уже третє тисячоліття тримається церковна риторика: усне та писемне проповідництво, канонічна й неканонічна християнська література.

Риторика, гомілетика та ораторство виявилися ефективними засобами релігійної пропаганди, отже успішними технологіями конфесійного протоPR, хоча істотно відрізнялися від античної школи красномовства. Компаративний аналіз виявив таке:

– в античності мовлення – вираз думки, у християнстві – вираз істини;

– в античності не існувало авторитетів, у християнстві авторитет – Святе Письмо;

– думка класичного античного оратора перемагала через те, що він підкріплював її своїм талантом; істина Божественного Слова перемагала тому, що проповідник доносив її без власного втручання, він був лише посередником між божеством і людьми;

– у риторичному трикутнику "оратор – промова – слухач" антична риторика переважно зосереджувалася на другому елементі, тобто на "промові"; християнська риторика зосереджувалася на третьому елементі – "слухач";

– в античності велика увага до промов ораторів і теоретиків ораторського мистецтва обумовлювалась не тільки і не стільки вирішенням питання "що", а вирішенням питання "як", тоді як у християнських проповідях усе відбувалося навпаки;

– відмінність християнства від античності полягає ще й і в тому, що для античного оратора не існувало абсолютного авторитету з будь-якої обговорюваної проблеми, інакше неможлива була б суперечка; уся риторична аргументація будувалась не

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вибрані твори

шляхом покликання на авторитети, а на побудові певних міркувань. Для християнського оратора існував абсолютний авторитет – Святе Письмо. Міркування були потрібні лише для того, щоб підвести кожний конкретний випадок під те чи інше висловлювання священного тексту. Тому християнські проповіді наповнені посиланнями на Святе Письмо. Для християнського мислення – це останній пункт будь-якого міркування, до якого автор намагається підійти якомога швидше;

– антична риторика була тісно пов'язана з необхідністю переконувати, обґрунтовувати ті думки, які співрозмовники не визнавали; у християнських проповідях ці функції відходили на другий план; проповідник, звичайно, намагався переконати свою паству, але здебільшого проповідь виголошувалась не в ситуації суперечливих точок зору, а у протиставленні знання та незнання, простого пояснення нових істин.

Проте *ранньохристиянське ораторство й риторика, що зародилися в античні часи, були вельми ефективними засобами пропаганди та впливу на колективну думку. Їхня ефективність пояснюється не лише майстерністю проповідників та їхнім хистом вплинути на морально-етичні погляди й духовність, а й специфікою цільової аудиторії – адже ранні християни були із простолюду, це були незаможні верстви населення, люди неписьменні, неосвічені, які не навчені були мислити, філософствувати, розбиратися в тонкощах логіки й аргументації. Їм потрібно було просте та дохідливе слово, роз'яснення відомостей, що були за межею їхніх знань, що й дало їм античне християнство у формі проповіді. Тобто знання та екстраполяція ідей на певну цільову аудиторію працювала за законами маркетингу вже в давні часи: нове віровчення народжувалося і було звернене в першу чергу до страдників і обтяжених, тобто до знедолених нижчих прошарків суспільства, серед яких воно насамперед отримувало особливу популярність і особливе визнання.*

Наскільки була *комунікативно ефективною як інструментарій протоPR* ранньохристиянська *риторика* та *гомілетика* і яким майстерним виявилось *ораторське мистецтво* проповідників в античні часи свідчить те, що до кінця II ст. християнство перетворилося на потужну ідеологічну силу, оформилися основи нового віровчення, були розроблені головні принципи церковної

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

організації, християнські громади утворилися в багатьох містах Імперії, вони перетворювалися на заможні та впливові організації. *Відтак, ця потужна і велелюдна, довготривала та ретельна, жертовна й моральнісна PR-акція виявилась ефективною та успішною.* Доказом цього є те, що на сьогодні християнство – найпоширеніша у світі релігія, якої дотримуються ~ 2,2 млрд осіб, що становить понад 1/3 людства. Християнство посідає перше місце у світі за географічним поширенням, тобто майже в кожній країні світу є хоча б одна християнська громада.

2.4. PR-характер громадських видовищ антиків

Становлення індустрії видовищ відбулося в античному суспільстві, де частими були різні *велелюдні комунікаційні заходи*, які в сучасності називають ***перформансами.*** Вони були неймовірно *популярними та масовими і сприяли консолідації суспільства*. Культура масових видовищ, маніфестацій, тріумфів, урочистих процесій, релігійних і громадських свят, ритуальних та спортивних ігор містила обов'язкові *елементи інформування та пропаганди, рекламні прийоми, цілеспрямовано сприяла формуванню іміджу державних діячів, політиків, військовиків, талановитих громадян.* Серед різноманітних перформансів важливе місце мали *традиційні змагання*, і не лише в силі та вправності, а й у мистецтві поезії, музики та співів.

Зазвичай перфоманси мали *релігійний, політичний культурний, спортивний характер; проте елемент перших був певною мірою наявний в інших. Усі вищезазначені мали суспільний масштаб, але були й приватні, доволі людні заходи.*

Здебільшого масові видовища *розвеселяли, розважали* людей, а в певних випадках заспокоювали, утішали, позбавляли відчуття фрустрації. Але у будь-якому випадку вони створювали *позитивний громадський настрій*, що є одним із основних завдань PR.

Усі античні перфоманси були ***велелюдними***, мали ***публічний характер,*** характеризувалися ***видовищністю***. *Це була ефективна, дієва PR-стратегія, яка запам'ятовувалась надовго і переходила у переказах до нащадків, збагачуючись легендами, які*

Видавничий відділ навчально-методичного центру "Київський університет"

створювали її постPR. Водночас це був виграшний засіб іміджетворення, накопичення репутаційного капіталу, електоральних завоювань. Тому ці комунікаційні технології використовуються у PR донині.

2.4.1. Святкові дійства Давньої Греції та Риму як інструменти протоPR

Культуролог О. І. Кравченко в словнику "Культура и культурология" визначає свято як урочистий день чи дні, установлені на честь або пам'ять когось або чогось. Він зауважує: "Історичне коріння свята заглиблене у сиву давнину, воно тісно пов'язане з магією, ритуалом, трудовою діяльністю, світосприйняттям, ціннісними орієнтаціями та й способом життя взагалі. Свято виконує важливі соціальні функції: компенсаторну, естетичну, моральну. Свято завжди має оптимістичний, життєстверджувальний характер; його змістовний бік виражений духовно-піднесеним налаштуванням. Особливе значення у святі має його естетичний складник: емоційна насиченість змісту, виразність, експресивність, видовищність, елементи карнавалу, театралізація. У святі втілені комічні, гумористичні й сатиричні аспекти культури".

В історії свят значною мірою відображаються політичні й соціально-економічні особливості розвитку суспільства, а також інтереси та прагнення окремих класів і прошарків цього суспільства в ту чи іншу епоху. Вивчення античної історії свят свідчить про те, що, виконуючи соціальні функції, вони значною мірою мали класовий характер. Одночасно *свята завжди поєднували людей, допомагали їм переборювати почуття самотності, ізольованості, відчуження, згуртовували різні прошарки населення. Вони сприяли формуванню й підтримці позитивного настрою серед людей, чим виконували PR роль.*

Численні літературні й історичні джерела зберегли колоритні описи святкових дійств і масових свят, що відбувалися в різні періоди в античному світі. Зазвичай ці описи детально передають синкретичність видовищних дійств, поєднання різноманітних знакових систем, напрацьованих культурою: музики, співу, танцю, фарсу, усної поезії, пантоміми, тощо. Вони стали витоком драматургічних жанрів, середньовічних містерій, карнавалів

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вводиться в дію з 2011 р.

і зародком *PR-івентів – численних видовищних засобів, мобілізованих заради комплексного впливу на суспільну думку.*

2.4.1.1. Масові свята Давньої Греції – прообраз сучасних івентів

Історія масових святкових дійств налічує близько 30-ти століть. ***Масові свята*** були започатковані у Давній Елладі. Імовірно, разом з ними з'явилось і грецьке слово "еортологія", тобто *наука про свята*. Виникнення цього слова як поняття свідчить про те, яке *величезне значення надавалось масовим святам в античному світі*.

Свята Давньої Греції *відрізнялись яскравістю, масовістю і, водночас, ретельною підготовкою, організацією, поєднували в собі елементи сценарної розробки, режисури. Колективне* дійство Давньої Греції, маючи статус офіційного державного свята, завжди залишалось дітищем народного мистецтва, сягаючи своїм корінням у його глибину. Джерела таких свят лежать у площині *колективних народних обрядів і звичаїв, веселощів карнавальних ігор і, звичайно, міфології.*

У давніх греків свято було однією із самостійних, розвинених і надзвичайно популярних форм дозвілля, яке давні елліни уявляли собі більш діяльним і активним станом, аніж праця.

Усі свята були *масовими* (крім тих, що були розраховані лише на втаємничених), *із видовищними спецефектами та звуковим супроводом*. Їхня організація та проведення вимагало неабияких зусиль і талантів, але *вплив на загал людей був того вартий.*

У Стародавній Греції особливо популярними були ***релігійні свята***, ритуальні церемонії, культові обряди. У процесі їхніх дійств розкривався внутрішній світ релігійності давніх греків, виявляючи їх непідробні, щирі почуття побожності, шанобливості до богів.

Метою будь-якого публічного заходу релігійного характеру було спілкування з божественною силою через поклоніння культу божества. Ритуали супроводжувалися урочистою ходою жерців і жертводавців до храму чи до вівтаря з метою жертвопринесення божеству. Хода супроводжувалася піснями й танцями на честь божеств-заступників. Заможні громадяни за власні кошти збирали цілі капели співаків і музикантів, які величали богів.

Видавничий центр "Київський університет" Всього для науку

Передусім, становлять інтерес свята, присвячені богам Олімпу. Організація цих свят, як за змістом, так і за характером залежала від того, ким або чим опікувався той чи інший бог, які міфи складались про них. Зокрема, на честь богині Гери – заступниці жінок, раз на п'ять років проводились *ігри дівчат.* Це були змагання з бігу. У нагороду переможниця отримувала оливкову гілку та шматочок печінки жертовної тварини.

Головним афінським святом у Стародавній Греції були ***Великі Панафінеї.*** *Свято вражало видовищністю і складалося із цілої серії різноманітних сюжетних "івентів"*, зазвичай супроводжувалося *змаганнями: на колісницях, із легкої атлетики.* Під час свята жителі Афін насолоджувалися і *музичними конкурсами, виступами читців-рапсодів*. У програму свята входили ***публічні читання*** поем Гомера.

Улюбленою розвагою греків напередодні Панафіней були вражаюче видовищні дійства – *змагання з факелами й танцювальні вистави в повному озброєнні*. Поетичні читання та музичні змагання під час Панафіней активізував Перикл і побудував відомий ***Одеон.***

Завершувалися ігри *урочистою і пишною процесією з факелами та піснями*. Ця церемонія супроводжувалася *ритуальними пожертвами* на честь богині Афіни. Урочиста процесія закінчувалася *пишним велелюдним бенкетом і нагородженням переможців*. Очевидно, що це був яскравий, уражаючий уяву ***івент***.

Усі свята мали *масовий характер* (крім тих, що були розраховані лише на обраних), *із видовищними спецефектами та звуковим супроводом*. Їхня організація та проведення вимагало неабияких зусиль і талантів, але *вплив на загал людей був того вартий.*

Поряд із культами і святами, призначеними для всього населення, у Греції рано виникли таємні релігійні товариства, до участі в яких допускалися тільки втаємничені (***містии***). Найвідомішими були обряди на честь Деметри, яку поважали як матір прекрасних дітей – ***Елевсінські містерії***, та на честь бога Діоніса – ***Діонісії***, пов'язані з історією виникнення театру. Великі Діонісії, *які супроводжувалися культовими піснями, танцями, драматичними виставами,* святкували п'ять днів, навесні й восени. Із *хорових пісень, дифірамбів* богу Діонісу, виник жанр трагедії. Трагедіос – "пісня козлів" – складався з культових пісень чоловіків – сатирів, одягнених у козячі шкури, які супроводжували актора, що зображав Діоніса.

Видавничий центр "Університет Короля Данила"

Були й офіційно встановлені ***громадські свята,*** *пов'язані з історичними подіями минулого.* Вони проводилися в річниці доленосних подій. У еллінів організовувалися і ***екстраординарні свята,*** що не повторювалися з року в рік, а були виключними подіями (напр., пов'язані із здобуттям воєнних перемог). Багато причин для ***приватних урочистостей*** давали *різні події, що відбувалися в особистому житті людей.* До таких свят належали дні народження, одруження, успішне повернення із тривалої подорожі тощо.

Афінські свята були організованими масовими театрально-спортивними дійствами. Організатори грандіозних античних свят не називалися в ті часи режисерами-постановниками, однак є свідчення, що підтверджують існування античної режисури масових свят. Коли демократія, а разом із нею і суспільні ідеали в Давній Елладі, прийшли до занепаду, це відобразилось і на стані масових свят.

Афінські свята формували колективну свідомість, емоційно впливали на широкий загал, створювали позитивний громадський настрій. Спільні свята допомагали підвищити згуртованість колективу, виявитися тим рисам особистості, які зазвичай перебували у прихованому стані, давали можливість людям познайомитись один із одним не лише як із земляками, колегами, друзями, родичами тощо, але і як із цікавими людьми, особистостями, унікальними індивідуальностями. Змагання під час свят давали можливість вияву раціонального лідерства не в державній чи політичній площині й не на полі бою, а в мирних умовах, були можливістю виявити творчі здібності та фізичну вправність, витривалість, силу. Основне те, що свята показували розвиненість загальної системи організаційної комунікації, злагодженість зв'язків, певний, однаковий рівень довіри всіх до всіх, характерні для демократичного давньогрецького суспільства.

2.4.1.2. Ритуальні свята та ігри Давнього Риму, їхній PR

Віддавна різні свята відігравали важливу роль у житті Риму. У первісній римській релігії відбилася простота працьовитих хліборобів і пастухів, зайнятих тільки щоденними справами свого скромного життя. У стародавній Італії звичним було побачити італіків, які моляться в гаях; увінчані квітами вівтарі; гроти,

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

прикрашені зеленню; дерева, обвішані рогами та шкурами тварин, кров яких зрошувала зростаючу під ними траву; пагорби, до яких виявлялось особливе шанування; камені, змащені маслом. Давнім італікам усюди ввижалося якесь божество. На честь своїх богів римляни влаштовували ***ритуальні свята***: ***терміналії, медитриналії, сатурналії, вакханалії, еквірії.***

Ритуальний характер свят полягав насамперед у тому, що вони відкривалися релігійною церемонією, учасники та глядачі перед початком ігор зверталися до чаклунів і жерців за благословенням. Проведення таких видовищних свят перетворилося на справжню індустрію – учасники перетворили ці заходи на спосіб заробітку, а організатори працювали "на постійній основі". Вони створювали прототипи сучасних оргкомітетів, що забезпечували постачання коней і колісниць, а також реквізит для ігор.

Під час ритуальних свят люди Риму *вдавалися до колективної взаємодії, що сприяло формуванню та розвитку колективної свідомості й соціальної психології*: приносили жертви божествам відповідно до звичаєвих ритуалів, використовуючи пахощі, квіти й ситуативну сакральну атрибутику, часто розпалювали від вогню своїх вогнищ багаття, згодом починався пишний бенкет.

Деякі ритуальні учти, зокрема ***Сатурналії,*** були *святом згоди та рівності*: припинялися всі роботи, раби сідали до столу разом зі своїми власниками, які подекуди їм прислужували. У ці дні *зникала не тільки нерівність станів, а й будь-яка ворожнеча*, відкладалися суди та виконання вироків над засудженими, навіть не обмірковували воєнні плани. Після жертовних *обрядів веселі процесії йшли вулицями міста на бенкети й забави*. Деякі зі свят приурочувалися до певних дат (на зразок ***Медитриналій***).

Були у Стародавньому Римі й ***військово-релігійні свята***, що відбувалися на Марсовому полі Риму (напр., ***Еквірії***, які проходили 27 лютого та 14 березня). Установлення цих дат на початку весни пояснюється архаїчним способом ведення воєн у ті часи: військові походи відбувалися у теплі пори року.

Популярними були ***оргіастичні*** та ***містичні свята***, серед яких найвідоміші ***Вакханалії*** – на честь бога Вакха (Діоніса), що прийшли зі Сходу через Грецію та поширилися в Італії. Оскільки із плином часу ці свята перетворилися на розпусні оргії, що супроводжувалися *ґвалтуванням і вбивствами*, 186 р.

Видавничий центр "Київський університет" Вибрана для друку

до н. е. сенат ужив найсуворіших заходів, видавши декрет, що загрожував смертною карою за участь у таємних оргіастичних культах.

Розквіт масових релігійних свят у Стародавньому Римі був пов'язаний зі зміцненням громадських свобод. Спершу ***публічні вистави*** були разом із тим і ***церемоніями***, неодмінною частиною ***релігійних свят***. У VI ст. до н. е. влаштовували ***вистави світського характеру***, а за їхні проведення уже відповідали не жерці, а посадові особи. Зауважимо, що місцем їхнього проведення був не вівтар певного бога, а цирк, розташований у низині між Палатинським і Авентинським пагорбами.

У Давньому Римі ставлення до свят було більш ***утилітарним, популістським***. Приміром, доволі ефективним засобом для зацікавлення юрби були свята, під час якого бідним дарували не тільки видовища, а й безкоштовний хліб.

Відоме гасло ***"Хліба і видовищ"*** яскраво характеризує спосіб життя давніх римлян. На ***видовища в Римі*** витрачалися величезні кошти, навіть найскупіші імператори не шкодували грошей на такі заходи. Це були змагання в розкоші. На першому місці були *ритуальні, циркові ігри* та *гладіаторські бої*, на другому – *театр.* У Римі також дуже любили *нічні вистави з ілюмінаціями.*

Найстаріші ритуальні свята у римській культурі тих часів – ***Римські ігри***, або ***Великі ігри,*** які святкувалися із 366 до н. е. щорічно з 4 до 19 вересня на честь Юпітера.

Суто народними були ***Плебейські ігри***, виключно релігійні, що організовували плебейські едили.

Цікавими за ритуалом були ***Секулярні ігри*** – *обрядове свято давніх римлян*, засноване в час розпалу І Пунічної війни. Святкувалися на Марсовому полі протягом трьох ночей і трьох днів поспіль один раз на 100 років, розпочиналися із принесенням у жертву тварин і співом урочистого гімну. Осередком культу під час Секулярних ігор був жертовник Плутона та Прозерпіни, глибоко закопаний у землю. Відповідно до вказівки Сивілліних книг, римляни мали викопувати жертовник кожні 100 років із тим, щоб знову поховати на Великий рік. Фактично від цього часу поширилася традиція поділу історичного часу на століття.

Римський історик Геродіан писав, що коли імператор Септимій Север влаштував Секулярні ігри 204 р., "у Римі й по всій

Видавництво "Київський університет" Версія для друку

Італії глашатаї закликали всіх прийти й побачити те, що вони ніколи не бачили і не побачать згодом".

Гай Светоній Транквілл у "Житті дванадцяти цезарів" розповідає про масштаби ***ігрищ*** і ***змагань***, які були організовані Цезарем під час ***святкування тріумфальних перемог*** у міжусобній війні, про небачені ***розваги*** імператора Августа тощо. Залучаючи практично всі верстви населення, подібні свята були ефективним *способом підвищення політичного рейтингу державця. Грошові подарунки, доброчинні акції, учти й гостювання посилювали популярність політика, який обирав для комунікації із громадою та іміджетворення такий безпрограшний захід, як видовище, тріумф або свято.*

Ритуальні ігри та свята Давнього Риму згуртовували людей, спонукали їх до колективних дій в умовах відпочинку, сприяли появі й підтримці святкового, радісного настрою, що у свою чергу впливало на формування позитивних настроїв у суспільстві загалом. Уже з античних часів державні діячі та жерці піклувалися не тільки про суспільну думку, що впливала на колективну свідомість, а й про настрої різних верств суспільства, які приводили до більш-менш спільного знаменника ритуальні свята та ігри у позастановому контексті.

Свята в античні часи були *засобом консолідації, єднання людей, відновлення певних суспільних зв'язків, виконуючи комунікативно-інтегративну функцію*. Без свята, очевидно, людина відчула б себе відчуженою, одинокою, ізольованою від суспільства. *Свято – явище колективне. Вже в античні часи воно організовувало великі маси людей різного віку, різних професій і соціальних прошарків суспільства, створювало "неначе єдине народне ціле"*, "свято – первинна і незнищенна категорія людської культури. Воно може виродитися, але не зможе зникнути взагалі", – писав автор класичних праць із теорії культури М. М. Бахтін.

2.4.2. Спортивні ігри – засіб впливу на громадські настрої

Греки обожнювали всілякі змагання. Не було нічого більш почесного, ніж стати переможцем і отримати в нагороду вінок. Для всієї античної культури властивий *дух боротьби, змагання і випробування.*

Вибірковий примірник
"Київський університет"
Відділ обслуговування

На інтенсивний розвиток спортивних змагань у Стародавній Греції вплинув один із найважливіших елементів буття та культури стародавніх греків – ***агоністика*** – *принцип змагальності, який реалізувався у різних сферах життя* (праці, мистецтві, спорті) з метою досягнення найкращого результату, визнання, уславлення сфер діяльності, примноження особистого престижу і слави.

Агони *– різні змагання, що були однією із форм вшанування богів, приваблювали велику кількість учасників, які прагнули виділитися своїми досягненнями у тій чи іншій сфері життя, а тим самопрезентуватися і зробити собі колоритний самопіар*. Атмосфера гострої конкуренції, змагальності та протиборства, без урахування якої неможливо зрозуміти життя стародавніх греків, їхню культуру, природно випливала із міфів. Адже відомо, що олімпійським богам було властиве суперництво, змагання. Чим іншим, якщо не конкурсом краси, був славнозвісний суд Париса, який вирішував, кому із трьох великих богинь віддати яблуко, призначене найпрекраснішій?

Глибоко вкорінений змагальний дух греків часто виражався у формі різних ***конкурсів***. Ці конкурси були дієвим чинником прогресу Стародавньої Греції, вони *забезпечували появу унікальних витворів*. Музиканти та поети, художники і скульптори, філософи й оратори змагалися своїми уміннями та талантами за першість. Таким чином створювалася атмосфера конкурентного середовища, у якій *людина мала можливість демонструвати свою майстерність, вправність, артистизм і творчий талант. Креативність мислення та його репрезентація сприяли здобуванню першості*. Перевага талантів і високодуховних устремлінь у такій атмосфері була поставлена вище походження, соціального становища і статків. Багато поетів, художників, філософів, скульпторів, ораторів завдяки змаганням і конкурсам досягали публічного визнання й високого суспільного становища, не дивлячись на родове походження. Природно, що у подібній атмосфері проходили і велелюдні ***спортивні змагання***, які набули у Стародавній Греції великої популярності.

Виховання спортивного духу в Стародавній Греції базувалося на тому самому ґрунті, що й інші культурні цінності грецької цивілізації. І головним серед них було *звільнення людини від усякої деспотії. Людину вчили вірити в себе, свої власні сили та*

Видавничий центр "Київський університет" Версія для друку

можливості, у найвищі цінності людського життя тощо. Людина розглядалася як видимий образ божества, оскільки боги у греків мали людські риси й характери. *Тілесна досконаліть, фізична і духовна сила для греків були базовими етико-естетичними принципами, виявити та продемонструвати які давали можливість спортивні арени*. Спортивні змагання, зазвичай, були частиною релігійних святкувань, які окрім того містили священнодійства та ритуальні банкети на завершення. Головна частина ритуалу полягала у жертвопринесеннях, які супроводжувалися урочистими процесіями. Ігри були лише окрасою свята, але власне вони, а не священнодійства, становили особливий інтерес у еллінів. Найпопулярнішими були ***Немейські, Піфійські*** та ***Істмійські ігри,*** що мали загально грецький характер і були вагомими подіями в суспільному житті країни.

Але головною подією еллінського світу були ***Олімпійські ігри***. Під час їхнього проведення глашатаї проголошували "священне перемир'я" і всі війни у Греції припинялися. Олімпійське правило наголошувало: "*В іграх може брати участь кожен грек, народжений вільним, не заплямований злочином чи прокляттям богів*". Особливо шанували Олімпійські ігри греки *з віддалених місць і колоній, яким вони допомагали підтримувати зв'язок із метрополією*. Тим *Олімпійські ігри сприяли консолідації населення Греції.* Також під час Олімпіад *укладались важливі угоди*, скріплюючись божбою.

Імена переможців, урочисто оголошені на Олімпійських іграх, ставали відомими всьому еллінському світу. Це був своєрідний протоPR. В Олімпію з'їжджалися не лише спортсмени, а й творчі люди, філософи, учені, поети, із 50-тої Олімпіади утвердився звичай читати на Олімпійських іграх літературні твори, вірші. Геродот оприлюднив в Олімпії розділи своєї "Історії", Сократ вів свої бесіди, прийшовши туди пішки з Афін, виступали Платон, Емпедокл, Софокл, Ісократ, Демосфен.

Як для учасників ігор, так і для митців, філософів, учених будь-які ігри, особливо Олімпійські, були *локацією самопрезентування*, сприяли *особистому PR* і *саморекламі. Вони давали можливість багатьом неординарним, обдарованим особистостям продемонструвати себе, а іноді навіть зажити собі слави.*

У *Стародавньому Римі ситуація зі спортивними іграми склалася інакше*. Від початку існування держави, на думку істориків, римляни були знайомі з такими атлетичними дисциплінами, як біг, боротьба, плавання, кулачні бої; їх використовували їх у ролі *засобів воєнізованої підготовки*. До олімпійських святилищ і Олімпійських ігор римські державці ставилися з повагою. Палким шанувальником спорту був імператор Тиберій (14–37 рр.), він навіть брав участь в олімпійських перегонах на колісницях. Під час його правління з'явилися нові спортивні споруди, комплекси. Підтримував Олімпійські ігри й імператор Нерон, який, як ніхто інший, захоплювався старогрецькою культурою. Він наполіг, щоб у програму Олімпійських ігор були включені змагання з музичного та драматичного мистецтва.

Найбільшого розквіту за період влади Риму над Грецією Олімпійські ігри досягли за владарювання імператора Адріана (117–138 рр.). Він відновив святилища та храми в Олімпії, за що йому встановили статую у священному Алтісі. На його честь проводилось багато різних змагань.

Попри позитивні аспекти проведення Ігор, існувала й велика кількість проблем. У Римській Греції з кожними наступними іграми змагання набували все більш *видовищного характеру*. До ігор починали залучатися люди з нижчих верств, які ставилися до спорту як до професійної діяльності. Постійно розширювалася й географія Ігор. Переможцями ставали не лише греки. З одного боку, це додавало популярності цим змаганням, а з іншого руйнувало ідеали Олімпійських ігор, хоча деякі римські імператори, які симпатизували олімпійським цінностям, намагалися сприяти розвитку спорту. Проте римляни так і не змогли зрозуміти суть олімпізму. Змагання набули більш жорстокого характеру, особливо у боксі, боротьбі, панкратіоні.

Історичні дані свідчать, що Олімпійські ігри були припинені через недостатність коштів на їхнє регулярне проведення.

Непересічне протоPRне значення спортивних ігор античності полягало в тому, що вони згуртовували суспільство і висували лідерів – заповзятих, сильних, рішучих, витривалих, які прагли публічного визнання. Ігри формували ***феномен переможця*** *– харизматичного й водночас раціонального лідера у мирних умовах змагань. Ігри започаткували формування* ***феномена су-***

Видавництво Державний університет "Київський університет" Ігри для дорослих

***спільної згоди**, адже на час їхнього проведення припинялися війни та ворожнеча, наставав мир і злагода. Цей піаристичний феномен суспільної згоди дасть про себе знати після Другої світової війни, а вповні розкриється вже наприкінці XX ст., коли припиниться остання зі світових воєн – Холодна війна, що тривала з 1946 до 1991 р. Підтримка суспільної згоди і взаєморозуміння стала відтоді одним із магістральних завдань сучасних PR.*

2.4.3. Гладіаторські бої – світська розвага та PR-івент давніх римлян

Перші згадки про ***гладіаторські бої*** у Давньому Римі датуються III ст. до н. е.; виникли вони з ***поховального обряду*** етрусків, до якого входили людські ***жертвопринесення.*** Такі дійства відомі були також у культурах єгиптян, греків, слов'ян, норманів.

Гладіаторами називали бійців, які вступали у двобій між собою або із тваринами для розваги публіки на спеціальних аренах. Учасником міг стати раб, військовополонений, засуджений злочинець. Були випадки, коли громадяни, у гонитві за славою і грошима, відмовлялися від власної свободи і ставали гладіаторами. Для того необхідно було скласти обітницю й оголосити себе "юридично мертвими".

Напередодні боїв *глашатаї* та *делабатореси* ходили містом і виголошували або писали повсюдно об'яви чи поширювали афіші про майбутню розвагу, тим вони "піарили" їх.

Афіші про гладіаторські бої здебільшого містили інформацію про влаштовувача ігор, час і місце змагань, імена гладіаторів у кожній парі, а також згорнені відомості, які дозволяли зважити шанси супротивників, зокрема, із яких шкіл гладіатори, і кількість двобоїв, у яких хто взяв участь. Літери, що стояли як заголовок над кожною парою, характеризували озброєння гладіаторів. У деяких випадках ці тексти підкріплювалися зображенням гладіаторів. Як правило, технологія виготовлення афіш нагадувала альбуми. Ці написи гарно виводилися червоною фарбою в місцях, де збиралося та проходило багато люду: у двориках лазень, на форумі, стінах театру, базиліки, біля міських воріт і навіть на могильних пам'ятниках, розташованих обабіч жвавої дороги у місто. Однак відомі й варіанти афіш, виконані на папірусі, які продавали з рук.

Видання Полтавського обласного "Київський університет ім. Б. Грінченка" Вибрані твори друку

Утім, римська публіка і без афіш чи оголошень знала розклад найближчих гладіаторських боїв. Церемонія їхнього відкриття була дивовижним *видовищем*. Під бурхливі оплески та схвальні вигуки натовпу розпорядник ігор на колісниці або пішки, в оточенні юрби друзів, об'їжджав або обходив увесь цирк. Потім відбувався парад гладіаторів-учасників у повному бойовому озброєнні. Публіка, вітаючи своїх улюбленців, шаленіла. Гладіатори вигукували вітання імператору та публіці, потому за лаштунками чекали виходу на арену. Перемога на арені багатьом гладіаторам гарантувала волю і свободу.

"Ми жертвуємо живими, щоб нагодувати мертвих", – у такий спосіб імператор Каракалу в III ст. н. е. сформулював ідейну основу гладіаторських боїв, які стали найкривавішим і найжорстокішим видовищем в історії людства. Вони були розважальними дійствами, але також елементом політики. Як відомо, у суспільстві, яке вимагало "хліба і видовищ", *завоювати популярність народу можна було давши йому те, що він просить*. Гладіатори, які уміли завоювати досвідчену публіку, стати її улюбленцями, ставали в сучасному понятті "зірками".

Гладіаторські бої засвідчили, що на противагу еллінам ***римські видовища*** *в більшості були розраховані на примітивні запити юрби, здебільшого відповідали нищим смакам і мали пасивний, споглядальний характер. Тобто їхня цільова аудиторія була інша. Ці видовища відтворили відмінність римської масової культури від високої духовної культури греків із їхнім ідеалом гармонійної особистості.*

2.4.4. Тріумфи – заходи формування іміджу та самопіару

Ефективно впливали на суспільні настрої ***тріумфальні дійства***, що були неймовірно популярні у Давньому Римі. Звичайно тріумфальні процесії починалися від Марсового поля, проходили через Рим до Форуму й закінчувалися у резиденції державців – Капітолійському палаці. Процесію очолювали сенатори й магістрати, за ними несли військові трофеї. Далі – на ошатно прикрашеній колісниці з білими рисаками, у багряному плащі та лавро-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Роздрукування для студії

вому вінку рухався тріумфатор, за яким крокувало військо, потому вели полонених, що здебільшого стали рабами. Учта завершувалася жертвопринесенням, роздаванням подарунків і грошей плебсу, загальним бенкетом. В організацію тріумфального ритуалу були залучені всі *виразні можливості демонстративності,* усі *знакові засоби культури*: *предметні, образотворчі, звукові, вербальні*. Щоб підкреслити *родовід тріумфатора*, у процесії несли воскові *маски його предків* – деталь, що була неодмінним елементом інтер'єру відомих римлян, виконувала *меморіальну й демонстративну функцію*. Чисельність предметно-образотворчих фрагментів процесії, вишуканість їхнього дизайну характеризували велич діянь тріумфатора. Урочисті процесії антиків – одна із форм задоволення суспільної потреби в *самооцінці, самопрезентації й самовираженні.* Споглядаючи та прилучаючись до святкової дії, інші люди відчували себе причетними до величі імперії.

Римський історик Гай Светоній Транквіл розповідає, що Юлій Цезар після закінчення громадянської війни відсвяткував *п'ять тріумфів*, чотири з них тільки протягом одного місяця і кожний був оформлений "зі своєю особливою розкішшю й оздобленням". Наприклад, під час африканського тріумфу "на Капітолій він вступив при вогнях, сорок слонів зі смолоскипами йшли праворуч і ліворуч".

На понтійському тріумфі Цезаря серед інших декорів процесії був напис із трьох слів: "Veni, Vidi, Vici" ("Прийшов, побачив, переміг..."). Наскільки це дивовижний слоган очевидно з того, що він не втрачає своєї експресивно-сугестивної сили понад 2 тисячі років, що свідчить про його позачасову універсальність і актуальність.

Тріумфи античних часів започаткували цілу низку активних ***засобів впливу на громадські настрої, емоції, волевиявлення, ідейні міркування*** *в історичному подальшому й устаткували дієві інструменти масового впливу на широкі верстви, які здебільшого були безпосередніми учасниками цих подій у всі часи.*

Щодо *соціокомунікаційного й сугестивного значення тріумфів*, яким притаманна була ще й ***вишукана*** та ***дизайнована демонстративність***, вони не лише мали *емоційно-психологічний вплив на сучасників*, а й стали предтечею ***парадів,*** популярних у XVIII ст. у Західній Європі (особливо у Пруссії), де вони були одним із основних видів демонстрування дисциплінованості та керованості збройних сил, а також у всіх тоталітарних і автори-

Видавництво Національного університету "Київський університет ім. Бориса Грінченка"

тарних державах Нових і Новітніх часів. Особливим попитом останні користувались у Франції часів Наполеона, Німеччині за часів Веймарської республіки та націонал-соціалізму, у Радянському Союзі та країнах "соціалістичного табору" тощо. Такі *велелюдні урочисті* заходи, як ***демонстрація***, чи ***марш,*** споріднені з парадом, *подекуди вважаються вираженням народної волі, відтак громадської думки, популярні донині.*

2.4.5. Античний театр як комунікативна практика у ґенезі протоPR

Поняття ***"античний театр"*** поєднує театральне мистецтво Стародавньої Греції та Стародавнього Риму. Його історія охоплює майже ціле тисячоліття: із кінця VI ст. до н. е. до IV ст. н. е. Особливістю античного театру було те, що від початку він був *масовим публічним видовищем*. На театральних виставах були присутні усі жителі міста. Малозабезпечені отримували від влади кошти, аби сплатити вхід до театру.

Давньогрецький театр виник на культовій основі – зі *святкувань* на честь бога Діоніса *і завжди був пов'язаний із релігією.* У свою чергу, релігійні обряди греків були доволі видовищними, вони супроводжувалися музикою, піснями, танцями, поезією, святині прикрашалися квітами, предметами прикладного мистецтва. "Всеохоплювальна любов греків до краси стала релігією краси", – уважають дослідниці з питань античної літератури С. І. Коршунова, О. В. Тереховська.

Давньогрецький театр був не лише засобом розваги, а й *громадською трибуною, що служила місцем пропаганди ідей патріотизму, військової звитяги, моральності. На розгляд афінського люду на котурнах театру виносилися найважливіші соціально-політичні, моральні, естетичні, філософські проблеми.*

Давньогрецький театр був школою виховання, де *піднімались найактуальніші питання моралі, політики й ідеології.*

Яскравими представниками *трагедійного жанру* в Греції були ***Есхіл*** (526–456 до н. е.), ***Софокл*** (496–406 до н. е.), ***Еврипід*** (480–406 до н. е.). Вони послідовно відтворили три етапи історії афінської демократії. Творчість ***Аристофана*** (445–385 до н. е.) засвідчи-

Видавничий центр "Київський університет"

ла розвиток *комедії*. Його наступником став ***Менандр*** (342 – 293/291 до н. е.) – давньогрецький комедіограф, афінський поет-драматург, найвидатніший представник нової античної комедії.

Давньоримський театр. У Стародавньому Римі театральні вистави вперше було організовано 240 р. до н. е., вони були складені за грецьким зразком і створені для загальноміських ігор. У Римі статус театру не був настільки значним, як у Греції. Вистави відбувалися на тимчасових дерев'яних помостах із низькою і широкою сценою: уже це вказує на те, що римський театр наслідував не міський елліністичний театр з високою і вузькою сценою, а народні балагани Великої Греції та Італії.

Виникнення театру в Римі також ґрунтувалося на релігійних і обрядових іграх, які супроводжувалися елементами *карнавалу*. На святі збору врожаю виконувалися *фесцинини*. Уважається, що це були ***примітивні видовища***, які виникли за родового ладу. В їхній основі були мімічні танці етруських танцюристів, згодом додалися діалоги й жестикуляція. Характер дійств був жартівливий та уїдливий. Міфологія не становила інтерес для римлян, оскільки її мелодраматизм для войовничої культури римлян уважався нудним.

Театр у Римі перший час використовував твори відомих драматургів Греції, їх перекладали і переробляли, адаптуючи до римської публіки. Римська трагедія наслідувала Еврипіда, а комедія – Менандра, тобто першопочатково Рим відтворював елліністичні смаки. Початківцем такої римської драматургії був грек ***Лівій Андронік.*** Він був і першим у Європі письменником-перекладачем, переробляв давньогрецькі класичні твори з метою максимального їхнього наближення до уподобань, смаків і потреб римлян, тобто працював на конкретну цільову аудиторію.

У часи Римської імперії особливо активно розвивалась комедія. Римський комедіограф ***Гней Невій*** відверто зображав непрості політичні ситуації, висміював улесливість і моральні вади. Однак за таке вільнодумство був покараний. Наступником його став ***Тит Макцій Плавт***(~ 254–184 рр. до н. е.), який попри використання сюжетів грецьких п'єс, оригінально зображав сучасну йому дійсність і наповнені психологізмом характери героїв. Відомим римським драматургом був ***Луцій Анней Сенека*** (бл. 4 р. до н. е. – 65 р. н. е.), автор трагедій "Медея", "Федра", "Едіп",

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

"Агамемнон", "Фінікійки", який відіграв виняткову роль у становленні європейського модерного театру.

Організацію театральних видовищ в античній Греції ***брала на себе держава,*** і з середини V ст. до н. е. із міської казни виділялися спеціальні театральні субсидії (теориком) для малозабезпечених громадян. Відвідувати театр мали право всі вільні афіняни. Арістотель уважав, що театральне мистецтво відбиває реальне буття, дає людям насолоду, учить думати.

У Давньому Римі *держава ставилась до театральних розваг не прихильно і не переймалася їхнім облаштуванням.* Магістрати, які влаштовували ігри, власним коштом споруджували для акторів дерев'яні помости, які після вистави руйнувалися. Уперше театр за грецьким взірцем був побудований у Римі лише 179 г. до н. е., але невдовзі був знищений. Постійна кам'яна споруда постала за рік. Театр на 17000 місць (за Плінієм – 40000), був споруджений Помпеєм 55 р. до н. е.

Не дивлячись на стримане ставлення держави до театру, для Риму це було яскраве, колоритне дійство, що користувалось значною популярністю у всіх верств населення, крім рабів, яких до нього не допускали. На відміну від Греції на котурнах римського театру могли грати жінки, вони ж мали право відвідувати всі вистави й навіть комедії, що заборонялось у еллінів. Тож римський давав ширші комунікаційні можливості і охоплював більшу аудиторію.

Театр як видовищне дійство посів особливе соціокомунікаційне місце в житті давніх антиків, *він був трибуною для широкого розповсюдження нових думок, висвітлення найболючіших проблем тогочасності. Великим було його суспільне й виховне значення. Хоча, зазвичай, сюжети походили із міфів (вустами міфологічних персонажів драматурги завжди говорили про свою сучасність, моральні поразки й перемоги героїв-співвітчизників). Театр впливав емоційно, виховував етико-естетично.*

Античний театр мав велике загальнокультурне значення. Первісний мистецький синкретизм із особливою силою виявився саме у ***театральному мистецтві***, яке поєднало у собі *живопис і архітектуру, хореографію та музику, міміку й декламацію*. Отже, *театральне мистецтво – результат спільних творчих зусиль драматурга, актора, режисера, художника-декоратора, музиканта*. У тому, що драма демонструвала закладені в ній великі можливості

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

емоційного та естетичного *авторитету* тільки в синтезі з іншими видами мистецтва, полягає найважливіша особливість її як засобу впливу на широкі верстви населення.

Античний театр справив соціокомунікаційний вплив на розвиток протоPR. Він став рушієм, що сприяв виробленню колективної думки, розвитку естетичних уподобань, духовності. "…Театр сприймався як один із активних факторів виховання, який залучав усіх громадян полісу чи цивітасу до співпереживання єдиному героїчному минулому і сучасним етичним проблемам". Тож *театр мав функції соціальної комунікації* і використовувався з метою PR влади та державців для популяризації їхніх дій та цілей.

Вищесказане красномовно свідчить про величезне *пізнавальне, морально-етичне, громадянсько-патріотичне та естетичне значення театру в духовному житті антиків та у формуванні соціальних комунікацій і протоPR.*

Масові видовищні заходи сприяли формуванню та розвитку колективного свідомого античного суспільства, вони згуртовували суспільство, впливали на психологічні особливості масової стихійної активності людей, давали можливість маніпуляцій масовою свідомістю.

Масові видовища в античних суспільствах стародавніх Греції та Риму були активним чинником формування соціальних норм як прийомів суспільного управління й орієнтації поведінки різних соціальних груп у конкретних соціальних умовах і, водночас, були засобом контролю за поведінкою мас та здійсненням її регуляції.

Колективні громадські видовища Античності давали можливість для масових форм вияву активності (поведінки великих груп людей, що виникала внаслідок безпосередньої психічної взаємодії між ними на основі загальних або схожих інтересів). Ця активність мала аналогічні зовнішні вияви і регулювалася соціальними нормами лише частково.

Масові громадські видовища періоду Античності охоплювали всю або більшу частину населення певного територіального й суспільно-політичного ареалу; меншою мірою вони були пізнавального характеру, хіба що театр; дещо мали мотиваційний характер і в цьому аспекті виявляли групові цілі, потреби, інтереси, очікування, установки, проте мали виразний емоційний ха-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

рактер (групові настрої, почуття, переживання) та активний вплив на чинники поведінково-вольового характеру (групові дії, норми, звичаї, традиції, мода, смаки).

Масові громадські видовища Античності мали потужний вплив на колективну свідомість, настрої та думки антиків, формували іміджі сильних світу. Врешті, це були PR-заходи з метою просування політичних, державних, культурних чи будь-яких інших ідей або активностей.

2.5. Ораторське мистецтво і риторика в історії античних PR

2.5.1. Роль ораторства та риторики у формуванні давньогрецького "іміджевого капіталу"

Ораторське мистецтво культивувалось у Стародавній Греції вже з часів Гомера: уміння гарно говорити цінувалося, викликало захоплення.

Ораторство у давніх греків складалось як необхідна ланка функціонування і засіб комунікацій державної системи. Такі інституції, як *еклексія,* що приймала основні політичні рішення стосовно війни та миру, вибору посадових осіб, дипломатичних відносин тощо; або *Рада п'ятисот* – вищий адміністративний орган Афін; чи *публічний запит*, оприлюднюваний глашатаями: "Хто із громадян старше 40 років має сказати щось корисне для народу?", що запрошував висловитися вільних людей – усе це трималося на усному мистецтві слова.

У VII–VI ст. до н. е. красномовством захоплювалися в усіх грецьких державах, але воно ще не мало встановлених правил чи прийомів. *Теорія ораторського мистецтва* спочатку виникла на Сицилії, а потім інтенсивно розвивалася в Афінах. У часи афінської демократії Народні збори почали вирішувати всі питання зовнішньої та внутрішньої політики. Отже, постала *необхідність прилюдно виступати, доводити свою правоту, заперечувати докази опо-*

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет"
Електронне видання

нента, переконувати присутніх. Потрібно було захищати інтереси своїх угруповань чи партій, що вели між собою часом дуже напружену політичну боротьбу. Через це значно серйознішим став підхід промовця до своєї лексики, форми виголошування промови, яка мала бути не лише розумною і логічною, але й красивою. Греки завжди цінували естетику слова. *Промови, з якими виступали в Народних зборах, називалися політичними (або дорадчими)*. До святкових днів, пам'ятних дат чи ювілеїв виголошувалися *урочисті промови*. А на початок V ст. до н. е. виникли промови, що супроводжували поховальні обряди – *епітафії*.

Стимулом до розвитку красномовства було встановлення Соломоном народного суду, або суду присяжних (геліеї), де підсудному доводилося захищати себе особисто, адже інституту адвокатства ще не існувало, тож *порятунок підсудного часто залежав від його власних здібностей виголосити обґрунтовану й майстерно побудовану промову*. Проте, переважна частина демосу не володіла ораторським хистом. Унаслідок цього з'явилася нова професія ***логографів*** – людей, які писали промови для клієнтів суду. За жанром це були в основному ***апології*** – промови для особистого захисту. Логографи були знавцями юриспруденції, при цьому не прагнули істини, а намагалися досягти перемоги свого клієнта. Відомими риторами-логографами були ***Коракс, Лісій, Горгій*** (V–VI ст. до н. е.). Зокрема, Коракс розробив свою теорію щодо структури промови, яку він поділив на вступ, пропозицію, виклад, докази, висновки. Лісій був плідним логографом, йому приписують написання 435 промов. Він розробив власний стиль, вимоги та способи аргументації. Характерним для нього художнім засобом було зображення характерів як "персонажів". Успішність промови Горгій убачав у пошуку недоліків в аргументах опонента.

Красномовство було свідченням розуму, інтелектуальних здібностей людини. Особливо воно розвинулася у часи розквіту Афін, за правління Перикла, який був неперевершеним оратором. Із молоду Перикл виступав у Народних зборах та судах і здобув репутацію вправного красномовця. Він спирався головним чином на імпровізацію, не записував своїх промов (їх не збереглося). Кілька промов Перикла передав Фукідід, але це переказ із пам'яті, із додаванням власних суджень історика.

Плутарх дар Перикла характеризував у такий спосіб: "... він суттєво перевершував усіх ораторів". Із цієї причини, кажуть, йому було дано прізвисько "Олімпійський". На думку одного із драматургів того часу, "він, коли промовляв, був подібний громовержцю Олімпу, ніби мав жахливий перун на язиці".

Красномовство Перикла було його природним талантом, а не результатом спеціального навчання: коли Перикл виголосив на могилі 192 афінських воїнів, які героїчно загинули в битві біля Марафона 409 р. до н. е., ***епітафію*** героям Пелопоннеської війни, жінки засипали промовця квітами, цілували його одяг. Відтоді в Афінах з'явилася традиція щорічно вшановувати пам'ять загиблих у війнах патріотів. Це був своєрідний постPR.

Зміцнення демократії в Афінах викликало необхідність у появі *промовців-професіоналів і певних шкіл, де б люди могли вчитися мистецтва красномовства*. Уже в середині V ст. до н. е. з'явилися ***школи софістів*** – професійних учителів публічного мовлення. Вони вчили правильно та логічно говорити, викладали загальні правила красномовства, головні принципи ведення полеміки та дискусій.

Софісти відіграли певну роль у формування засобів протоPR у Стародавній Греції, де понад усе цінувалося *вміння спілкуватися, вести суперечки, переконувати співрозмовника. Найкращі оратори, як правило, були наймовірнішими кандидатами в лідери.* Для досягнення ще більшого визнання політичні діячі Греції нерідко зверталися до софістів із проханням допомогти їм у словесних баталіях. Софісти швидко збагнули, що красномовство – це маніпулятивний засіб, яким вправно можна впливати на громадськість та її настрої. Софісти спекулювали на хитрості буття й непевності людської думки. Вони видавали чорне за біле, робили суб'єктивні, але вигідні для зацікавленої особи висновки. Софісти часто збиралися перед публікою в амфітеатрах у певні дні з метою славлення, звеличення гідності претендентів на високі політичні посади. Вони були творцями "іміджевого капіталу".

Імовірно, вже з часів софістів *практика впливу, переконання була пов'язана з умінням вести дебати й дотримуватися правил комунікаційної етики*. Це були вже перші спроби того, що нині називається *лобіюванням – прагнення вплинути на законодавців*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

за допомогою ефективного використання методів і прийомів комунікації, переконання логікою суджень.

Мистецтво ***публічного діалогу*** в його вербальній формі пов'язують з ім'ям давньогрецького філософа і вихователя ***Сократа***. Його роль у контексті історії PR полягає в тому, що особисто Сократ і його учні розробили комплекс основ ***діалогічної форми обговорення*** певного предмета та пошуку істини, *заклавши основи функціональної ефективності демократичного діалогу*.

Серед давньогрецьких ораторів різних часів відомими були: *Гегесій із Магнесії* (I пол. III ст. до н. е.), який започаткував стиль *азіанізму*; *Гермесіанакт* (III ст. до н. е.), поет; *Демосфен* (384–322 до н. е.), політичний діяч; *Лікург* (IV ст. до н. е.), фінансист; *Луцій Ліциній Красс* (140–91 до н. е.), політик, – усі вони активно застосовували ораторське мистецтво у професійній сфері.

Оратори Стародавньої Греції виявляли увагу до бажань публіки і часто говорили про те, що люди хотіли почути; крім того, робили вони це найбільш атрактивним чином. Це свідчить про те значення, яке вони надавали громадській думці. Оратори мали великий і досконалий інструментарій впливу, а також хист і уміння створити протоPR.

Із розвитком ораторського мистецтва виникла ***риторика*** – наука *про способи переконання й ефективні форми впливу на аудиторію із врахуванням її особливостей (тобто інструмент PR).* У Гомерових творах справжнім героєм уважався той, хто не тільки виявляв воїнську звитягу, а й умів гарно говорити. Війську Агамемнона, що завоювало Трою, дуже допомагав своїми промовами старий Нестор, хоча він уже й не міг безпосередньо брати участі в битві.

Першими відомими риторами були ***Протагор***, який викладав у багатьох містах Еллади, ***Продік***, ***Тісій***, але їхні промови дійшли до нас лише у фрагментах. Перші теоретичні розробки красномовства з'явилися в Сицилії. Вони пов'язані з ім'ям вищезгаданого ***Горгія***, відомого ритора, логографа V ст. до н. е., якого вважають *засновником грецької художньої прози, одним із найталановитіших теоретиків нового мистецтва, в яке він увів низку стилістичних прийомів.* Горгій вимагав, щоб промова звучала як поезія, містила образні метафори, епітети, звороти, ефектні вислови, була ритмічною й милозвучною. Горгій розумів *силу*

Видавництво Поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

ораторського слова, яке може переконувати у правоті навіть не гідної справи, бо здатне "обдурювати душу".

Визначним ритором, на думку Арістотеля, був піфагорієць ***Емпедокл,*** – громадський діяч, філософ, лікар, тип "античної" людини, яка жила немов напоказ, демонструючи свою ерудицію та обдарованість. Він писав *політичні й медичні трактати, які можна вважати початком мистецтва риторики*. Як і епос, драма, музика, скульптура й архітектура, вона вважалася творчістю, *її величали "царицею всіх мистецтв"*.

Демосфен визнаний *найвидатнішим представником грецької риторики, блискучим стилістом і видатним політиком*. Із дитинства він старанно вправлявся у промовах, сподіваючись стати справжнім оратором. Його перший виступ народ освистав і висміяв за безглузду побудову, аргументи були надто неприродними та надуманими, а голос слабким. Після цього Демосфен почав "створювати себе", усамітнився для занять, а випадкові зустрічі, бесіди, ділові перемовини використовував для поліпшення навичок. Демосфен не наважувався виступати спонтанно, уважаючи, що заздалегідь підготовлена промова – свідчення відповідального ставлення до людей. Він відпрацьовував послідовність виступу, артикулювання, зміцнював голос, розмовляючи на бігу. Його полум'яні промови були результатом великої праці, а ораторські прийоми будувалися на глибокому знанні психології слухачів. Демосфен гармонійно поєднав ораторську майстерність із пристрастю політика, переконаного у правоті своєї справи.

Суттєво для теорії риторики прислужився **Арістотель.** Він уважав, що оратор може переконати аудиторію лише тоді, коли буде викликати прихильність. У "Риторику", першу наукову розробку ораторського мистецтва, він увів поняття *етосу,* яким позначав *ставлення публіки до оратора*.

Наука риторики Арістотеля вирізнялася тим, що він *вивів загальні закони красномовства, створив теоретичне вчення про принципи досягнення довершеності в ораторському мистецтві*. Оцінюючи риторику з погляду логіки, Арістотель уважав головним пошук доказів, способів переконань, аргументації. Цей філософ скеровував увагу риторів і ораторів на такі чинники: предмет риторики, постава оратора, емоції та стиль промови. Увага

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Велетня Ви для Нього

до ясності викладу, виразності слова, що здатні викликати у слухачів інтелектуальну насолоду, були основою Арістотелевого розуміння гарного стилю. Риторика більш пізніх часів успадкували основні положення Арістотеля.

Риторика еллінської Греції (323–220 рр. до н. е.) різнилася від попередніх її форм і за *якісними характеристиками, і за призначенням:* духовно-культурний пошук зумовлював загальний інтерес еллінів до логічно й вишукано сформульованої думки. Зміна політичної та соціальної ситуації у грецьких полісах викликала зміну риторичного ідеалу. Увага зосередилась *не на силі переконань, а на красі слова*, *його пишності, елегантності*. Настала нова хвиля теоретичних і методичних розробок риторики на потребу еллінізму. Найвищим досягненням цього періоду вважається система *Гермагора,* який звів багатоманітність і варіативність взірців до логічної схеми видів і підвидів. Ця система стала основою розробки посібників із риторики, завдяки чому вона суттєво вплинула на подальший розвиток цієї науки.

Із занепадом демократії в Афінах риторика втрачала політичну основу, а відтак змінювався і її вектор впливу. Тривалий час (близько трьох століть) риторика гідно трималася на Родосі. *Родоський стиль риторики* характеризувався *діловитістю змісту та красою форми.* Найвидатнішим ритором Родосу був ***Молон*** (I ст. до н. е.), у якого вчився Цицерон.

Серед загальновідомих імен славетних риторів Греції відомі такі, які мали інші сфери діяльності: ***Марк Антоній Гніфон*** (I ст. до н. е.) – давньогрецький граматист і ритор; ***Гімерій*** (315–386 рр.) – грецький ритор і софіст; ***Діонісій Галікарнаський*** (I ст. до н. е.) – грецький історик, ритор і критик. Їхня діяльність, як суспільно корисна та плідна, описана сучасниками: вони, як і більш *відомі митці риторики, майстерно володіли мистецтвом впливу на громаду, налаштовували співвітчизників на цивільні й воєнні діяння, в умовах бойових дій звертались до почуттів патріотизму, громадянської свідомості, відданості та честі щодо батьківщини. Вони були умілими творцями іміджевого капіталу й активно працювали на державців і можновладців, під протекторатом яких вони творили їм особистий PR. Їхня, сучасною мовою, пропагандистська діяльність була ефективним протоPR і консолідувала суспільство.*

Видавництво Державний університет "Житомирська політехніка" Вебсайт: ntb.ztu.edu.ua

2.5.2. Риторство у Стародавньому Римі – емпіричний протоPR

Риторика Стародавнього Риму була посутньо відмінною від давньогрецької. Войовничий і практичний Стародавній Рим холодно сприймав грецький культ краси, тому виробляв свій *ораторський ідеал*. Для римської ментальності *не характерний культ вишуканої мови, звукової гармонії, насолоди пишномовністю*. Політична система цієї могутньої імперії потребувала ***практичного красномовства*** в сенатських дебатах. Якщо *у Давній Греції заняття риторикою мали масовий характер, то у Стародавньому Римі це було сферою законодавства, політики, влади і обраних осіб – консулів і сенаторів.* Політики сперечалися між собою, відстоюючи свої проєкти й інтереси. А народ (плебс) реагував тільки шумом і криком на зборах (комісіях).

Давньогрецька риторика шукала пишності, гармонії, істинності. Давньоримська ж мала пряме життєве призначення і тяжіла до простоти та практичності. Про це свідчить відомий афоризм *Катона Старшого*: "Тримайся суті справи – слова знайдуться". *Грецьку риторику називали аттічною, римську – азійською.*

Для давньоримської риторики характерна *інвективність,* що зазвичай супроводжувалася іншою ознакою негації – *грубуватим гумором*, який дуже подобався плебсу. Із розповіді Плутарха відомо, що одного разу Катон, аби застерегти римлян від голодного бунту, почав промову словами: "Важке завдання, громадяни, говорити зі шлунком, у якого немає вух".

Ще однією прикметною ознакою римської риторики є її *афористичність*: "Приватні злодії марнують життя в колодках і путах, громадські – у золоті й багрянці" (Катон). Інші риторичні засоби – *нагромадження дієслів, метафори, антитези* – органічно ввійшли в римську риторику. Проте основою її завжди були *сумлінно дібрані та згруповані факти*.

Найславетнішим оратором часів римської Античності був ***Марк Туллій Цицерон*** – політичний діяч і філософ. Виходець із незнатної сім'ї, він зробив завдяки своєму ораторському таланту блискучу кар'єру: увійшов у сенат і став консулом, його слово стало вирішальним у розкритті змови Катиліни.

Видавничий центр "Київський університет" Реєстр. ідентифікаційний код

Цицерон був і судовим, і політичним оратором. Він створив свій особистий стиль промови, який вирізнявся водночас *лаконічністю та пишністю*. Цей філософ умовно ділив промову на три частини: вступ, основна частина і завершальна. Перша й остання частини виділялися своєю емоційністю, адже в першій потрібно було завоювати увагу аудиторії, а в останній спрямувати її до подальших дій. В основній частині Цицерон не використовував маніпуляцій емоціями, а послуговувався чіткими аргументами, адже власне цей фрагмент промови мав переконати громаду.

З кожною своєю ідеально складеною промовою цей діяч ставав успішнішим і відомішим. Його майстерність оцінили можновладці. Впливові сенатори бачили великий потенціал Цицерона і захищали його від недоброзичливців. Слава прийшла до нього не задарма. Цінність його як оратора полягала в такому: по-перше, Цицерон володів широкою *теоретичною базою;* завдяки філософським знанням він оригінально описував загальновідомі явища чи події, що викликало загальний інтерес і захоплення. По-друге, Цицерон *мислив аналітично та глобально*, окрім того, він майстерно володів *риторичними навичками*: умів скласти промову таким чином, що у ній одночасно поєднувалась чіткість, впевненість і гнучкість. По-третє, Цицерон перший, хто стилістично *внормував латинську мову* і *вдосконалив ораторську промову новими тропами*. По-четверте, Цицерон *умів маніпулювати людськими емоціями*. Для античного оратора така навичка була безцінною, адже емоції підсилювали ефективність сприйняття. Якщо потрібно було підкреслити трагічність ситуації, Цицерон провокував людей на сльози та співчуття. Те саме відбувалося і з позитивними емоціями. Завдяки контакту з аудиторією здобув успіх і славу.

Цицерон залишив і чималий теоретичний спадок. Він уславився своїми риторичними трактатами, які донині вважаються найкращими працями з риторики. "Про оратора", "Коротка історія римської риторики", "Оратор", "Про добір аргументів", "Про риторику" – праці, у яких Цицерон детально розглянув *ораторське мистецтво, описав риторичні засоби, стилі*, *побудову промови*. Він описав ідеальний приклад ритора, який повинен бути фахівцем не лише у сфері красномовства, але й освіченим у питаннях філософії, літератури, права, історії..

Окрім теоретичної спадщини, Цицерон залишив і велику частку практичної: донині збереглося 58 промов, які пов'язані із судовими або політичними справами. Однією з найпопулярніших серед них уважають "На захист Квінкція", адже власне вона принесла шалений успіх молодому адвокатові. "На захист поета Архія", "На захист Секста Росція", "Проти Катіліни" – найвідоміші із промов Цицерона. Чи це була судова, чи політична промова – вони всі були успішними. Їм була притаманна чітка структура, зрозумілий виклад матеріалу, аргументованість, обізнаність у темі. Перевагою Цицерона над іншими ораторами було те, що він ретельно дошукував факти, які б могли спростувати звинувачення чи будь-які твердження.

Вплив Цицерона на думки та настрої суспільства був глибинний. Він уславився як талановитий оратор і в цьому його безперечний внесок в історію соціальних комунікацій. Завдяки своїй майстерності він зажив і потужний постPR. Його ім'я стало символом красномовства, – емоційного та пристрасного.

Видатним оратором давньоримських часів був ***Гай Юлій Цезар.*** Про його ораторський хист свідчить такий факт. Під час громадянської війни між Цезарем і сенатом повстали легіонери. Хоча друзі відмовляли Цезаря, але він сміливо вийшов до повсталих і звернувся до них словом "Громадяни!" замість прийнятого "Воїни!". Цим єдиним, майстерно вимовленим словом, щирістю і повагою він завоював їхню прихильність. Воїни почали кричати, що хочуть йому вірно служити, і добровільно пішли за ним у похід до Африки.

Можливо, тому, що Цезар розглядав риторику не як мистецтво, а як засіб для досягнення політичної мети – влади, його промови не мали якихось особливо вишуканих тропів, а були природними, сповненими живого інтересу до конкретних подій, осіб, явищ.

Відомим ритором цього періоду був захисник плебеїв ***Гай Гракх***. Його промови – зразок римського *патетичного стилю*.

Перехід Риму від республіки до імперії (I ст. н. е.) трагічно позначився на розвитку риторики. Із втратою політичних свобод *занепадало політичне красномовство* (пристрасне, жваве, активне, дійове), натомість процвітати стало ***урочисте, епідейктичне***. Воно було красиве, але не дієве. Набирало сили римське право і в судових промовах меншало юридичного змісту, а більшало фор-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Безоплатно для друку

мального блиску. Цицеронове багатослів'я поступалось новому красномовству: *короткі сентенції, гострі антитези, рубаний короткий стиль, актуальні теми промов*. Особлива увага приділялася зовнішнім ефектам публічного виступу, його формі. Уважалося за необхідне постійно удосконалювати свої вміння у виступах перед публікою, накопичувати навички та практичний досвід.

Практична спрямованість римської освітньої системи привела до створення ***риторських (ораторських***) шкіл за зразком грецьких. Ці навчальні заклади вели цілеспрямовану *підготовку публічних діячів, політиків, ораторів.* Юнаки із аристократичних родин мали змогу вступити до школи ритора, що вважалося вищим ступенем освіти, де вони вивчали теорію ораторського мистецтва, мистецтво суперечок, вправлялися у складанні промов на історичні, літературні й політичні теми, опановували декламацію, обговорювали літературні твори. Основним методом навчання в риторичних школах було заучування кращих промов видатних грецьких і римських ораторів та їхня декламація.

Поряд із практикою красномовства в античному суспільстві склалася розгалужена система теоретичного осмислення публічного мовлення, наслідком чого стало укладення спеціальних ***навчальних посібників***. З'явилися ***риторські трактати***, присвячені проблемам ораторського мистецтва. На основі практики й теоретичного осмислення проблем риторики виникла ***педагогічна риторика.*** Її активним прихильником був ***Марк Фабій Квінтіліан***. Він бачив зміни в риториці та занепад традиційного красномовства, а причину цього явища вбачав у поганому навчанні та вихованні ораторів. На думку М. Квінтіліана, вирішальне значення для розквіту красномовства мала особистість оратора, його освіта й моральність, заняття філософією, смак, гідна поведінка. Про це він написав у об'ємній праці *"Ораторська освіта"* (100 р.).

Квінтіліан був неперевершений у педагогічній риториці. Він високо цінував красномовство Цицерона, вивчав його твори й використовував їх у своїй риторичній школі. Але якщо Цицерон уважав основним практичну освіту, виступи в сенаті та на форумі, досвід ораторів-сучасників і постійне вдосконалення, то Квінтіліан дотримувався тієї думки, що для оратора є обов'язковим навчання в риторичній школі, засвоєння теорії риторики, використання зразків великих ораторів минулого. Цицерон ба-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

чив в іпостасі оратора філософа, мислителя, добродія, благодійника. Квінтіліан намагався вивчити та виховати *оратора як вправного, вишуканого стиліста.* Квінтіліан уважав, що "різноманітність засобів словесного вираження повинна мати межі, блиск – мужню стриманість, а винахідливість має бути поміркованою. Таким чином, промова стане тривалою, але не занадто; вишуканою, але не претензійною; сміливою, але не нахабною; серйозною, але не сумною; глибокою, але не важкою; веселою, радісною, але не легковажною; жартівливою, але не розбещеною; величною, але не багатослівною". Цицерон був у *вічному пошуку натхненної риторики*, а Квінтіліан *сумлінно досліджував те в риториці*, що вже зробили інші й написав про це *12 книг із риторики за загальною назвою "Institutio oratoria".*

Видатним *теоретиком риторики* вважається популярний у І ст. н. е. філософ і мораліст ***Луцій Анней Сенека***. Він не користувався складною системою засобів класичної риторики, а витворював свою: писав короткими фразами, вдавався до риторичних запитань, уводив розмовну лексику, творив неологізми.

Про те, яким бути оратору і красномовству в цілому, знаходимо цікаві думки в оратора й історика ***Корнелія Тацита*** у праці "*Розмова про оратора"*. Тацита хвилювали не окремі аспекти риторики, а її місце в суспільстві. На його думку, класичне красномовство було пишним, оскільки мало за основу міцну мораль, у суспільстві, де владарює тиран, домінувала трагічна монументальність.

Менш відомі давньоримські оратори та ритори: ***Гортензій Гортал Квінт***, ***Луцій Елій Преконін, Стилон із Ланувія*** – автор латинської граматики, ***Марій Вікторин*** – граматик, філософ.

Давньоримські оратори та ритори *віддано служили мистецтвом слова цілям, що ставило перед ними життя, обставини, можновладці. Їхня діяльність була плідною й суспільно корисною. Вони були талановитими та майстерними комунікаторами, уміли знайти шлях до цільових аудиторій і опанувати громадську думку, вплинути на неї, сформувати потрібним чином. Ораторство і риторика відтоді стали ефективними засобами протоPR.*

Особливе місце у давньоримській комунікації посіли ***публічні читання***, які з часів Августа влаштовувалися постійно і за завчасно визначеним сценарієм. Вони були поширені і в Римі, і у провінційних містах, організовувалися *як змагання поетів, письменників і*

Видавництво "Університетський центр"

ораторів. У будинках аристократів *читання нових літературних творів* проходили під час урочистих обідів, як, наприклад у Мецената, який фактично був їхнім популяризатором. В Афінах, Александрії, Ефесі та інших великих містах *читання й ораторські змагання* відбувалися у громадських будівлях. Менш заможні автори орендували зали для таких подій. Особливий успіх мали ***імпровізації епіграм, віршів і ораторських промов***. Були навіть спеціальні вчителі, які навчали правилам публічного читання. Існували особливі правила декламації, застосування міміки та жестикуляції, дотримання необхідної гучності мовлення.

Публічні читання відіграли суттєву роль у формуванні суспільної думки і були дієвим чинником впливу на публіку. Цей засіб давньоримської комунікації, як і ораторство, використовував такі засоби впливу, як емоційність, сугестія, інтонування, кінетика, що посилювали його ефективність. Майстри публічних виступів володіли цими засобами вміло, що забезпечувало їхній успіх як професійних комунікаторів. Вони впливали на суспільну думку і формували її в бажаному сенсі, маніпулятивні прийоми використовували віртуозно, чим впливали на колективну свідомість і суспільну думку.

ОРАТОРСТВО, риторика й публічні виступи були затребувані як у демократичному суспільстві Давньої Греції, так і в олігархічному Давньому Римі, причому за часів Імперії значно більше.

В античний період історії відбулося становлення системи активних публічних комунікацій, учасниками яких ставали державні органи влади і громадські інститути, на зразок Народних зборів, а також громадяни як члени соціуму. Публічними стали комунікації, націлені на передавання інформації, що стосувалася громадських інтересів і обіймали інтереси суспільства загалом, передусім державні й політичні. Це сприяло наданню усним публічним комунікаціям громадського статусу як такого, що був пов'язаний із відкритістю і орієнтацією на суспільний добробут.

2.6. Писемна комунікація Античності у контексті протоPR

Безперечно, усне слово відрізняється *підвищеною мобільністю, виразністю, контактністю, але воно вкрай недовговічне,*

Видавництво Державного університету "Київський університетський центр" Вересня Університет для вас

плинне й незворотне. Власне тому в соціальну орбіту вже за часів Античності активно залучалось ***письмове слово***, що використовувалося в найрізноманітніших видах комунікативної діяльності: ***історіографічних творах, епістолах (листах), відкритих листах, настінних написах*** тощо.

2.6.1. Писемні пам'ятки Античності – інструмент протоPR

Одними з найдавніших писемних джерел є ***епіграфічні пам'ятки*** – це те, що надряпане, начеркане, нашкрябане на чомусь твердому; це напис на камені, дереві, металі, кістці, кераміці, глині, різноманітних гірських породах, матеріалах, які набули широкого використання і якнайкраще збереглися упродовж двох тисячоліть. Найдавніші пам'ятки античної писемності "видряпані" на глиняних табличках у II тис. до н. е. (лінійне письмо Криту та материкової Греції). На відміну від рукописів, палеографічних пам'яток, написаних на м'яких матеріалах – папірусі, пергаменті, що збереглися в обмеженій кількості, написи на твердому матеріалі є носіями інформації донині і тим дають підстави протягом тисячоліть скласти думку про ті давні архаїчні часи та діяльність людей.

Давньогрецькі написи XI ст. до н. е., написані *складовим письмом*, походять переважно з Кіпру, пізніші (із VII ст. до н. е.) – із материкової Греції, Південної Італії та островів Середземного моря. Вони численні й різноманітні за своїм змістом: *зводи законів, декрети, міжнародні договори, списки посадових осіб, різноманітні тексти історичного змісту.*

Найбільшим досягненням грецької культури архаїчної епохи стало створення ***алфавітного письма***. Відмовившись від складової системи, греки створили новий значно *простіший спосіб фіксації інформації*. Для того, щоб навчитися писати і рахувати, відтоді стали не потрібні роки наполегливої праці, статки, відбулася "демократизація" системи навчання, яка дозволила поступово зробити практично всіх вільних жителів Греції грамотними. Це створило не тільки *нові можливості для доступу до інформації, а й поліпшило умови обміну нею*.

Видавничий науковий центр "Київський університет" Відділення друку

Давні греки цінували й любили живе слово, ним жили, передаючи з вуст у вуста у суді, на зборах, вуличних зібраннях. Проте писемні тексти зберігали інформацію на більш тривалий час, до неї була можливість повернутися, використати її як взірець для навчання, для вдосконалення діяльності для передавання відомостей нащадкам.

За припущеннями деяких учених римляни запозичили алфавіт від греків із м. Куми в Кампанії. Існує також і думка, що римляни прийняли етруський алфавіт, який, у свою чергу, був складений на основі грецького.

Джерелом історії латинської мови – від архаїки до пізньої латини – є ***написи*** (із VII ст. до н. е.), знайдені на всій території Римської імперії та за її межами (Північне Причорномор'я, Кавказ, Азія). Серед них є *аграрні закони, муніципальний закон Юлія Цезаря* ("Заповіт Августа"), *декрети* тощо.

Серед писемних пам'яток римської доби найбільший інтерес, *у контексті історії PR,* становлять ***трактати*** (напр., "Панегірик Траяну" Плінія Молодшого)***, записки, афіші й настінні написи, графіті, епістоли (листи),*** зокрема ***ділове листування*** *й* ***відкриті листи,*** призначені для публічного оприлюднення, ***епіграфи, епістолографія.*** Окреме місце серед написів двохтисячолітньої давності посідали закони, постанови сенату, описи суспільно-політичних подій. Написи робилися на вибілених стінах, мідних, мармурових або дерев'яних дошках. На будинку понтифіка вивішувалася спеціальна дошка з текстами, що починалися іменами консула, суддів. На ній за розпорядженням офіційної влади коротко записували *основні факти із життя Риму і провінцій*. Закінчувався рік, і списану дошку переносили до сховища на зберігання, а на її місці з'являлася нова. Таким чином починалася *писемна історія Риму*.

Політики й державні діячі потребували інформації більш повної та достовірної, ніж та, яка оприлюднювалася на широкий загал, тому на загальнодоступну інформацію цілком не покладалися, а використовували ***епістоли (листи***). Для цього, залишаючи на якийсь час Рим, вони наймали людей *(репортерів) із грамотних, але голодних* (тому що безробітних) греків (Цицерон жартівливо називав таких ***плагіаторами***), щоб вони збирали інформацію й пересилали її у вигляді листів. У такий спосіб започаткувався

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

епістолярний жанр, що мав свій особливий ***стиль***. Згодом кореспондентами ставали відомі політики, державні консули, сенатори, письменники, філософи, оратори, які писали про себе та про інших листи, розсилаючи їх у надії стати таким чином відомими, поширити свої ідеї, вплинути на людей тощо. *За листами Цицерона та Цезаря можна вивчати історію Римської держави, а із творчості поетів Горація й Овідія видно, який вплив мали їхні епістолярії на розвиток словесного мистецтва в Римі*.

Іноді римські політики вдавалися до ***відкритих листів***, переписуючи їхні тексти й розвішуючи у людних місцях, щоб *довести інформацію до широких верств і сформувати потрібну думку в суспільстві.* Ці важливі джерела інформування також надсилали громадянам, які жили поза Римом. Незважаючи на те, що періодичність цих повідомлень була *нерегулярною*, із *головною своєю функцією – інформуванням адресата* – античні відомості (листи) справлялися з цим чудово.

Ще одна форма писемної комунікації в її масовому варіанті – ***антична реклама***. Серед її різновидів були як звичайні ***графіті*** (настінні написи, видряпані будь-ким із жителів міста, що відображали особисті думки, міркування, заклики), так і ***тексти,*** здебільшого ***гасла й заклики***, створені писарями за спеціальним замовленням. "Велика кількість закликів і гасел соціального характеру виникала на стінах античних міст у періоди виборів міських магістратів, – писав із цього приводу дослідник давньоримської історії С. Утченко. Крім послуг переписувачів, що коштували недешево, прихильники того чи того кандидата покладалися і на власні сили: стіни будинків покривали графіті".

Серед писемних форм протоPR також була ***епістолографія.*** Донині збереглися зразки різних ***звернень*** (дружніх, дипломатичних, побутових), у яких державні діячі, політики, оратори намагалися *вплинути на хід тих чи інших подій* або сформувати певну загальну думку.

Іншою доволі поширеною формою були ***епітафії*** – тексти, здебільшого віршовані, що висікали на обелісках, кам'яних стелах, тріумфальних арках з метою уславлення та вшанування політиків, державців, полководців, які відійшли у засвіти. Попередниками цих текстів були *жалобні промови*, що походили з часів греко-перських воєн. Ці тексти характеризувалися *підвище-*

Видавничий центр "Київський університет"

ним пафосом, урочистою стилістикою і нестримним звеличенням заслуг політичного, державного чи військового діяча. Їх використовували не лише, щоб пропагувати діяння, але й інформувати про політичні та державні звершення, воєнні подвиги й завоювання. Епітафії мали морально-повчальний та патріотичний характер і були *своєрідною формою особистісного протоPR. Вони відігравали неабияку роль у формуванні посмертного іміджу особи та фактично були різновидом постPR.*

2.6.2. Антична історіографія – жанровий різновид протоPR

"Історія – свідок часів, світло істини, життя пам'яті, наставниця життя, вісниця старовини", – писав *Цицерон.* ***Антична історіографія***, з погляду формального визначення, – це *сукупність історичних творів грецькою і латинською мовами,* що виникли в період 1 000 р. до н. е. – 500 р. н. е.

Від початку свого розвитку історіографія була передусім *жанром художньої прози*. Місце її народження – малоазійська Іонія, зокрема Мілет – центр грецької культури архаїчної епохи. Іонійські філософи розглядали світ природи (космос) як єдине ціле, а людське суспільство як його частину. На цьому ґрунті виник новий літературний жанр, в якому інтерес авторів був спрямований на минуле, що допомагало зрозуміти сьогодення.

Основою для реконструкції минулого служили міфи та епос. Переосмислюючи їх, створювалися *перші хроніки, етнографічні описи місцевостей і міст, родоводи їхніх засновників, описи звичаїв різних народів.* Для всіх авторів було характерне наївне уявлення про те, що перекази про давнину, старовинні оповіді й міфи відтворюють справжню, тільки дещо віддекоровану дійсність і для встановлення істини достатньо усунути все надприродне й неправдоподібне, або дати розумне пояснення.

Прототипами істориків були *логографи,* які черпали відомості в усних і письмових джерелах. Усними були міські оповідки, епічні перекази про богів і героїв, письмовими – епіграфічні пам'ятки, описи подорожей, публічно доступні документи. На їх основі логографи створювали об'ємні праці, де розповіді різного

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет"

походження об'єднувалися навколо однієї з тем – громада, місто, генеалогія аристократичного роду. У V ст. логографами були створені більш масштабні твори, які об'єднували розповіді про минуле окремих країн: Харон склав опис Персії, Ксанф – Лідії. Відмінною рисою їхнього письменницького методу була фактографічність – прагнення забезпечити читача точними й достовірними даними, механічно об'єднаними навколо однієї теми, без спроб їх синтезу та виявів зв'язків між ними.

Геродот (490/80 – ~ 425 до н. е.) був першим універсальним істориком, який зробив рішучий поступ від "опису земель і народів" до історії як науки. Цицерон назвав Геродота "батьком історії": із його праці починається грецька історіографія. Завдяки Геродоту історія сформувалася як *розповідь про послідовність взаємопов'язаних, причинно обумовлених подій, що призводять до певних наслідків*. Хоча тема ***"Історії"*** Геродота – військово-політична, він нагромадив у цьому творі масу різноманітних відомостей із історичної географії, археології, етнографії, історії мореплавання й торгівлі, релігії та міфології. Усі ці екскурси вельми опосередковано стосувались головних подій оповіді, проте в них були визначені хронологічні параметри.

Геродот став першовідкривачем ***історичного методу:*** він підійшов до історичного сюжету як до проблеми, ставлячи перед собою конкретну пізнавальне завдання – пошук відповіді на питання: чому відбулись ті чи ті події?

У Геродота химерно поєднувалися два різні ***принципи історіографії:*** раціональний і міфологічний. Перший ґрунтувався на фактах, очевидцем яких він був особисто, другий – на відомостях про далеке минуле, узятих, переважно, з усної традиції. Головна мета Геродота, за його визначенням, у тому, щоб події з часом не пішли в забуття, а великі справи не залишилися в безвісті. Кожен епізод його історії був пластично цільним і закінченим, водночас вписаним у широку історичну концепцію, що охопила розмаїття зібраних фактів.

На відміну від Геродота давньогрецький історик, автор основ історичної критики ***Фукідід*** (~ 460–396 рр. до н. е.), визначаючи предмет дослідження, не виходив за межі еллінського світу. Його авторству належить незавершена ***"Історія Пелопоннеської війни"***, перший історичний твір, у якому вивчаються *раціональні при-*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

чини й наслідки подій. Фукідід надавав великого значення критичній перевірці повідомлень, він виключав утручання божественних сил в історичні події, хоча не заперечував існування богів. Його праця має властивий усій Античності характер художньої оповіді. Окремі епізоди, зокрема описи епідемії чуми й сицилійської катастрофи, уважаються шедеврами світової літератури.

Фукідід – *основоположник* прагматичної, наукової історіографії, заснованої на раціоналістичних методах пояснення подій і ретельному відборі достовірних свідчень. Заслугою Фукідіда вважається використання документальних джерел (текстів договорів, офіційних постанов та інших документів), установлення хронології, а також застосування ***методу реконструкції минулого*** шляхом ретроспективних висновків, що спираються на характеристику збережених фактів.

Найвідоміший із наступників Фукідіда – ***Ксенофонт*** (~ 430–354 р.), плідний, але поверхневий автор, що писав на найрізноманітніші теми: історичні, економічні, філософські, військові, був супротивником афінської демократії й шанувальником Спарти, реакціонером у питаннях релігії та політики, прибічником монархії, неодноразово звертався до образу ідеального керманича, велику увагу приділяв індивідуальній характеристиці окремих історичних діячів; був новатором у мистецтві літературного портрета. Характеристики, що дані Кіру та грецьким полководцям, були першою спробою лаконічного індивідуального портрета історичної особистості, проте загалом з історичним матеріалом Ксенофонт поводився дуже свавільно. Ксенофонта цінували насамперед за простоту й невимушеність стилю, а в контексті історії PR він цікавий насамперед як *один із перших іміджетворців.*

Історіографія Геродота й Фукідіда істотно розширила горизонти історичної думки наступних поколінь, і стала підґрунтям для появи історичної науки нового типу, що втілилася у славетній праці давньогрецького історика, державного та військового діяча ***Полібія*** (~ 200–118 рр. до н. е.) за назвою ***"Загальна історія"***. Праця охопила події у Римі, Греції, Македонії, Малій Азії та в інших регіонах із 220 до н. е. по 146 р. до н. е. Мета цієї праці – пояснити "яким чином цивілізований світ менш ніж за 50 років опинився під владою римлян". Будучи свідком і учасником більшості описаних ним подій, Полібій уважав, що здо-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

бутки Риму не дарунок долі, а чітко розрахована стратегія, а "підкорення світу римляни задумали і здійснили за допомогою вірно розрахованих засобів". Цей історик уважав підпорядкування Римом елліністичного світу прогресивним явищем, що мало далекосяжні наслідки: відбувалося грандіозне об'єднання держав Середземномор'я, усувалися їхні суперечності, викликані боротьбою за політичну гегемонію.

Полібій *першим у стародавньому світі сформулював цілісну історіографічну концепцію*; він уважав, що завдання історії – навчити, яким чином слід діяти в тих або інших обставинах, аналогічних або подібних до тих, які відбулися. Таке трактування історіографії пояснюється характерними особливостями світоглядних переконань Полібія: розумінням історії як досвіду плідного для прийдешніх поколінь. Тим *історіографія під пером Полібія виступала як засіб протоPR – пропагувала минуле в інтересах майбутнього*.

Завершує плеяду давньогрецьких істориків ***Плутарх*** (~ 46 – 120/127 н. е.) – письменник, філософ, автор ***"Порівняльних життєписів"*** у новоствореному жанрі художньої біографії. Він був одним із найвідоміших митців за часів імператора Траяна, коли Еллада стала провінцією Риму. 50 біографій, що становлять його працю, називають також "Паралельними життєписами", оскільки портрети греків і римлян подані парами, за схожістю або контрастом. Плутарх виявив себе передовсім як моралізт, наукову точність він на меті не мав, його більше цікавили особистісні якості видатних людей. Подекуди у "зіставленні" робився певний висновок, підкреслювалося схоже й відмінне, типове та своєрідне у видатних представників обох народів; об'єктивно їх схарактеризувавши, він возвеличив Елладу, не принизивши Риму "і навпаки". Таким чином зароджувалося ***компаративне іміджетворення***, – технологія оригінальна за стилістикою і доволі продуктивна за сугестією. "Порівняльні життєписи" є фактично *першим взірцем системного й масового творення іміджевого капіталу* з метою представлення унікальності та привабливості особистості в очах сучасників і нащадків.

"Життєписи" Плутарха явили один із перших соціокомунікаційних феноменів створення іміджу, що пройшли кілька стадій трансформації: "від неусвідомленого прагнення найвигідніше

Видавництво-поліграфічний центр "Фоліант" Вебсторінка для друку

представити *власну* особу чи соціальну групу серед інших членів соціуму і груп (через відносно системний добір засобів транслювання найкращих характеристик) до перших спроб усвідомлення та фіксування специфіки й параметрів іміджування", – як зауважує професор Л. Хавкіна. Роль і місце іміджетворення в системі соціокомунікаційної діяльності з тих часів змінилось, але біографічна проза Античності відіграла в цьому першочергову роль як інструмент протоPR.

Римська історіографічна література пройшла чималий шлях, явивши світу десятки відомих істориків. Спочатку це був звичайний перелік подій, без спроб їхнього пояснення й осмислення причинно-наслідкових зв'язків. У Стародавньому Римі був відсутній культ історичної істини, коли фактів не вистачало, історики їх домислювали, адже в історії шукали, зазвичай, прикладу для наслідування, а від історика чекали яскравої повчальної оповіді. Згодом з'явилися провісники нової історичної концепції, з новими формами історіографічної прози, такими, як історична монографія, мемуари, біографія, автобіографія, водночас не втрачали актуальності аннали, компендії історії. ПротоPR набув нових жанрів, і водночас набував нових форм постPR: фантазія, вимисел, гіперболізація, історична метафора відіграли в цьому процесі першорядну роль.

В основі римської історіографії – історія Вічного міста, із яким співвідносилися ідея республіки, потім імперії, громадянські чесноти, традиції, звичаї їхніх мешканців. Минулим Італії та провінцій Імперії тривалий час не цікавилися. Найдавнішим жанром історичних творів були ***аннали*** – щорічні записи подій, фактично *літописи,* які писали в Римі жерці-понтифіки. Вони обмежувалися тим, що тільки називали події, імена їхніх учасників – державних діячів, політиків, воєначальників, наводили тексти державних документів, не додаючи до них власних описів чи коментарів. У більш пізні часи анналами стали називати історичні записи, складені за роками, у хронології.

Історична традиція у Стародавньому Римі формувалася поступово, хоча історія як літературний жанр мала великий авторитет. Для давньоримських істориків вельми важливою була проєкція подій минулого на сучасність. *У цьому полягав PR діячів історичного минулого (як взірець до наслідування для сучасників).*

Видавничий центр "Київський університет"

В останні десятиліття Республіки був написаний твір ***Юлія Цезаря*** про підкорення Галлії, де виправдовувалися його військові й політичні завоювання – ***"Записки про Галльську війну"***, що є своєрідним посібником із історії давньоримського війська і водночас пам'яткою високої літератури того часу, із її вишукано-простою композицією, продуманістю, лаконічністю та влучністю вислову. Їхнім логічним продовженням були ***"Записки про громадянську війну"***, де описано війну Цезаря з Помпеєм, а також ***"Записки про Александрійську війну"***. Тим Цезар створив історично достовірний протоPR своїм воєнним здобуткам, геройським учинкам, воїнській звитязі тощо.

Після Цезаря, у часи занепаду Республіки, бестселерами стали твори реформатора античної історіографії ***Гая Саллюстія Кріспа*** (86–35 до н. е.) ***"Змова Каталіни"*** та ***"Югуртинська війна"***, де була представлена теорія про занепад моралі й деградацію суспільних і особистих чеснот, що призвело до забуття традиційної римської моралі та до кризи в суспільстві. Гая Саллюстія цікавили не стільки історичні факти, а саме люди з їхніми гідностями та вадами, він допускав неточності й навіть помилки в датуванні подій, але описав характери і дав яскраві портрети історичних осіб. Твори цього історика свідчать про те велике значення, яке він надавав ролі особистості в історії. Його цікавили питання поєднання *раціонального та харизматичного лідерства*. Також його увагу приваблювали *зміни в настроях людей* Риму: тривога, смуток, сумніви, страх, радість. Тож *суспільні настрої, як об'єкт піар*, уже в ті часи становив певний дослідницький інтерес. А витончений літературний стиль Кріспа, його багата мова з архаїчними виразами й лаконічність істотно вплинули на *іміджетворення визначних історичних осіб*, зокрема на їх постпіар. Саллюстій підняв римську історію на рівень високого літературного мистецтва, тим створивши *PR епохи та PR її героям*.

Задум єдиної та повної історичної праці про Римську державу втілив у величезній, фундаментальній ***"Історії Риму від заснування міста" Тит Лівій*** (59 р. до н. е. – 17 р. н. е.); її цінність полягає в реалістичному відтворенні загального духу Імперії. Лівій відповідно до стилістичних канонів і художніх смаків тогочасності описав усю історію римського народу, возвеличи-

вши його моральні цінності, із усвідомленням виняткової історичної місії Риму.

Лівій прагнув до художньої досконалості, описуючи події в піднесеному епічному стилі, використовуючи прийоми риторики, драматизації оповіді, що дало можливість із максимальним ефектом відтворити *етичні цінності народу* Риму. Особливу виразність його оповідям надавали історичні портрети відомих осіб. На основі промов героїв, а також ретельно вибраних епізодів, пов'язаних із легендарними іменами Муція Сцеволи, Горація Коклеса, Коріолана, Ганнібала, – Лівій демонстрував велич духу і чесноти римлян: їхню відданість державі, стійкість і готовність до самопожертви. Тобто іміджетворення продовжувало розвиватися як технологія протоPR.

Найгостріші суспільно-політичні проблеми розкрив у своїх працях ***Публій Корнелій Тацит*** (~ 55–120 рр.), автор ***"Книги про життя Юлія Агріколи"***, історичного, біографічного й етнографічного твору одночасно, де важливе місце посіли портрети по-різному визначних постатей: імператорів, інтриганів, опозиціонерів, що започаткувало жанр *історичної біографії.* Почасти його історія прочитувалася як зіткнення особистостей, високоморальних і ницих, але однаково цікавих для історії та нащадків. Історику, уважав Тацит, слід чесно писати про минуле з його здобутками і ганьбою, аби все це було уроком для прийдешніх поколінь. У цьому було PR значення його творів.

Етнографічне дослідження, що не суперечило історіографічній концепції Давнього Риму, – монографія ***"Про походження, становище, звичаї та народи Германії"***. Незважаючи на те, що Тацит використовував найрізноманітніші джерела, цей твір – унікальне явище в римській літературі, що не мало аналогів, оскільки до того жоден автор не присвячував окремий твір цілком варварському народу. У такий спосіб германцями було вперше створено *PR міжнародного рівня.*

Політичне життя Імперії сприяло тому, що історіографія все частіше набувала ознак біографічного жанру, який дав можливість давньоримському письменнику, ученому-енциклопедисту ***Гаю Светонію Транквіллу*** (~ 70–122 рр.) представити історію Імперії як серію біографічних нарисів. ***"Життя дванадцяти цезарів"*** – це збірка *біографій* імператорів династії Юліїв-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Версія для друку

Клавдіїв і Флавіїв. Светоній уклав їх "за рубриками", але не відмовився від психологічного змалювання персонажів, їхнього внутрішнього світу (характер, освіченість, інтелектуальна діяльність); писав про як їхні чесноти, так і вади. Для відбору біографічних фактів характерна орієнтація на розкриття особистості, а не опис історичного контексту: повстання і війни описуються лише як тло цікавих подій із життя імператорів. За такими технологіями під пером Светонія відбувалося іміджетворення видатних історичних особистостей. Крім відомостей про військові походи й державні реформи імператорів, що підтверджувалися документами, Светоній описував зовнішність, звички, подробиці особистого життя й нерідко додавав анекдотичні чи скандальні *відомості*, джерелом яких були неперевірені чутки. Але все це не зупиняло письменника, який хотів будь-що-будь вразити уяву читачів і задовольнити їхню цікавість – саме ці фрагменти, де йшлося, наприклад, про коня Калігули, акторські вправи Нерона, слова Віспасіана "Гроші не пахнуть", чи Тита "Друзі, я втратив день", стали славнозвісними, увійшли до пам'яті поколінь, чим створили протоPR видатним особам.

Комунікаційні особливості епохи цікаво постали в античній історіографії. Ще в ті часи більшість авторів перетворили свої історичні записки на знаряддя політичної боротьби, і поміж уславленням предків та сучасників, використовували технології, які сьогодні прийнято називати "чорними": дехто з них не відмовлявся навіть від прямої фальсифікації історичних матеріалів на користь тієї чи іншої політичної сили. Іміджетворення видатних особистостей античних часів було чи не найвагомішим здобутком історіографічної прози і визначило його роль у формуванні соціальних комунікацій.

Останнім із плеяди великих римських історіографів уважають ***Амміано Марцелліна*** (~ 330 – ~ 400), творчість якого припала на період пізньої античності, коли на території Римської держави починали складатися нові спільноти. Герой твору Марцелліна – *не окрема особистість, а Імперія*, держава, що поєднала римську організацію та грецьку освіченість, стала місцем, де зблизили життя вихідці різних племен і народів. Саме їй автор і зробив PR.

Своєрідність історичної свідомості епохи Античності визначається, передусім, парадоксальним поглядом античних ав-

Видавництво Українського Католицького Університету "Київська Академія" Версія не для друку

торів на історичний процес, – їм було не властиве сприйняття минулого як процесу розвитку. Історія позиціонувалася як сукупність подій і явищ, що передували тогочасності, однак принципово не відрізнялися і були подібними, однотипними до тогочасних подій. Існування в часі не сприймалося як динамічний і лінійний процес, проте антична історіографія змогла вперше осмислити й виразити ідею важливості минулого для суспільства й окремого індивіда. Незвичайним є і погляд античних істориків на взаємозв'язок подій. Їхні твори рясніли різноманітною інформацією, але сукупність відомостей не зливалася в органічну єдність, цілісну картину минулих епох, їх не цікавили глибинні процеси соціального чи культурного життя.

Описуючи сенс тих чи інших подій у категоріях моралі та етики, античні історики шукали їхні причини у сфері людської поведінки. Чесноти і вади, успіхи й помилки зумовлювали, на їхню думку, хід історії. Не випадково значне місце в античній історіографії займають *образи лідерів*: державців, політичних керманичів, очільників, полководців. Від їхньої поведінки й особистих якостей значною мірою залежав суспільний добробут і долі людей. Античний історик був передусім **моралістом,** а не об'єктивним дослідником минулого. Він шукав у подіях той зміст, який був би корисний і повчальний для його сучасників. Антична історіографія відтворювала в портретах історичних діячів зразки поведінки, гідні наслідування, або демонструвала в них приклади вад і згубних якостей, які виявляли, чого саме людині слід уникати й побоюватися. Можна сказати, що антична історіографія була не стільки формою наукового дослідження, скільки жанром дидактичної, морально-повчальної літератури. Це була дуже своєрідна іміджетворчість, – суб'єктивна, тенденційна, вибіркова, що керувалася критеріями "корисності" та "взірцевості" для тогочасного покоління. Об'єктивні судження були відсутні, тому варто розуміти цей різновид протоPR як доволі відносний щодо реальності. Поняття історичної правди та об'єктивності в античному трактуванні тільки ззовні можуть бути співвіднесені з їхнім сучасним змістом: за формальною схожістю термінів стоїть принципове розходження явищ, які розуміються нинішніми й античними істориками. *Проте це і був своєрідний античний PR тих часів та їхніх персоналій, що*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ввійшли в аннали історії й відомі нащадкам в ореолах неповторних образів і подій. Антична історіографія – потужний і колоритний протоPR своєї епохи із резонансним постPR, що не втрачає актуальності донині.

2.6.3. Протопреса – засіб комунікації та впливу на суспільну думку

Доволі *ефективним засобом комунікації як низхідного, так і висхідного типу виявився такий специфічний феномен античності*, як ***альбум***. Слово "album" походить від поняття "білий". У римську епоху album був ділянкою на міській стіні, на просторій частині будинку, що були вибілені вапном, з метою написання на ній поточних оголошень. Наприклад, у Помпеях зі східного боку Форуму височіє будинок. У ньому була сукновальна майстерня. У написі повідомлялося, що будинок зведений на вшанування крамаря коштом його вдови. Стіна цієї майстерні, звернена до Форуму, містила кілька розділених колонками ділянок для письма. Вони були вибілені, поруч стояла посудина з чорною фарбою та знаряддям для письма. Album обслуговували ***dealbatores*** (буквально "вибілювачі"): варто було білим ділянкам повністю вкритися текстами повідомлень, як служники бралися за свої обов'язки й чисто вибілена стіна знову виконувала роль носія інформації.

Римська протогазета також *виявилася не лише засобом комунікації, а й потужним інструментом впливу на думки й настрої антиків.* Згадки про цей феномен містяться у творах Тацита, Сенеки й інших авторів античного періоду. Це два "видання", що продовжували традиції album. Перший – ***Acta senates*** – скорочені протоколи рішень сенату Римської імперії. Ця акція була задумана й реалізована Юлієм Цезарем 59 р. до н. е., коли він був ще консулом. Як довго проіснувало це нововведення – джерела замовчують, але відомо, що Октавіан Август увів інший варіант повідомлень.

Acta diuma populi romani – повсякденні повідомлення римським громадянам становили доволі широкий інформаційний пласт. Серед них було немало коротких повідомлень типу ого-

Видавничий дистанційний центр "Київський університет" Версія не для друку

лошень особистого характеру, про що свідчив Сенека в листах Луцилію, дорікаючи на їхні засилля.

Римські протогазети цікаві як свідчення різнобічної комунікації, засіб спілкування та як спроби політичних і особистих протоPR. *Цезаря вважають* ***засновником преси і журналістики****, принаймні першим хто спробував це зробити за його "Acta".*

Писемна комунікація Античності виявилась ефективним інструментом протоPR. Антична історіографія як жанровий різновид протоPR у першу чергу *працювала на іміджетворення завдяки біографічним описам, життєписам видатних осіб, що поставали на тлі конкретики історичних подій. Її особлива роль полягає у формуванні постPR славетних діячів епохи, який використовувався прийдешніми поколіннями істориків, філософів, митців, усебічно розвивався і вдосконалювався.*

Писемні пам'ятки давнини у їхньому жанровому та видовому розмаїтті стали якісним інструментом протоPR і донесли до нащадків відомості, за якими цілком можна розрізнити факт і художній або фольклорний домисел, аби збагнути, де протоPR завершує своє фактологічне існування і переходить у постPR, в якому легенда, реалія і міф, об'єднавшись, створювали химерний симбіоз відомостей, які популяризували події, явища, осіб.

Протопреса як засіб комунікації та впливу на суспільну свідомість стала новою віхою в інформуванні на шляху цивілізаційного розвитку античного світу і людства загалом.

2.7. Культурні пам'ятки Античності як свідчення протоPR

2.7.1. Архітектурне мистецтво як соціокомунікаційний феномен

Не завжди і не з найдавніших часів храм у Стародавній Греції був місцем поклоніння богам. Божилися у горах, гаях, гротах, біля джерел. Із часом особливо намолене місце ставало священним і там будували храм. Розквіт храмового будівництва в Афінах припав на V–IV ст. до *н. е., золоту добу Перикла.* Відтоді храми стали важливим елементом давньогрецького ре-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Зроблено на замовлення

лігійного культу. *Відправи культів перебували під контролем держави*.

Для стародавніх греків храм був житлом богів, які були уособлені у скульптурах, і споряджався всім життєво необхідним, щоправда видозмінено, зокрема домашнє вогнище набуло вигляду *жертовника.* Грецькі храми анітрохи не були схожі на храми Єгипту та Сходу: це були не колосальні будівлі, що вселяли релігійний трепет, не таємничі капища грізних божеств, а привітні оселі людиноподібних богів, але тільки більш витончені й ошатні, ніж людські.

Храми були місцями спілкування, найчастіше – під час масових ритуалів. У них не збиралися для моління, бо культові церемонії проводились перед жертовником просто неба. *Грецький храм був призначений винятково як приміщення для статуй божества у вигляді ідеального образу людини* (чоловіка чи жінки). Храм був ніби архітектурним обрамленням рукотворної краси, що не змогла створити природа, але надала таку можливість людині.

Стіни храмів, як і стели, обеліски, постаменти статуй нерідко використовувалися для *оприлюднення державних рішень та інших важливих інформаційних повідомлень. З одного боку, це забезпечувало ознайомлення з інформацією великої кількості людей (оскільки святилища були найбільш відвідуваними місцями), з іншого – надавало додаткову силу оприлюдненим рішенням, адже авторитет влади, таким чином, підкріплювався божественним духом.*

Найдосконалішим архітектурним ансамблем класичної Греції був ***Афінський акрополь,*** споруджений у другій половині V ст. до н. е. у період найбільшої могутності Стародавніх Афін на пагорбі Акрополіс, що підноситься на 150 м над рівнем моря, і здавна був фортецею, а потім місцем головних культових споруд. Перикл став ініціатором його грандіозної реконструкції. Відмінна риса цього комплексу – надзвичайна гармонійність, яка пояснюється єдністю задуму й короткими для таких масштабів термінами будівництва (приблизно 40 років). До ансамблю архітектурних споруд Афінського акрополю входив Парфенон, що будувався під керівництвом Фідія, який натхненний Периклом, утілив у ньому *ідею торжества демократії.*

Видавничо-поліграфічний Центр "Київський університет" Версія для друку

Храмове мистецтво у Давній Греції було засобом формування естетичного ідеалу еллінів і стало його виявом. Храмове мистецтво створило своєрідний PR античній добі, її сучасникам, ідеалам краси та гармонії. Античні храми – рукотворний пам'ятник людського генія та естетичний PR епохи.

2.7.2. Скульптурні інтенції – протоPR античного культу краси

Скульптура була улюбленим мистецтвом еллінів. Статуї богів споруджувалися у храмах і на міських площах, ставилися переможцям Олімпійських ігор, великим полководцям, державним діячам. Популярними були безособові статуї: археологами знайдені десятки дуже схожих архаїчних статуй двох типів: ***куроси*** – статуї оголених юнаків і ***кори*** – драпіровані жіночі статуї. Ці фігури виглядають ще не дуже досконалими, у них можна побачити тільки спроби передати живий рух.

Шедеври скульптури створили такі майстри, як ***Фідій, Мирон, Поліклет Старший.*** Фідія сучасники називали "творцем богів". Враження про них можна мати тільки за описами сучасників і римськими копіями. Його основні роботи – статуя Зевса у храмі Зевса в Олімпії, ***барельєфи й скульптури*** Парфенона, у тому числі, головна статуя – Афіна Парфенос. Мирон досяг висот у прагненні передати у скульптурному зображенні рух людини; найкраще це відображає його славнозвісний Дискобол, де було подолано статичність. Поліклет створив низку статуй спортсменів – переможців Олімпійських ігор.

Епоха завоювань Александра Македонського принесла нову атмосферу в мистецтво. Якщо порівнювати скульптури епохи еллінізму з попереднім, класичним періодом, то їхній вигляд утратив незворушний спокій. Художників (Апеллеса, Протогена та ін.) почали цікавити душевні переживання, емоції людей, їхній стан у трагічні моменти. З'явилися ***скульптурні портрети***, які передавали індивідуальні риси. Яскраве свідчення – творчість Скопаса (скульптурний портрет Александра Македонського).

Успіхи науки розширили технічні можливості мистецтва. Одне із "семи чудес світу" – Колос Родоський, бронзова статуя бога Сонця Геліоса (висота ~ 35 м) – тому доказ.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Як і храмове мистецтво, скульптура ***формувала естетичні смаки й загальну культуру***. У цьому їхня неоціненна роль у вихованні естетичного сприйняття довкілля, естетики побуту, естетичних смаків, урешті, культу краси людського тіла. У Давньому Римі існував культ естетичного смаку навіть у період правління кривавого Нерона.

Для римського періоду характерні ***скульптурні портрети***. Цьому жанрові притаманні особливий реалізм і прагнення якнайглибше передати характер людини. *Римський портрет* виконував *релігійну, політичну та психологічну функції*. Уважається, що римський портрет розвивався із ***посмертних масок***, які було прийнято знімати з померлих та зберігати біля домашнього вівтаря. Маски робилися дуже натурально, що привело до чудового знання римськими майстрами особливостей мускулатури людського обличчя та міміки. Крім воскових масок, зберігалися ***бронзові, мармурові бюсти предків***.

Скульптурні портрети державців або героїв супроводжувалися *короткими уславлюючими написами* – ***елогіями***. Один із античних біографів, Діоген Лаертський, повідомляє, що Деметрію Фалерському, керманичеві Афін 317–307 рр. до н. е., громадяни спорудили 360 статуй "у більшості – погруддя або на колісниці з четвіркою або парою...". Правда, коли щаслива зірка цього державця закотилася, "всі ті статуї були скинуті, інші продані, інші потоплені, а деякі перероблені в нічні горщики. Це відбувалося в IV ст. до н. е.

Розвиток ***римського портрета*** був пов'язаний із посиленням інтересу до індивідуальності людини. Рим цікавив у першу чергу інтерес до конкретної людини (на відміну від Давньої Греції, де цікавилися людиною загалом). В основі – чітке й детальне передавання неповторних рис, на відміну від давньогрецької ідеалізації, коли вважалося, що хороша людина обов'язково мала бути красивою. Римляни вважали, що особистість людини гідна поваги в тому вигляді, якою вона є, без прикрас.

За часів Республіки було прийнято ставити в публічних місцях ***статуї політичних діячів і видатних військових*** у повний зріст. Робилося це за ініціативою Сенату, щоб відзначити перемогу, тріумфи та політичні досягнення. Це був потужний *засіб пропаганди* тих часів.

Видавничий центр "Київський університет"

У період занепаду Античності моральні підвалини були настільки розхитані, що стало звичаєм для марнолюбних громадян власним коштом зводити собі статуї. Ось як характеризує історик Геродіан дії імператора Коммода: "Він поставив свої статуї по всьому місту й навіть навпроти будинку сенату … він хотів, щоб і його зображення вселяли жах і застрашували. По його смерті вони були знищені".

Скульптура була доволі імпресивним засобом впливу на думки та настрої антиків, оскільки не тільки уславлювала при житті та після смерті, а й характеризувалася точністю й правдивістю інформації, що мала візуальний образ. Фактично у скульптурі було закладено основи документалізму, що стане популярним на початку XX ст. і зіграє неабияку роль у генезі PR.

2.7.3. Давньоримські меморіальні та тріумфальні будівлі – засоби протоPR

Монументальні споруди не культового призначення у Давньому Римі почали зводитися в республіканський період, але стали особливо популярними в імператорську епоху. До IV ст. н. е. в Італії та провінціях їх налічувалося понад 1000. Їм надавалося різне значення: *політичне, меморіальне, тріумфальне.* Вони зводилися на честь імператорів, державних діячів або успішних воєначальників. Визначальними характеристиками давньоримської монументальної архітектури є її відносно великі розміри й *публічний характер*. Останнє особливо важливе щодо впливу на римську громаду, адже споруду будували для того, щоб багато людей розглядали або брали участь у їхньому використанні, тож вони були доступними та відкритими для громадськості. *Монументальні споруди були розраховані на масове сприйняття й мали величезну силу впливу. У цьому полягало їх протоPR значення, адже вони сприяли впровадженню в масову свідомість певних суспільних, політичних, етичних ідеологем.*

Тріумфальні арки будувалися стародавніми римлянами для проведення урочистих церемоній на честь успішних воєнних кампаній, насамперед для в'їзду воєначальника-переможця в місто. Це була одна з найбільш *символічних* споруд римської

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

архітектури, що зводилася на знак визнання перемоги, і призначалася для тріумфального ритуалу. Тріумф був справою головнокомандувача, консула, претора чи диктатора, який провів удалу військову кампанію, здобув перемогу у війні, унаслідок якої загинули щонайменше 5000 солдат противника. Народ Риму радів і вихваляв героїв, які поверталися з переможних походів. Урочисті моменти треба було увіковічнити в пам'яті нащадків. Таким чином з'явився особливий вид архітектурного будівництва, популярний у Стародавньому Римі – ***тріумфальна брама-арка***, покликана підкреслити могутність переможців.

Брама-арка служила не лише для проходу та проїзду, а також як п'єдестал для статуї, скульптурної групи або квадриги. Зазвичай, це була споруда, яку прикрашали *барельєфи* й *горельєфи* із фасаду і колони, де містилися написи на честь героя та статуї, що зображали його як переможця на вершині слави, його мужні вчинки на благо народу і воєнні завоювання. Тож тріумфальні арки були призначені уславити героїзм і звитягу переможця та зробити йому тривалий PR, оскільки ці рукотворні монументальні споруди фактично перетворювалися в пам'ятники на честь ознаменування воєнних подвигів і впливали не лише на сучасників, а й на нащадків. Тим вони поєднували і тріумфальне, і меморіальне.

Тріумфальні арки – спадщина римської імператорської епохи, періоду її могутності та процвітання. Тріумфальними спорудами служили також ***колони,*** найкращим зразком яких були *тріумфальна колона* Траяна та Марка Аврелія в Римі.

На честь імперських перемог, що примножували могутність і велич римської держави, споруджувалися ***трофеї*** як монументальні пам'ятники на знак перемоги у завойованих країнах або на їхніх кордонах, прославляючи переможну римську зброю та нагадуючи підкореним народам про могутність метрополії. За архітектурною композицією вони мали велику схожість із висотними *мавзолеями*. Такий трофей Августа, споруджений у 7–6 рр. до н. е. імператором після його завоювання Альп. Це була витончена будівля баштового типу. Над її конічною крівлею височіла бронзова статуя Августа-переможця з фігурами варварів у кайданках біля його ніг.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Вебсайт для друку

Якщо тріумфальні арки й колони були розраховані здебільшого на населення Риму та його прихильників, то трофеї мали зовсім іншу цільову аудиторію. Ці споруди були призначені створювати протоPR Римській імперії поза її межами, і мали на меті вплив на людей з іншою етнопсихологією, менталітетом, ідеологемами, настроями. Крім того, це був вплив переможця на переможених, завойованих, зазвичай колонізованих, які втрачали свою державну й політичну ідентичність. Тому трофеї мали дещо інший PR-контекст.

Певним симбіозом тріумфальних колон і трофеїв були ***ростральні колони,*** прикрашені уламками морських трофеїв. Здебільшого, це були носи бойових кораблів, захоплених у бою (ростри), або їхні скульптурні зображення. Першу *Ростру* було споруджено на Форумі в Римі на честь перемоги над карфагенянами в морській битві при Мілах у період Першої Пунічної війни (260 р. до н. е.). Ростральні колони споруджувалися на честь морських перемог або як символ морської могутності країни. Традиція їхнього будівництва сходить до давньоримського звичаю зведення стовпа, прикрашеного трофеєм, відбитим у ворога, який був перенесений із сухопутних битв на морські.

На фронтонах тріумфальних і меморіальних арок, на постаментах тріумфальних колон та трофеїв, містились *написи-присвяти, написи-вшанування, елогії.* Вони теж *виконували PR-роль, оскільки уславлювали події та звершення видатних осіб, які творили історію великої Римської імперії.*

Монументальні архітектурні споруди епатажно демонстрували могутність імперії та її військових звитяг, чим створювався їй PR, роблячи величезний позитивний вплив на патріотичні почуття і настрої громадян античного Риму.

Культурні пам'ятки давнини виявилися дуже ефективними у комунікаційному сенсі. Здобувши пошану своїм сучасникам і уславивши їхнє буття, вони закарбували у камінні, мармурі, бронзі, на папірусі й пергаменті взірці давніх видів протоPR. Вони зафіксували та передали нащадкам різні за формою способи емоційного, сугестивного впливу на думки, настрої, почуття, прагнення людей. Культурні пам'ятки Античності створили PR своїм сучасникам і передали цю технологію нащадкам.

Видавничий центр "Київський університет"

2.8. Суспільна та ділова комунікація Античності

2.8.1. Ділові комунікатори та їхнє професійне середовище – рушії комерційних протоPR

У Давній Греції зародилося те, що сьогодні називають "ділова комунікація" чи "PR у бізнесі". Завдяки урбанізації, що привела до появи полісів, розвивалося дрібне приватне виробництво; ремісників було багато, між ними існувала доволі активна конкуренція. Обмін фаховою інформацією, досвідом і здобутками сприяли утворенню так званих бізнес-комунікацій. Появою міст був обумовлений і розвиток торгівлі, яка стала також чинником розвитку ділових комунікацій. Завдяки торгівлі греки отримали можливість знаходити спільну мову з "варварами", почали поширювати й популяризувати серед них свою культуру, свої економічні досягнення; як результат, грецькі колонії з'явились на Сицилії та Причорномор'ї.

У Давній Греції, поряд із різними формами громадських об'єднань (родових, культових, для спільного проведення вільного часу тощо) з'явилися ***ділові товариства та професійні об'єднання ремісників і торговців***, які з часом почали відігравати помітну роль у суспільному та політичному житті полісів.

Ремісникам і торговцям потрібно було не тільки зробити якісний товар, але й привернути увагу покупця, тобто зробити йому PR. У зв'язку з цим у Греції виникла ***протореклама***. Виробники та продавці товарів рекламували свої "фірми" в основному за допомогою ***вивісок*** – ***писемних*** і ***предметно-зображальних*** (у вигляді ***барельєфів***, а також окремих ***зразків товарів)***. Іноді це були *предмети, що асоціативно рекламували товар*, наприклад, жорна – пекарню. На гончарній продукції нерідко розміщували ***написи***, що мали характер рекламних текстів. Використовувались і ***клейма***, що було характерно для ювелірів і каменярів. Подібне оригінальне рішення повинно було спонукати знову купувати товар виключно у цього виробника. У Греції вперше з'явилися ***"фірмові знаки"***, що особливо використовувалися гончарями на своїй продукції – амфорах, вазах, іншому посуді та ювелірами.

Своєрідним засобом ***комерційної комунікації*** були так звані ***графіті***, тобто написи на стінах. Суто комерційного змісту (предметно чи професіонально орієнтованих) серед них було небагато – найінформативнішою у цих стихійних написах була згадка імені ремісника чи торговця на стінах його власної майстерні чи крамниці. Тобто це був здебільшого персональний протоPR.

Окрім торговців і ремісників у комерційних комунікаціях Давньої Греції були задіяні агораноми й астиноми. Вони були головними "діючими особами" на торговищах давньогрецьких агор.

Агораном – посадовець, що відповідав за дотримання ладу на ринках, стан торговельних приміщень, якість продуктів і товарів, улагоджував суперечки між торговцями та покупцями, збирав орендну плату й мито на користь держави, займався закупівлею зерна тощо. Відомо, що агораноми за свій кошт збудували рибний ринок і храм Афродіти в Херсонесі Таврійському, установили стели верховним богам в Ольвії.

Астиномом стежив за порядком у портах, на вулицях, ринках – за правильністю вагової, метричної систем, якістю продуктів і товарів, контролював керамічне виробництво, загалом відповідав за налагоджування правового та громадського порядку в античних полісах. В Афінах астином був головою наглядової влади. Збереглося чимало імен астиномів на клеймах амфор і черепиці, знайдених при розкопках античних пам'яток.

Астиноми й агораноми були посадовими особами, що комунікували із населенням полісів з метою налагодження й підтримки правопорядку. Відтак, їхня роль у формуванні протоPR полягала у створенні добропорядних комунікацій і формуванні позитивних настроїв і взаємозгоди. Вони захищали населення від уведення в оману, слідкували за чесністю і порядністю торгівлі, тобто етикою комерційних комунікацій, що застосовувалися у формі протоPR для просування товарів та послуг, їхнього рекламування, підтримки ринкової конкуренції.

Відомостей про професійний "обслуговуючий персонал" ринкової території давньоримського Форуму на зразок астиномів чи агораномів не збереглося.

У ранньому Римі ***торгівля*** не отримала значного розвитку: традиційний античний Рим був автократичним в економічному плані, а його жителі самі забезпечували себе всім необхідним.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Проте для обміну між виробниками різних товарів у Римі й інших містах Італії існували *спеціальні платформи – "for a vendalia"*. Їхнє значення полягало в тому, що виключно на цих локаціях відбувалася бартерна торгівля.

Чи більш жвавою та емоційною, як у Греції, чи виключно прагматичною та утилітарною, як у ранньому Римі, якою б торгівля не була, проте вона вимагала просування товарів, їхнього позиціонування, а конкуренція вимагала презентацій, демонстрацій, промоуцій, тобто виникла потреба в ***комерційних протоPR***, що містили емоційно-сугестивний складник.

Торгівля Римської імперії була вагомим сектором Римської економіки у ранній Республіці та протягом всього імперського періоду. У процесі перетворення Риму на розвинену багатонаціональну імперію розвивалась і *торгівля із завойованими народами й сусідніми країнами*. Римляни приділяли чимало уваги шляхам сполучення: вони досягли досконалості у будівництві доріг. Римська Республіка мала важливі торгові відносини з Карфагеном. Завдяки завоюванням Александра Македонського виникла індо-римська торгівля. Римська імперія торгувала з Китаєм по Шовковому шляху. Активно розвивалася *морська торгівля*, яка давала великі прибутки та сприяла більш *активному обміну інформацією*. Уже з I ст. н. е. провінції Римської імперії торгували величезними обсягами товарів одна з одною за допомогою морських шляхів. Морська торгівля у Середземному морі мала провідне значення для економіки Римської імперії.

На ранніх етапах комунікація у торговельній сфері здійснювалась виключно за допомогою *чуток і особистих свідчень* торговців. Ці *джерела інформації* ніколи не характеризувалися об'єктивністю і завжди містили немалу частку *омани, гіперболізації, неточностей та інших маніпулятивних утручань*. Проте вони мали цінність, позаяк інших джерел подібної інформації було обмаль.

Одним із символів ділового життя греко-римської цивілізації стало карбування монет, що значно полегшило товарообмін. Крім спрощення торгівлі, монети допомагали державі спілкуватися зі своїми підданими. Написи та зображення на монетах поширювали важливу інформацію з Риму по всій імперії.

Зображення на деяких монетах символізували цінності, якості або ідеї, які були важливі для римлян. Зокрема, богиня Фелісітас

Видавництво Національного університету "Київський авіаційний інститут" Електронна версія

символізувала щастя, тож імператори використовували її зображення, щоб вказати на благословення римського правління.

Сучасні монети не часто змінюються. Римська практика їхнього карбування була іншою. У той час, коли не було газет, радіо чи телебачення, імператори регулярно випускали нові монети, що відображали останні новини. Перший імператор, Октавіан Август, за час свого довгого правління випустив понад 100 видів монет. Тобто монети виконували *інформаційну роль як ЗМІ*.

Імператори також використовували монети для піару своїх досягнень і самопіар. Здебільшого вони зображували на монетах свої ідеалізовані зображення. Август, наприклад, показував себе молодим навіть тоді, коли вже постарів. Часто монети повідомляли про перемоги у війнах або важливі будівельні проєкти. Тим імператори піарили власні вчинки.

Багато з таких послань були призначені для того, щоб переконати людей в тому, що римське правління їм корисно. На одній монеті, наприклад, була зображена жіноча фігура, що тримає ріг достатку й колосся. Зображення повинно було нагадати громадянам, що імператор дбає про те, щоб у його народу було достатньо зерна. Це був відвертий протоPR.

Таким чином, *римляни використовували монети не тільки для полегшення торгівлі, але і для популяризації певних осіб та просування деяких ідей. У контексті історії PR нумізматика цікава тим, що монети виконували й певну PR-функцію, що засвідчує вищесказане.*

Торгові комунікації у Давньому Римі здійснювали ***підприємці***. Римляни мали два типи підприємців: ***торговців*** і ***купців***. Торговці були частково банкірами, тому що вони позичали гроші за відсотки. Вони також купували і продавали товари оптом. Купцями, як правило, були плебеї та вільновідпущені. Вони займалися справою на всіх ринках просто неба або в крамницях чи наметах, чи розносили товари. Вони також були біля римських військових таборів під час походів, де продавали продукти й одяг солдатам і платили готівкою за будь-яку здобич, отриману в ході військових дій. Також відомо, що *мандрівні торговці доправляли* пряноші, пахощі, тканини сільському населенню. *Разом із комерційною діяльністю торговці та купці здійснювали інформаційну діяльність, піарили повідомлюване.*

Видавництво "Університетський центр "Вегіся" для друку

Антитокознавці зазначають, що у Давньому Римі існували ***спільноти ремісників і торговців***, які об'єднували свої капітали задля здійснення великих торгових угод (ідеться про перші *корпоративні угоди*). Їхнє створення й діяльність суворо регулювалась: імператор Траян (98–117 рр.) прийняв закон, що *забороняв створювати професійні та інші об'єднання без дозволу влади*. Із часом ці об'єднання набули впливу і вельмишановні, заможні люди пишались своїм членством у них.

2.8.2. Суспільна місія глашатаїв, їхня роль у протоPR

Особа ***глашатая*** фіксується археологічними джерелами вже у період крито-мікенської культури близько XIV ст. до н. е. У давньогрецьких полісах посада глашатая мала кілька напрямів: найпрестижнішим уважалося виконання дипломатичних доручень і різноманітних посольств; менш аристократичний прошарок глашатаїв перебував у розпорядженні міської адміністрації й повідомляв міському населенню найважливішу оперативну інформацію, як ділову, комерційну, так і політичну; нарешті, найменш шанованою була діяльність глашатаїв, які обслуговували ринкові торговища, служили у театрах чи у приватних осіб. Ранг глашатая демонструвався його шатами й атрибутами. Найбільш привілейовані володіли жезлом – *кадуцієм*, символом бога Меркурія, а звичайним міським глашатаям зручніше було мати при собі звуковий інструмент (ріг або дзвіночок) і за допомогою нього оперативно скликати народ. Посада глашатая передбачала оперативне сповіщення громадян міста про *події загального значення: Народні збори, дипломатичні місії, публічні заходи, громадські учти, бенкети, святкування, тріумфи уславлених керманичів військ чи гладіаторські бої.*

"***Глашатай,*** або ***окличник*** за іншою мовною версією, що її подає Борис Тен, тонкий інтерпретатор стародавньої грецької культури, видатний перекладач Гомерових поем "Іліади" та "Одіссея" українською мовою, – активний суб'єкт комунікаційного процесу, виразник його намірів і цілей, уважають автори сучасного дослідження "Реклама в пам'яті культур". Не пого-

Видавничий відділ Навчально-методичний центр "Київський університет ім. Б. Грінченка"

джуючись із деякими несуттєвими назвами, визнаємо доволі слушною їх ***характеристики суспільної діяльності глашатая в античні часи***: "Він бере діяльну участь у суспільних подіях на боці влади, представляє владну точку зору, її імперативи. Глашатай-окличник – носій службових повноважень із чітко окресленим колом обов'язків. Через нього цар чи володар міста або інший урядовець *спілкувався із зовнішнім світом поза власним палацом, доводив до його відома й виконання обов'язкові настанови й розпорядження*. Саме тут головна відмінність цих службових осіб від інших носіїв … інформації – вісників, гінців, ворожбитів, оракулів тощо, до послуг яких активно вдавалося античне суспільство" [14].

"Глашатай належить до монументальних образів античності, базових характеристик її культури", – зауважують вищецитовані науковці, – "Окличники Гермес та Меркурій займають почесне місце у сонмі богів". Активна роль глашатаїв в античному суспільстві зафіксована у широкому колі художньо-літературних творів. Неабияке місце було відведене глашатаям у поемах Гомера, драмах Есхіла, Еврипіда й Сенеки. Комедії Аристофана не обходилися без дієвої особи, позначеної як "глашатай". Постійно згадували про представників цієї професії й відомі історики: Геродот, Полібій, Тацит, Плутарх, Светоній. У лакедемонян, наприклад, за свідченням Геродота, ця посада успадковувалася від батька до сина, її зводили до легендарного вісника панівного Агамемнона – Тальфібія. В інших грецьких полісах глашатаї обиралися народними зборами шляхом голосування або жеребкуванням.

На думку П. Ю. Сауха, В. В. Чуприна, глашатаїв як "повноважних послів царя та інших впливових державників зустрічаємо в пишних палацах античності й на площах її міст, у судових установах і на міських ринках, на полі бою і за столом перемовин. Імена окличників увійшли в історію античної цивілізації, а деякі стали легендарними, як Талфібій, Медонт, Одій…" [14].

З позиції авторитетних істориків і філософів "літературні джерела греко-римської давнини ґрунтовно розкривають службові обов'язки глашатаїв, їхні дії за різних життєвих обставин – від відносно спокійних і мирних, до напружених і екстремальних. Зосередженість на головному, визначальному залишила обмаль місця для характеристики супровідних ознак професії:

владних атрибутів, охорони, специфічних прикмет вбрання тощо. Реставрація вірогідної античної моделі глашатая постає з розпорошених штрихів, окремих деталей і коментарів як вагомий підсумок ретельного дослідження. У першому ж наближенні до колись цілісного образу слід зазначити ряд характерних для нього прикмет".

"*Окличник* – офіційна постать владних структур; виконавець окреслених функцій, ретранслятор чиєїсь владної волі. *Глашатай* – це фах, який передбачає набуття певних професійних умінь і наявність належних даних. До атрибутів цієї специфічної професії незаперечно входять такі, як: бездоганна репутація в очах роботодавця, тривка пам'ять, уміння спілкуватись з аудиторією, риторичний хист, освіченість, кмітливість і обачливість у слові. Серед неминучих професійних вимог – добрий фізичний гарт, витривалість, уміння постояти за себе і доручену справу, особиста мужність" … .

"На усіх маршрутах давньогрецьких і римських доріг, на комфортній кам'яній бруківці та грузькому бездоріжжі були вкарбовані сліди сотень і тисяч окличників, які сумлінно несли людям життєву і нефільтровану необхідну інформацію".

"До обов'язків честі глашатая належало гідне представлення державного значення та статусу дорученої місії. Ці узагальнення й абстракції набувають чітких обрисів, звуків і барв у реальній стихії духовно наснаженого життя античного світу", – уважають автори колективної монографії під орудою професора П. Ю. Сауха.

У розділі "Гомерівські окличники" дослідники зауважують: "Їх ціла галерея, отих глашатаїв, що живуть і діють в епічних поемах Гомера. Кожен постає у своїй неповторності й різноманітті повноважень. Палітра чудових образів, створених неперевершеним творчим генієм людства. Сім літературних окличників з "Іліади" та "Одіссеї" художньо переконливо відбивають реалії античного життя: у ньому ***глашатаям належала важлива роль і вони виконували обов'язки непересічного суспільного значення.***

Глашатай у Гомера – ***публічна постать, різновид піару. Його стихія – майдан і людський натовп***, хоча бували і винятки.

Із прямих і дотичних характеристик постає у Гомера ***узагальнений образ глашатая***. ***Це важлива й шанована постать античного суспільства, базисна величина його структури.***

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет"

Окличник виконує багатоманітні функції у державному та приватному секторі, зберігає й передає за призначенням різноманітну інформацію.

Заняття окличника вимагають розумових здібностей, "бути з думками розумними в грудях", як зазначає Гомер; стійкої моральності, риторського хисту, належних голосових даних. Органічна належність професії – фізична витривалість, внутрішня зібраність і жертовність.

Епічні поеми Гомера називають давньогрецькою енциклопедією … . Галерея завершених образів глашатая – це реалії античного буття. Звернення до них геніального мислителя й митця – то вдячне слово й моральна підтримка окличникам багатьох поколінь. Вони працювали на поступ, освіту та культуру, суспільне благо, – зауважують автори колективної монографії "Реклама в пам'яті культур".

2.8.3. Традиції соціальної допомоги в античному світі як доброчинні PR-акції

Численні документи і твори античної епохи дають підстави робити певні висновки про ***традиції соціальної допомоги*** у Стародавніх Греції та Римі. Серед них, зокрема в Афінах, відбувалося ***скасування боргового рабства, викуп полонених, проданих в інші країни, організація безкоштовних громадських обідів***, які активно практикувалися в період правління визначного політичного реформатора Солона (VI ст. до н. е.). Однак цими видами соціальної допомоги користувалися тільки афіняни. На рабів та іноземців милосердна практика не поширювалася.

Утримання коштом держави понівечених на війні громадян уперше ввів у практику Пісистрат. Через століття ця традиція привабила Людовика XIV, за наказом якого від 24 листопада 1670 р. було споруджено ***Будинок інвалідів*** як притулок і госпіталь для престарілих та хворих солдатів. Однозначно такі заходи викликали у населення повагу й любов до влади, якій вони служили як незаперечний PR.

Полікрат, тиран острова Самос, Перикл в Афінах (V ст. до н. е.) та інші державці практикували ***організацію оплачуваних***

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

громадських робіт (здебільшого будівництво державних споруд) для бідних, безробітних, але вільних громадян. Праця рабів для цих добропорядних цілей не використовувалася.

Починаючи з VI ст. до н. е. доволі часто практикувалися доброчинні акції ***приватних пожертв у вигляді грошей, одягу, харчів*** і т. п., які ставали суспільною власністю та йшли на допомогу нужденним членам поліса.

У Стародавній Греції виникли й поширилися такі поняття, як "***популізм***" (роздавання вільним громадянам казенних грошей з метою завоювання у них популярність і таким чином утриматися при владі) та ***"філантропія"***.

Як відомо, розвиваючи свою культуру, римляни спиралися на досягнення підкорених ними народів. Тому *соціальна допомога в Римі мала яскраво виражені грецькі риси*. Як і греки, римляни влаштовували ***громадські обіди, роздавали гроші нужденним***. ***Коштом приватних пожертвувань будували храми та лазні***.

Водночас *соціальна допомога у Стародавньому Римі мала і свої власні риси.* Особливо це стосувалося організації ***соціальної допомоги дітям.*** Особливу увагу римляни приділяли *доброчинності на користь малозабезпечених* і *вихованню осиротілих, покинутих дітей та із незаможних родин*. Ця допомога здійснювалася на державному рівні, особливо активною вона була за імператорів Нерва і Траяна.

Найстаріша ***доброчинна установа*** була заснована за часів імператора Августа (30 р. до н. е.). В епоху Траяна кількість таких установ істотно зросла. Одночасно з державною доброчинністю існувала ***муніципальна.***

Розвивалася також ***приватна доброчинність***. Приміром, римлянка Целія Макрина з Террацини, утративши сина, пожертвувала мільйон сестерціїв, на відсотки з яких повинні були утримувати 200 дітей-сиріт. Пліній молодший 97 р. створив ***доброчинний фонд***, у який надходили прибутки з його пишного маєтку. Фонд було призначено для бідних дітей. *Доброчинність була ефективним піаром цих добродіїв.*

Традиції соціальної допомоги в античному суспільстві як протоPR-акції були доволі розвиненими, *позитивно впливали на імідж їхніх ініціаторів, чим активно формували репутаційний капітал.*

Видавничий центр "Київський університет"

У Стародавньому Римі застосовувалися прогресивні для того часу ***заходи з локалізації жебрацтва*** шляхом *працевлаштування*. Цезар з метою зайнятості громадян видав едикт про те, що 1/3 пастухів мали наймatися з вільних людей.

Бідняки були звільнені від плати за дешеве житло у всіх містах Італії. Це теж була ***соціальна акція допомоги малозабезпеченим*** – піар державі й державникам в очах людей.

Вживали і спеціальних заходів стосовно ***компенсації людям утрат***, які *виникли внаслідок різних пандемій, стихійних лих, катастроф.* Зокрема, Нерон надав допомогу тим, хто втратив майно у великій пожежі Риму. Тит виплатив компенсації постраждалим під час виверження Везувію. Військовим *інвалідам давали земельні ділянки* та призначали на їхню користь частину прибутку, а згодом і *грошове утримання*. Уведення натурального оброку локалізувало соціальну напруженість, оскільки *заможні землевласники були зобов'язані допомагати співгромадянам*.

Безкорислива соціальна допомога у вигляді ***роздавання грошей і хліба*** стала звичною в період *виборів претендентів на державні посади.* Приміром, перший римський імператор Октавіан Август виплачував кожному, хто потребував матеріальної допомоги, і "часто роздавав хліб за мінімальною ціною або навіть задарма, а грошові виплати подвоював". Це була своєрідна форма віддяки за криваву розправу, вчинену Августом щодо політичних супротивників у боротьбі за владу.

Меценатство як особлива *форма доброчинності в галузі літератури, мистецтва, рідше – науки*, виникло також за правління імператора Августа. Його назва походить від імені Гая Цильнія Мецената, заможного римського сподвижника імператора, який уславився тим, що був заступником великих поетів, Вергілія, Горація, а також улаштовував пишні бенкети на честь художників і митців. Його приклад активно наслідували римські багатії та аристократи. Ім'я Мецената стало прозивним.

Відтак, уже за часів Античності на протоетапі комерційні та соціальні PR не тільки були доволі зрілим і добре розвиненим видом діяльності зі встановлення контактів між учасниками життя суспільства, але й вирізнялися різноманіттям форм, багатофункціональністю, розгалуженою системою комунікації.

Висновки до розділу 2

1. Кардинальні зміни в суспільному житті, спричинені економічними (поділ праці, поява приватної власності), політичними (народні збори, політична еліта) та соціальними чинниками (виникнення міст-держав), визначили рушії ґенези протоPR в античну добу.

Головними ознаками комунікації Давньої Греції стали високий рівень індивідуалізації, гармонія духовного й суспільного. Це сприяло підвищенню ефективності взаємодії членів суспільства, змушувало їх шукати нові шляхи впливу, переконання, формування думки. Давня Греція стала "прабатьківщиною" соціальних комунікацій, як емпірично, так і теоретично. На її теренах соціальні комунікації почали формування у двобічній асиметричній моделі.

У Давньому Римі держава та релігія практично монополізували всі засоби комунікації. Торгово-ремісничий прошарок не брав особливої участі в конструюванні суспільних відносин. Індивіди без громадянства не мали права голосу. У формування суспільної думки провідну роль грали державці, політична еліта, військовики, служителі культів, які активно вдавалися до персонального PR, маніпулятивних технологій, силових методів. Комунікація Давнього Риму – це комунікація влади та релігії, переважно спадна, асиметрична, хоча й не однобічна, оскільки думка народу враховувалася.

Консолідуючу роль у формуванні комунікаційного середовища антиків відіграли осередки велелюдних зібрань, публічні місця античних міст (полісу і цивітасу) – Агора (Греція) та Форум (Рим), які спершу були головною ринковою площею, а згодом стали осередками релігійного, політичного життя, судочинства, територіями налагодження суспільної згоди.

2. Своєрідність давньогрецької комунікації – публічність, демократизм. Демократія стала основою розвитку системи двобічної публічної комунікації. Народні збори відігравали в цьому першочергове значення, адже давали можливість владі зрозуміти реакцію суспільства на ті чи інші рішення й дії та сприяли появі професійних публічних комунікаторів. Елліни усвідомили важливість репутації для кар'єри політичного діяча, тому ефек-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Безоплатно для ЗСУ

тивним методом став як самопіар, так і розповсюдження чуток і оманливої інформації про опонентів та дифамація.

У Римі не існувало демократії: для римського суспільства була характерна нерівноправність різних прошарків населення, що впливало на асиметричний характер комунікації. Народні збори були політичною силою в Римі в періоди республіки та ранньої імперії, але не мали такої соціокомунікаційної ваги, як у еллінів. Ті, кому вдавалося здобути громадське схвалення, могли диктувати свою волю. Ті, кому вдавалось досягти суспільних висот, могли розраховувати на публічне визнання. Прикладом є нобілітет.

Інструментарій впливу на публіку Риму широко застосовувався у підготовці до воєн, лобіюванні політичних інтересів, іміджетворенні, організації й підтримці політичних партій, поширенні релігійних вірувань, зборах коштів, популяризації подій і окремих особистостей. Взірцем є постать Юлія Цезаря: перед військовими битвами він домагався народної підтримки за допомогою промов, звернень і проведення театралізованих вистав, що мали на меті пропаганду політичних ідей. Імператор також був цензором, користувався необмеженим юридичним правом, міг надавати право громадянства, контролював сферу релігії. Він був чудовим оратором і вмів використовувати мистецтво публічного виступу задля формування суспільної (громадської) думки. Ім'я на тисячоліття стало прозивним, а вислови – афоризмами.

Серед політичних прийомів протоPR ефектним способом було проголошення себе захисником народних інтересів, створюючи собі імідж піклувальника. Іншим ефективним способом самопіар було створення репутації успішного полководця: ратні успіхи свідчили про те, що Рим під його владою процвітатиме. Використовувались також суто популістські засоби: наприклад, імператор Юліан (355–363), пом'якшував злочинцям покарання, зменшував податки; як наслідок, у його володіннях знизився авторитет правоохоронної системи, скоротилися надходження в казну, але народ і армія повністю підтримували свого імператора.

Важливою складовою іміджу імператорів була спадкоємність від видатних правителів минулого. Проголошення себе нащадком великої династії надавало імператору в очах народу легітимність і підвищувало його авторитет. Престижність походження була ефективним засобом особистого протоPR.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Римські політики знаходили способи завдати репутаційних збитків своїм супротивникам. Нерідко серед аристократії, політиків, державців застосовувались такі неетичні методи впливу, як підкуп, погрози й шантаж. Навіть найвидатніші політики, які мали високий рейтинг, не сподіваючись лише на свій авторитет, забезпечували собі перемогу підкупом і змовою із опонентами. Деякі вдавались до підкупу завуальовано, у вигляді організації видовищ, свят, доброчинних акцій, бенкетів, дарунків.

Прообразом пропаганди в античному світі була практика інформаційно-психологічного впливу. З цією метою у воєнній ситуації використовувались як стратегії різні способи залякування, дезорієнтації, ослаблення морального духу противника. Головними завданнями інформаційно-психологічних воєн були залучення союзників і деморалізація супротивника.

Александр Македонський створив взірці майстерного формування суспільної думки шляхом умілого ведення зовнішньої політики та дипломатичних відносин. Для підкорення народів широко використовував не тільки зброю, але й усі наявні у нього засоби впливу та психологічного тиску, активно вдавався до політичної пропаганди.

Ганнібал був одним із перших великих полководців античності, політ стратегічної й тактичної думки якого сягнув висот, достойних сучасності. Ганнібал використовував різноманітні засоби інформаційно-психологічного впливу. Перетворившись у постать, що вселяє жах, символ несподіваного потрясіння, він створив собі ім'я, що навіювало страх навіть у стінах римського сенату, де фраза "Hannibal ante portas" ("Ганнібал на порозі") вживалася ораторами задля висловлення їхньої тривоги та занепокоєння.

Перикл відомий завдяки чотирьом засобам протоPR із його арсеналу: це його блискучі ораторські здібності, які допомагали йому схилити думку слухачів на свій бік, "група підтримки", без якої він би просто не втримався при владі, уміння позбуватися від конкурентів і створення власного іміджу.

3. У формуванні світогляду антиків вагоме місце посіла греко-римська міфологія, що мала соціокомунікаційне значення, оскільки вмотивувала та легалізувала ієрархічну структуру су-

спільства, була джерелом культури, сприяла розвитку світогляду й формуванню моральнісних основ.

Комунікація в релігійній сфері виявила потенціал ідеологічного впливу, сугестивну й маніпулятивну дію релігії на колективну свідомість. Релігії античного світу становили комплекс політеїстичних вірувань і культів. Релігійні уявлення антиків стали засобом формування світогляду, цьому сприяли PR-технології ритуалів, магії та іміджетворення служників культу.

Релігія в античному суспільстві стала сферою активних комунікацій суспільного, політичного й духовного характеру і поступово набула ідеологічного та пропагандистського сенсу. Інтеграція релігії в політичну сферу посилювала авторитет державців, мотивувала їхні дії, урешті релігія стала зброєю в боротьбі за владу.

Упровадження християнства стало потужною публічною акцією з використанням технологій протоPR і засвідчило його дієвість.

4. Масові публічні видовища Античності були ефективними інструментами протоPR. Їхня культура, що характеризувалася синкретичністю, єдністю різноманітних знакових систем, мобілізованих заради комплексного впливу на емоції, психіку, естетичне сприйняття, містила обов'язкові елементи інформування та пропаганди, цілеспрямовано сприяла формуванню іміджу, уміло використовувала прийоми й засоби протоPR. Святкові дійства антиків мали на меті звеличити красу, гармонію, духовність еллінів і витривалість, сміливість, хоробрість римлян тощо. Для античних видовищ були характерні організованість, поєднання професійного мистецтва з народним, що сприяло їхньому впливу на настрої. Видовища були велелюдними, мали публічний характер.

У Греції найпопулярнішими були ритуальні свята та спортивні ігри, які відігравали психологічно релаксну роль і сприяли суспільній згоді. У Давньому Римі ставлення до свят було утилітарним, популістським. Вони були ефективним способом підвищення політичного рейтингу, засобом іміджетворення, інструментом боротьби або створення "репутаційного капіталу".

Серед грецьких видовищ важливе місце мали традиційні змагання у силі та вправності, а також у мистецтві поезії, музики і співів. Участь у них брали вільні громадяни Греції. Римські видовища в більшості були розраховані на примітивні запити юр-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вірогідне для друку

би, здебільшого відповідали ницим смакам і мали пасивний, споживчий характер. Учасники емоційно яскравих, але жорстоких і кровопролитних перфомансів були рабами, полоненими або самозреченими, що пояснюється рабовласницьким характером авторитарного суспільства.

У Римі попитом користувалися гладіаторські бої, що були світською розвагою, та тріумфи, де перші давали плебсу криваві, жорстокі видовища, із масовими викидами адреналіну, а інші – уславлювали ратні подвиги, здебільшого завойовницького характеру, масово летальні. На противагу цьому свята та ігри еллінів мали на меті утвердити ідеали фізичної та духовної краси. У цьому полягала не лише подієва відмінність, але й принцип дії на суспільну думку й соціальну психологію – гармонізувати суспільство у грецькому варіанті та призвичаїти до жорстокості, агресії, створити потребу в кривавих видовищах у римській державі. Різними були центродіючі та траєкторії формування суспільної думки, і різним був відповідно результат – гармонізоване суспільство греків і роз'ятрена кривавими суперечностями й розбратом імперія римлян.

5. Виключна роль у розвитку протоPR в античному світі належить ораторству. Його стратегії були обумовлені особливостями суспільств – вишукане красномовство як наслідок духовно-культурних устремлінь афінської громади та лаконізм і чіткість вислову як наслідок тоталітарного ладу імперського Риму.

У Стародавній Греції понад усе цінувалося вміння спілкуватися, вести суперечки, переконувати співрозмовника, популярним був публічний діалог. Найкращі оратори, зазвичай, були лідерами думок. Для досягнення суспільного визнання політичні діячі Греції зверталися до софістів. Логографи та ритори Греції були майстерними творцями "іміджевого капіталу". Найвидатніший грецький ритор Демосфен був блискучим протопіарником: умів переконати, створити настрій, сформувати суспільну думку. Багато доклався до майстерності античного ораторства і Арістотель.

Риторика Стародавнього Риму суттєво відрізнялась від давньогрецької. Войовничий і прагматичний Рим мав власний ідеал ораторства, його політична система потребувала практичного красномовства. Для неї характерні: інвективність, гумор, афори-

Видавничий центр "Київський університет"

стичність, логіка фактаж. Публічне красномовство (пристрасне, жваве, активне, дійове) використовувало такі засоби впливу, як емоційність, сугестія, інтонування. Популярність мали публічні читання, декламації, ораторські змагання; останні поклали початок політичним дебатам сьогодення. Видатними ораторами давньоримських часів були Гай Юлій Цезар, Марк Тулій Цицерон, захисник плебеїв Гай Гракх.

6. Науково-популярним засобом протоPR була *антична історіографія*. Її першоосновою для реконструкції минулого служили міфи й епос. У перших власне історичних творах – хроніках увага була зосереджена на родоводах засновників міст, країн, етнографічних описах. Першим універсальним істориком був Геродот, майстерний протопіарник, який уславив багато земель і народів, створивши їм PR. Фукідід не виходив за межі еллінського світу. Його оповідання про Пелопоннеську війну – PR тогочасної вітчизняної історії. Ідея історії нового типу втілилася у працях Полібія, який трактував історію як форму думки, що має універсальну цінність для людського духу. Історіографами у Стародавньому Римі, де їхня праця мала великий авторитет, були Тит Лівій, Публій Корнелій Тацит, Амміано Марцелін, які склали PR Риму, його державцям та політикам.

7. І елліни, і давні римляни вдавались до архітектури та скульптури як до засобів протоPR. Ці артефакти донесли відомості про релігійні й суспільно-політичні колізії антиків, стали свідченням майстерного зодчества та уславленням витонченої, гармонійної краси. Римський період славетний скульптурним портретом, який вирізнявся реалізмом і прагненням якнайглибше передати характер та психологію, що було пов'язано із посиленням інтересу до індивідуальності людини. Архітектура, скульптура впливали на формування суспільної думки щодо естетики, формували еталони краси, гармонії, досконалості. Архітектурні й скульптурні споруди були напрочуд іміджетвірними, створювали особистісний PR.

8. У часи Античності зародилася і ділова комунікація. У Давній Греції її інструментами були графіті, "фірмові знаки" ремісників у вигляді тавр, клейм, відтисків, що виконували роль брендингу. Астиноми та агораноми, слідкуючи за правопорядком, сприяли налагодженню суспільної згоди. Глашатаї, поширюючи

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт видавництва

відомості комерційного характеру, сприяли поінформованості населення. Торговий люд знаходив спільну мову з "варварами", тобто формував бізнес-комунікації,і опуляризував еллінський світ, чим робив йомуPR.

У Стародавньому Римі, де традиційне античне місто було автократичним і в економічному сенсі, існували "for a vendalia", що були спеціальними локаціями формування бізнес-комунікацій. Професійні громади ремісників і торговців відігравали помітну роль у налагодженні ділових комунікацій; вони мали власну корпоративну культуру, чим створювали собі бізнес-імідж.

Серед традиційних форм соціальної допомоги в епоху Античності було скасування боргового рабства, викуп полонених і організація безкоштовних громадських обідів. Застосовувалися прогресивні для того часу заходи з локалізації жебрацтва. Пожертви потерпілим від стихійних лих, пандемій і катаклізмів також були успішними PR їхніх ініціаторів. Соціальна допомога надавалась осиротілим дітям, нужденним і хворим. Це був кращий PR тогочасній владі, її політикам та державцям. Особливою формою особистих PR було меценатство.

За часів Античності протоPR були доволі зрілими та добре розвиненими, сприяли взаєминам і згоді між учасниками соціального, політичного, культурного життя суспільства, відрізнялися різноманіттям форм, багатофункціональністю, розгалуженою системою жанрів.

Видавництво Державний університет "Київський університет" Версія не для друку

ХРОНОЛОГІЯ ДАТ І ПОДІЙ

Загальна періодизація Античної епохи

- **Рання Античність** (VIII ст. до н. е. – V ст. н. е.) – зародження Грецької держави.
- **Класична Античність** (I ст. до н. е. – II ст. н. е.) – час єдності греко-римської цивілізації.
- **Пізня Античність** (III–VI ст. н. е.) – розпад Римської імперії. Розпад Західної Римської імперії став початком нової епохи – Середньовіччя.

Періодизація історії античної Греції

Історія Давньої Греції поділяється на п'ять періодів, що є одночасно і культурно-цивілізаційними епохами:

- **Егейський** або **крито-мікенський** (III–II тис. до н. е.) – протоантичність.
- **Гомерівський** (XI–IX ст. до н. е.) – передполісний період ("Темні віки").
- **Архаїчний** (VIII–VI ст. до н. е.) – час формування полісних структур; Велика грецька колонізація та ранньогрецька тиранія.
- **Класичний** (V–IV ст. до н. е.) – розквіт давньогрецьких полісів, період найвищих культурних досягнень давніх греків.
- **Елліністичний** (II пол. IV – серед. I ст. до н. е.) – етап в історії Східного Середземномор'я, Передньої Азії та Причорномор'я від часів завоювань Александра Македонського (334–323 до н. е.) до підкорень цих країв Римом (30-ті рр. н. е.).

Хронологія дат і подій, що вплинули на ґенезу протоPR у часи Стародавньої Греції

Рік	Подія
2700–1400 до н. е.	Мінойська (крито-мінойська) цивілізація, перша згадка про глашатаїв
1700–1400 до н. е.	Період "нових" палаців, Міноса у Кноссі; розквіт Критської цивілізації
1600–1200 до н. е.	Мікенська цивілізація або Ахейська Греція

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

Рік	Подія
~ **1200 до н. е.**	Дорійське вторгнення
1240–1230 до н. е.	Троянська війна
776 до н. е.	Початок класичної античної історії. Перші Олімпійські ігри
735 до н. е.	Заснування першої грецької колонії на Сицилії
621 до н. е.	Законодавство Драконта в Афінах
594 до н. е.	Демократичні реформи Солона в Афінах
560–510 до н. е.	Тиранія Пісістрата та його синів в Афінах
537–522 до н. е.	Тиранія Полікрата на о. Самос
512 до н. е.	Завоювання Дарієм I Фракії
500–400 до н. е.	Полісний період, розвиток грецьких міст-держав
500–449 до н. е.	Греко-перські війни, що почалися повстанням греків у Мілеті
490 до н. е.	Битва греків із персами біля Марафону
480 до н. е.	Похід Ксеркса на Грецію. Битви біля Фермопіл, Саламіна
478–404 до н. е.	Перший Афінський морський союз
462–429 до н. е.	Правління Перикла. "Золотий вік" Афін
457-446 до н. е.	Мала Пелопоннеська війна (Афіни проти Спарти та Фів)
451 до н. е.	Закон Перикла про афінське громадянство
449 до н. е.	Каллієв мир. Закінчення греко-перських війн
447-432 до н. е.	Будівництво Парфенона в Афінах
431-404 до н. е	Пелопоннеська війна між Афінами та Спартою
431-421 до н. е.	Архідамова війна. Нікієв мир
411 до н. е.	Олігархічний переверт в Афінах, відміна демократичної конституції
404-403 до н. е.	Правління Тридцяти тиранів (Афіни). Падіння демократії
399-394 до н. е.	Війна Спарти з Персією в Малій Азії
398-392 до н. е.	Війна Сіракуз із Карфагеном. Перемоги Діонісія I
395-387 до н. е.	Коринфська війна
379 до н. е.	Демократичний переверт у Фівах
359-336 до н. е.	Правління Філіпа II. Перетворення Македонії на найсильнішу державу в Егейському басейні
357-355 до н. е.	Війна союзників проти Афін. Поразка Афін і розпад Другого Афінського морського союзу
355-346 до н. е.	Священна війна у Греції. Філократів мир. Включення Македонії до складу Дельфійської амфіктіонії
337 до н. е.	Загальногрецький конгрес у Коринфі. Установлення македонської гегемонії у Греції
334-324 до н. е.	Східні походи Александра Македонського. Проведення реформ і створення "світової" держави

Видавничо-редакційний центр "Кримський університет" Вересня 2014 р.

Рік	Подія
323-281 до н. е.	Війни діадохів (полководців-наступників А. Македонського). Утворення елліністичних держав
280 до н. е.	Утворення Ахейського союзу
280-277 до н. е.	Нашестя кельтів (галлів) на Балканську Грецію
264-146 до н.е.	Пунічні війни між Римом і Карфагеном за панування над Західним Середземномор'ям. Перемога Риму та знищення Карфагену
149-146 до н. е.	Рух демократичних сил проти римського панування у Греції
146 до н. е.	Завоювання Греції Римом
132-129 до н. е.	Повстання пергамських низів під керівництвом Арістоніка проти Риму
89-63 до н. е.	Війни Мітрідата VI з Римом. Розгром Понтійського царства

Періодизація історії Стародавнього Риму

Періодизація історії Стародавнього Риму грунтується на формах правління, які у свою чергу відображали соціально-політичну ситуацію: від царського правління на початку історії до імперії-доміната наприкінці.

1. **Царський період** (754–509 рр. до н. е.) – Римське царство.
2. **Республіканський період** (509–27 рр. до н. е.) – Римська республіка.

2.1. Рання Римська Республіка (509–265 рр. до н. е.).

2.2. Пізня Римська Республіка (264–27 рр. до н. е.).

3. **Імперський період** (30–27 р. до н. е. – 476 р. н. е.) – Римська імперія.

3.1. Рання Римська Імперія. Принципат (27–30 рр. до н. е. – 235 р. н. е.)

3.2. Криза III ст. (235–284 рр.)

3.3. Пізня Римська Імперія. Домінат (284–476 рр.)

Хронологія дат і подій, що вплинули на ґенезу протоPR у часи Стародавнього Риму

Дата / рік	Подія
754-753 до н. е.	Заснування стародавнього Риму (традиційна дата)
600-ті до н. е.	Поява латинської писемності
524 до н. е.	Поразка етрусків у морському бою із греками біля Кампанії

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

Дата / рік	Подія
509 до н. е.	Повалення римської монархії, вигнання царя; створення Римської республіки
494 до н. е.	Традиційна дата першого вигнання плебеїв на "Священну гору". Установлення народного трибунату
449 до н. е.	Повторне вигнання плебеїв на "Священну гору". Закони Валерія і Горація про права римського громадянства
444 до н. е.	Введення посади військових трибунів із консульською владою
443 до н. е.	Введення посади цензора (перший із плебеїв – 351 р. до н. е.)
356 до н. е	Перший диктатор із плебеїв
326 до н. е.	Закон трибуна Петелія про заборону обернення римських громадян у боргових рабів
287 до н. е.	Закон диктатора Гортензія про прирівнювання постанов плебейських зборів до законів (кінець боротьби плебеїв із патриціями)
280-275 до н. е.	Війна римлян із царем Пірром
218 до н. е.	Перехід армії Ганнібала через Альпи. Битва на річках Тицині та Требії
211 до н. е.	Армія Ганнібала під стінами Риму. Узяття римськими військами міст Капуя і Сіракузи
215-168 до н. е.	Війни Македонії з Римом
146 до н. е.	Римське завоювання Греції: зруйнування римлянами Карфагена й Коринфа
123-122 до н. е.	Трибунат і законодавча діяльність Гая Семпронія Гракха
103-100 до н. е.	Виступ римських демократів, очолений Апулеєм Сатурніном
100-44 до н. е.	Гай Юлій Цезар, римський військовий і державний діяч
89-84; 83-81; 74-63 до н. е.	Війни Риму з царем Понта Мітрідатом VI
82-79 до н. е.	Диктатура Луція Корнелія Сулли; уведено проскрипції
74-71 до н. е.	Повстання рабів під проводом Спартака
63-62 до н. е.	Змова Сергія Катиліни
60-53; 43-36 до н. е.	Перший, Другий тріумвірати
59 р. до н. е.	Указ Цезаря про оприлюднення перших римських протогазет "Acta senatus" і "Acta diurni populi romani"
49-45 до н. е.	Громадянська війна між Юлієм Цезарем та його супротивниками
48 до н. е.	Битва при Фарсалі. Загибель Гнея Помпея

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Дата / рік	Подія
44 до н. е.	Юлій Цезар убитий; кінець Римської республіки; початок Римської імперії
42 до н. е.	Битва при Філіпах. Поразка
41-40 до н. е.	Перузинська війна
30 до н. е.	Захоплення Октавіаном Александрії. Загибель Марка Антонія і Клеопатри
30 до н. е. – 14 н. е.	Одноосібне правління Октавіана Августа – першого римського імператора
27 до н. е.	Створення Римської імперії: початок Pax Romana
2 до н. е. – – 4 н. е.	Закони Фуфія Конінія та Елія Сентія про обмеження звільнень рабів
14–68	Династія Юліїв – Клавдіїв
14–37	Принципат Тиберія
37–41	Принципат Гая Цезаря (Калігули)
41–54	Принципат Клавдія
54–68	Принципат Нерона
69–96	Династія Флавіїв
79	Виверження Везувію. Загибель Геркуланума і Помпеї
80	Відкриття Колізею
96–192	Правління імператорів династії Антонінів
98–117	Принципат Траяна; Римська імперія в апогеї розвитку
126	Адріан (принципат – 117-138) завершує Пантеон у Римі
180–192	Правління імператора Коммода
193–197	Громадянські війни в Римській імперії. Боротьба конкурентів за імператорський престол
193–235	Правління імператорів династії Северів
211–217	Правління Аврелія Антоніна (Каракалли); 212 р. – едикт Каракалли про дарування прав римського громадянства більшій частині вільного населення провінцій
235–284	Політична криза Імперії. Епоха "солдатських" імператорів
284-305	Правління імператора Діоклетіана, із 293 р. – нова система управління Римською імперією – "тетрархія"
301	Монетна реформа. Едикт про ціни
325	Нікейський собор. Перетворення християнства на державну релігію Римської імперії
393	Заборона Олімпійських ігор, розгром язичницьких храмів

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія НМЦ ВО МОН України

Дата / рік	Подія
395	Остаточне розділення Імперії на Західну та Східну
455	Зруйнування Риму вандалами
476	Позбавлення влади Ромула Августула. Традиційна дата падіння Римської Імперії

Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції

S.P.O.R. (Senatus Populus Quiritium Romanus – "Сенат і народ – це Рим") – класична формула, яка висловлювала ідеологію, відповідно до якої інтереси держави ставились на багато вище інтересів окремої особистості.

Авгури – офіційні жерці, віщуни в Давньому Римі, члени почесної римської жрецької колегії, які виконували офіційні державні гадання, головним чином ауспіції – спостереження за траєкторіями польотів і поведінкою птахів та явищами природи з метою вгадування волі богів для передбачення результату того чи того заходу.

Автохтони – корінні жителі, на противагу населенню, яке переселилося до країни пізніше

Агони – спортивні змагання антиків, поділялись на три групи: гімнічні, де демонструвалася міць тіла, гіппічні – у спритності на кінних перегонах і мусичні – у мистецтвах: в епічно-поетичному, музичному, танцях.

Агора – назва міської площі у давніх греків, що була не тільки торговельним майданом, але й центром громадського життя, місцем проведення народних зборів. Елліни були навчені у будь-якій тривожній ситуації сходитися на головну площу, не чекаючи особливого запрошення. Цим греки відрізнялися від фінікійців, які віддавали перевагу зборам біля міської брами, або ж давніх германців, які проводили народні зібрання на галявинах. Агора зберігала й певні сакральні функції.

Агораном – посадова особа в античних містах Давньої Греції, що відповідала за порядок на міському майдані, стан торговельних приміщень, якість продуктів і товарів, улагоджувала суперечки між торговцями й покупцями тощо.

Акрополь (верхнє місто) – украплена частина давньогрецького міста, розміщена на височині.

Альбум – укрита білою фарбою стіна в античному місті, призначена для публічних оголошень.

Античний світ – група рабовласницьких держав (тобто таких, значну частину продуктивних сил яких становили раби); перш за все міста-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт кафедри ДІМКу

держави, які були створені грецькими племенами, та Рим, союз рабовласницьких держав Італії, що склалися у I тис. до н. е. на узбережжі Середземномор'я.

Античність – період історії від 800 р. до н. е. до 600 р. н. е. у регіоні Середземного моря.

Ареопаг – вищий судовий та урядовий контролюючий орган Стародавніх Афін: контролював дії службових осіб і всіх державних органів, застосовуючи право вето, здійснював нагляд за додержанням законів, культів і звичаїв, а також за вихованням; розглядав кримінальні справи, у разі загрози державній безпеці ставав надзвичайним органом із усією повнотою влади.

Аристократія – спадкове шляхетство, вищий стан, привілейована соціальна група, верства або прошарок традиційного суспільства з особливим статусом, який має виняткові права, переваги та можливості порівняно з іншими соціальними групами, верствами, прошарками.

Архонти – найповажніші урядовці із широкими повноваженнями у Давніх Афінах.

Астином – посадова особа в античних містах, що наглядала за будівлями, стежила за порядком і чистотою вулиць, доріг. У Римі подібну функцію виконували едили.

Вакханалії – містичні свята на честь бога Вакха (Діоніса), що прийшли зі Сходу через Грецію і поширилися до II ст. до н. е. по всій Італії та в Римі. Спочатку у них брали участь тільки жінки, згодом і чоловіки. Із плином часу перетворилися на розпусні оргії, які супроводжувалися ґвалтуванням і вбивствами. 186 р. до н. е. сенат видав декрет, який забороняв під загрозою смертної кари брати участь у таємних оргіастичних культах.

Гедонізм – філософський напрям етики, який уважає радість від фізичного задоволення найвищим благом і умовою. Поняття гедонізму (у визначенні Епікура) використовується для опису матеріально орієнтованого, корисливого погляду на життя.

Геліея – суд присяжних у Стародавніх Афінах, до якого входило 6000 громадян, які досягли віку 30 років.

Геронт (старець) – у Стародавній Греції – найстарші, родовиті люди, які були радниками державців щодо управління країною. У Спарті – члени герузії (ради старійшин), яких обирали з найповажніших старих.

Гладіатор – боєць-професіонал, який бився з подібними на забаву публіці в одиночних або групових боях на арені цирку у Стародавньому Римі. Зародившись як масове чоловіче жертвоприношення на тризнах вождів, бої гладіаторів розвилися у своєрідний видовищний спорт, набувши величезної популярності серед усіх верств давньоримського суспільства.

Глашатай – людина, яка оголошувала що-небудь всенародно, здебільшого державні накази та розпорядження; професіонал усного інформування й рекламування. Перший професійний комунікатор і поширювач інформації.

Графіті – одна з технік настінного малярства або всі види випадкових написів і малюнків на стінах будинків: зустрічаються в багатьох культурах різних епох та континентів. Історичні графіті по суті є лінгвістичними й геометричними образами, де лінії означають послідовність букв і слів, які утворюють смисловий зміст. Одна з найвідоміших колекцій античних графіті знайдена під час розкопок Помпеї.

Греко-перські війни – (500–449 рр. до н. е., із перервами) – війни між Персією та давньогрецькими містами-державами, що відстоювали свою незалежність. Приводом до війн була допомога військовими кораблями, надана Афінами повсталим проти перського панування над грецькими полісами у Малій Азії. Перемога греків у цих війнах пояснювалася більш високим, ніж у персів, рівнем соціально-економічного розвитку та перевагою вільного ополчення греків над Перською армією, що складалася в основному з воїнів, завербованих у підлеглих персам племенах, а головне тим, що для греків ця війна мала визвольний характер. Після греко-перських воєн настав період розквіту грецького рабовласницького суспільства та посилення Афін, які створили в ході війн Афінський морський союз під своєю гегемонію.

Громадська думка або суспільна думка, опі́нія – сукупна свідомість окремих індивідів, об'єднаних у суспільні групи, що пов'язані спільністю інтересів, у якій фіксується ставлення до подій або явищ громадського життя. У повсякденному житті громадською вважають думку колективу (спільноти) про події та факти внутрішнього й зовнішнього життя, поведінку окремих членів колективу.

Демагог – у Стародавній Греції демократичний політичний діяч, або особа, яка намагається здобути популярність, удаючись до обіцянок, лестощів, навмисних перекручень інформації, багатослів'я; також популіст, "народний" політик. Спочатку слово не мало негативного відтінку і позначало те, що Арістотель передавав через вираз "захисник, представник інтересів народу".

Демагогія – маніпуляція інформацією, набір ораторських і полемічних прийомів, засобів, що дозволяють увести аудиторію в оману і схилити її на свій бік. Найчастіше застосовується для досягнення політичних цілей та у пропаганді.

Демократія – політичний режим, за якого єдиним легітимним джерелом влади в державі визнається її народ, політичний устрій, в основі якого лежить метод колективного прийняття рішення; іноді – набір ідей і принципів, що стосуються свободи; виникла у Стародавній Греції. Греки були також першими дослідниками її феномена як форми "народного правління".

Демонстрація – масовий марш як публічне вираження соціально-політичного настрою; організована форма політичних дій, оскільки в нього є організатори, цілі й завдання.

Демос – у широкому сенсі слова – вільне населення давньогрецьких міст-держав, яке володіло громадянськими правами, на відміну від

Видавничий центр "Київський університет"

рабів, метеків, періеків та інших категорій залежного й неповноправного населення. У вузькому сенсі – народ як носій державної влади.

Деспотизм, або **деспотія** – форма держави, за якої вся повнота влади, не обмеженої законом, належить одному володарю – монарху, тирану або необмеженому диктатору – і який самодержавно розпоряджається владою в державі. Деспотія характеризується повним свавіллям влади, безправ'ям підданих.

Дифамація – поширення про особу невірогідної інформації, яка принижує її честь і гідність, завдає шкоди діловій репутації. Дифамація є синонімом до терміна "приниження честі, гідності та ділової репутації".

Діалектика ("мистецтво сперечатися") – метод філософії, що полягає у вмінні знаходження істини через раціональну дискусію між співрозмовниками з різними позиціями; походить зі Стародавньої Греції завдяки популярності діалогів між Платоном і Сократом,точніше – діалог між людьми, які намагаються переконати один одного, та який дав назву діалектичному методу у філософії.

Дорійське вторгнення – умовна загальна назва міграцій грецьких племен (~ XII ст. до н. е.), які поклали край або зійшлися в часі із загибеллю мікенської цивілізації; пов'язують із активним рухом народів, що охопив усе Середземномор'я; є гіпотеза, що переселення дорійців було як "навала", або "завоювання"; уважають, дорійці перейняли в ахейців культуру рільництва й судноплавства, основи архітектури, техніку обробки металів, гончарне коло, колесо.

Егейська культура – загальна назва цивілізації бронзового віку в 3000–1000 рр. до н. е. на островах Егейського моря, Криті, материковій Греції та Малій Азії. Термін *крито-мікенська цивілізація (культура)* не достатньо точний, оскільки хронологічно й територіально охоплює лише частину цієї культури. Найвідоміші її археологічні культури – *мінойська*, або *критська*, та *мікенська; основні віхи:* початок металообробки, зародження ремесел, мореплавства, доволі високий рівень аграрних відносин (ранньомінойський період); виникнення державних утворень; будівництво монументальних палацових комплексів, виникнення ранніх форм писемності (середньомінойський період); розвиток мореплавання, створення морської держави царя Міноса; установлення торгових і дипломатичних контактів із цивілізаціями Давнього Сходу, розвиток монументального будівництва (пізньомінойський період). Мікенці були завойовниками, успадкували досягнення попередників, проте нічого особливо оригінального в культурному плані не створили.

Едикт – постанови римських магістрів, які містили основні правові норми в галузі судочинства – це письмове або усне розпорядження (владна заява) магістрату при вступі на посаду в Римській республіці. Едикт містив програму діяльності магістрату і мав обов'язкову силу впродовж терміна його повноважень. Едикти видавали і едили, але особливе значення мали едикти преторів. Посади магістратів були виборними, тому едикт по суті відігравав роль своєрідної *пе-*

Видавничий центр "Київський університет"

редвиборної програми. Ті едикти, які отримали підтримку римського суспільства та підтверджувалися в ході перевірки на практиці, переходили в едикти наступників цього магістрату.

Едил – римський магістр, який відав порядком у місті, постачанням і організовував громадські ігри або посадовець у Стародавньому Римі, що опікувався влаштуванням громадських заходів, наглядом за будівництвом і обладнанням храмів. Інститут едилів з'явився в 494 р. до н. е., спочатку – як нижчий римський магістрат із плебеїв. Плебейські едили виконували роль помічників народних трибунів. Згодом едили поділялися на плебейські й патриціанські, або курульні, а в пізній період заняття цієї посади вже практично не регламентувалося походженням.

Еквірії – військово-релігійні свята у Стародавньому Римі, що відбувалися на Марсовому полі у Римі 27 лютого та 14 березня. Установлення цих дат на початку весни пояснюється архаїчним способом ведення воєн у ті часи. Військові походи відбувалися, як правило, у теплі пори року.

Екклесія – народні збори в античній Греції, верховний державний орган, якому належала вся законодавча й виконавча влада. На еклесії обиралися посадові особи, розглядалися судові справи. Еклесія контролювала виконавчу діяльність посадових осіб.

Еліта – найвидатніші представники певної частки суспільства, соціальної групи; невелика група людей, що контролює непропорційно більшість багатства, привілеїв, політичної влади або знань і навичок у суспільстві.

Епіграф – цитата, влучний вислів, афоризм чи прислів'я, подані перед текстом літературного твору або перед його окремими розділами.

Епістолографія – листування приватного характеру, що в найкращих своїх зразках має історико-культурне значення.

Епітафії – тексти-величання політичних діячів, висічені на обелісках, кам'яних стелах чи тріумфальних арках, для яких характерна урочиста стилістика й пафос.

Етатизм – переконання, відповідно до якого державні інтереси ставляться вище за окремого громадянина. Таке явище було характерним для Давнього Риму.

Етруски – давні племена, що населяли в I тис. до н. е. північний захід Апеннінського півострова, область, що називалася Етрурія (сучасна Тоскана), які створили розвинену цивілізацію, що передувала римській і яка справила на неї потужний вплив (інженерне мистецтво: зведення аркових склепінь; інсигнації (знаки влади), особливості політичної організації, структуру та озброєння армії, бої гладіаторів, перегони на колісницях, певні поховальні обряди тощо). Етруски раніше за римлян створили федерацію міст-держав. Етруське суспільство було найдавнішим класовим суспільством на Апеннінському півострові. Розмовляли етруською мовою. Точно не встановлено ні походження етрусків, ні їхнє мовне коріння. Оскільки це був морський народ, вони мали зв'язки з багатьма давніми цивілізаціями античності.

Видання підготовлено Навчально-методичним центром "Київський університет культури"

Закони Драконта – перше кодифіковане карне законодавство, що було винятково жорстоким. На смерть каралися святотатство, убивство, підпал, крадіжка, злочини щодо честі та гідності, у т. ч. перелюб та інцест. Драконтові закони виявили безсумнівний прогрес у розвитку афінського суспільства. Зокрема, убивства були чітко розділені на навмисні, ненавмисні та вчинені у стані оборони, для самозахисту або повернення вкраденого майна, останні категорії виправдовувались. Важливе значення мали й норми Драконтових законів, присвячені організації судового процесу по кримінальних справах. Драконтові закони діяли до реформ Солона (594 до н. е.), однак ті, що стосувалися ненавмисних убивств і самозахисту, залишились у силі. Вираз "драконівські заходи" стало крилатим позначенням винятково жорстких способів боротьби.

Іди – у римському календарі назва дня посередині місяця (повні). У березні, травні, липні й жовтні вони припадали на 15-й, а в інші місяці – на 13-й день; поряд із календами, нонами й терміналіями були святковими днями у кожному місяці.

Інформаційна війна – використання та управління інформацією з метою набуття конкурентоздатної переваги над противником.

Іонійці – одне з чотирьох головних давньогрецьких племен, нарівні з дорійцями, найбільше вплинули на формування феномена грецької культури.

Істмійські ігри – загально грецькі змагання, що влаштовувалися на Коринфському перешийку – Істмі навесні кожного другого й четвертого року олімпіади, проводилися із 582 р., тривали кілька днів; за значенням посідали третє місце після Олімпійських і Піфійських. За легендою, їхнім засновником був Посейдон, згідно з іншою версією, – Тесей. Ігри починалися оголошенням священного перемир'я і складалися з гімнастичних змагань та кінних перегонів; програма доповнювалася виступами флейтистів і кіфаредів. Переможців нагороджували сосновим вінком і пальмовою гілкою. Із 228 р. до н. е. в цих іграх стали брати участь і римляни; траплялося, що під час Істмійських торжеств оголошувалися важливі рішення римських державців. Ігри завжди улаштовували пишно і велелюдно

Історіографія – наукова дисципліна, як виникнення і розвиток історичної думки, процес нагромадження історичних знань, досліджує боротьбу в них різних течій, напрямів, концепцій.

Кадуцей (у давніх антиків) – жезл оповісників волі богів, атрибут Гермеса (Меркурія), символ миролюбства. Мав форму палиці, обвитої двома зміями, або оздобленої крилами, виготовлявся з оливкового або лаврового дерева та вважався символом недоторканності й успішної торгівлі, що було справою мудрою і водночас потребуючою пильної охорони; згодом використовувався як жезл промовців, вісників і парламентарів; гарантував його власнику недоторканність, використовувався як атрибут, що демонстрував статус найбільш привілейованих глашатаїв.

Капітолій – один із семи пагорбів, на яких звели і розташували Стародавній Рим; там відбувалися народні збори, іноді – засідання сенату в Капітолійському храмі.

Класична античність – широке поняття на позначення тривалого періоду культурної історії держав Середземномор'я, починаючи з 776 р. до н. е. (перша Олімпіада), що приблизно збігається із традиційною датою заснування Риму 753 р. до н. е. і є початком його історії.

Комедія – жанр драми, де дійство і характери трактовані у формі смішного, веселого. У Стародавній Греції "комосом" називали ряджену ватагу на сільському святі на честь Донісія.

Коміції – народні збори у Стародавньому Римі. На відміну від *консиліумів*, де збиралася лише одна верства населення, були зборами всього римського народу; від *зібрань* відрізнялися тим, що були законодавчим органом; їх скликали магістрати для того, щоб знати ставлення народу до якогось питання та варіантів його вирішення. До повноважень коміцій не входило винесення на голосування свого варіанта. Також вони не могли робити поправки або обговорювати переваги чи недоліки пропозицій. Коміції могли тільки їх ухвалювати чи відхиляти.

Логографи – письменники-прозаїки, згодом укладачі промов для виступу протилежних сторін у суді Давньої Греції. Готували промови на замовлення.

Маратонська битва – битва 12 вересня 490 р. до н. е. під час греко-перських воєн поблизу міста Марафон, у якій військо афінян розбило перську армію.

Медитриналії – свято у Стародавньому Римі, що відзначалося 11 жовтня. На святкуванні відбувався ритуал пиття молодого вина, змішаного з вином попереднього року. Уважалося, що ця суміш мала лікувальну дію. Назва свята походила від богині Медітріни – дочки бога медицини Ескулапа.

Метеки (переселенці) – іноземці (чужоземці), які переселилися в Аттику і не мали громадянських прав.

Мікенська цивілізація, або **Ахейська Греція** – культурний період в історії доісторичної Греції (1600–1200 рр. до н. е.), бронзової доби, частина крито-мікенської культури. Отримала свою назву за містом Мікени на півострові Пелопоннес. Важливими полісами цього періоду були Афіни, Фіви та Пілос. На противагу мінойцям, культура яких досягає розквіту завдяки мирному існуванню, мудрій дипломатії та жвавій торгівлі, мікенці були завойовниками. Зникнення мікенської культури пов'язують із дорійським уторгненням близько 1200 р. до н. е.

Мінойська чи критська або крито-мінойська, цивілізація – найдавніший період егейської цивілізації бронзового віку о-ва Крит (2700–1400 рр. до н. е.). Основними осередками культури й цивілізації були так звані палаци – складні економіко-політичні комплекси, що не мали укріплень – очевидно їхні мешканці почувалися в цілковитій безпеці. Культура названа на честь міфічного царя Криту Міноса – власника лабіринту. Мінойці вели активну морську торгівлю, займались піратством, підтримували дружні стосунки з Давнім Єгиптом.

Містерія – таємний релігійний обряд на честь якогось божества.

Міф – символічне відображення та наївне бачення світу в образах богів і напівбогів, оцінка певних ситуацій, що були в історії народів на початку їхньої історії.

Міфологія – сукупність міфів, переказів, оповідань, де в персоніфікованій, наочно-образній, несвідомо-художній формах подавалися явища природи й суспільного життя.

Монотеїзм – віровчення про існування єдиного Бога, Творця всього сущого, видимого та невидимого, твориннями якого є всі інші істоти, як духовні, так і фізичні.

Немейські ігри – проводилися як і Олімпійські на честь бога Зевса, уперше в Немеї 573 р. до н. е. кожні два роки; у програмі були різні види спорту, найпопулярніші серед них – біг, боротьба, пентатлон. Переможці нагороджувалися вінками із плюща або селери. Організатори Немейських ігор неодноразово намагались укласти мир в Елладі під час їхнього проведення, однак це не завжди вдавалось – мир порушувався спартанцями.

Олігархія – політичний устрій, за якого влада зосереджена в руках нечисленної групи громадян.

Оракул – у стародавніх греків, римлян, єгиптян та інших народів – жрець, який пророкував майбутнє від імені божества. Також оракулом називалося священне місце, де відбувалося пророкування і здійснювались пророцтва. Нині оракул – той, хто передбачає майбутнє, людина, слова якої визнаються незаперечною істиною. Застарілим значенням також є книга для ворожіння.

Ораторське мистецтво – це мистецтво публічного виступу з метою переконання, гармонійне поєднання риторики, прийомів акторської майстерності та психологічних технік. Мета – виклад оратором його позиції перед опонентом або аудиторією, захист власної точки зору.

Остракізм – народне голосування за тимчасове вигнання небезпечних для демократії громадян.

Панеллінізм – концепція, що заснована на ідейному переконанні національної згуртованості та етнічної й історичної виключності еллінів, їхнього високого рівня духовної культури. Ідеями панеллінізму послуговувався Александр Македонський.

Парад – урочистий огляд військ, техніки, організоване, спільне проходження людей з нагоди свят чи пам'ятних дат із дотриманням установленого церемоніалу під супровід маршів із їхньою підкресленою імперативністю, чітким ритмом і розміреністю темпу. Паради проводились в арміях Давнього Єгипту, Персії, Риму.

Патриції – найдавніша римська знать, яка становила родові общини. В епоху пізньої Імперії уроджених патриціїв майже не залишилося, титулом патриція нагороджував виключно імператор, він був одним із найвищих звань у державі.

"Піррова перемога" (сумнівна перемога) – метафора, сталий вираз; означає перемогу, що дістається дуже великою ціною, або перемога, рівносильна поразці.

Піфійські ігри проводилися в Дельфах на честь бога Аполлона, який убив грізного змія Піфона. Про їх особливий зв'язок із культом Аполлона свідчить і те, що перше до програми входили тільки змагання музик, співаків, танцюристів, заступником яких уважався Аполлон. Нагородою переможцям були яблука, згодом – вінки із гілок лаврового дерева.

Плебеї – незнатне, вільне населення Стародавнього Риму, яке не входило в родові общини та не мало права на землю, а також політичних прав: їх не обирали на громадські посади, вони не могли входити до складу давніх родів і вважатися "римським народом", не отримували частки землі під час поділу захоплених територій, не могли брати шлюб з патриціями, не мали освіти; займалися ремеслами і торгівлею, деякі були дуже заможними, проте як і бідні, були однаково безправні, тому згодом добилися права обирати плебейських трибунів.

Плебейські ігри – релігійні ігри, що відбувалися у Стародавньому Римі в середині листопада. Ігри організовували плебейські едили.

Плебісцит – рішення плебейських народних зборів у Римі, яке ставало законом.

Поліс – місто-держава – особлива форма соціально-економічної та політичної організації суспільства в античній Греції; унікальність у тому, що це – перша в історії форма людського співжиття, що визначається як громадська спільнота. За політичним устроєм були: аристократичні та демократичні (Афіни), за господарським – аграрні (Спарта), аграрно-ремісничі (Афіни) або торгово-ремісничі (Коринф).

Політеїзм – багатобожжя, віра в багатьох богів і богинь, властивий усім первісним релігіям; різновиди: анімізм, фетишизм, тотемізм. Для архаїчних форм політеїзму також характерний культ предків.

Політія – форма державного устрою, поміркована демократія.

Понтифіки – члени найвищої жрецької колегії у Давньому Римі, які займалися загальнодержавними релігійними обрядами, складанням календаря, списку консулів тощо.

Принципат – політична система Ранньої Римської імперії, форма монархії, за якої формально зберігаються республіканські установи.

Провінція – спочатку посада, обов'язок, завдання, керівництво залежною від Риму територією, згодом – підлегла Риму територія

Психологічна війна – сукупність різних форм, методів і засобів впливу на людину з метою зміни в бажаному напрямі її психологічних характеристик (поглядів, думок, ціннісних орієнтацій, настроїв, установок, мотивів, стереотипів поведінки), а також групових норм, масових настроїв, суспільної свідомості в цілому.

Публічний діалог – гостра дискусія, під час якої опоненти намагаються дати відповіді на майстерно поставленні питання.

Пунічні війни – три війни (Перша: 264–241 рр. до н. е., Друга: 218–201 рр. до н. е., Третя: 149–146 рр. до н. е.) між Римом і Карфагеном за панування над Західним Середземномор'ям. Закінчилися повною

перемогою Риму і знищенням Карфагенської держави. Тривали 118 років.

Рада п'ятисот, або **Пентакосіон** – вищий орган виконавчої влади та державного контролю у Стародавніх Афінах, створений 509 р. до н. е. Клісфеном замість солонівської Ради чотирьохсот.

Реформи Солона (594 р. до н. е.) – політичні й економічні реформи, які анулювали жорстокі Закони Драконта, проголосили політичну рівність усіх громадян; розширили права народних зборів, що відтоді стали головним законодавчим і контролюючим органом Афін, значною мірою сприяли демократизації суспільного та політичного ладу, за що Солона вважають основоположником афінської демократії.

Римська міфологія – сукупність уявлень стародавніх римлян, в якій у формі оповідей про діяння богів, духів і героїв відбито їхні пояснення влаштування світу.

Римська протогазета – видання, що продовжувало традиції альбуму; тексти, написані фарбою на білій поверхні.

Римські ігри, або **Великі ігри** – найстаріші свята римської культури. Святкувалися із 366 до н. е. щорічно з 4 по 19 вересня на честь Юпітера.

Ритор – оратор і вчитель красномовства у Давній Греції та Римі.

Риторика – мистецтво про способи переконання та впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей, вивчає методику творення тексту, визначає його структуру, найпридатнішу для зрозумілого й аргументованого викладення думки.

Ростральна колона – осібно розташована колона, прикрашена носами кораблів (рострами) або їхніми скульптурними зображеннями. Традиція використовувати як елемент парадних споруд рострі ворожих кораблів існувала у Стародавньому Римі.

Сатурналії – свята на честь Сатурна, установлені в Римі наприкінці V ст. до н. е.; були святом згоди та рівності: припинялися всі роботи, зникала нерівність станів, будь-яка ворожнеча, відкладалися суди та виконання вироків, не обмірковувалися воєнні плани; Сатурну приносили жертви, веселі процесії йшли вулицями міста на бенкети й забави.

Секулярні ігри – свято давніх римлян на честь Плутона та Прозерпіни, засноване, за переказами, 249 р. до н. е., що проходило раз на 100 років; мало двоїстий характер: сумний, оскільки символізувало завершення століття, і веселий, бо початок нового століття викликало радість оновлення життя.

Сенат – один із найвищих державних органів у Стародавньому Римі, виник із ради старійшин патриціанських родів у кінці царської епохи (близько VI ст. до н. е.). У період республіки в ході станової боротьби плебеїв із патриціями (V–III ст. до н. е.) влада сенату була дещо обмежена на користь комісій; у період Імперії був обмежений у владі імператором, хоча формально уважався одним із вищих державних органів.

Сикофант – професійний виказувач і шпигун у Стародавній Греції.

Софісти – давньогрецькі мудреці V–IV ст. до н. е., які були експертами, зокрема щодо ораторського мистецтва.

Спарта або **Лакедемон** – антична держава у Греції, організація політичної влади – так званий "лікургів устрій", що трансформував військову демократію спартанців в олігархічну рабовласницьку республіку, яка зберегла риси родоплемінного ладу. Найзначніший внесок Спарта залишила у військовій справі, але значно вплинула на політичну та гуманітарні сфери.

Стародавній Рим – одна з цивілізацій Давнього світу, за час свого існування змінювалася від монархії до олігархічної республіки, а потім – до автократичної імперії; посприяв розвитку права, військової справи, мистецтва, архітектури, технологій та мови у західноєвропейській цивілізації.

Стилос, стило – інструмент для письма у вигляді загостреного циліндричного стержня з кістки чи металу; широко застосовувався для нанесення тексту на воскових табличках.

Терміналії – свято, присвячене божеству кордонів і меж Терміну, призначене для встановлення добросусідських відносин, завершувалося пишним бенкетом.

Тиранія – форма державної влади, установлена насильницьким шляхом і заснована на одноосібному правлінні.

Трибун – 1) командна посада в римській армії; 2) посадова особа у Стародавньому Римі із плебеїв для захисту їхніх прав.

Тріумф – у Стародавньому Римі – урочистий вступ у столицю полководця-головнокомандуючого та його армії (від Марсова поля на Капітолій) після переможного закінчення війни. Організовувався за рішенням сенату, був вищою нагородою для полководців. Одна із форм параду.

Тріумфальні колони – тип споруди, що склався у Стародавньому Римі. Встановленням колон відзначали пам'ятні події та військові тріумфи. У Римі збереглися колона імператора Траяна (113 р.) і колона Марка Аврелія (176–193 рр.).

Фермопільська битва – героїчна оборона греками, під орудою царя Спарти Леоніда у 480 р. до н. е. Фермопільського гірського проходу від перської армії царя Ксеркса, що вторглася у Грецію та зайняла Фесалію під час греко-перської війни. Битва згадувалась давньогрецькими істориками Геродотом, Діодором і Ктесієм; відома подвигом 300 спартанців.

Феціал – член колегії жерців у Стародавньому Римі, що відала "міжнародними" відносинами і виконувала відповідні обряди та ритуали

Форум – ринкова площа, місце народних зборів і судових засідань, центр суспільно-економічного життя італійських міст.

Ценз – загальний перепис, уведений для римських громадян з метою впорядкування збору податків і військової служби.

Цензор – посадова особа у Стародавньому Римі, яка проводила ценз, наглядала за мораллю, будівництвом і утриманням громадських будівель, здійснювала фінансовий контроль тощо.

Іменний покажчик персоналій

Аристагор – тиран давньогрецького міста Мілет у 512–497 рр. до н. е., аби вгамувати невдоволення грецьких підданих Дарія I, закликав і організував їх до повстання проти персів. Це стало початком греко-перських воєн.

Арістотель (384–322 рр. до н. е.) – славетний давньогрецький філософ, учений-енциклопедист, учень Платона, але його ідейний супротивник ("Платон мені друг, та істина дорожче"), 335 р. до н. е. заснував свою школу – Лікей. Був вихователем А. Македонського, засновником формальної логіки.

Арістофан (~ 450–385 рр. до н. е.) – старогрецький поет, уславився як представник старогрецької комедії, для якої характерна гостра політична сатира, гротеск. Єдиний комедіограф, чиї твори збереглися – 11 із 44, зокрема: "Ахарняни", "Вершники", "Хмари", "Оси", "Мир", "Птахи", "Жаби", "Лісістрата". Сюжети брав не з міфології, а створював, широко використовуючи казки, пісні, народні жарти, пародії.

Гай Светоній Транквілл (~ 70 – після 122 рр.) – давньоримський письменник, історик, учений-енциклопедист, особистий секретар імператора Адріана, його іміджетворець, відомий завдяки збірнику біографій "Життя дванадцяти цезарів"; збирав анекдоти із життя державців, описував їхню зовнішність, звички, подробиці особистого життя; писав лаконічно, але попри це, був дуже популярним і часто цитованим.

Ганнібал (247–183 рр. до н. е.) – карфагенський полководець, герой Другої Пунічної війни, політик, один із найвеличніших військових стратегів в історії.

Геродот (490/480–425 рр. до н. е.) – давньогрецький історик, основоположник історії як науки.

Гесіод (кін. VIII – поч. VII ст. до н. е.) – перший історично достовірний давньогрецький поет, засновник дидактичного епосу, рапсод. Автор "Теогонії" – систематизації різних міфів про походження богів та їхніх нащадків.

Гіппократ (~ 460 – між 377 і 356 рр. до н. е.) – славетний давньогрецький лікар, автор першого кодексу професійної етики під назвою "Обітниця Гіппократа".

Гомер (VIII ст. до н. е.) – легендарний давньогрецький поет, автор "Іліади", "Одісеї".

Демокріт (460–370 рр. до н. е.) – давньогрецький філософ-матеріаліст.

Демосфен (~ 384–322 рр. до н. е.) – відомий давньогрецький оратор, державний діяч, визнаний найвидатнішим представником грецької риторики та блискучим стилістом. Закликав греків до боротьби проти загарбницької політики македонського царя Філіпа II (промови Демосфена проти нього – "філіппіки"). Добився утворення антимакедонської коаліції грецьких полісів.

Видавничий центр "Київський університет"
Київ, вул. Володимирська, 64

Діоген із Синопи (~ 404–322 рр. до н. е.) – давньогрецький філософ-кінік, чий образ настільки обріс легендами, що відокремити правду від вигадки майже неможливо; мав безліч аскетичних і радикальних рис, був людиною без постійного помешкання, не мав власного майна й постійного місця проживання, тому ночував у храмах, у славетній бочці-піфосі.

Дракон, іноді **Драконт** (650–600 рр.) – архонт Афін VII ст. до н. е. Склав для Афінської республіки 621 до н. е. перші писані закони, які були такими жорсткими, що виник крилатий вислів "драконівські заходи", що означає надзвичайно суворі покарання.

Евріпід (~480/484–406 рр. до н. е.) – давньогрецький драматург-трагік; написав понад 90 драматичних творів, із них до нас дійшли 18 трагедій і одна сатирична драма "Циклоп". Нововведення – розробка жіночих ролей у трагедіях: "Алкеста", "Медея", "Електра", "Антигона", "Андромаха", "Іфігенія в Авліді" "Троянки", "Вакханки", "Фінікіянки" тощо.

Езоп (VI ст. до н. е.) – давньогрецький поет-байкар, дидактик та моралість; в образах тварин висміював недалеких і темних людей, їхні недоліки й захланність. Точну кількість байок не встановлено, але вважають, що Езопу належить близько 400.

Епікур (341–270 рр. до н. е.) – давньогрецький філософ-матеріаліст, створив життєствердну етику, яка за своїм спрямуванням оптимістична й утилітарна; започаткував популярний філософський напрям – "епікуреїзм".

Есхіл (~ 525–456 рр. до н. е) – давньогрецький поет-драматург, засновник трагедії, перетворив її з обрядового дійства у драматичний жанр, створивши передумову для діалогічного конфлікту. Особливе місце серед образів Есхіла займає Прометей, наділений рисами борця, який свідомо взяв на себе страждання заради кращої долі людського роду.

Ісус Христос (2 р. до н. е. – 33 р. н. е.) – єврейський проповідник і релігійний лідер I ст., засновник і центральна постать християнства, однієї зі світових релігій.

Калігула Гай Юлій Цезар Германік (12–41 рр.) – римський імператор (37–41 рр.), Великий понтифік, консул, квестор, трибун, мав почесний титул Pater patriae; відомий в історії своїми неоднозначними пристрастями.

Крез (595–546 рр. до н. е.) – цар Лідії, правив у 560–546 рр. до н. е., у період найбільшої могутності держави. Володів золотими копальнями. Ім'я Креза ще у Стародавній Греції стало загальним для позначення дуже заможних людей.

Ксеркс – іранський шах і давньоєгипетський фараон, син Дарія I, правив у 485–465 рр. до н. е.; відомий нечесною перемогою біля Фермопілів війська спартанського царя Леоніда.

Леонід (~ 540–480 рр. до н. е.) – цар Спарти; славу і загибель здобув у битві при Фермопілах; відома фраза "Прийди і візьми".

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет"

Лісандр (? – 395 р. до н. е.) – спартанський полководець доби Пелопоннеської війни.

Македонський Александр II або **Александр Великий** (356-323 рр. до н. е.) – цар Македонії, геніальний полководець, видатний адміністратор і політик, творець світової держави (336–323 рр. до н. е.); основоположник ідеї панеллінізму.

Менандр (342–292 рр. до н. е.) – давньогрецький комедіограф, афінський поет-драматург, найвидатніший представник нової античної комедії. "Відлюдник", або Мізантроп – найвідоміший твір, що зберігся цілком.

Нерон Клавдій Цезар Август Германік (37–68 рр.) –римський імператор (54–68 рр.), уславився своєю жорстокістю та брутальністю, за легендою, останніми його словами були: "Який великий артист гине".

Октавіан Август (63 р. до н. е. – 14 р. н. е.) – перший римський імператор, засновник принципату, зіграв основну роль у переході Римської держави від епохи громадянських воєн (I ст. до н. е.) до епохи "римського", світу (I–II ст.).

Перикл (495–429 рр. до н. е.) – афінський стратег, політик, державний діяч, оратор. Період правління Перикла визнають "золотим століттям Афін" – добою найвищого розквіту Греції.

Петроній Арбітр (I ст. н. е.) – давньоримський поет, прибічник Нерона.

Пірр Епірський (319/318–272 рр. до н. е.) – гегемон Епірського союзу, цар молоссів із 297 р. до н. е. і Македонії, один із найсильніших супротивників Риму; з його іменем пов'язана метафора "піррова перемога", тобто така, що отримана ціною невиправданих жертв.

Піфагор (576–496 рр. до н. е.) – давньогрецький філософ, математик, містик, творець релігійно-філософської школи

Плутарх (~ 46–120/127 рр.) – давньогрецький філософ, історик, філософ-моралість, автор славетних *"Порівняльних життєписів"* і низки філософських творів, написаних у вигляді традиції платонізму, один із найвідоміших античних письменників, був творцем жанру біографії.

Публій Овідій Назон (43 р. до н. е. – 17 р. н. е.) – останній із поетів "золотої доби" римської літератури, твори якого суттєво впливали на пізнішу європейську літературу; відомий як автор поем "Метаморфози" і "Наука кохання".

Ромул (VIII ст. до н. е.) – перший легендарний цар Риму (753–715 рр. до н. е.).

Ромул Август Флавій (460–476 рр.) – останній імператор Західної Римської імперії (475–476 рр.).

Сенека Анней Луцій (4 р. до н. е. – 65 р. н. е.) –давньоримський філософ-стоїк, поет, державний діяч і оратор.

Сократ (~ 470–399 рр. до н. е) – давньогрецький філософ, один із родоначальників діалектики як методу пошуку істини; доброчесністю вважав знання, мудрість.

Солон (~ 640–558 рр. до н. е.) – афінський політик, реформатор і законодавець, елегійний поет доби архаїки, один із "семи мудреців". Заклав основи Афінської демократії.

Софокл (~ 496–406 рр. до н. е.) – давньогрецький поет-драматург, за світоглядом – мораліст: прославляючи силу вільної людини, він водночас застерігав щодо порушення традиційних релігійних і суспільних норм життя.

Спартак (помер 71 р. до н. е.) – римський раб-гладіатор, керманич повстання рабів у Давньому Римі в період 74–71 рр. до н. е., що спричинило реальну загрозу державному устрою в центральній Італії. Його армія, що складалася із утікачів-гладіаторів і рабів, розбила в ряді битв кілька римських легіонів.

Тит Лівій (64/59 р. до н. е. – 12/17 р. н. е.) – римський історик, автор монументальної "Історії від заснування міста"; використовував живу мову, ігнорував перевірку достовірності джерел, віддаючи перевагу їхній стилістичній обробці. Незважаючи на це, він став засновником жанру альтернативної історії.

Траян Марк Ульпій (53–117 рр.) – римський імператор (96–117 рр.); один із найуспішніших державних керманичів, який дбав про добробут співвітчизників.

Фемістокл (525–460 рр. до н. е.) – афінський політик, стратег, один із лідерів демосу.

Фідій (~ 490–430 рр. до н. е.) – давньогрецький скульптор і архітектор, автор одного з чудес світу (статуя Зевса Олімпійського).

Цезар Гай Юлій (100–44 рр. до н. е.) – римський військовий і політичний діяч, диктатор. Ставши сенатором, брав участь у політичних інтригах, жертвою яких став сам.

Цицерон Марк Туллій (106–43 рр. до н. е.) – давньоримський політичний діяч, оратор, письменник; залишив велику літературну спадщину; твори отримали репутацію еталонних щодо стилю; листи стали основою європейської епістолярної культури; промови належать до найвизначніших взірців жанру; філософські трактати є унікальними викладами всієї давньогрецької філософії.

Контрольні запитання та завдання

1. З'ясуйте своєрідність технологій протоPR в античні часи. У чому їхня актуальність?
2. Проаналізуйте специфічні особливості й посутні відмінності політичних PR-комунікацій античної Греції й Давнього Риму.
3. Як відбувалася ділова комунікація в античні часи, які міжнародні та міжкультурні форми вони мали? Яку роль відігравала у формуванні протоPR полісна культура античних міст?
4. Поясніть особливості протоPR у культових ритуалах античних Греції та Риму.
5. Охарактеризуйте такі засоби й технології протоPR в античні часи, як інформаційно-психологічні війни, масові видовища, архітектура та скульптура, ораторське мистецтво.
6. Яким чином "працював" політичний іміджмейкінг у Стародавніх Греції та Римі? Порівняйте найрозповсюдженіші практики.

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет"
Безплатне для студентів

7. Чим цікавий для історії PR-досвід Юлія Цезаря, Александра Македонського, Ганнібала?
8. Обґрунтуйте PR-характер публічних видовищ, ігор, ритуалів, проаналізуйте, як відрізнялась комунікаційна івент-практика Давньої Греції та Стародавнього Риму?
9. Поясніть, яким чином писемні пам'ятки античності, зокрема історіографія, служили PR-інструментами. Яким виявився їхній постPR?
10. Опишіть традиції соціальної допомоги в античному світі як PR-акції, які їх рудименти збереглися в сучасності?

Завдання для самостійної роботи

1. Використовуючи інтернет-ресурс, скласти доповідь-презентацію на тему "Культурні пам'ятки Античності як свідчення розвитку протоPR".
2. Підготувати реферативне повідомлення на одну з тем:
   - Історичні феномени соціальних комунікацій Античності.
   - Роль античної літератури у возвеличенні людини як технологія протоPR.
   - Мистецько-видовищні форми античного піару.
   - ПостPR видатних особистостей Античності.
   - Політичний імідж – засіб античного протоPR.
   - Антична історіографія – протоPR старожитностей.
   - Античні афоризми та фразеологізми – артефакти протоPR.

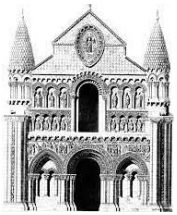
Список використаних джерел

1. Балух В. О. Історія античної цивілізації / В. О. Балух : у 3-х т. Т. 1: Стародавня Греція. – Чернівці : Наші книги, 2007. – 658 с.
2. Балух В. О. Історія античної цивілізації / В. О. Балух : у 3-х т. Т. 2: Стародавній Рим. – Чернівці : Наші книги, 2008. – 848 с.
3. Біблія. Переклад нового світу. – Patterson, N. Y.: Watchtower Bible and Tract Society of New York. – 1739 p.
4. Біблія або Книги Святого Письма Старого й Нового Заповіту / ред. К. Елігер ; пер. проф. І. Огієнка. – К.: Українське Біблійне товариство, 2005. – 1376 с.
5. Гиленсон Б. А. Античная література : в 2-х кн. / Б. А. Гиленсон. – 2-е изд. – Москва : Флинта: Наука, 2002. – 490 с. – С. 382.
6. Жигульский К. Праздник и культура / К. Жигульский. – Москва : Наука, 1985. – 220 с.
7. Игнатенко А. В. Древний Рим: от военной демократии к военной диктатуре / А. В. Игнатенко. – Свердловск : Изд-во Уральского ун-та, 1988. – 158 с.
8. Калініченко М. М. Еволюція владних відносин від Стародавнього часу до епохи Відродження / М. М. Калініченко // Нова парадигма: журн. наук. праць. – Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2005. – Вип. 42. – С. 99–109.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

9. Кравцов Н. А. Симфония полиса. Государственная власть, право и искусство в Древней Греции / Н. А. Кравцов. – Москва : Вузовская книга, 2012. – 224 с.
10. Куле К. СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия / К. Куле / пер. с франц. С. В. Кулланды. – Москва : Новое литературное обозрение, 2004. – 256 с.
11. История Древнего Рима / В. И. Кузищин, И. Л. Маяк, И. А. Гвоздева и др. : учеб. для вузов по спец. "История" / под ред. В. И. Кузищина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Высш. шк., 2002. – 383 с.
12. Найчук А. В. Давньогрецький поліс в контексті соціально-політичних поглядів Платона та Арістотеля / А. Найчук // Зб. наук. пр. "Політологічні студії". – 2010. – Вип. 1. – С. 105–113.
13. Найчук А. В. Політичне в давньогрецькому полісі: теоретико-праксиологічний аналіз / А. В. Найчук // Політолог. вісн. – 2009. – Вип. 43. – С. 71–82.
14. Шульга С. А. Античний поліс та його характеристики / С. А. Шульга // Наук. вісн. Волинськ. нац. ун-ту. – 2010. – Вип. І. – С. 164–170.
15. Реклама в пам'яті культур. Книга 2: Рекламні феномени Античності / П. Ю. Саух, В. В. Чуприна, Н. М. Левицька та ін. – Черкаси : ФОП Гордієнко Є.І., 2017. – 474 с.
16. Рогожа М. М. Домодерні моделі громадянського життя: античний поліс як простір громадянської моралі / М. М. Рогожа // Вісн. Київ. ун-ту. Серія "Філософія. Політологія". – 2009. – № 91–93. – С. 35–39.
17. Суриков И. Е. Антична Греция: политики в контексте эпохи. Година междоусобиц / И. Е. Суриков. – Москва : Русский фонд содействия образованию и науке, 2011. – 328 с.
18. Суриков И. Е. Очерки об историописании в классической Греции / И. Е. Суриков. – Москва : Языки славянских культур, 2011. – 393 с.
19. Утченко С. Л. Древний Рим. События. Люди. Идеи / С. Л. Утченко. – Москва : Изд-во "Наука", 1969. – 324 с.
20. Фролов Э. Д. Рождение греческого полиса / Э. Д. Фролов. – СПб. : Издат. дом С.-Петербургск. ун-та 2004. – 266 с.
21. Ханиотис А. Война в эллинистическом мире: Социальная и культурная история / А. Ханиотис / пер. с англ. А. В. Махлаюка ; науч. ред. О. Л. Габелко. – СПб.: Нестор-История, 2013. – 432 с.
22. McGlew J. F. Tyranny and Political Culture in Ancient Greece / J. F. McGlew. – Ithaca : Cornell University Press, 1996. – 229 p.

Видавничий центр "Київський університет" Версія для друку



РОЗДІЛ 3

ПротоPR у середні віки: V–XV ст.

Історико-суспільні умови та рушії розвитку протоPR у часи Середньовіччя. ***Чинники формування протоPR*** Середньовіччя: суспільна трансформація; становлення і розвиток феодального господарства; державотворчі процеси; формування державних органів влади (парламентів); релігія та церква; урбанізація, культура і побут середньовічного міста; зміна картини світу і способу життя людей; комерційна революція; розвиток виробничих сил і трудових відносин; зародження професійної самоорганізації, ремісничі цехи; торгівля та комерція; поява купецтва й купецьких гільдій; формування інституту професійних комунікаторів: глашатаї; зародження масових народних рухів: повстання ремісників і селянські війни, протести, заколоти; заснування університетської освіти, поширення вченості; становлення наукових знань, чинники їхнього поширення; розвиток технологій і поява інновацій у засобах виробництва; естетичні рушії та гуманістичні важелі Відродження.

Зміна уявлень щодо комунікації, ролі й цінності інформації, її перебігу, обсягів, обміну протягом Середньовіччя.

Перший період – ***Раннє Середньовіччя*** (кін. V – перша половина XI ст.). Основні чинники впливу на розвиток протоPR: зміна суспільного ладу (перехід від рабовласництва до феодалізму); утворення держав Центральної та Східної Європи, що викликало потребу масового інформування.

Другий період – ***Високе Середньовіччя*** (II половина XI – XIII ст.): швидке зростання кількості населення Європи та динамічний розвиток інформування. Держава, політика, економіка, культура й освіта повністю підпорядковані церкви та її інституціям. Поява нової сфери наукових знань – теології. Основні чинники розвитку протоPR у XI–XIII ст.: активне державотворення; урбанізація; процеси в конфесійній сфері: утворення основних конфесій християнської церкви – Римсько-католицької та православної, хрестові походи, розквіт чернецтва; християнська церква – головна ідеологічна сила європейського феодалізму; формування перших державних органів влади (парламентів) і законодавства; розвиток виробничих сил і трудових відносин, поява ремісничих цехів; масові заворушення й організовані повстання народних мас; динамічний розвиток технологій та інновацій у засобах виробництва; становлення торгівлі й комер-

Видавничий центр "Київський університет"

ції, поява морських республік; формування інституту професійних комунікаторів: глашатаї та герольди; перші збірки текстів масового інформування.

Третій період – ***Пізнє Середньовіччя*** (XIV–XV ст.) – час зміцнення феодальної монархії й послаблення впливу церкви, народних повстань, появи наукових знань, зародження гуманізму, епоха Відродження. Спалахи голоду та чуми, їхні нищівні наслідки для населення Європи як гальмівний чинник протоPR. Основні PR-утворювальні чинники періоду: зміцнення феодальної монархії, зародження масових народних рухів: повстань ремісників і селянських війн; початок університетської освіти, поширення вченості; становлення наукових знань; зародження гуманізму, відродження естетичних ідеалів Античності в культурі, мистецтві, винахід друкарства, книгодрукування, поява інформаційних бюро.

Політична комунікація в ранньосередньовічному суспільстві: особливості династичних переділів за сфери впливу на соціум. Політика франкського короля ***Карла Великого*** як свідчення мудрої стратегії соціальних комунікацій за часів феодалізму.

Еволюція політичної комунікації епохи *розвиненого феодалізму*. Нові форми протоPR в історико-суспільних умовах ***Ренесансу:*** зародження капіталістичних відносин, розквіт феодальної аристократії, відродження ідеалів гуманізму, панування Католицької церкви. Технології й методи створення ореолу сакральності як домінанти іміджу королів та імператорів, їхні комунікативні цілі. Феномен популярності ***Ричарда I Левове Серце***: історичні реалії та мистецтво іміджетворення.

Псевдоісторики Середньовіччя, трубадури (прованські поети-співці XI–XIII ст.) та мінезингери (німецькі поети-співці XII ст.) – новатори методики протоPR у створенні ідеалізованих образів королів, аристократів, лицарів – взірців для наслідування та об'єктів щирого захоплення. Ефект впливу на суспільну думку й формування масової свідомості через народні поеми, куртуазні романи, середньовічні саги, романси, пісні.

Зародження нових політтехнологій: поява ***Парламенту*** (1265 р., Англія, на постійній основі – із 1295 р.), ***Генеральних штатів*** (1302 р., Франція), перші виборчі кампанії на межі XШ–XIV ст., роль передвиборчих виступів кандидатів, їхній позитивний образ у суспільстві. Формування парламентів – важлива частина тогочасних ***відносин влади й населення як предтечі зв'язків із громадськістю***. Парламент – дорадчий орган як посередник між владою та народом. Перетворення парламенту на вищий державний орган, його історична роль у формуванні політичних і провладних PR.

Своєрідність уявлення щодо комунікації в середні віки: асиметричний двобічний характер на вертикальному та горизонтальному рівнях суспільно-політичного устрою. ***"Великий березневий ордонанс"*** – свідчення двосторонньої міжстанової комунікації та впливу "третього стану" на політичну ситуацію.

Міжнародні комунікації періоду розквіту духовно-лицарських орденів (XI–XIV ст.): ордени тамплієрів (Храму), іоаннітів (Госпіталю), тевтонців (св. Марії) та їхній досвід у створенні іміджу, що витримав випробування багатовіковою історією.

Епоха Відродження – новий поступ у розвитку політичної комунікації. Активізація нових форм комунікації на фоні складних історичних процесів Ренесансу, їхня дихотомія: зародження капіталістичних відносин – розквіт феодальної аристократії, відродження ідеалів Античності, гуманізму – засилля Католицької церкви й інквізиції. Нова епоха – новий світогляд. Головна відмінність культури Відродження від церковно-феодальної культури – світський характер. Основні ознаки гуманізму: антропоцентризм, індивідуалізм, принцип загального добробуту. *М. Пальмієрі, Дж. Манетті, Д. Аччайуолі, Л. Бруні* як апологети гуманізму. Критика гуманістами середньовічної схоластики. Опозиція до феодалізму, просування демократичних норм і цінностей. Крах людинолюбних ідей, трансформація гуманізму в католицький єзуїтизм.

Роль інформації, розуміння її якісних переваг: достовірності, правдивості, усебічності як ціннісних характеристик, використання різноманітних джерел інформування в діяльності ідеологів і політтехнологів масових комунікацій XV–XVI ст. Методи запобігання дискредитації аристократії у період ***Столітньої війни*** (1337–1453). ***PR-прийоми утвердження легітимності влади*** та її можновладних представників в особі королів і вищого духівництва: звернення до генеалогії роду, династичних тенденцій, дискредитація опонентів і попередників, використання публіцистичного жанру – памфлет (відкритий лист критичного змісту). Відомий памфлетист XV ст. ***Джон Фортеск'ю***. ***Жилль де Ре*** – іміджетворець дофіна, маршал Франції та один із найближчих сподвижників ***Жанни д'Арк***. Роль особи в історії, її постPR.

Мистецтво управління суспільною думкою в інтерпретації керманичів італійських ***міст-держав***. Інформаційна політика сімейства ***Борджіа***. PR-складники бізнес-стратегій і політичних інтриг династії ***Медичі***, PR-тактика політичних дій ***Сфорци***. ***Меценатство як PR-концепт.***

Соціальний та ідеологічний протоPR християнської церкви. Політична функція церкви – створення державної ідеології та узгодження її з основами християнства. Перетворення релігійних протистоянь на політичну боротьбу. Активне використання церквою усних форм комунікації: публічні диспути, скликання Вселенських соборів, проповіді. ***Святий Бенедикт*** – засновник першого в Європі чернечого ордену. Започаткування літописання на теренах Франції, хроніст ***Жан де Венетто***, чернець ордену кармелітів. ***Естетика християнського культу*** як ефективний засіб комунікації: монументальні храми, фресковий живопис, складні ритуали богослужіння, використання механізму "фандрейзингу". Вплив церкви на нижчі верстви суспільства та шляхту, тотальний контроль над усіма сферами суспільного життя: від моральних норм до процесу освіти та розвитку культури. ***Іміджеві PR-акції***, їхня мета переконати

Видання Українського центру "Київська політехніка"

людей у всемогутності церкви як соціального інституту: публічні спалення, ходи грішників, полювання на відьом.

Глашатаї як професійні комунікатори. Специфіка й суспільне призначення професії, функціональні обов'язки. Утворення професійних цехів глашатаїв (XII ст.).

Діяльність професійних комунікаторів високого суспільного та професійного статусу – ***герольдів***. Організація лицарських турнірів як масових публічних акцій, що об'єднували представників усіх верств населення ідеологічно та емоційно. Комунікаційне значення публічних заходів. Комунікаційна діяльність герольдів: особливості життя, васальна залежність, професійні вимоги, фахова відповідальність за сферу масового інформування, її сугестивний характер.

Регулювання усної комунікації. Спроби регламентування комунікаційної діяльності, жорсткої конкуренції в ній та агресії. Уведення державним управлінням заборон *(**"Реєстр ремесл і торгівлі"**)*. ***Лементи вулиць*** – оперативні повідомлення про товари та послуги мандрівних торговців, ремісників, штукарів, акробатів. Публікації XIII ст. збірників "Лементи Парижа", "Лементи Рима", "Лементи Лондона" як рекомендацій щодо ведення професійної рекламної діяльності. Використання гумору і театралізований супровід "лементів".

Середньовічна ***торгова комунікація***: чутки, повідомлення, перекази. Купці й торговці як основні комунікатори, їхні функції інформаційних посередників. Створення іміджу товарів, формування їхньої престижності, надання торговій символіці станової належності. Перші спроби брендингу. Роль середньовічних ярмарків як середовища товарообміну та засобу формування комунікації. Ярмарковий фольклор.

Зовнішня торгівля та її вплив на економічний розвиток європейського суспільства. Привілеї купців – членів гільдій.

Цехи, їхня роль у міському самоврядуванні та становленні професійних спілок. Найбільші та найефективніші цехи в країнах Західної Європи. ***Ремісничі цехи*** – активні учасники розвитку міського самоврядування. Середньовічний тімбілдінг у вигляді ***цехових свят***.

Особливості формування міжкультурних і міжнаціональних комунікацій в епоху Середньовіччя: суттєве розширення меж, налагодження взаємодій.

Уявлення щодо соціальних комунікацій у працях ***філософів Середньовіччя*** Хоми Аквинського, Еразма Ротердамського, Роджера Бекона.

Гуманізм Відродження як філософська позиція та суспільне явище, його роль у формуванні протоPR.

Видання підготовлено в рамках проекту "Київський університет імені Вернадського: Друге століття"

3.1. Огляд історико-суспільних умов розвитку протоPR у часи Середньовіччя

3.1.1. Загальна характеристика історичної доби та рушії протоPR

Середньовіччя в сучасній періодизації всесвітньої історії охоплює час від падіння Західної Римської імперії (V ст.) до епохи Великих географічних відкриттів (межа XV–XVI ст.), однак повне панування середньовічного типу культури в Європі пов'язують не з усім періодом, а з V–XIII ст. Після цього в Італії зародилася перехідна культурна епоха – Відродження, що охоплює кінець Середньовіччя і початок Нового часу.

Епоха Середньовіччя поділяється на ***три періоди***.

Перший період – раннє Середньовіччя (кінець V ст. – перша половина XI ст.) – період європейської історії, що розпочався після падіння Західної Римської імперії. Тривав близько п'яти століть (≈ 500–1000).

Основні PR-утворювальні рушії періоду: зміна суспільного ладу (занепад рабовласництва, формування та розвиток феодалізму), Велике переселення народів (поява вікінгів, виникнення королівств і утворення держав Центральної та Східної Європи). Це був період переходу від античності та варварства до феодальної епохи, якому характерний *економічний занепад*.

Відомостей стосовно розвитку соціальних комунікацій періоду Раннього Середньовіччя до нас практично не дійшло. Це пов'язують із тим, що устрій політичного та економічного життя, заснований на натуральному господарстві, не передбачав активного розвитку цього типу діяльності. Циркуляція інформації й комунікація відбувалися в межах локальних феодальних громад і базувалися переважно на міжособистісних відносинах.

Другий період – Високе Середньовіччя (II половина XI–XIII ст.) – період європейської історії, що тривав приблизно із 1050 по 1300 р. Епоха феодалізму успадкувала від Римської імперії християнську релігію. Християнська церква стала головною ідеологічною силою європейського феодалізму: увесь розвиток культури та освіти Середньовіччя відбувався під її патронатом.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Основною тенденцією цього періоду стало швидке збільшення населення Європи, що призвело до різких змін у соціальній, політичній, економічній й інших сферах суспільного життя.

Основні PR-утворювальні рушії періоду: активне державотворення; формування перших державних органів влади (парламентів) і законодавства; масові заворушення й організовані народні повстання; урбанізація; релігійні процеси (утворення основних конфесій християнської церкви – Римсько-католицької та православної, хрестові походи, розквіт християнського чернецтва); розвиток виробничих сил і трудових відносин, поява ремісничих цехів; динамічний розвиток технологій та інновацій у засобах виробництва; становлення торгівлі й комерції, поява економічно незалежних морських республік; формування інститутів професійних комунікаторів: глашатаїв і герольдів; поява перших засобів масового інформування тощо.

Третій період – пізнє Середньовіччя (XIV–XV ст.) – часи зміцнення феодальної монархії та послаблення впливу церкви, народних повстань, появи наукових знань, зародження гуманізму, епоха Відродження.

Близько 1300 р. період росту та процвітання Європи закінчився цілою низкою лих: Великий голод 1315–1317 рр. (унаслідок несприятливих погодних умов, що знищили врожай), "Чорна смерть" (епідемія чуми, що знищила більшу частину населення).

Основні PR-утворювальні рушії періоду: зміцнення феодальної монархії; зародження масових народних рухів (повстань ремісників і селянських війн); початок університетської освіти, поширення вченості; становлення наукових знань; зародження гуманізму, відродження естетичних ідеалів античності в культурі, мистецтві; винахід друкарства, початок книгодрукування.

3.1.2. Чинники формування протоPR у Середньовіччі: системно-типологічна класифікація

Суспільна трансформація

Занепад рабовласництва на початку Середньовіччя сприяв формуванню та розвитку феодалізму. Ослаблена внутрішніми

Видавничий центр "Київський університет" Версія для друку

суперечностями рабовласницького ладу, Римська імперія перестала існувати 476 р., занепавши під тиском *варварських племен*. В історії Європи розпочався новий етап: на зміну рабовласницькому ладу прийшло феодальне суспільство, в якому державна та політична влада належали світським і духовним феодалам. Ідеологічною основою феодалізму стала *церква* та її інститути, що монополізували науку, мистецтво й освіту.

Картина світу і спосіб життя середньовічної людини

Для Середньовіччя характерне було ***особливе сприйняття*** і ***розуміння довкілля***. Ідеться про такі поняття, як час, простір, відносини людей та їхнє ставлення до природи, релігії тощо. В епоху Середньовіччя *неписьменні люди сприймали світ доволі своєрідно*. Вони покладалися на чутки, засвоювали знання з |розповідей старійшин роду, легенд і переказів. Іноді їм було важко відрізнити правду від домислів і казок. Про інші країни відомо було небагато. Зрідка хто бував за межами свого села чи міста. Розповіді купців і прочан про те, що вони бачили в далеких країнах, обростали вигадками та прикрашалися фантазією. Знання багатьох людей про світ не сягали далі рідних обширів, які було видно з найвищої споруди – дзвіниці місцевої церкви.

Швидкість пересування була невеликою. Приміром, шлях із Рима до Лондона займав майже сім тижнів. Знати точний час для них не було необхідності, а хвилину як частину години взагалі ніхто не брав до уваги. До XIII–XIV ст. за ясної днини користувалися сонячним годинником. Тільки в монастирях і будинках шляхти можна було побачити водяні й піщані годинники, однак вони були швидше іграшкою, ніж приладом для вимірювання часу. Час визначали за розташуванням сонця, швидкістю згорання смолоскипа або свічки. Для більшості людей головним показником часу був церковний дзвін, який закликав до молитви.

За віком населення європейського суспільства залишалося доволі молодим, а середня тривалість життя була короткою. Сорокарічних вважали людьми похилого віку. Надзвичайно високою була дитяча смертність.

Мірилом духовності життя середньовічної людини була *християнська релігія*. Підтримкою їй стала церква.

Видавництво Львівський університет "Львівський національний університет імені Івана Франка"

Активно розвиивалася *народна культура*, де разом із християнськими уявленнями використовувалися давні поганські вірування та звичаї (гадання, поклоніння тотемам тощо), що яскраво виявлялося в *обрядових святах*: колядках, щедрівках, обжинках тощо. У середньовічних містах на проводи зими та вітання весни влаштовували *карнавали*. Замість того, щоб їх засуджувати, духовні особи радо брали в них участь. На час карнавалів скасовувалися всі заборони. Дозволялося робити пародії, організовувати свята дурнів, висміювати церкву та її служників, лицедіяти, переодягатися тощо. З'явилося навіть поняття "народна сміхова культура", яка активно розвивалась і була дуже популяною.

У XIV–XV ст. у способі життя європейців відбулися важливі зміни. Виникли нові уявлення про суспільство. У цей період утвердилися такі поняття, як *державний кордон, народ, нація, патріотизм*.

Становлення та розвиток феодального устрою

Для періоду раннього феодалізму характерними були *військово-політичні конфлікти*, які ускладнилися погіршенням кліматичних умов в Європі. Суттєво зменшилася врожайність зернових, істотно скоротилося поголів'я худоби, що призвело до погіршення якості життя населення. У період раннього феодалізму відбулася деградація ремесел, деспеціалізація та натуралізація господарства. Багато трудових навичок, технологій і знарядь праці (напр., вітряні та водяні млини) були втрачені і повернулися до вжитку лише через 500–1000 років. У цей період міста втратили своє економічне значення. Навіть ремісники переселялися до сіл, які на декілька століть стали основним типом поселень в Європі. Частка міського населення впала до 3–7 %. Торгівля занепадала, *відбувся процес натуралізації господарства*. Патріархальну сім'ю практично зруйнували, її замінив християнський шлюб.

Для періоду раннього феодалізму ключовим питанням було формування *власності на землю*. Цей процес проходив двома шляхами: перехід у спадок земель сільської громади або дарування земель королем чи іншим феодалом (сюзереном) своїм наближеним (васалам). Практика дарування землі привела до встановлення ієрархії у земельних відносинах та укріплення

Видавництво графічний центр "Київський університет" Версія не для друку

прошарку дрібних і середніх феодалів, які становили основу військової організації перших феодальних держав.

Одночасно зі створенням феодальної системи власності на землю відбувався процес формування *категорій залежних верств населення*. Оформлення залежності відбувалося різними шляхами. У деяких випадках феодали підкорювали селян насильницькими методами, в інших – селяни намагалися отримати протекторат у великих землевласників, які ставали їхніми *сеньйорами*. Цьому сприяли численні війни, неврожаї, значний податковий тягар держави. Селянин, який отримував захист феодала, потрапляв в особисту залежність, а у випадку втрати землі – і в майнову.

Господарство феодалів було багатогалузевим. У IX–X ст. посилився суспільний поділ праці, що сприяло *нагромадженню виробничого досвіду* та вдосконаленню продукції, яка вироблялася. У великих маєтках (феодах) з'явилися спеціалісти як сільськогосподарського виробництва (виноградарі, скотарі тощо), так і ремісники-професіонали. *Поділ праці* став основою для виникнення *товарного виробництва*, тобто створення продукції для продажу. Поступово ремісники почали пропонувати товари власного виробництва та продукти не лише феодалам, але й місцевому селянству. Це спричинило утворення *місцевих ринків*, які спочатку були дрібними.

Державотворчі процеси, перші парламенти

Історичні події, пов'язані із формуванням держав, що вплинули на протоPR:

а) велике переселення народів – рух племен і народів Європи в IV–VI ст. у різних напрямах, що розпочався зі вторгнення племен гунів у північну частину Римської імперії 375 р. Серед основних причин переселення дослідники називають зміну клімату, збільшення населення і нестачу земель. Свою роль відіграло і психологічне прагнення до війн та загарбницькі настрої, унаслідок чого Західна Римська імперія перестала існувати. На її місці виникли держави германців;

б) виникнення королівств остготів в Італії й *вестготів* в Аквитанії та на Піренейському півострові, *утворення Франкської держави*, що в період свого розквіту займала велику час-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вечора не для друку

тину Європи. Північна Африка та Іспанія увійшли до складу *Арабського халіфату*, на Британських островах існували *численні невеликі держави англів, саксів і кельтів, з'явилися держави у Скандинавії*, а також у *Центральній* і *Східній Європі*.

1066 р. відбулося *завоювання Англії* армією нормандського герцога Вільгельма I, що прибула з континенту. 1169 р. нормани вторглися в Ірландію й незабаром підпорядкували собі частину її територій, були завойовані Шотландія та Уельс. Скандинавські королівства були об'єднані, а їхнє населення прийняло християнську віру. У IX ст. Каролінська імперія розпалась, на її територіях постали Німеччина, Франція, Італія. Німеччина в ті часи займала панівне становище у складі Святої Римської імперії.

Суттєву роль у державоторенні в епоху Середньовіччя відіграло *формування нових державних органів влади* – ***парламентів.*** Батьківщиною найдавнішого ***парламенту*** вважають Ісландію (IX ст.). До найдавніших парламентів належали ***Генеральні кортеси Іспанії*** **(**1137), *Парламент Англії* (1265) і ***Генеральні штати Франції*** (1302).

Історично парламент виконував роль амортизатора між монархом і суспільством. Першопочатково брати участь у роботі парламенту могли тільки феодали й духівництво. Парламент не був формою представництва народу у владі. Поступово із другорядного органу, покликаного згладжувати конфлікти між правлячими колами та населенням, парламент перетворився на вищий державний орган, став основним органом законотворення, яке дотоді було прерогативою монархів. Основним завданням парламенту було сприяння взаєморозумінню та вхаємотерпимості між простолюдом і владною верхівкою суспільства. Фактично *парламент став інституцією, яка мала на меті досягнення суспільної згоди, тобто він виконував певну протоPR роль.*

Соціальна активізація народних верств

XIV ст. стало переломним в історії середньовічного суспільства і супроводжувалося *соціальною боротьбою*. Найбільшими виступами, що охопили Західну Європу XIV ст., були ***селянські повстання***: Жакерія у Франції (1358), та Вота Тайлера в Англії (1381). Відомі й ***протестні виступи містян*** – 1350-ті рр. у Римі проти аристократії та духівництва під проводом Ко-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

ла ді Рієнці, а також повстання флорентійських ремісників ("*чомпі*") 1378 р. під орудою Чуто Брандіні.

У процесі розгортання протестних рухів почали виокремлюватися особистості, яким було притаманне *харизматичне лідерство*. Вони могли впливати на широкі верстви населення: мотивувати, надихати, організовувати, вести за собою. Відомі імена керманичів народних протестних рухів: *Гільйом Шарль (Каль), Джон Болл, Вот Тайлер, Кола ді Рієнці, Чуто Брандіні.* Стиль політичної діяльності цих лідерів був відверто *популістським*. Їхні дії цілком відповідали *типології лідера-популіста*: ставка на прості політичні рішення, які ґрунтуються на низькій загальній культурі учасників політичного процесу; наголошення на значущості малих, але конкретних політичних справ, яке зводить усю політику до безлічі конкретних дрібниць; навішування ярликів політичним противникам; заграванння з масами, обіцянки; експлуатація політичних почуттів простих людей у власних інтересах тощо.

Релігія та церква

Християнство стояло біля колиски феодального суспільства як уже сформована релігійна ідеологія. І хоча християнство виникло в рабовласницьку добу, воно не занепало разом із нею, а дуже вміло пристосувалося до умов феодалізму. Християнство, що стало в IV ст. державною релігією Римської імперії, згодом поширилося і серед "варварських" народів, що її підкорили, оскільки їхні застарілі релігійні вірування не відповідали умовам феодального суспільства. У часи Раннього Середньовіччя християнство стало *офіційною державною релігією з відповідною церковною організацією.*

У період Раннього середньовіччя роль Католицької церкви суттєво зросла, особливо економічна й адміністративна. Ремісники, а також освічені верстви населення, залишаючи міста, знаходили притулок у міцно укріплених *монастирях*, що не поступалися обороноздатністю лицарським замкам. Завдяки цьому монастирі стали *центрами ремесел, сховищами продовольства і товарів, книг, освітніми, наковими й медичними центрами.* Ставши осередками суспільно важливих видів діяльності, монастирі змогли взяти на себе *управлінсько-організаційні функції.*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Відтворення заборонено

Одна з PR-кампаній церкви у часи Високого Середньовіччя – ***хрестові походи***, організована з метою відвоювання Палестини у сельджуків. Хрестові походи вплинули на всі верстви середньовічного суспільства – від королів та імператорів до селян, чиї господарі проводили довгі роки в боях на Сході. Розквіт хрестових походів припав на XII ст., коли після першого з них (1096–1099) на відвойованих територіях утворилася християнська держава – Єрусалим.

Під керівництвом Католицької церкви у період хрестових походів XII–XII ст. у Західній та Центральній Європі створювалися ***військово-чернечі організації лицарів*** – *духовно-лицарські ордени* – для хрестових походів і війн з невірними: проти ісламу в Святій землі, Іспанії, Туреччині, чи проти язичників у Литві, Естонії, Пруссії з метою поширення католицтва (після Реформації – і протестантства).

Період із кінця XI до середини XII ст. був епохою *християнського чернецтва*. На XIII ст. припав розквіт *жебракуючих орденів*, найвідомішими серед яких були: Францисканці (1208), Кармеліти (1150), Домініканці (1215), Августинці (1256). У монастирях окремих католицьких орденів, окрім релігійно-пропагандистської діяльності, часто лікували хворих, допомагали знедоленим, підтримували злиденних і займалися освітою простолюду. За підтримки ченців створювалися бібліотеки, розвивалася церковна архітектура, іконопис і релігійна музика. Усе це підвищувало значущість чернецтва і монастирів в очах середньовічного суспільства, тому вони користувалися неабиякою повагою та мали позитивну репутацію серед населення.

Середньовічне місто і його культура

Урбанізація сприяла підвищенню ролі міст у суспільних зрушеннях та вплинула на соціально-професійну, демографічну структуру населення Європи, його спосіб життя, культуру.

У ранньому Середньовіччі міста занепали, нова хвиля розвитку припала на XI ст. У Європі почався процес урбанізації.

XI ст. характеризується бурхливим економічним і демографічним зростанням у Європі. Кількість населення стабільно збільшилася, почалось поступове відродження забутих навичок і ремесел, що, у свою чергу, привело до відновлення старих і по-

Видавничий центр "Київський університет" Версія не для друку

яви нових *міст* у Європі. Частка міського населення швидко зросла та досягла 20–25 %, але більшість середньовічних міст мали незначні розміри. До початку XIV ст. вулиці найбільших міст Європи були замощені камінням, що поліпшило умови транспортування й пересування, а відтак – активізувало комунікаційні процеси. Зі збільшенням кількості міст зросло їхнє значення. Посилився поділ праці, у містах нараховувалося понад 300 ремісничих професій.

Місто, з характерними для нього стінами і вежами, гербами та штандартами, стало емблемою середньовічної цивілізації. Це було якісно нове утворення порівняно з давніми поселеннями масового типу. Воно було населене не землевласниками, як шумерський ур, давньогрецький поліс або давньоримська цивітас, а містянами (концентрація торгового і ремісничого населення). Його прибутки забезпечували *ремесла* й *торгівля*. Місто поступово ставало *динамічними центром народного господарства й зародженням основ капіталістичного виробництва.* У Середньовіччі воно отримало *повний суверенітет (Магдебурзьке право, XIII ст.), самоврядування та саморегуляцію економіки, розширило права і свободи містян,* сформулювавши принцип "Die Luft macht frei" – "міське повітря робить вільним", надаючи свободу кожному, хто прожив у межах міської території один рік. *Це сприяло розвитку комунікації та формуванню міжстанових відносин. Зв'язки між різними за майновим цензом, політичними переконаннями та професійними інтересами групами населення виникали, формувались, удосконалювались.*

У середньовічних містах зародилася і сформувалася ***демократична культура світського характеру***, тісно пов'язана з народною творчістю. Найяскравіше вона виявилася в ***міській літературі***, створеній ***народною розмовною мовою,*** а не книжною латиною. Ця література творила своєрідний протоPR простолюду.

Міська література характеризувалася дидактизмом, повчальністю. У ній відбились розсудливість, практицизм, життєва витривалість містян. Широко використовуючи засоби *іронії* та *сатири*, вона вчила, висміювала, викривала. Стиль цієї літератури відповідав потягу до реалістичного зображення дійсності. На противагу куртуазній рицарській літературі, міській літературі були притаманні "приземленість", здоровий глузд, а також гру-

Видавничий центр "Київський університет"

бий *гумор*, *жарт*, що іноді межував із *натуралізмом*. Мова її була близькою до народної мови, міської говірки. Міська література представлена *жанрами епосу, лірики, драми*. Найбільшого розквіту вона досягла у Франції.

Жителі міст дуже любили різні ***театральні вистави***: грандіозні *містерії,* які іноді тривали кілька днів; повчальні *міраклі* й *мораліте*, що виникли спочатку як доповнення до церковних богослужінь; веселі *фарси*, сповнені переодягань, бійок, сварок.

Середньовічні міста стали зручною локацією для появи ***ярмарків,*** які були не лише *осередками торгівлі*, а й *осередками комунікації*. Ярмарки були локацією поширення інформації.

Засоби поширення інформації та її носії

Феодально замкнене господарство у середні віки звузило можливості суспільних і культурних зв'язків, але не знищило *потребу в інформаційному обміні, упровадженні нових типів комунікаційних відносин*.

Усі засоби поширення інформації в епоху Середньовіччя можна поділити на ***усні*** й ***писемні,*** які постали внаслідок виокремлення народної ("фольклорної") та офіційної ("вченої") культури. Середньовіччя чітко протиставило ***два регістри культури***: *високу елітарну (писемну)* та *побутову низьку (усну)*.

Поділ суспільства на неосвічених *illitterati, idiotae* та грамотних, освічених людей відображав специфічну ситуацію: ***книжна, писемна культура*** та ***інформація***, яку вона містила, була незначною порівняно з ***усною комунікацією***. *Інформаційне поле усної комунікації було призначене для широкого загалу простолюду і для неграмотних осіб з інших верств. Писемна комунікація була доступна обраним, хоча б елементарно освіченим, так само, як і інформація, що містилася на писемних носіях*.

Важливим писемним засобом передавання інформації була ***латинська мова***, яка одночасно була державною мовою, мовою церкви, міжнародного особистого спілкування та культурного розвитку. Латина пізніше сформувала основу романських мов. Латина була носієм елітарної книжної культури.

Носієм усної інформації та засобом комунікації для широких верст населення була ***жива народна мова***, що чимдалі більше заполонювала інформаційний простір.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

Найпоширенішими писемними засобами інформування інтелектуальної еліти в добу Середньовіччя були ***історичні хроніки,*** а також ***життєписи***. Вони фіксували доволі достовірну інформацію і зберігали її тривалий час.

Утім, історіографічні пам'ятки були не єдиними засобами писемного поширення інформації. Якщо ***сага, літопис*** повертав читача до минулого, то конкретна сучасність, подробиці життя тогочасних людей відбилися в ***моралізаторських "прикладах" (exempla), у міській політичній пісні, "покаянних книгах"***, в інших неофіційних текстах, що створювалися на противагу феодальній ***пропаганді***.

Особливе місце серед писемних пам'яток Середньовіччя посіли ***полемічні трактати, памфлети, юридичні трактати, епістолярії релігійних діячів***.

Для Середньовіччя характерним є і розвиток ***художньої літератури,*** що стала потужним засобом інформування. Зародження і розвиток літератури Середньовіччя визначився трьома основними факторами: традиціями народної творчості, культурними впливами античного світу і християнством.

Література Раннього Середньовіччя однорідна за складом. За жанром – це архаїчний (міфологічний) і героїчний епос, що представлені поетичними пам'ятками кельтів, скандинавів ("Старша Едда", саги, поезія скальдів), а також англосаксів ("Беовульф"). Пізнішими взірцями епосу, що із усної форми поступово перейшов у письмову, були героїко-романтичні "Пісня про Роланда", "Пісня про Сіда", а також більш пізні перекази про лицарів короля Артура.

Приблизно до XIII ст. чітко сформувались три особливих літературних потоки, що розвивалися паралельно: *релігійна література*, *народна література* (класичний епос) і *феодально-лицарська література* (куртуазна поезія та епос). Ці напрями не були ізольовані, між ними завжди зберігався зв'язок і виникали складні проміжні утворення. Лицарська поезія була представлена лірикою *трубадурів* (Бернарт де Вентадорн), *труверів* і *мінезингерів* (Вальтер фон дер Фогельвайде), а лицарський роман – *циклом про легендарного короля Артура* (Кретьєн де Труа, Вольфрам фон Ешенбах).

У XIII ст. стали також з'являтися суто *літературні твори, що мали авторство.* Це творчість ***Данте Аліг'єрі, Джованні Бок-***

каччо, Петрарки, Джефрі Чосера, Франсуа Війона. *Твори цих письменників, відкриваючи нові, гуманістичні обрії для подальшого руху культури, були носіями інформації, що не має часових меж поширення.*

Усне поширення інформації набувало різних форм відповідно до загального характеру середньовічного мислення. ***"Усна газета",*** хоча і у зредукованій формі, пройшла через все Середньовіччя. Наприклад, у Франції існував "громадський гомеродром", до обов'язків якого входило щоденне оповіщення жителів про найважливіші *міські новини*.

Вагому роль у формуванні та поширенні інформації, насиченні її інформаційного поля відіграв ***фольклор***. Його носіями були, ***народні співці:*** *барди, скальди, рапсоди*.

Велику популярність мали також ***"ходячі хроніки"***, носіями яких були ***жонглери***. До появи у XIII ст. міської поезії в Іспанії їх називали *хугларами*, у Німеччині – *шпільмаіами*.

Молитви та ***проповіді*** стали головними *формами релігійної усної комунікації,* їхніми носіями були ***священники, проповідники, мандрівні ченці***. Загальнодоступність змісту, використання образів і метафор робило молитви та проповіді універсальними, зрозумілими народу.

Поширенню інформації й активізації інформування сприяли різноманітні пересування, що стали дуже популярними в епоху Середньовіччя – *подорожі, походи, переїзди, мандри*. Подорожували *селяни* на ярмарки, *клірики*, яких відлучили від монастиря, *прочани* до святих місць, *королівські й духовні особи* до Візантії із дипломатичними місіями, *лицарі* вирушали у військові та хрестові походи. Подорожували також *учені* та *школярі, жонглери і співці, штукарі й піліграми*. Активними носіями інформації були *ваганти* – мандрівні школярі, а також *ченці*, що порушували обітницю осілості, та священники без парафії.

Немалу роль у розвитку усних комунікацій відігравали *мандрівні актори*. Це були переважно бідні, бездомні люди, які пішки мандрували шляхами середньовічної Європи. Вони поєднували ремесло співця-музиканта й актора, виступали на перехрестях великих доріг, у містах і селах, були незмінними учасниками ярмарків, народних та релігійних свят.

Відтак *інтерпретаторів, носіїв і ретрансляторів інформації* було більше, ніж достатньо.

Професійними комунікаторами, активними носіями й поширювачами інформації в усній формі були ***глашатаї***. До представників цієї професії висувались такі вимоги: широка обізнаність щодо суспільного життя, комунікабельність, ораторські здібності, виконавча майстерність. Їхня посада була престижною, прибутковою, користувалася пошаною в суспільстві.

Спроби регламентувати усну комунікаційну діяльність, зокрема її жорстку конкуренцію й агресію, запобігти неетичним діям, спричинили уведення низки заборон і сприяли укладенню у XIII ст. ***перших збірників текстів масового інформування***, так звані "Лементи" міст Європи. М. Бахтін указував на *своєрідність цих усних жанрів комунікацій: інтонації, словесні й музичні образи, використання гумору й театралізований супровід.*

Університетська освіта, наука, технологічні новації

Університет як освітній заклад з'явився в Європі у XII ст. У густозаселених місцях учителі-бакалаври та школярі-спудеї об'єднувались у своєрідні корпорації – прообрази перших університетів. Вони швидко перетворилися на центри безперервної інтелектуальної діяльності, майстерні вченості та наукового прогресу. Завдяки демократичному устрою, університети приймали представників усіх прошарків суспільства, постачали їм нові ідеї та готували до ролі провідних мислителів того часу.

Університети створювалися на основі монастирських, парафіяльних і кафедральних шкіл, але органічного послідовного зв'язку між ними не існувало. Вони з'явились у відповідь на потребу суспільства, сформувалися завдяки змінам умов життя та пробудженню інтелектуальної думки в Європі й поступово перетворилися на ретельно організовані, досконалі освітні заклади.

Перші університети з'явилися в Італії, найдавніші – у Салерно (центр медичних знань) та Болоньї (центр юридичної науки) – 1189 р., 1224 – Неапольський, 1303 – Римський. Англійський Оксфордський діяв із XII ст., Кембриджський відкрився у 1202. Паризька Сорбонна почала діяти 1257 р., а іспанський Сієнський університет – у 1240. Згодом – Краківський (Ягеллонський), Віденський, Гейдельберзький, Лейпцизький, Кенігсбер-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

зький та інші німецькі університети (друга пол. XIV ст.). До кінця XV ст. у Європі їх було 86.

Університети мали юридичну, адміністративну й фінансову автономію. Університетські випускники мали право викладати в будь-якій школі, із XIII ст. могли обіймати престижні посади.

У розвитку освіти, науки, культури й поступального прогресу людства *університети є найціннішим унеском середніх віків у сучасність*. Їхня роль у популяризації освіти, наук і культури – величезна. Популяризація фактично була протопіаром і університети стали гідними суб'єктами цього процесу.

Становлення наукових знань, чинники їхнього поширення. Старожитності, у тому числі ***книги***, накопичувалися в Європі з часів хрестових походів. Значну їхню кількість було знайдено після розграбування хрестоносцями Константинополя і занепаду культури на Балканах, через що *візантійські вчені* почали переселятися на Захід, переважно до Італії.

Із XIII ст. спостерігається ***поглиблений інтерес до дослідження природи та її явищ***. Одним із перших на необхідності емпіричного вивчення природи наполягав професор Оксфордського університету, францисканський монах *Роджер Бекон*. Він уважав, що існують три джерела знання: авторитет, розум, дослід. Авторитету замало, якщо він не підкріплений розумними й виваженими доказами. Але і розум потребує підтвердження його висновків дослідом. Цей філософ заклав *основи експериментального методу в науці*, якому він надавав перевагу порівняно із суто філософською аргументацією. Бекон досяг значних результатів у фізиці, хімії та оптиці. Вчення англійського мислителя сприяло *розвитку й поширенню наукових знань*. Продовжувачами справи Р. Бекона були Микола Отрекур, близький до атомізму, та Микола Орезмський, який наблизився до відкриття закону падіння тіл і розвинув учення про добове обертання Землі. Ці знання заклали основи *фізики*.

Прагнення до пізнання охопило європейське суспільство. Наприклад, у Сицилійському королівстві розгорнулася діяльність *перекладачів філософських і природничих творів грецьких та арабських авторів*.

У часи Середньовіччя розвивалися *медичні знання*, центром вивчення яких була медична школа в Салерно. Ця школа випус-

тила славнозвісний Салернський кодекс Арнольда да Вілланова з настановами для підтримування здоров'я, лікування, описами лікарських трав, отрут і протиотрут, порадами щодо раціонального харчування тощо.

Із XIII ст. у Західній Європі набула поширення *алхімія*, в основі якої лежала ідея про можливість перетворення неблагородних металів на золото та срібло за допомогою "філософського каменю". Практична робота алхіміків дала поштовх для розвитку *хімії* й *металургії*.

Збагатилися і *географічні знання* європейців. У XIII ст. брати Вівальді з Генуї намагалися обійти західноафриканське узбережжя, а венеціанець Марко Поло здійснив подорожі до Китаю та Центральної Азії. У XIV–XV ст. з'явилися численні *описи різних земель* мандрівниками, удосконалювалися *карти*, складалися *географічні атласи*, що стало основою для майбутніх *Великих географічних відкриттів.*

У духовному житті середньовічної Європи важливу роль відігравали *історичні уявлення. Історичної науки* ще не було, а *історія* була складовою частиною людського світогляду. *Хроніки, літописи, історії, біографії* королів та описи їхньої діяльності були популярними жанрами середньовічної словесності. Оберегом історії, засобом ідеологічного й естетичного самопізнання був *героїчний епос*, у якому відтворювались найважливіші грані духовного життя середньовічних народів, передусім, їхній патріотизм.

Протягом XII–XIII ст. зафіксоване різке *економічне зростання*, яке сталося завдяки появі ***новацій і розвитку технологій у засобах виробництва***. Менш ніж за століття в Європі було розроблено більше винаходів (вітряк, компас, порох, окуляри, механічний годинник), ніж за попереднє тисячоліття.

Комерційна революція

Комерційна революція полягала у створенні європейської економіки, заснованої на торгівлі. Це був період економічної експансії Європи, колоніалізму та меркантилізму, що тривав приблизно з кінця XIII до початку XVIII ст., на зміну якому прийшла *промислова революція*. Комерційна революція привнесла не лише розширення комерційних зв'язків, а й фінансових по*слуг, таких, як банківські, страхові, інвестиційні.*

Видавництво графічний центр "Київський університет" Версія не для друку

Основними ***чинниками комерційної революції*** *були такі:*

– ***геополітичні:*** *погіршення клімату*, що спричинило економічний спад на поч. XIV ст., *Великий голод* (1315–1317), *епідемія чуми* 1347 р., коли загинуло близько 50 % європейського населення, що викликало *дефіцит робочої сили.*

– ***монетарні:*** потреба в золотій і срібній монеті, оскільки вона мала ходження лише в один бік: із Європи в обмін на азійські товари, а запаси золотої та срібної руди в європейських копальнях вичерпувалися. Відновлення випуску золотої монети в Європі, зокрема містах-державах Генуї та Флоренції (1252), сумісної із традиційними монетними системами, полегшувало і стимулювало торгівлю Європи;

– ***технологічні:*** у період XVI–XVIII ст. європейці здійснили цілу низку суттєвих інновацій у мореплаванні. Ці інновації забезпечили можливості іноземної експансії й завоювання колоній у XV–XVII ст.

Основні причинно-наслідкові характеристики комерційної революції: економіка Римської імперії була заснована на розвиненій *монетній системі*, але після її падіння грошообіг різко скоротився, влада й багатство стали асоціюватися із земельною власністю, а економіка феодів звелася до самозабезпечення. Торгівля стала небезпечним і високовитратним заняттям, що утруднювалося браком монети. Однак у цей період завдяки хретовим походам європейці відкрили для себе товари, які стали цінними в Європі, наприклад шовк, прянощі. Інтерес до них посприяв розширенню торгівлі й появі *торгової конкуренції* із країнами Сходу.

У XIV ст. характер європейської економіки почав змінюватися, частково в результаті епідемії чуми, частково – як наслідок хрестових походів і підвищення безпеки торгових доріг. Розширення торгівлі зажадало нових форм організації комерційної діяльності та нових способів управління ризиками. У такий спосіб виникли *банки, акціонерні товариства, біржі* та *страхування*. Одна із перших європейських *валютних бірж* виникла в Антверпені. Згодом більшість комерційних операцій було перенесено в Амстердам. Заснований 1609 р. Амстердамський банк став випускати *паперові гроші* для приведення різноманітних валют із металу до єдиної розрахункової одиниці та спрощення торгівлі. Унаслідок комерційної революції відбулася ***революція цін.***

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

У контексті ґенези PR найважливішим наслідком комерційної революції став ***приріст населення,*** *цьому сприяли поліпшення харчування і зростання добробуту*. Ріст населення забезпечив збільшення *трудових ресурсів, необхідних для індустріалізації*. Комерційна революція також дозволила *акумулювати капітали*, необхідні для промислової революції, і привела до *виникнення нових форм західної культури*. Сукупно всі ці чинники сприяли підвищенню потреб в *обсягах інформації*, нових *вимогах до її якості*, зросла потреба і в *соціальних комунікаціях, збільшився їхній масштаб та мобільність*.

Унаслідок комерційної революції не лише активізувалися соціальні комунікації в цілому, але й активно сформувалися ділові комунікації, що стали предтечою протоPR у бізнесі. Це вже були комунікації нового типу, де існували такі поняття, як репутаційний капітал, репутаційні ризики, репутаційні збитки, імідж ділової людини, імідж суб'єкта ринку, соціальна довіра й соціальна відповідальність, що могли успішно формуватися, функціонувати та долати перешкоди, активно послуговуючись інструментарієм і методиками протоPR.

3.2. Політична комунікація Середньовіччя – середовище ґенези протоPR

3.2.1. Політичний протоPR Раннього Середньовіччя

Раннє Середньовіччя – це час зростання самосвідомості варварських народів, що вийшли на арену європейської історії. Політичне життя Раннього Середньовіччя пережило складний процес синтезу пізньоантичної, християнської та варварської традицій, що утворили його основу в середньовічній Європі. У цьому процесі важливу роль відіграли політичні змагання "варварських" народів.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вересіяне для друку

3.2.1.1. Особливості політичних комунікацій V–X ст.

У період Раннього Середньовіччя значно розширилася територія, на основі якої утворилася й розвинулася західноєвропейська цивілізація: якщо антична цивілізація розвивалася переважно на території Стародавньої Греції та Риму, то середньовічна охопила практично всю Європу. Розпочався *процес утворення національних держав*. У IX ст. з'явилися Англія, Німеччина, Франція. Однак їхні межі постійно змінювалися: вони то зливалися у великі державні об'єднання, то розпадалися на дрібні. Ця політична мобільність сприяла становленню загальноєвропейської цивілізації, яка мала певну етнічну спільність.

Процес загальноєвропейської інтеграції був суперечливим: поряд із етнічним і культурним зближенням простежується прагнення до національної відокремленості.

Основним політичним устроєм ранньофеодальних держав була *монархія.*

Політична система європейських країн у Середньовіччі будувалася за принципом *васалітету*. Центром феодальної ієрархії, основою якої була шляхта, був *король*, який водночас був очільником війська, що складалось із *лицарів.* Король був *сюзереном* стосовно своїх *васалів* – шляхти, лицарів. Це була *еліта*.

До *народних мас* належали *селяни*, *торговці*, *ремісники*.

Головними дійовими особами на історичній арені Раннього Середньовіччя стали *варварські* королівства готів, вандалів, свевів, франків і *Візантійська імперія*, яка протистояла їм в ідеологічному, політичному та культурному аспектах і стала спадкоємицею Римської імперії, запозичивши там *систему методів політичної комунікації*.

Проте у ранньосередньовічній Європі взаємини влади та суспільства складалися інакше, ніж у Римі. Передусім, там *не було такої жорсткої централізації,* влада *королів* (рексів) та призначених ними *посадових осіб* (графів, маркграфів) постійно перебувала в конфронтації із владою фактично незалежних місцевих державців – *герцогів* (дуксів). Тільки за допомогою перемовин, а частіше – військової сили, королям удавалося утвердити верховенство над регіональними державцями та змусити визнати свій васалітет.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсторінка для друку

За умовами системи *васалітету,* вищий на соціальній драбині за становищем (*сеньйор*) був для нижчих (*васалів*) захисником від ворожих сусідів і гарантом внутрішнього ладу: "молодший" визнавав "старшого" своїм *сюзереном* за умови, що останній буде захищати його і піклуватися про його добробут.

Традиційна для пізнього Риму та Візантії *віра в божественну природу імператорів* у середньовічній Європі поступилася місцем більш приземленим критеріям: здатність державця захистити країну, особисте багатство, можливість утримувати армію, зводити фортифікаційні укріплення. Відповідно до таких вимог 888 р. королем став Ед, граф Паризький, а не нащадок Карла Великого – законний, але слабкий духом державець. Не відігравала традиційної ролі і спадковість.

Владні відносини в Західній Європі мали *двобічний характер* як *на горизонтальному,* так і *на вертикальному рівнях*. Монархи значною мірою залежали від васалів, тому використовували інформацію з регіонів для вибору стратегії й тактики своєї політики. У такий спосіб автор епохи Каролінгів, Гінкмар, повідомляє: "Король докладно розпитував кожного, хто прибував до монаршого двору з новинами чи донесеннями, – від гінця до посадової особи з певної частини королівства". Король прагнув бути поінформованим якомога детальніше та повніше про все, що відбувалося у державі. Найбільше його цікавили відомості про те, "чи немає хвилювань серед простолюду, чи не нарікає народ, і чи не лунають голоси невдоволеного люду, чи не хоче підкорений народ повстати, або повсталий – скоритися; чи не готує люд заколотів проти влади".

Європейські монархи приділяли значну увагу і ***недостовірній, відверто оманливій та маніпулятивній інформації:*** *наклепам*, *чуткам*, розуміючи, що *володіння максимально повною інформацією є запорукою могутності*. З іншого боку, вони, як і давньоримські державці, також намагалися запобігти надмірному поширенню чуток, обмов і наклепів, запроваджуючи відповідні закони. *Салічна правда* (законодавство давніх франків, X–XI ст.) стверджувала: "Той, хто звинуватить перед королем невинну людину за умови відсутності доказів, засуджується до сплати 2500 денаріїв, що становлять 63 соліди".

Воля короля була законом, про неї мали знати всі достеменно; будь-яка суспільно значуща інформація, що надходила від

короля, поширювалася серед усіх його підданих, навіть селян. Однак це не означає, що нижчі верстви середньовічного європейського суспільства залучалися до системи управління. Більшість населення ранньосередньовічної Європи, на відміну від римських громадян, була виключена з політичного життя.

Уже в Ранньому Середньовіччі почала складатися станова система, принцип якої найчіткіше сформулював англійський король *Альфред Великий*: *"Духівництво повинно дбати про душі, лицарство – захищати країну, а "орачі" (селяни) – трудитися і плодами своєї праці забезпечувати два перші стани"*.

Королі вимагали від васалів цілковитого послуху та повністю намагалися їх контролювати. Непослух і протестні настрої суворо каралися. Існували суворі закони щодо покарання за повстання: навіть шляхта, яка намагалася захопити владу, спираючись на підтримку народу, у разі поразки каралася суворіше, ніж за умов використання у заколоті власних військ.

3.2.1.2. Технології політичних протоPR у Ранньому Середньовіччі

У політичних комунікаціях Раннього Середньовіччя як технології протоPR велику роль відігравали ***сакральні символи влади***. Коли Пепін, батько Карла Великого, 751 р. завоював Меровінгів (т. зв. "довговолосих королів"), останньому з державців династії прилюдно обстригли довге волосся, що в народі вважалося символом влади роду Меровея: утративши його, колишній король позбувся і права на владу.

Королі та імператори були змушені створювати *ореол сакральності* в очах підданих, щоб забезпечити субординацію: для володіння короною необхідно було походити із шанованої династії. Нерідко монархи *виводили свій* ***родовід від давніх богів чи героїв****, щоб підвищити серед народу свій авторитет і легітимність власної влади* для підданих і держав-сусідів. Королі скандинавських країн уважали себе нащадками кельтського *бога Одина*, а ранньосередньовічні британські монархи будували історію свого правління від римського *роду Брутів*. До речі, одним із численних атрибутів Одина – бога мудрості і війни – були два ворони: Хугін і Мунін (Думка й Пам'ять), які, подорожуючи світом, збирали для нього *інформацію.*

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Економічна література

Коли Гуго Капет усунув від влади Каролінгів (987 р.), він обґрунтував своє право не тільки силою, але і тим, що королями були його дід і брат діда, і по материнській лінії він також був нащадком давнього королівського роду.

Західноєвропейські державці VI–VIII ст. свідомо відмовлялися від римської спадщини, але згодом почалося ***повернення до античної традиції***, і 800 р. ***Карл Великий*** був проголошений римським імператором Карлом Августином, чим, за свідченнями літописців, вельми пишався: церемонію коронації було проведено як масштабну публічну акцію, що була подібною до давньоримських тріумфів. Взірцем діяльності Карла Великого з *формування іміджу* було те, що на межі VIII–IX ст. він підтримував дипломатичні відносини з багдадським халіфом Харун ар-Рашидом, від якого отримав у подарунок білого слона. Слон став символом могутності Карла та справив на людей таке враження, що навіть історики писали: "У тому році, коли помер слон, помер і король Італії, Пінін". Літописці відвели перше місце смерті екзотичної тварини, а смерті сина імператора – лише друге.

Сакральна символіка, характерна для Раннього Середньовіччя, вплинула й на ***форми комунікації.*** Для оголошення владного рішення або дипломатичного звернення посадовій особі здебільшого не було потрібно письмового підтвердження: можна було передати *символічну гілку миру, жменю землі* або навіть *порожній пергамент*. Таких "документів" було достатньо для переконання середньовічної аудиторії.

Символіка широко застосовувалася й у *військовій сфері*. Вікінги, які протягом кількох століть жахали береги Європи, звертали увагу на створення *іміджу, який лякав супротивників*: прапори із зображенням ворона, драконічні голови, рогаті шоломи. Завдяки цьому держави, що потрапляли під їхню навалу, були настільки налякані виглядом "норманів", що часто навіть не намагалися їм опиратись.

Вікінги також використовували ***магічну символіку***, зображену на *рунах*. У ці символи вкладали особливу енергетику, завдяки нібито якій германці перемагали у війнах. Амулети приносили вікінгам успіх, багатство, процвітання, щастя в особистому житті. Вони малювали руни на камінчиках, уламках кісток, одязі, зброї, іноді на тілі. Кельтські візерунки допомагали людині

Видавництво Державний університет "Київський університетський центр" Версія для друку

орієнтуватися у складній життєвій ситуації як компас. *Талісмани з рунами* були потрібні для того, щоб людина могла себе захистити у разі небезпеки.

Із цього приводу ранньосередньовічної символіки ***Жак Ле Гофф*** зазначав, що "символізм просякав усе життя суспільства, мислити означало вічно відкривати приховані значення, адже прихований світ був святий, а мислення символами було лише проясненням вченими людьми мислення магічними образами, що було притаманне ментальності звичайних людей".

3.2.2. Еволюція політичної комунікації в епоху феодалізму

3.2.2.1. Технології створення політичних іміджів XI–XIII ст.

Монархічні родоводи в часи Середньовіччя були численні й розгалужені, тому шляхта могла обирати найкращого для своїх цілей державця серед численних королівських нащадків. Через це претендентам на престол задля завоювання й утримання влади постійно доводилося вживати відповідних заходів, серед яких не останню роль відігравало створення *іміджу*.

Багато європейських державців були хорошими ***іміджетворцями*.** Одним із найпопулярніших в історії Середньовіччя англійським королем уважають ***Ричарда I Левове Серце*** (1189–1199) із династії Плантагенетів. Він правив під титулом "король англійців, герцог норманів і аквитанців, граф Анжу". Його й донині вважають національним героєм Англії. Талановитий поет, відважний лицар, добропорядний хрестоносець – таким він увійшов і в поеми трубадурів, і до фольклору, і в художню літературу (драматургія В. Шекспіра, романи В. Скотта) та мистецтво (включно з кінематографом). Зачаровані цими якостями, його піддані та історики не помічали того, що він практично розграбував своє королівство, споряджаючи армію для хрестового походу, майже не бував у Англії (жив на батьківщині лише шість місяців за весь час свого правління), постійно перебуваючи то в Палестині, то в німецькому полоні, то на війні у Франції. Фактично, він був одним із найгірших королів Англії.

Видання підготовлено в рамках проекту "Київський університет" Вища школа України"

Феномен іміджу Ричарда I полягав у суто візуальних та естетичних уподобаннях тих часів: Ричард Левове Серце був красунчиком. Англійського короля Іоанна Безземельного, людину маленького зросту із подзьобаним віспою обличчям, сприймали як "ображеного природою", через що його недолюблювали піддані. Зате Ричард I подобався народу, не зважаючи навіть на те, що той буквально спустошив королівство: підданим довелося збирати кошти спочатку на хрестовий похід, а потім на викуп короля з полону. Захоплені мужністю та бойовою звитягою короля, вони звеличували Ричарда I у баладах, легендах, пісенній творчості.

Неіснуючі військові подвиги Ричарда зробили його однією з найвидатніших постатей середньовічної історії. У такому іміджі Ричард увійшов до галереї літературних образів: став героєм численних легенд (особливо переказів про Робін Гуда, хоча вони жили в різний час), книг (романи Вальтера Скотта: "Айвенго" (1819 р.), де король Ричард з'являється як другорядний персонаж; "Заручена" (1825 р.), де принц Ричард і його брат Іоанн з'являються як епізодичні персонажі; "Талісман" (1825 р.), де йдеться про події Третього Хрестового походу, Ричард є одним із головних героїв). Також постать Ричарда I фігурує у творах Моріса Юлета – "Ричард Левове Серце" (1902 р.), Ґора Відала – "Пошуки короля" (1950 р.); Нори Лофтс – "Лютніст" (1951 р.); Олександра Сегеня – "Співаючий король" (1998 р.).

У театральне мистецтво славнозвісна постать Ричарда I ввійшла завдяки творам Георга Генделя – опера "Ричард I, король Англійський" (1727 р.), Андре Гретрі – опера "Ричард Левове Серце" (1784 р.), Джеймса Голдмена – п'єса "Лев узимку" (1966 р.).

Фільмографія нині налічує 22 твори, перший із яких з'явився на екранах 1922 р. у США – "Робін Гуд". Персону короля використали навіть у мультфільмі "Том і Джеррі: Робін Гуд та Миша-Веселунка" (США, 2012 р.).

Постать Ричарда має такий *потужний постPR донині*, що його образ увійшов до сучасної індустрії розваг, навіть до комп'ютерних ігор – "Assassin's Creed", "Empires: Dawn of the Modern World".

Французький аристократ *Жан де Жуанвіль* створив у "Мемуарах" ***ідеалізований образ*** короля-хрестоносця Людовика IX (1226–1270), якого супроводжував у походах.

Видавництво Національний університет "Острозька академія" Вісник Університету

Так само формувалися образи інших середньовічних героїв – істинних лицарів, взірців для наслідування. *"Пісня про Роланда"* не має ніякого стосунку до реального Роланда, графа Бретані, який знищив столицю басків Памплону та загинув на зворотному шляху. Так само було створено і образ Сіда Завойовника – героя *"Пісні про мого Сіда"*, а також численних іспанських середньовічних романсів. Цей образ зовсім не відповідає реальному *Родриго Діас де Бівару,* який часто виступав проти іспанського короля в союзі з арабськими емірами. *Псевдоісторичність таких творів лише збільшувала ефект впливу на суспільну думку та сприяла формуванню серед масової свідомості такого образу лицаря й державця, який прагнули створити середньовічні ідеологи.*

Проте є взірці класичного середньовічного епосу, більш наближені до історичної достовірності, які творили доволі адекватні ***політичні образи-характери***. Вага казково-міфологічних елементів у них знижувалась, на перший план виходило висвітлення суспільно важливих тем (патріотизм, вірність королю, засудження феодального розбрату), а героями ставали реальні воїни.

У IX–XIII ст. були поширеними лицарські романи та куртуазна поезія, в яких створювалися певні стереотипні образи представників різних станів: королі та лицарі – привабливі й доброчесні, тоді як селяни – потворні ззовні та здатні лише на хитрощі й підлість. Ідея станових відмінностей підкреслювала і популяризувала станову нерівність. Політичне підгрунтя таких образів – очевидне.

У Високе Середньовіччя суворий воїн ранніх епох перетворився на вишуканого лицаря. Автори художніх творів із наближеності до народу змістили акцент на індивідуальні вияви почуттів – кохання *(куртуазна поезія)* та особисті подвиги (*лицарський роман*).

Міська література, усупереч захопленню військовою звитягою та куртуазною галантністю лицарів або аскетизмом святих, понад усе цінувала розважливість, кмітливість, здоровий глузд, спритність і сміх у всіх їхніх виявах. Саме в ній почав формуватися ***образ людини із простолюду*** – розумної, кмітливої, винахідливої, оптимістично налаштованої у будь-якій ситуації, що знаходить вихід за будь-яких обставин.

Також для *самоPR* та створення *іміджу* складались *легенди* й інші твори без реального історичного підґрунтя. Вони легко сприймалися простолюдом, на який було націлене створення *позитивного враження про державця* чи *певний соціальний прошарок*. Нерідко герої, описані в художній літературі, звеличувалися до рівня загальнонаціональних. Їхні невдачі в походах чи інші управлінські прорахунки можна було легко компенсувати за допомогою художньої літератури, яка оспівувала мужність державця та його війська. Це допомагало коригувати *суспільну думку і спрямовувати її в потрібному напрямі, формуючи таким чином провладний PR*.

3.2.2.2. PR-роль перших європейських парламентів

Найперший парламент у світі – ***Ісландський Альтинґ*** – датується близько 930 р. Не менш давні на території Західної Європи ***станово-представницькі збори (парламенти)*** виникли в державах Піренейського півострова. У X ст. у королівствах Леон, Кастилія з'явилися ***збори-курії***, що вирішували питання релігійного, політичного та адміністративного характеру, проте не могли самостійно ухвалювати закони. 1137 р. збори в Леоні під головуванням короля Альфонса VII отримали назву ***кортесів***. Оскільки кортеси виникли з королівських курій, спочатку в них брали участь лише дворяни та духівництво. Міста ж дістали право посилати своїх депутатів пізніше. Перші *представництва міст* з'явилися в кортесах королівства Леон 1188 р.

Кортеси, як і королівські курії, збиралися нерегулярно, терміни їхніх сесій не були чітко встановлені. Спочатку вони були консультативними органами і могли лише давати поради королеві. Починаючи з XIII ст., роль кортесів у політичному й соціальному житті іспанських королівств різко зросла, вони прагнули обмежити королівську владу до чіткого визначення норм чинного права. Уже в середині XIII ст. кортеси складали присягу королю, вирішували питання престолонаслідування, ухвалювали нові закони та були наділені правом оголошувати війну й укладати мир. У різних королівствах Іспанії кортеси займали різні позиції: в Арагоні вони регламентували владу короля, у Кастилії – підтримували її. Із кінця XV ст. почалося обмеження впливу ко-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ртесів і сфери їхньої діяльності – вони скликалися рідше, представництво міст у кортесах обмежувалося. Нині збереглися під назвою ***Генеральні кортеси Іспанії.***

У Португалії ***кортеси*** здавна мали законодавчу функцію. Після здобуття незалежності від Іспанії (1640 р.) кортеси збиралися рідше. На сьогодні вони складаються з Палати перів і Палати депутатів.

Оскільки панівна верхівка виступала проти сильної королівської влади, монархи в боротьбі з нею спочатку спиралися на підтримку церкви, але коли навіть вона стала протистояти всевладдю монархів, їм довелося звернутися за допомогою до третього стану – *містян* і *торговців*. Унаслідок цього 1265 р. з'явився ***Парламент Англії*** (постійно діє з 1295 р.), а у Франції 1302 р. – ***Генеральні штати.*** Оскільки представників дрібного дворянства та міського населення в ці органи влади обирали (представники церкви та вищої аристократії були їхніми членами завдяки походженню), на межі XIII–XIV ст. *почалися перші виборчі кампанії*, в яких *чималу роль грали виступи кандидатів*, основною метою яких було формування *позитивного іміджу.*

Парламент Англії часто в народі називають "матір'ю всіх парламентів", оскільки законодавчі органи багатьох європейських країн (особливо держав-членів Британської Співдружності) створені за його зразком. Парламент Англії походить від англосаксонського *вітенагемоту.*

1066 р. Вільгельм I Норманський, завоювавши землі Англії, став упроваджувати новий суспільний устрій, відомий як *феодалізм*.

Вільгельм I у політиці в Нормандії та на завойованих територіях зосередився на укріпленні герцогської влади й обороні кордонів. Було зруйновано замки баронів, уведено суворі покарання за порушення "герцогського миру", створено розгалужену структуру місцевої адміністрації, підпорядковану безпосередньо герцогу. Найважливішими посадовими особами стали *віконти*, ця посада перетворилася на спадкову. Вільгельм також приділяв підвищену увагу справам *церкви* й *реформуванню її інституцій*. Не зловживаючи можливістю впливати на призначення *єпископів* і *абатів,* Вільгельм забезпечив собі підтримку місцевого вищого духівництва та Папи Римського.

Видавництво Національного університету "Київський університет" Запоріжжя не для друку

За його правління існувала ***рада*** великих землевласників та ієрархів церкви. 1215 р. великі землевласники домоглися від *Іоанна Безземельного* підписання ***Великої хартії вольностей***, відповідно до якої король не міг уводити нові *податки* без згоди *королівської ради*, що поступово еволюціонувала в парламент.

1265 р. Симон де Монфор, шостий граф Лестерський, зібрав ***перший виборний парламент***. Майновий ценз на парламентських виборах у графств був однаковим у всій країні: голосувати могли ті, хто володів ділянкою, що приносила щорічну ренту в 40 шилінгів. У містах майновий ценз варіювався, різні міста мали різні правила. Це підготувало основу для так званого *"Зразкового парламенту"* 1295 р., прийнятого Едуардом I. До правління Едуарда III Парламент було розділено на дві палати. У першій засідала вища аристократія та вище духівництво, а у другій – лицарі й містяни. Жоден закон не могли прийняти без згоди обох палат.

Генеральні штати – вища дорадча представницька рада в Королівстві Франції 1337–1789 рр., скликалися королем для вирішення важливих державних питань у випадку політичних криз: військових, дипломатичних або фінансових. Скликання Генеральних штатів проводилося виходячи із загального принципу, за яким піддані корони були не тільки платники податків, а й вільні люди. На відміну від Парламенту, *Генеральні штати не мали законодавчої влади,* скликалися не регулярно.

Інститут Генеральних штатів уперше задіяв король Філіп IV Красивий 1302 р. з метою забезпечення легітимності рішень проти *булли* Папи Римського Боніфація VIII *Ausculta fili*. У перших Генеральних штатах були представлені *духівництво, аристократія* та *буржуазія* провідних міст.

Духівництво й *аристократія* (феодали) належали до *привілейованих станів.* Вони мали ряд переваг над іншими, були, зокрема, звільнені від сплати податків. Решта населення (селяни, ремісники, містяни) належали до непривілейованого третього стану. Вони працювали, сплачували податки та не мали ніяких переваг. До участі в Генеральних штатах від третього стану король запрошував лише заможних містян. Часто виникали суперечки, оскільки представники третього стану мали лише один голос, а феодали – духівництво і аристократія – два голоси.

Видавництво "Навчальний центр Вектор" не несе відповідальності за зміст цього документу

Свідченням *двосторонньої міжстанової комунікації та фактом впливу третього стану на політичну ситуацію* став ***"Великий березневий ордонанс"***. Королівська влада часто вимагала від Генеральних штатів потрібного їй рішення. Але були моменти, коли третій стан міг очікувати від них чогось більшого, ніж затвердження нових податків. У березні 1357 р., коли країна переживала одну з найбільш глибоких політичних криз у своїй історії (*Столітня війна* 1337–1453 рр. та *паризьке повстання* 1356–1358 рр.), було видано указ, який став згодом відомий як "Великий березневий ордонанс". Цей документ було прийнято у період народного руху 1356–1358 рр., очолюваного старшиною Е. Марселем. Оприлюднення 1357 р. "Великого березневого ордонансу" було апогеєм діяльності Генеральних штатів. У ньому втілилося незадоволення *міщан* політикою монархії та основні напрями здійснення реформи державного управління. Зміст цих реформ було викладено у 67 статтях. Цей документ був спробою обмежити королівську владу.

Проте перемога у *Столітній війні* сприяла подальшому зміцненню влади короля, адже в його розпорядженні була велика наймана армія, бюрократичний управлінський апарат, що утримувався за рахунок постійних податків, які стягувалися відтоді навіть без попереднього схвалення Генеральними штатами. Влада короля поширювалася на територію, яка за розмірами практично відповідає сучасній Франції.

Парламенти країн Європи ще з моменту зародження відігравали не тільки державотворчу, а й представницьку й посередницьку ролі, оскільки сприяли ***діалогу між владою та народом****, забезпечували порозуміння у суспільстві, спрямовували свою діяльність на досягнення суспільної згоди.*

Парламент XI–XIV ст. був посередником між монархом і громадою, тому для парламентарів завжди важливу роль відігравала їхні підтримка та приязнь. Виходячи з цього й будувалася ***комунікаційна стратегія****, а також* ***модель самопрезентації****. На тодішньому історичному етапі її інтерпретували як навмисну, усвідомлену поведінку, спрямовану на отримання заздалегідь спланованого враження про себе серед оточення або налаштовану на досягнення поставленої мети.*

Видавництво Державного університету "Київський університет ім. Бориса Грінченка"

Одна зі стратегій самопрезентації парламентів у Середньовіччі – публічне пред'явлення власної компетентності, демонстрація знань, умінь, навичок, а також морально-етичних чеснот. Відтак представники політичної влади Середньовіччя вдавалися не лише до ***стратегії суспільної згоди****, а й до* ***селфбрендингу****, створюючи власні образи, які вважали привабливими, гідними й такими, що заслуговували громадського схвалення. У цьому і полягає їхня беззаперечна PR-роль.*

3.2.2.3. Лицарство – суспільний феномен протоPR Середньовіччя

3.2.2.3.1. PR-технології лицарства як станового бренду

Лицарство – один із головних символів Середньовіччя. Цей інститут виник у VIII ст. Предтечею лицарів були *еквіти* (вершники) у Давньому Римі. Під впливом церкви й мистецтва лицарство виробило *моральний та естетичний ідеал воїна,* а в епоху хрестових походів унаслідок утвореннння духовно-лицарських орденів перетворилося на спадкову аристократію, що вважала себе *міжнародним військовим орденом*. Посилення державної влади, перевага піхоти над кіннотою, винахід вогнепальної зброї та створення постійного війська до кінця Середньовіччя перетворили *феодальне лицарство на титулований стан лицарської аристократії.*

Феномен середньовічного лицарства безпосередньо пов'язаний із явищем *васалітету*, оскільки відносини між сеньйором і залежною від нього особою були тією моделлю, що визначала *характер їхньої комунікації* та *суспільних взаємин відповідно до майнової залежності*: сеньйор мав право надавати озброєння та спорядження, і водночас тотально контролювати вассала.

Поява лицарства пов'язана зі зростанням значення кінноти у війську та зі збільшенням престижу кінної служби, через що в історичних джерелах XI ст. зустрічається поняття "лицар" у зверненнях до вельможних осіб, а в XII ст. – і до королів.

Серед лицарства існувало певне *розшарування.* Були королі-лицарі, були вельможі, та ті, хто стояв на найнижчій сходинці

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

феодальної ієрархії – *шевальє*, які не мали земель і жили за рахунок виплат сеньйора за особисту вірність.

Варто також згадати про вірних товаришів лицарів – *зброєносців.* Уявлення про те, що посвяту в лицарі потрібно заслужити, і один із шляхів до цього – "робота" зброєносця, виникли в XII ст. Але вже в XIV ст. в історичних джерелах згадувалися *"вічні зброєносці"*, які з різних причин (здебільшого матеріальних) не мали шансів бути посвяченими в лицарі.

Лицарі та зброєносці стали основою шляхетних верств Нового часу. Оскільки з часом (XIV–XV ст.) серед лицарства виникла традиція присвячувати себе інтелектуальній праці, частина лицарського етосу вплинула на формування *етосу європейського інтелектуала* Нових часів.

Якщо говорити про ***лицарські ритуали*** та ***ідеологію***, то історію формування особливої *лицарської самосвідомості – усвідомлення власного престижу, високого соціального статусу*, – потрібно вести із середини XII ст., на основі трактату *Бернара Клервоського* "Хвала новому лицарству", де оспівується новий тип лицарів, які поєднують фізичну силу, майстерне володіння зброєю з добропорядністю та служінням Богу. Тому *витоки лицарської ідеології багато в чому походять із християнських уявлень*.

Зі специфікою лицарства пов'язане також формування складної системи ***лицарських ритуалів*** і ***сакральних символів,*** що виокремлювали виключність лицарства *Усі* ***атрибути,*** *що традиційно пов'язують із лицарством, сформувалися переважно в X–XII ст., а в XIII ст. відбувся їхній розквіт.* У XII ст. з'явилися ***герби,*** почала розвиватися ***лицарська геральдика.***

Одним із найбільш значущих, кладних і колоритних лицарських ритуалів була ***посвята в лицарі*** – одна із форм військової *ініціації*. Вона позначала перехід від юності до зрілості й самостійності, робила юнака членом *військово-аристократичної корпорації*. Найчастіше посвяту в лицарі приурочували до релігійних свят або здійснювали напередодні масштабної битви.

Посвята в лицарі складалася з багатьох ***ритуальних елементів***: безсонна ніч за молитвою в церкві, особлива сорочка, сакральна *символіка аксесуарів і обладунків*. Ритуал посвяти завершувався демонстрацією спритності нового лицаря.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Спочатку церемонія посвяти мала світський характер. Потім церква перетворила її на релігійне дійство. Освячуючи зброю, церква навіювала думку про те, що лицар має бути християнським воїном і захисником релігії. Таким чином *церква поширювала свій вплив на військову сферу, опановуючи нову цільову аудиторію з метою подальшого впливу на неї та здійснення протоPR* щодо неї.

Лицарські чесноти, їхнє *культивування* й *демонстрація* відіграли неабияку роль в ***іміджетворенні*** та ***самоPR*** представників цього стану. Під впливом церкви й поезії, що оспівувала лицаря як ідеал воїна, сформувався комплекс характеристик, притаманних лише справжньому лицарю – *шляхетній людині*. Це мав бути мужній, сильний, вправний воїн, що дотримувався лицарської обітниці, був безстрашним, релігійним, ризикував життям заради віри, охороняв церкву й духівництво, захищав вдів і сиріт, боровся проти насильства та зла, уникав негідного оточення і брудного заробітку, для порятунку невинного був готовий на жертовність, виявляв інтерес до військових справ, шанобливо служив королю, брав участь у турнірах, жив бездоганно, відповідав за свої вчинки, був щедрим, чесним, щирим, тримав слово, любив батьківщину.

Для лицаря було створено ***моральний кодекс***, де найважливішими пунктами були *віра*, *честь*, *відданість пані серця*.

Віра в Бога й вірність вірі для лицаря завжди була на першому місці, а молитва – невід'ємною частиною життя.

Честь полягала у дотриманні ***обітниці*** й ***морального кодексу***. Ніхто не мав права спаплюжити честь лицаря без спокути: воїн мав відстояти свою честь і викликав суперника на поєдинок.

Одним із найцікавіших у часи Середньовіччя був ***феномен "красної пані".*** Це був справжній ***культ кохання***, проте кохання *духовного, платонічного*. Любов стала служінням "прекрасній пані", поклонінням їй. Пані серця була для лицаря неземним створінням, утіленням божества, об'єктом поклоніння й захоплення, омріяним ідеалом вічного кохання. У кодексі лицарської любові перше місце посідали ратні подвиги на честь "красної пані". Любов лицаря була піднесеним до ідеалу та витонченим почуттям. Лицар брав участь у турнірах, прикріпивши рукавички своєї пані до шолома, а до щита табличку, яка звеличувала її красу.

Видавничий центр "Університетський"

В епоху Відродження, на честь красних пані складали *вірші* й виконували *серенади*. Після кількох місяців залицяння лицар отримував право поцілувати руку своєї пані. Згідно із прийнятими в суспільстві правилами, він поступово просувався щаблями близькості, завойовуючи серце своєї обраниці. Гімни любові, написані трубадурами, були пристрасною мрією про ідеальні стосунки. *Жінку зображали як утілення найкращих людських чеснот – краси, доброти, грації, розуму.*

Відтак*, іміджетворення лицарства як стратегія протоPR відбувалося на високому рівні, були задіяні всі аспекти: зовнішність, одяг, декор, ритуали, традиції, заходи, яскравим і колоритним взірцем яких були лицарські турніри. У такий спосіб формувався своєрідний* ***феномен імідж-культури середньовічного лицарства,*** *який включав не тільки моделювання зовнішньої оболонки, але й співвідносився із традиційними уявленнями щодо суспільної ієрархії, її найвищих щабелів і шляхів, які вели до них. Ураховувалася велика кількість чинників, що згуртовано впливали на* ***імідж*** *та* ***репутацію****, яких прагнула феодальна аристократія.*

3.2.2.3.2. Лицарські турніри як PR-заходи; геральдика та герольди

Лицарство в епоху "розвиненого феодалізму" переживало справжній розквіт. У XII ст. з'явилися ***лицарські герби як знаки*** шляхетності, доблесті, родової гідності. Виникла спеціальна наука *(геральдика)* зі своєю термінологією та фахівцями – ***геральдами*** – професійними комунікаторами, які мали доволі високий статус у феодальному суспільстві. Вони збирали інформацію про лицарські роди, їхню генеалогію, герби, систематизували, перевіряли її, щоб не допустити в лицарський стан самовисуванців, виступали розпорядниками лицарських турнірів.

Герольди описували та тлумачили зображення на лицарських гербах. Вони стали носіями системи знань, яка увібрала загальноприйняті правила створення ***гербів***, їхнього опису, використання й розпізнавання; також установили певні способи вирізнення та норми графічного відтворення ***геральдичних символів,*** створили науку гербознавства – ***геральдику***.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Всесвітня історія друку

Існує два варіанти походження термінів "геральдика" і "герольд": від пізньолатинського "heraldica" та німецького "herald" у значенні "ветеран". Так називали в середньовічній Німеччині людей із репутацією звитяжних і хоробрих воїнів, яких запрошували як почесних гостей та обізнаних суддів на лицарські турніри й інші урочистості. Ветерани-герольди шанували звичаї лицарства, складали правила турнірів, стежили за їхнім дотриманням, а також оголошували поєдинки й імена учасників. Професія вимагала спеціальних знань, тому *герольди* були *обізнаними у генеалогії шляхетних родин*, чиї представники брали участь у боях, уміли тлумачити символіку лицарських гербів.

Обов'язки герольда поділялися на три частини: оголошення війни, укладення миру, пропозиції перемир'я чи відступу на користь переможця, підрахунки убитих і поранених, оцінка військових чеснот лицарів; зобов'язання відвідувати всі урочисті церемонії (коронація або поховання короля, посвята в лицарі, урочиста аудієнція); геральдичні обов'язки – складання гербів, написання родоводів тощо.

Герольд – почесна посада на турнірі, але його обов'язки не вичерпувалися вищезазначеним. Важливою була певна *дипломатична та інформаційна діяльність*. Середньовічний хроніст Жан Фруасар зазначав, що до різних можновладних сеньйорів відряджали герольдів, які повідомляли, що їхній монсеньйор, "призначивши турнір, запрошує всіх тих, хто пишається своїм лицарством, а також високоповажних пані та дівчат шляхетного походження прибути в обране для турніру місто з доказами лицарських прав". Герольд повинен був спонукати до участі у турнірі, ***мотивувати потенційного учасника заходу***; цьому, зокрема, мало сприяти ***інформування,*** майстерністю якого герольд мав володіти. За допомогою герольдів феодали, які жили у своїх маєтках розпорошено, дізнавалися про майбутній турнір в околицях, кількість його ймовірних учасників, їхній поіменний склад, а також про ступені шляхетності, стародавності й заможності роду.

Також герольди *забезпечували ритуально розроблений порядок лицарського єдиноборства* та були *відповідальні за дотримання складної внутрішньо станової ієрархії* під час підбору суперників. Звідси й виникла нагальна потреба досконало розуміти складну і

Видавничий центр Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого"

зашифровану символіку лицарських гербів. За кілька днів до початку турніру щити лицарів, які претендували на участь у ньому, виставляли на загальний огляд і обговорення. Герольди були відповідальні за правильність інтерпретації символіки емблем і точну ідентифікацію родової належності лицарів, ступенів їхньої шляхетності. *На основі цих знань вони робили учасникам турнірів своєрідний PR. Тож цілком очевидно, що вони були одними з перших професійних піарників у світовій історії.*

Важливим аспектом діяльності герольдів було ***повідомлення*** *про хід лицарського турніру, послідовність виходу учасників, результати поєдинків.* Вони також сповіщали про визнання перемоги однієї зі сторін, підводили переможців для нагородження до верховного сюзерена або прекрасної пані. Створювалося яскраве видовище, у якому було задіяно чимало комунікаційних компонентів. Серед них були не тільки *візуальні,* але *й звукові*. Приміром, важливою й відповідальною процедурою було ***блазонування*** (від blasen – сурмити в ріг). "Герольди, – стверджував середньовічний французький учений Нікот, – блазонуючи герб лицаря, повідомляли про високе значення його гербових емблем, приєднуючи до цього уславлення його доблесті". Частина цієї інформації виголошувалася герольдами при запрошенні, а частина – під час турніру. Специфічні закличні *мелодії їхніх ріжків* стали неабияким процесійним надбанням герольнів.

Лицарський турнір – військове змагання у середньовічній Європі. Імовірно, їх почали регулярно проводити із другої половини XI ст. Основоположником традиції називають Жоффруа де Прейлі (I пол. XI ст.). Призначення турніру – демонстрація бойових якостей лицарів, що становили головну військову силу Середньовіччя. Сучасні французькі історики пов'язують появу турнірів із ситуацією, що склалася на той момент у Північній Франції серед лицарства. Унаслідок жорсткого майорату сформувався потужний прошарок молодших синів, які не мали права претендувати на батьківський спадок. Єдиним шансом реалізуватись для цих молодих вояків була війна, але війни не тривали постійно, тож активна енергійна молодь часто навіть провокувала конфлікти та бійки. Феодали й керманичі шляхетних родів змушені були постійно вгамовути цю молодь, утримувати її в покорі. Хоча ідея змагань між воїнами дуже давня, тур-

Видавничий центр "Київський університет"

ніри як постійне явище виникли як заміна війни в мирний час, аби чимось зайняти войовничих лицарів. Перші турніри проводилися на кордонах феодальних ворогів без сторонніх глядачів і зводилися до боїв між двома загонами. Однак турніри розвивалися та поступово набули ознак *театралізованого спортивного дійства із правилами, регламентацією та глядачами*. Тобто вони стали своєрідними івентами.

Зазвичай турніри в Західній Європі відбувалися у зв'язку з великими подіями загальнодержавного характеру та в урочистих випадках: на честь шлюбів королів, принців, у зв'язку з народженням спадкоємців, укладенням миру. Турніри відбувалися публічно, при великому скупченні феодальної шляхти та люду, збиралися лицарі з усіх кінців Європи.

Лицарський турнір мав цілком визначений, чіткий сценарій. Для турніру обирали зручне місце поблизу великого міста. Влаштовувався майдан, що зазвичай мав чотирикутну форму і був огороджений дерев'яним бар'єром. Поруч ставили лави, ложі, намети для глядачів. Проведення турніру регламентувалось особливим кодексом, за дотриманням якого стежили герольди. Скликав турнір або король, або високоповажний шляхтич. Напередодні змагань для учасників ристалища існував звичай проводити ніч у церкві за молитвою. Зранку розпочиналася процедура пошануванням *жезлу миру*. Особа герольда вважалася недоторканною. За герольдами йшов герольд-майстер у супроводі маршалів, зброєносців і пажів. Герольд-майстер виголошував промову, в якій окреслював правила турніру, після чого учасники готувалися до бою. Судді оголошували про початок боїв. Лунав сигнальний ріжок і на площу виходив загін учасників.

Перший день зазвичай належав для змагань молодих і недосвідчених лицарів. Змагання тривали від полудня й до сутінків, після чого починався бенкет. Турніри також намагалися не проводити у неділю та вихідні дні. Зазвичай турніри починалися у понеділок чи вівторок і тривали до п'ятниці. Як правило, турніри проводилися взимку, найчастіше на Різдво. Рідше їх організовували восени та на Великдень.

Лицарський турнір *був напрочуд видовищним публічним заходом із розмаїтою атрибутикою самодемонстрації та самоPR* за певним сценарієм, із ритуалами, оздобленням учасни-

Видавництво Національного університету "Київський університет ім. Бориса Грінченка"

ків, загальним декором, звуковим супроводом, який мав на меті виявити міць, спритність, витривалість, бойові звитяги учасників, які уславлювали власний рід або свого сюзерена. У ході турніру *на цільову аудиторію спрямовувалася позитивна емоційна сугестія, а престижна самодемонстрація і самоPR набував виразних рис* ***селфбрендингу***.

Лицарські турніри були наймасовішою публічною акцією в середні віки: на них збиралися представники всіх станів із різних країн. Монархи й духівництво влаштовували бенкети, лицарі змагалися, демонструючи свою силу та спритність, а містяни й селяни брали участь у ярмарках та розвагах, якими супроводжувалися турніри. Шляхта під час турнірів нерідко укладала шлюби, угоди військового, політичного та комерційного характеру.

Лицарські турніри залишили по собі славу і романтичні спогади, чим заслужили потужний ***постPR***. Видовищні дійства лицарських турнірів дуже популярні в кінематографі, присвяченому подіям тієї доби, знайшли втілення в образотворчому мистецтві, описані в художній літературі. У тогочасності лицарські турніри стали однією з найяскравіших сторінок лицарського роману, який розвивався по всій Європі. Для його сюжету були обов'язкові ідеальне "лицарське" кохання, військові подвиги в ім'я особистої слави, небезпечні пригоди. Романи широко відображали побут і вдачі свого часу. У той самий час у них був помітний інтерес до окремої людської особи. Найпопулярніші сюжети – про лицарів Круглого столу, легендарного короля бриттів Артура, рицаря Ланселота, Трістана та Ізольду. Багато в чому завдяки літературі в нашій свідомості досі живе романтичний образ благородного середньовічного лицаря і збереглися описи легендарних лицарських ристалищ.

3.2.2.3.3. Соціальні комунікації духовно-лицарських орденів

XI–XIV ст. стали періодом розквіту духовно-лицарських орденів (або військово-чернечих): наймогутнішими були ***ордени Храму (тамплієри)***, ***Госпіталю (іоанніти), св. Марії (тевтонці)***. Їхні *великі магістри* за статусом прирівнювались до монархів, відтак значна увага приділялася створенню їхнього *елітарного, втаємниченого іміджу, овіяного ореолом сакральності*.

Видавничий центр "Київський університет" Версія по друку

Дуже швидкий *розвиток військово-чернечих орденів* на початку XII ст. пояснюється тим, що монархи та великі феодали того часу були хорошими воїнами, часто непоганими воєначальниками, але зовсім невдалими адміністраторами. Можна сказати, що всі вони були просто розбійниками в королівських мантіях. Завойовувати території та фортеці вони вміли, грабувати їх теж. Але XII ст. було століттям становлення державності. Суспільний розвиток вимагав стабільних меж, законів, стабільності країни. І лише військово-чернечі ордени із ретельно розробленими статутами і членами, які навчилися їх дотримуватися, пов'язані єдиною метою, без особистих інтересів, скріплені дисципліною, маючи в розпорядженні постійне навчене та згуртоване військо, могли бути і були насправді зародками виникнення держав.

Саме це привертало до орденів і королів, що бачили в цих організаціях свою опору, і спроможних людей, що шукали надійного захисту від свавілля крупних феодалів, і католицьку церкву, що вбачала в орденах засіб зміцнення влади папського престолу. Наприклад Госпітальєри були відмінними адміністраторами, привертали до роботи видатних будівельників, медиків, архітекторів, зброярів того часу, створювали мережу укріплених пунктів на кордонах королівства, організували власну прикордонну службу, перешкоджаючи проникненню до країн християнського світу мусульманських загонів.

Як вибудовувалися соціальні ***комунікації духовно-лицарських орденів*** достатньо розглянути на взірці найвідомішого й найпопулярнішого з них – ордену тамплієрів, образи якого овіяні таємними і містичними легендами та наймовірними історіями.

Орден Храму (тамплієри) було створено 1118 р. для захисту паломників на Святій землі від нападів сарацинів. Успіхи лицарів у боротьбі з арабами в Іспанії, а потім і в Палестині, створили їм репутацію відважних захисників істинної віри й непереможних воїнів. Європейські державці підтримували їх, аристократи вважали за честь вступити до ордену за допомогою доброчинного внеску у вигляді своїх володінь і майна.

У результаті суворої дисципліни та беззаперечної слухняності тамплієрам удалося домогтися *організованості*. Зрештою вони заволоділи величезними багатствами: стали власниками корабелень і портів, не кажучи про численні землі. До того ж у них

Видавництво Навчальний центр "Київський університет" Вебсайт: http://vnu.edu.ua/

був свій могутній флот. Феодали різних країн дарували ордену маєтки, села, міста, замки, церкви, монастирі. Джерелом багатств тамплієрів також була активна фінансова діяльність (фактично, їм належить створення банківської системи Європи). Лицарі Храму не цуралися науки, усіляко заохочували її розвиток. Тамплієри були вправними хірургами. Часто їм доводилося лікувати поранених, що входило до обов'язків членів ордену.

Загалом лицарі ордену мали багато чеснот і були суспільно активними у різних сферах життя. *Вони залишили по собі дуже потужний, овіяний переказами й оповідками, героїко-романтичний PR. Це була напрочуд потужна не лише у фінансово-економічному й політичному сенсі організація, а й у духовно-психологічному контексті. Її феномен – в ареолі таємничості. Про тамплієрів ходить багато легенд, написано безліч книг і знято десятки фільмів. Проте деякі таємниці залишаються нерозгаданими до* сьогодні. *Це чи не найуспішніший PR, що не вимагає підживлення чи реновацій.*

Духовно-лицарські ордени відіграли одну із провідних ролей у суспільному житті XI–XIII ст., виступаючи засобом впливу на політичне та соціально-економічне життя середньовічної Європи. Ці унікальні за своєю суттю організації стали осередками християнства на Святій землі, а з часом і в усій Європі, активно впливаючи на церковні та канонічні норми шляхом їхньої імплементації та реформування на основі введення власних етико-звичаєвих норм. Це дає підстави говорити про *формування чернечо-військовими орденами міжнародної комунікації не тільки внаслідок поширення християнської ідеології на нові землі та залучення нових апологетів християнської віри й релігії, а й шляхом міжкультурного обміну. Духовно-лицарські ордени принесли в Європу багато цінного для зміни культурних звичок і побуту. Вони багато зробили для культурного збагачення населення середньовічної Європи, стали популяризаторами в Європі культурного досвіду Сходу.*

Наприкінці XV ст. позиції лицарства значно похитнулися, хоча цей стан намагався підтримувати імідж найпопулярнішого та найвагомішого в суспільстві. Однак вплив лицарства слабшав із кожним роком: ставало все більш очевидним, що головними гравцями на політичній арені будуть не аристократія і лицарст-

во, а монархи сильних централізованих держав, шляхта та церква, а також "люди мантії" (чиновники), чия могутність у цей період зростала. Неабияку роль на суспільно-політичній арені починав відігравати простолюд.

3.2.2.4. Технології протоPR харизматичних лідерів народних протестів

У той час як королі, духівництво й феодальна шляхта боролися між собою за вплив на суспільство, розвивався стан, що уособлював міське населення, провідне місце в якому посіли *ремісники та купецтво*. Міста, які спочатку були резиденціями феодалів, доволі швидко стали центрами опозиції аристократії. І нерідко міське населення разом із селянами виступало проти шляхти. Народні вожді вміли загітувати маси і повести їх за собою не гірше, а іноді навіть і краще, ніж монархи та шляхта. На чолі найбільших народних повстань XIV ст. у Франції був ***Гільйом Каль***, в Англії – ***Джон Болл***, про дар красномовства яких згадують хроніки того часу.

У 1350-х рр. ***Кола ді Рієнці*** зумів підняти народ Риму для боротьби спочатку з аристократією, а потім – із папством, використавши свій *ораторський талант, розповсюдження чуток і засоби політичної реклами*: на стінах міських будівель з'явилися зображення з написами, що агітували підтримку Трибуна (так стали називати Рієнці). Але римські можновладці не менш ефективно використовували засоби політичної боротьби: їм удалося перетягнути міське населення на свій бік і Рієнці був убитий тими ж, хто спочатку його підтримував.

Дещо пізніше *чудові здібності формування суспільної думки* продемонстрували керівники повстання, які влаштували флорентійські чесальники шерсті та інші наймані робітники сукноробної мануфактури 1378 р. Це було так зване ***повстання "чомпі"***. Чомпі працювали 14–16 год на добу, платили величезні податки, отримували вкрай малу заробітну плату, яка не забезпечувала прожиткового мінімуму. Власник мануфактури мав право звільняти чомпі з роботи без попереджень. Чомпі не були членами цеху і, відповідно, були *позбавлені політичних* прав. Їхні лави поповнювалися селянами, що розорилися, та ремісниками.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Перший *стихійний страйк чомпі* стався у Флоренції 1345 р. під орудою *Чуто Брандіні*, 1371 р. – відбулися хвилювання в Перуджі та Сієні. *Хоча ці страйки були придушені, вони мали значення як події, в умовах яких формувалася колективна свідомість, що стала предтечею громадської думки. На новий рівень вийшло і харизматичне лідерство.* Керманич страйку 1345 р. ***Чуто Брандіні*** на зібраннях найманих робітників пропонував організувати *братство чомпі,* установити регулярний збір коштів із його членів і розгорнути боротьбу за підвищення заробітної плати. Шлях до завоювання політичних прав *протопролетаріат* бачив в організації нового цеху найманих робітників, оскільки лише члени цехів володіли у Флоренції повноправним громадянством. Хоча здійснення цих вимог і не означало знищення станової нерівності й захоплення державної влади, воно свідчило про гостроту соціального конфлікту. Коли Брандіні був ув'язнений, чомпі припинили роботу, покинули майстерні та рушили до палацу синьйорії, вимагаючи його звільнення. Цей *перший відомий в історії стихійний страйк найманих робітників* було припинено, а Чуто Брандіні публічно страчено.

1378 р. чомпі Флоренції знову підняли повстання, до них приєдналися дрібні *ремісники*. Повстання тривало із 22 червня до 31 серпня. Найважливіші вимоги повстанців: підвищення заробітної плати на 50 %; *надання чомпі політичних прав* – закріплення за чомпі четвертої частини місць в уряді й посади *гонфалон'єра справедливості*, створення цеху *чомпі* (що робило б їх *повноправними громадянами*), утворення народного ополчення, рівність усіх жителів міста. Повсталі захопили палац подеста; вигнали уряд із його резиденції й утворили новий, сформували народне ополчення, створили цех.

Пополани, які на той час уже мали досвід успішної боротьби з феодалами і встановили свою владу в найбільш розвинених містах-державах (Болоньї, Перуджі, Флоренції), зуміли поставити на чолі уряду повсталих чомпі Мікеле ді Ландо. Під час його головування вони зуміли організувати голодну блокаду міста (таким чином було застосовано *метод морально-психологічного тиску*). Унаслідок цього чомпі виявилися без засобів для існування. У серпні 1378 р. чомпі, переконавшись у зраді

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

Мікеле ді Ландо, створили новий, революційний уряд ("Вісім святих божого народу") на чолі з чесальником вовни *Бартоло ді Якопо*; спробували захопити владу, вимагаючи від уряду підпорядкування. Мікеле ді Ландо допоміг пополанам підтягнути до міста війська. На цьому етапі повстання від чомпі відійшли дрібні ремісники, що злякалися радикальності програми. Повстання зазнало поразки, керівників було страчено.

Проте повстання чомпі показало відносно високий для XIV ст. ***рівень політичної свідомості*** італійського *протопролетаріату*, що *вперше в європейській історії поставив вимогу про надання йому політичних прав, прийшов до ідеї загальної рівності.* Повстання чомпі продемонструвало, що в умовах розвитку ранніх капіталістичних відносин у XI ст. *суспільна думка сприяє появі нових за своїм характером народних рухів* у містах Північної та Центральної Італії – ***повстань протопролетаріату***.

Поразка повстання чомпі була результатом незрілості й недостатньої організованості протопролетаріату. Він значною мірою ще не відділився від дрібних майстрів-власників, які в останній момент змінили позиції, фактично зрадивши їх. Однак чомпі виявили відносно високу для XIV ст. *політичну свідомість*.

Одночасно розпочалася ***активізація протестних рухів на селі***. Перманентна боротьба французьких селян із феодалами в середині XIV ст. набула гострих відкритих форм і вибухнула *не бувалим дотоді, широкомасштабним повстанням.* Селянство повстало із-за політичної кризи в країні та важкого економічного становища, що виникло внаслідок феодальних утисків, посилення експлуатації, високих податків і непомірних повинностей, зубожіння в умовах затяжної війни, голоду, епідемії чуми.

Згідно із джерелами, ***повстання жаків*** (так презирливо називали селян) спалахнуло стихійно (травень 1358 р.). Безтурботні та самовпевнені французькі феодали вважали, що селяни звикли жити у покорі й нездатні до серйозного спротиву. Перший збройний конфлікт виник як протест на безчинства і здирництво панства. Побоюючись помсти можновладців, селяни, які підняли зброю, вирішили не складати її та перейшли в наступ. Вони закликали приєднатись до них для боротьби з ненависними феодалами. Тут відслідковується *мистецтво комунікації народних ватажків, які вміло апелювали до потаємних*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Всесвітня історія

думок селян щодо важкого становища, їхніх емоцій і переживань. Вони говорили, що шляхта нічого не робить, а лише утискає землеробів, живе за їхній рахунок. Вигукувалися ***гасла*** про те, що час покінчити з цим і знищити повинності. Лунали ***заклики*** *до помсти*.

Кількість повсталих швидко зростала, бо кожен, піддавшись усенародному запалу й *майстерним закликам народних ватажків*, ішов за ними. Територія, охоплена бунтом, повсякчас зростала. Усюди палали замки сеньйорів, спалювалися феодальні документи, у яких були записані селянські повинності.

Відразу ж, почавши повстання, селяни обрали *ватажка*, про що йдеться у тогочасних хроніках: "Ім'я йому було ***Гільйом Шарль (Каль)***. Жаки обрали його керманичем; "Капітан жаків" був поставний і красивий з обличчя. Він непогано знав військову справу і був добрий балакун" (тобто красномовець).

Остання з характеристик свідчить про *комунікаційні здібності ватажка.* Із "Хроніки перших чотирьох Валуа" бачимо, що Гільйом удало вів ***перемовини*** і з селянами, і з союзниками (бідними купцями – представниками "третього стану"). Для демонстрації своєї влади та авторитету Гільйом виготовив печатку, ***видавав накази, писав грамоти***. За його ініціативи селяни, недосвідчені у військовій справі, стали вербувати до своїх лав лицарів, присвоюючи їм звання "капітанів". Згодом уцілілі серед них просили короля про помилування, оскільки, мовляв, їх утягнули до бунту під загрозою смерті.

Незважаючи на поразку, жакерія була одним із найвизначніших селянських повстань у середні віки. Це був серйозний виклик тогочасному суспільству. Повстання засвідчило опір найбільш приниженої та експлуатованої частини суспільства, виявило не лише здатність до непокори "гнаних і голодних", а ступінь їхньої суспільної свідомості та громадянської зрілості. Ставши інструментом впливу на владу, воно стало серйозним попередженням можновладцям про силу, яку таїть селянство.

Стосовно протоPR важливо те, що в тих умовах *політична комунікація іноді вже набувала форми діалогу, хоча, безперечно, була асиметричною, а постаті народних ватажків – свідчення ролі особистості в історії. Багато важили, очевидно, майстерність їхнього іміджу та сила їхнього слова, що набувало якостей пропаганди.* Усе це впливало на формування народних на-

строїв і *активізацію масової свідомості внаслідок еволюційних політичних змін суспільної думки*.

Згодом бунтівні настрої поширилися на територію Туманного Альбіону. ***Повстання*** під проводом ***Вота Тайлера*** та ***Джона Болла*** вважаються найбільшими у середньовічній Англії. Закони Едуарда III, що принижувати права трудових верств, викликали у виснаженій епідемією країні хвилю обурення. Останньою краплею став потрійний військовий збір (1380 р.). Попрямувавши до Лондона, селяни й бідні містяни графства Кент обрали ***Вота Тайлера*** своїм ватажком. Дорогою до них приєднувалися жителі сусідніх околиць і бідняки. Тайлер *особисто сформував програму бунтарів*: вірність королю Ричарду; боротьба проти династії Ланкастерів; скасування всіх поборів; готовність до протестної боротьби.

Під керівництвом Тайлера 13 червня 1381 р. повстанці увірвалися у столицю і за підтримки міської бідноти покарали королівських посіпак. Ричард II особисто пообіцяв повстанцям повну амністію, скасування кріпосного права й панщини, затвердження невисокої плати за землю, вільну торгівлю. Але Тайлер вимагав більшого: повернення відібраних, експропріація церковних земель, скасування законів щодо дискримінації трудящих та рівність у правах усіх верств. За таке зухвальство король наказав стратити Тайлера. Залишившись без ватажка, повстанці втратили моральну підтримку і були розгромлені.

Хоча повстання вдалося придушити, влада отримала серйозний урок і послабила оподаткування та експлуатацію трудящих.

Народні протести виявляли неабиякі духовні сили та лідерські здібності представників нищих верств, які в часи бунтів заявляли про себе як цілком достойні *соціальні комунікатори*. Зокрема, "глашатаєм англійського народу" під час повстання Вота Тайлера став мандрівний священник ***Джон Болл***, якому церквою було заборонено проповідувати і він діяв підпільно, роз'яснюючи людям, що всі мають рівні права та повинні бути вільними. Католицька церква звинуватила Болла в єресі й ув'язнила. Коли почалося повстання, Джон Болл перебував у тюрмі Мейдстоуна. Захопивши місто, бунтівники звільнили священника, який відтоді став їхнім духовним наставником. Болл знайшов просту та дохідливу форму звертання до повстанців: це були

віршовані відозви, що будили в народі соціальну свідомість і заохочували до активних дій:

"*Правдивий Джон усім говорить:*
Тут фальш і ницість владарюють,
І правду мать під замком,
Брехня ж пишається гріхом".

Це був потужний засіб протоPR, із елементами соціальної пропаганди. Його вплив на людей був очевидний.

Усі негаразди, що випали на долю Європи в XIV–XV ст., помітно вплинули на *церковне* й *духовне життя суспільства*. Усі очікували Страшного суду і прагнули спокутувати гріхи. Але це бажання суперечило не дуже праведному життю вищого духівництва, яке мало б турбуватися про душі мирян. Такі суперечності призвели до нового спалаху *єретичних учень*. Цього разу на чолі єретиків постали вчені-богослови, яким було добре відоме Святе Письмо. Одним із них був ***Ян Гус*** (1370–1415), магістр Празького університету, мученицька смерть якого стала поштовхом до могутнього ***народного повстання в Чехії***.

Із 1401 р. Ян Гус читав проповіді в Костелі св. Михаїла, а 1402 р. був призначений настоятелем і проповідником приватного Віфлеємського годинника у старій частині Праги. Там він займався читанням проповідей чеською, на які збиралося до трьох тисяч мирян. У цих проповідях Гус не тільки порушував нагальні питання повсякденного життя, але й відкрито критикував кліриків, феодалів і бюргерів. Церква в Чехії була одним із найбільших землевласників і експлуататорів, утручалася в особисте життя віруючих. Гус насмілився виступити проти цієї сили.

Щоб *поширити свої настанови*, Ян Гус не тільки *проповідував з кафедри*, а також наказав *розписати стіни Віфлеємської каплиці малюнками з повчальними сюжетами, склав кілька пісень, які стали народними, провів реформу чеського правопису, що зробила книги більш зрозумілими для простого народу*. *Ці активності цілком можна назвати PR-технологіями, що мали на меті пропагандистські цілі.*

Ян Гус часто виступав перед селянами й ремісниками на вулицях, площах, у лісі та просто на дорогах; говорив, що королі, багатії, священники, архієпископи та монахи наживаються на стражданнях і бідуванні народу; виступав проти індульгенцій,

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

які сприяли безкарності та сваволі духівництва, закликав боротися за краще життя. Одна із його заповідей свідчила: "Кожен християнин повинен шукати правду, навіть ризикуючи благополуччям, спокоєм і життям". Ціла низка застережень спрямовувалась проти безчинств церкви: "Не можна сліпо підкорятися церкві, потрібно думати самостійно, керуючись словами зі Святого Письма", або: "Не можна стягувати платню за таїнства й продавати церковні посади". Щодо влади шляхти Гус застерігав: "Влада, що порушує заповіді Бога, не може бути Ним визнана", "Власність повинна належати справедливим. Несправедливий багатій є злодієм".

Врешті Папа Іоанн XXIII 1412 р. наклав на Гуса прокляття й інтердикт. За свої ідеали та принципи проповідник загинув на вогнищі, але справа його продовжилась. Послідовників Яна Гуса шанобливо назвали ***гуситами***.

1419 р. спалахнуло нове повстання гуситів, що переросло в потужний революційний рух. Упродовж 15-ти років повстанці були непереможні. Деякі з бунтарів навіть намагалися організувати громади на основах суспільної рівності та справедливості, але в реаліях XV ст. це було неможливим.

Гуситські війни після смерті Яна Гуса очолили ватажки ***Ян Жижка***, *Микулаш з Гуси, Прокіп Великий* і почали збройну боротьбу проти католиків. У Празі піднявся міський люд, до нього долучилися інші міста і села Чехії. Подекуди гусити здобували перемогу, десь зазнавали поразки. *Успіхи гуситів пояснювалися їхньою згуртованістю,* на відміну від роздроблених сил супротивників із Польщі, Угорщини, австрійського герцогства й німецьких князівств, лише номінально об'єднаних. Зрештою, значна частина гуситів пішла на компроміс із імперією та церквою, що і сприяло закінченню війни, але не дало істотних результатів. Проте *в суспільстві на певний час було досягнено певної згоди*.

Але гуситський рух, будучи прогресивним демократичним явищем свого часу, не припинився і набрав нових форм, *поширившись на міжнародну політику*. 1464 р. чеський король ***Георгій Подебрад*** оприлюднив трактат, в якому *закликав європейських державців об'єднатися для підтримання загального миру та злагоди*. Це настільки суперечило політиці "королів-лицарів"

і церкви, що Папа Римський прозвав Подебрада "гуситським королем" і закликав монархів Європи до боротьби з ним. Однак це показує, що король невеликої країни, репрезентуючи бажання миру та спокою своїх підданих, міг навіть кинути виклик іншим монархам Європи.

Тож у середні віки, коли панувала абсолютна влада монархів і церкви, *народні настрої все ж мали певний вплив на суспільство. Простолюд поступово ставав ініціатором боротьби із соціальною несправедливістю.* Але через відсутність права голосу та прийнятних важелів впливу йому залишалося лише братися за зброю та застосувати силу.

Народним ватажкам, як лідерам думок, були притаманні ***харизматичне лідерство*** *та здатність впливати на широкі верстви населення: мотивувати, надихати, організовувати, вести за собою.*

Керманичам народних рухів Середньовіччя були питаманні практично всі ***харизматичні характеристики лідера:*** *енергійність; поважна, впливова зовнішність, обов'язкова привабливість; незалежність характеру; гарні ораторські здібності, уміння переконливо говорити, спілкуватися з іншими людьми; упевнена манера триматися в різних (у т. ч. несприятливих) ситуаціях; гідні та впевнені манери поведінки.*

Іміджетворення народних лідерів *відбувалося відповідно до стратегій і технологій протоPR: харизма, активність, ентузіазм, авантюризм, сміливість, рішучість, акторські й ораторські здібності, уміння переконувати та надихати ідеєю.*

ПротоPR часів Середньовіччя цілком відповідав типології ***лідера-популіста****: ставка на прості політичні рішення, що ґрунтувалися на низькій загальній культурі учасників політичного процесу; наголошення на значущості малих, але конкретних політичних цілей; навішування ярликів політичним супротивникам; заграванння з масами, роздавання необґрунтованих обіцянок; експлуатація політичних почуттів людей у власних інтересах тощо.*

У XV ст. у суспільній думці сформувалося розуміння *ролі особистості* в соціальних і політичних процесах. Через це у колективній свідомості з'явилися образи тих постатей, які стали знаковими у світовій історії. Це були ***керманичі народних протестів – харизматичні лідери із народу.***

Видавничий центр "Київський університет"

3.2.3. Поступ політичних протоPR на тлі історичних процесів XIV–XV ст.

XIV–XV ст. є дуже суперечливим періодом: з одного боку, це епоха зародження капіталістичних відносин, з іншого – час розквіту феодальної аристократії; з одного погляду – відродження ідеалів Античності, гуманізм, з іншого – засилля Католицької церкви та інквізиції. В умовах цих складних процесів почали активно розвиватися нові форми комунікації. *Змінювалася роль інформації, стало приходити розуміння переваг інформування.*

Державці звертали все більше уваги на збір і використання інформації, намагалися отримувати її з різних джерел, розуміючи, що *однобічність інформації значно знижує її цінність*. Подібна діяльність Людовика XI докладно описана його сучасником Філіппом де Коммінн: "З усіх, кого я знав, наймудрішою людиною, здатною виплутатися з біди у скрутний момент, був наш король Людовик XI, стриманий у промовах і дуже цілеспрямований, коли йому потрібно було залучити на свою сторону корисних або небезпечних для нього людей. Він не засмучувався, якщо спершу отримував відмову від тієї чи іншої людини, і не припиняв своїх дій, не шкодуючи обіцянок і дарів у вигляді грошей і посад. Ніхто, окрім нього, не прагнув знати стількох людей, і не прислухався до них так уважно, і не відав про таку неймовірну кількість речей…".

Стиль життя XV–XVI ст. диктував і форми комунікації. *Інформації ставало дедалі більше, її інтерпретації різнилися, тому зростало значення достовірного та всебічного інформування.* Державці продовжували використовувати підданих для збору інформації про невдоволення та загальну реакцію народу на їхні дії.

Нова інформаційна політика держави вплинула на поступ політичних протоPR.

3.2.3.1. Своєрідність політичних протоPR у часи Столітньої війни

У період Столітньої війни (1337–1453) феодальна шляхта суттєво дискредитувала себе постійними *зрадами, облудою, ві-*

Видавничий центр "Київський університет" Версія для друку

роломством у боротьбі за власні інтереси. Монархи Франції та Англії, спираючись на феодальних шляхтичів, а також на містян і буржуазію, виборювали права на владу та прагли централізувати держави. Для послаблення могутніх васалів члени королівських династій застосовували як засіб дискредитації персон nongrata технології, що у XX ст. називатимуться "чорним PR": *робили наклепи, розпускали чутки, обмовляли впливових аристократів, принижуючи їх перед суспільством і громадою. Руйнувалася репутація суперників* з метою нав'язування ідей і стратегій, вигідних державцям.

Іміджевий капітал міг бути втрачений одномоментно. *Репутаційні ризики* були високими. Зворотного шляху ці маніпуляції не мали.

Доказом цих процесів є *історія* ***Жанни д'Арк*** *– однієї з найуспішніших PR-кампаній епохи*. Це був грандіозний PR-проєкт. Хоча відома величезна кількість біографічних хронік її життя і діяльності, реальної інформації про те, ким насправді була дівчина Жанна, немає. Але на очевидні безглуздості та невідповідності в різних описах і хроніках довгий час ніхто уваги не звертав, і лише значно пізніше в архівах було виявлено документи, які свідчать про те, що більшість хронікерів і трубадурів, які писали про Жанну, перебували на службі у короля Карла VII, відтак, "творили" її життєписи тенденційно, відповідно до настанов державника.

Жанна д'Арк – орлеанська діва, яка змінила хід Столітньої війни є чи не найлегендарнішою персоналією тієї доби. Але при цьому вона не була відособлена від учасників бойових дій, а постійно спілкувалася з ними, жила серед них, надихала ентузіазмом, вселяла патріотичні почуття. *ПостPR цієї постаті овіяний переказами, легендами, пісенним фольклором.*

Звідки вона взялась – нині дізнатися вже неможливо. Однак селянська дівчина зі східно-французького села Домремі у Лотарингії, Жанна д'Арк, стала героїнею Столітньої війни. Відбулося це за тих обставин, які утворили тло її ***PR-історії***. Є версія, що вона була бастардкою і сестрою Карла VII; одні історики стверджують, що вона була вихованкою ордена францисканців, інші доводили, що була пастушкою із селища Домремі, яка стратила розум у ранньому дитинстві. У будь-якому випадку, уважають,

що духовним, "батьком" Великої діви Франції ***як національного символу*** і ***носія національної ідеї*** був ***політтехнолог барон де Ре***, який походив із давніх шляхетних верств Франції. Завдяки титулу і статкам де Ре отримав місце при уряді, допомагаючи дофіну порадами й коштами для підтримання війська, у період Столітньої війни, що почалася через те, що останній прямий нащадок Гуго Капета, який посідав французький трон, помер, і англійські королі, продовжуючи материнську лінію Капетингів, претендували на узурпацію французької влади. 1328 р. рада перів Франції вперше обрала на престол представника династії Валуа.

Із цієї причини у великій монаршій родині поширився гучний скандал, в якому родичі не могли поділити престол. Бойові дії, правда, практично не велися: за всю війну налічувалося не більше десятка млявих боїв, які становили сукупно 5–6 днів. Однак відтоді будь-який француз, керуючись тільки особистим зиском, міг визнавати своїм королем або сина Валуа, або англійця. Для великих платників податків (заможних сільськогосподарських провінцій і торгових міст) ситуація з альтернативними королями була вкрай зручна: дві скарбниці конкурували, навперебій пропонуючи їм якомога кращі умови оподаткування.

Французькі шляхтичі сварилися на балах і полюваннях, а наступного дня хтось із них переходив на бік англійців. Королів Валуа французькі дворяни часто шантажували і, погрожуючи перейти у стан Ланкастерів-Капетингів, отримували землі, позики і титули. Оскільки англійська економіка була більш розвиненою, французькі землевласники та власники промислів, які платили податки Валуа, уважали, що роблять їм велику послугу. До початку XV ст. від королів французької династії відмежувалися майже всі. Дофіну Карлу навіть доводилося влаштовувати розбійницькі набіги на власні міста або землі останніх вірних йому феодалів, щоб добути провізію чи гроші. У такій ситуації позики, надані бароном де Ре, були дуже доречні.

Протистояння Англії та Франції тривалий час проходило з перемінним успіхом, але після перемоги під Азенкуром 1415 р. Англія як ніколи була близька до перемоги: у союзі з бургундцями англійці захопили практично всю північ Франції.

У цих умовах де Ре запропонував Карлу нову тактику: він фінансує створення регулярної армії та ополчення. У цей мо-

Видавництво Державний університет "Київський університетський центр" Вебсторінка для друку

мент на історичній авансцені з'явилася Жанна: до дофіна прийшла звичайна сільська дівчина, яка стверджувала, що до неї приходять святі та пророкують, що Франція знову стане єдиною, коли Карл стане королем. Регулярні війська під командуванням Жиля де Ре завдали кілька відчутних ударів по маєтках французьких феодалів, які платили податки англійцям. Де Ре переконує Карла: "божественна" дівчина повинна бути серед солдатів, людям це має сподобатися, і вони підуть в ополчення, тим більше, що у країні іншої добре оплачуваної роботи для простолюду практично немає. Найголовніше – французькі феодали, які хотіли перейти на бік Англії, побачать, що Карл у народі популярний.

План мав успіх: вілани (селяни) і розорені ремісники тисячами йшли в ополчення, війська Жиля де Ре порішили загони кількох проанглійски налаштованих феодалів і навіть "звільнили" одну-дві провінції, де для захисту шляхти від прибічників дофіна стояли невеликі контингенти англійських солдатів. Франція періодично проводила успішні напади на маєтки феодалів, які підтримували англійців фінансово, погрожуючи знищенням. Англія ж приваблювала людей зниженням податків. Таке *загравання з авдиторією, відверті популістські дії* все одно не привели до очікуваного результату: страх виявився сильнішим за жадібність.

Взятий в облогу Орлеан залишався однією з останніх французьких цитаделей, що перешкоджали встановленню повного панування англійців. 8 травня 1429 р. французькі війська під проводом Жанни д'Арк урешті визволили Орлеан. Під керівництвом ***Орлеанської діви***, як стали відтоді називати Жанну д'Арк, було здобуто ще низку перемог і, нарешті, відбулася коронація Карла VII у Реймсі. Це привело до перелому в ході війни, що завершилася капітуляцією англійців у Бордо 1453 р.

Результатом PR-кампанії стало те, що через рік після початку бойових дій Карл виявився на французькому престолі в Реймсі, "звільненому" від англійців. Жиль де Ре був пошанований за бойову звитягу званням маршала Франції та офіційно став головнокомандувачем французької армії. Барони і герцоги, відповідно до плану де Ре, стали переходити під владу французького короля.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Проте Жанна до цих подій не дожила. Особиста доля героїні склалася надзвичайно трагічно: королівський двір, *наляканий розмахом визвольної боротьби* та *зростанням популярності* Жанни, домігся її відсторонення. У травні 1430 р. під м. Комп'єнем Орлеанська діва потрапила у полон до бургундців, які продали її англійцям. Жиль де Ре неодноразово намагався визволити її, але всі його спроби були марними. Карл VII, зобов'язаний Жанні короною, навіть не намагався її врятувати, оскільки втратив до неї інтерес. Церковний суд у Руані, звинуативши дівчину в чаклунстві, засудив її до смертної кари. 30 травня 1431 р. 19-річну Жанну було спалено на вогнищі. Чверть століття по тому, у липні 1456 р., її виправдали, а 1909 р. Папа Бенедикт XV зарахував її до числа святих.

Але у XV ст. прихильники сприймали Жанну д'Арк як істинного пророка, чиї передбачення завжди збувалися. Для них вона була дієвим провидцем, тобто людиною, яка власноруч береться виконати те, що передбачила. Тому Жанна завжди була серед воїнів у лицарському вбранні, із королівським прапором у руках, надихаючи їх іти до перемоги. Вона була *істинно харизматичним лідером, здатним переконати і повести за собою* військо.

За деякими свідченнями, Жанна "воскресла" ще раз, коли маршал де Ре найняв на цю роль Жанну д'Армуаз, яка командувала невеликим загоном, щоб приєднати до Франції кілька останніх провінцій. Але вона була зупинена на шляху до Парижа Королівськими гвардійцями, які конвоювали її в парламент. Тут її засудили до покарання біля ганебного стовпа як самовисуванку, в чому вона зізналася і виїхала до маєтку чоловіка.

Після невдалої спроби Жиля де Ре запропонувати королю нову Жанну, маршал Франції усамітнився у віддаленому замку Тіффож у Бретані, з алхіміками та магами. На завершення PR-кампанії Жанни д'Арк, де Ре наказав влаштувати на її честь "Орлеанську містерію". Ця вистава коштувала барону де Ре 80 тис. золотих екю. Відтак, маршал Франції та один зі сподвижників Жанни д'Арк, виявився *справжнім фахівцем із PR-технологій*, адже він став своєрідним *"іміджетворцем"* Орлеанської діви.

PR-парадокс виявився у тому, що вістря маніпулятивних технологій невдовзі обернулися проти де Ре особисто. Чинників

Видавничо-поліграфічний центр "Основа" Вебсайт: http://vc.ukma.edu.ua

цьому було немало (насамперед, король не хотів сплачувати борги, і хоробрий маршал став непотрібним свідком його колишніх негараздів); поміж тим, маючи репутацію талановитого полководця, відважного воїна і добропорядного християнина, де Ре не висловлював особливої прихильності до короля Карла VII, і той доручив своїм наближеним паплюжити авторитет маршала в очах французів з метою знищити впливового опозиціонера.

Водночас герцог провінції Бретань Іоанн V задумав розширити свої особисті земельні володіння за рахунок маєтків і замків де Ре. Заплатити їхню повну вартість герцог не зміг або не захотів, а якимось чином впливати на маршала Франції, героя, що воював пліч-о-пліч із легендарною Жанною д'Арк, було небезпечно.

Тоді було створено "творчу групу" задля "чорного PR" на чолі із Жаном ле Ферон, скарбником Бретані, та Жаном Мальтруа, єпископом Нанта. "Політтехнологи" заручилися заступництвом короля, що мав свої порахунки з героєм, досконально вивчили його політичні погляди, особливості характеру, ідеї та захоплення і розгорнули проти нього *PR-кампанію в жорсткому стилі*: спеціально найняті люди й завербовані служки барона на ринках навколишніх міст почали розповідати про нього моторошні історії, зводити нечувані *наклепи*. У результаті були розповсюджені *чутки* про те, що Жиль де Ре займався чорною магією та під час сатанинського обряду приносив у жертву малолітніх дітей. "Слідчою комісією" були виявлені навіть ритуальні предмети та трупи дітей, а де Ре під тортурами змусили зізнатися у своїх злочинах. Унаслідок цього, маршала Франції було публічно страчено 26 жовтня 1440 р., як чародія та алхіміка, а його *ім'я стало в народній пам'яті символом божевільної жорстокості*. Сотні людей, які з'їхалися до Нанту подивитися на страту барона, були переконані, що він під час магічних сеансів убивав дітей. Акція настільки вдалася, що кілька поколінь бретонців згадували кару барона і лякали ним малят.

У народній, а згодом літературній творчості він став *прототипом Синьої Бороди*. Правда, коли письменник Шарль Перро на початку XVIII ст. подорожував у пошуках фольклору західними провінціями Франції, замість дітей в оповіданнях уже фігурували вбиті дружини, а барон здобув романтичну синю бо-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

роду. Нарешті, 1992 р. за ініціативою письменника-історика Жильбера Прут було організовано новий судовий процес у цій справі, на якому Жиль де Ре було повністю реабілітовано. Архіви інквізиції посвідчили, що ніяких закатованих дітей і кривавих дослідів не було.

Тож очевидно, що і церква, і королівський двір *розробляли потужні комунікаційні стратегії, і нічим не гербуючи, використовувалися такі неетичні методи "чорного" PR, як чутки, наклеп, облуда, звинувачення у гріхопадінні, чим безповоротно нищили репутацію колишніх фаворитів і народних улюбленців. Дискредитація була жорстока, репутаційні збитки не поновлювані.*

Але були й успішні лідери думок, які вміли власною харизмою вплинути на маси, а могли і створити цілу стратегію просування та PR-підтримки тієї чи іншої особи завдяки своїм талантам, розуму, лідерським якостям і ораторській майстерності.

3.2.3.2. Маніпулятивні PR-стратегії у політичних інтригах XV ст.

У XV ст. шляхетне походження залишалось головним аргументом і ознакою легітимності влади. Коли герцог Ричмонд 1485 р. розбив під Босвортом англійського короля Ричарда III і персонально коронувався під іменем Генріха VII Тюдора, він обґрунтував право на престол не перемогою і не шлюбом із дочкою короля Едуарда IV, а тим, що був представником династії Плантагенетів, які правили Англією протягом 300 років.

Задля ***створення й підтримування іміджу*** справедливого легітимного державця, монархи нерідко *демонстрували публічно позитивні риси*: щедрість, великодушність, доброчесність, або вдавались до репутаційних зисків. Вищезгаданий Генріх VII, посівши трон, намагався всіляко дискредитувати свого попередника Ричарда III (це йому цілком удалося: доказ – драма В. Шекспіра) і поквитатися з його прихильниками. Але діяв він дуже хитро, розсудливо й обережно: шановані аристократи, які підтримали Ричарда, були звинувачені та покарані за рішенням парламенту, а менш шляхетних злочинців Генріх VII помилував від свого імені. В очах народу *парламент продемонстрував су-*

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет"

ворість, а король – великодушність і милосердя. PR-ефект цих дій очевидний: монарх, у першу чергу, намагався сподобатися широким верствам населення, тому простолюд він виправдовував і великодушно пробачав, а вищі прошарки суспільства карав відповідно до закону.

Формуючи свій позитивний імідж власними силами, європейські державці намагалися не допускати його дискредитації. Але таку небезпеку могли створювати діячі, яких нині називають *публіцистами*: автори книг, памфлетів, твори яких ставали надбанням освічених людей із середини XV ст., особливо, коли було винайдено друкарський верстат і з'явилася можливість тиражувати й поширювати подібну публіцистику великими обсягами. Видатним памфлетистом Англії XV ст. був правознавець ***Джон Фортеск'ю***, який активно відстоював інтереси дому Ланкастерів у період феодальної війни Червоної та Білої троянд (1455–1485).

Блискуче керування суспільною думкою демонстрували державці італійських міст. Найбільшою популярністю користувалася діяльність ***родини Борджіа.*** Члени цієї родини були найкращими серед досвідчених *маніпуляторів суспільною (громадською) думкою*.

Чезаре Борджіа, син Папи Римського Александра VI, прагнув поширити свою владу на всю Італію. Його дії для досягнення цієї мети абсолютно не відповідали вчинкам багатьох тогочасних італійських державців, що спиралися виключно на грубу фізичну силу та наймані війська. Свої дії герцог Борджіа завжди *координував із громадською думкою, яку постійно вивчали його агенти*. Важко сказати, яким чином проводилася ця аналітична робота. Вірогідно, агенти Борджіа *збирали та структурували чутки, відомості, почуті в публічних місцях*: на ринкових площах, у готелях і тавернах, маєтках державців та вельмож тощо. Чезаре Борджіа розумів цінність такої інформації, майстерно інтерпретував подібні відомості та використовував їх. До того ж, він *ураховував думку представників різних станів:* шляхти та незаможного лицарства, містян і духівництва, військових і митців.

На той час населення було дуже занепокоєне розбратом і порушенням єдності країни, свавіллям іспанських державців та дрібних тиранів у певних містах і селах. Чезаре Борджіа об'єднав під

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Реєстр. № 2 від 1.07.2011

своєю владою Центральну та Східну Італію, вигнав Арагонську династію з Неаполя, а з нею – і більшість дрібної шляхти. Задля запобігання загостренню ситуації уклав суворі та справедливі закони. Але не лише це допомогло йому завоювати прихильність публіки. Час від часу він проводив "роз'яснювальну роботу" серед різних верств населення з метою презентування своїх дій під потрібним кутом зору. Із дипломатами він спілкувався листуванням або ж зустрічався, до простолюду звертався закликами, прокламаціями, а також постійно організовував різноманітні публічні акції. Навіть із жахливої події Борджіа міг винести цінний урок, мораллю якого відверто ділився з народом.

Італійську аристократію родина Борджіа схиляла на свій бік інакше. Найчастіше нащадкам вельможних родин пропонувалися високі посади при дворі Олександра VI або в армії герцога Роман'ї. Із найавторитетнішими та найвпливовішими родинами Борджіа намагалися встановити близькість завдяки шлюбним зв'язкам. Це були не лише взаємовигідні політичні угоди, але й велелюдні події акції, що перетворювалися на PR-заходи (весілля сестри Чезаре, Лукреції Борджіа, із герцогом Феррарі Альфонсо д'Есте).

Д'Есте – одна з найшанованіших і впливовіших родин Італії, владарювала у Феррарі з IX ст. Її представники рідко фігурували в міжусобицях, тому за ними закріпилася репутація мудрих і далекоглядних державців. Укладення тісних зв'язків із ними підвищило статус Борджіа значно ефективніше, ніж збройне захоплення декількох областей. Цей крок позначив вхід Борджіа в елітне коло італійської аристократії.

Чезаре провадив складну *іміджеву політику* задля підвищення рівня лояльності з боку населення. Причиною цьому, насамперед, було те, що він був позашлюбним сином церковного діяча, тому мав "створити себе сам", щоб посісти гідне місце в соціумі. Аби його поважали, він мусив гідно дбати про свій імідж. Протягом короткого часу він змінив кілька посад: за 1493–1499 рр. він устиг побувати кардиналом Валенсії, французьким принцом, італійським герцогом. Йому довелося докласти чимало зусиль, щоб населення Італії сприймало його як світського державця.

Уся іміджева політика Чезаре будувалася всупереч іміджевим тенденціям тогочасних популярних державців. Чезаре обрав

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вересень 2012 року

шлях чуйного політика, який реагує на суспільну думку та піклується про добробут народу. Герцог був людиною привабливою та харизматичною: надзвичайно гарний, увічливий та освічений чоловік, який поєднував у собі блискучий розум і фізичну силу. В епоху Ренесансу, коли фізична краса стала культом, дивно було б не скористатися такою перевагою. Завдяки інтуїції Чезаре Борджіа поводив себе таким чином, як будь-який сучасний успішний політик, за діями якого стежать численні політ-консультанти. Він улаштовував *публічні заходи* (прийоми, бали, публічні свята, маскаради тощо). Нерідко сам "ходив у народ", *спілкувався із представниками різних верств населення*, навіть брав участь у ярмаркових розвагах. Крім того, він не відмовлявся вирішувати суперечки та розглядати скарги всіх, хто звертався до нього. Цими вчинками він створив образ демократичного та справедливого державця, готового захистити скривджених.

Вороги Борджіа намагалися боротися з амбітною родиною за допомогою ***інформаційних війн.*** Найголовнішим знаряддям були ***плітки*** та ***чутки:*** Олександра VI і Чезаре звинувачували в інцесті, Папі приписували підкуп членів конклаву для обрання на папський престол, а також убивство декількох кардиналів. Подібні звинувачення, хоч і були в ті часи доволі звичним явищем, проте завдавали чимало клопоту, їх треба було спростовувати, проте Борджія майстерно з цим ладнали, вони уміли впливати на громадську думку і скасувати "чорний" PR без репутаційних збитків.

За допомогою маніпуляцій Борджіа нав'язували певну ідею настільки органічно, ніби вона випадково спала їм на думку. Борджіа немало віддавали часу комунікуванню і були в цьому успішними. Їхні інформаційно-психологічні війни були неперевершені, давали їм можливість керувати обставинами та впливати на хід історії.

В епоху Відродження з'явилися нові можливості для інформаційно-психологічних завоювань у всіх сферах суспільної діяльності (політичній, економічній, культурній тощо). Відомі італійські аристократи в цьому були блискучі.

Заможному торговцю ***Джованні Медичі*** (1360–1429) удалося стати не лише успішним банкіром, засновником Банку Медічі, а й завоювати популярність серед народу. Джевані діяв у такий спо-

Видавництво Національного університету "Київський університет" Репозитарій для науки

сіб: флорентійська аристократія спробувала втягнути його у змову проти уряду, але він відмовився, проте свою позицію оприлюднив, чим зробив собі PR. 1426 р. Джованні Медічі не дозволив представнику аристократичної партії Рінальдо де Альбіцці посилити владу нобілів. Унаслідок цього вплив на уряд республіки з боку Медічі став повним. Джованні наказав скласти один із перших кадастрів, щоб оподаткувати майно багатіїв і водночас послабити своїх політичних супротивників. Це послужило йому також чудовим піаром. Завдяки вишуканій *маніпулятивній грі із громадською думкою* Медичі отримав репутацію захисника інтересів народу та держави, унаслідок чого згодом йому вдалося стати очільником Флорентійської республіки.

Цікаво зазначити, що ***Флорентійська республіка*** – місто-держава, що існувала в 1115–1532 рр. на території сучасної провінції Тоскана (Італія), виникла як *незалежна комуна* міста Флоренції. Республіка контролювала більшу частину північної й центральної Тоскани і відігравала важливу роль у історії середньовічної Європи. Флорентійці витворили *складну республіканську систему управління, яка базувалась на широкому залученні громадян міста до державних органів влади з метою запобігання узурпації й тиранії.* Тобто це був *осередок демократії*! У XIII–XIV ст. економічний розвиток республіки випереджав практично всі інші держави Італії. Завдяки впровадженню мануфактурного виробництва та новацій у торгівлі, Флоренція перетворилося на одне з найбагатших міст європейського континенту. Проте соціальна диференціація її громадян спричинила занепад республіканських інститутів і призвела до встановлення 1434 р. фактичної диктатури – одноосібної синьйорії банкірського роду Медічі.

1478 р. у результаті змови було вбито співголову Флорентійської республіки Джуліано Медичі, незважаючи на те, що він намагався пом'якшити відносини між партією Медічі й іншими заможними та впливовими родинами Флоренції. Мотивуючи свої дії інтересами республіки й народу, змовники розраховували на підтримку флорентійців і безкарність. Але Лоренцо Прекрасний, брат убитого, провів таку переконливу *агітаційну кампанію* серед містян, що вони власноруч поквиталися зі змовниками, позбавивши родину Медичі необхідності мститися за вбивство Джуліано.

Видавництво Національного університету "Острозька академія" Версія для друку

Не менш відомим і успішним у *політтехнологіях* виявився ***Козимо Медичі*** (1389 –1464) – флорентійський банкір, найбагатша людина Європи, неофіційний правитель Флоренції з 1434 р. Один із найславетніших державних діячів свого часу, Козимо майже непомітно, без потрясінь, перетворив Флорентійську республіку в спадкову синьйорію, *незмінно зберігаючи народну любов*. Уперше обраний пріором республіки 1416 р., він зумів організувати на свою підтримку сильну партію (родини Медичі, Пуччі, Аччаюолі), і хоча стикнувся із шаленим опором іншої аристократичної партії –Альбіцці, який стояв тоді на чолі Флоренції, попри арешт, загрозу життю, вигнання, домігся мети. Партія Козимо здобула гору. Цьому посприяло не тільки уміння знайти однодумців і спільників серед аристократії, не тільки підтримка папи римського Євгена IV, банкірами якого були Медичі, а й підтримка населення Флоренції.

Ставши на чолі держави, Козимо *залишався пересічним громадянином, не прагнув титулів і не змінив республіканських форм правління*. Його внутрішня політика була мудрою і гнучкою. *Тиранія, здирства й насилля не були притаманні Козимо навіть у часи заворушень.* Для їхнього придушення він застосовував реформоване оподаткування. Ним було впроваджено кадастр, за яким податки вираховувалися залежно від прибутків і майна. Маніпулюючи цим, К. Медичі *зламав могутню опозицію.* Іншим засобом були *таємні попередження, згідно з якими потенційний супротивник* (або надто заможний громадянин) *повинен був не накопичувати капітал, а розподілити його*, купуючи маєтності у сільській місцевості (ця сфера давала найменше доходу).

Проте Козимо Медичі всіляко заручався підтриманням церкви, задля чого сприяв отриманню церковних посад своїм родичам – Філіппо Медичі (архієпископство у Пізі), Донато Медичі (єпископством у Пістойї).

Величезні кошти, придбані за допомогою великих і вдалих комерційних операцій, Козимо використовував для народу: за пожертви хліба у голодний рік він отримав назву *"батько Батьківщини"*.

Флоренція зобов'язана йому багатьма спорудами. Козимо перший із Медичі почав широко сприяти художникам (Фра Філіппо Ліппі), ученим (Ніколо Нікколі) і поетам. Його

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вперше надруковано

палац називають першим великим гуманістичним центром у Флоренції. Він був справжнім *меценатом*.

Інформаційна політика родини Медичі – доказ того, що *гострий розум може перемогти суперника краще, ніж зброя*. За допомогою *конструктивних політичних та економічних прийомів* ця родина здобула *репутацію ревних патріотів і захисників інтересів республіки.*

У часи, коли керманичем Флоренції був *Козимо Медичі*, з ним одночасно при владі у Мілані був ***Франческо Сфорца*** (1401− 1466) – італійський військовий і політичний діяч, герцог Мілана у 1450–1466 рр., засновник міланської гілки династії Сфорца. Між двома цими державцями зав'язалася дружба, яка конструктивно позначилась на політичній арені. Товариські стосунки Козимо Медичі і Франческо Сфорца посприяли укладенню Лодійського миру та створенню Італійської Ліги – багатополярного оборонного союзу найбільших італійських держав, який досяг успіху в стабілізації політичної ситуації в Італії.

Ніколо Макіавеллі у трактаті "Державець" неодноразово згадував Ф. Сфорца як талановитого й мудрого політика.

Франческо Сфорця був гідним державцем. Під час його умілого і стриманого правління Мілан і герцогство були модернізовані, створена ефективна система збору податків, що дала величезні прибутки. Проте Сфорца використав їх не на меценатство і не для особистого зиску. Він скерував кошти на *доброчинну діяльність:* на заснування Великого Госпіталю, реставрацію осередку народного зібрання Палаццо делла Арренго (демократичний орган влади), прокладання каналу, що поєднав місто з річкою Адда. Тобто Сфорца займався *соціальними програмами у громадських* інтересах, чим завоював собі неабияку популярність.

Сфорца був одним із перших європейських владників, чия *зовнішня політика ґрунтувалася на принципі балансу сил,* і першим італійським державцем, який проводив наступальну політику з метою протистояння державам поза Апеннінами (напр., Франції), що становили загрозу. Багато в чому завдяки зусиллям Франческо Сфорца іноземні держави до кінця XV ст. утратили свій вплив на Італію. *Політичний консенсус* Франческо Сфорци, який ґрунтувався *на принципі балансу сил, – свідчення пошуків і*

ефективних реалізацій однієї із концептуальних підвалин PR – досягнення суспільної згоди.

Маніпулятивні PR-стратегії в політичних інтригах XV ст. були поширеним засобом здолання політичного опонента, завдавання йому репутаційних збитків, уведення в оману, приховування суспільно-важливої інформацію. За допомогою вишуканого мистецтва маніпулятивних комунікацій перемагали ті, хто зміг уловити суспільні настрої й вірно визначити та опанувати цільову аудиторію.

Водночас у XV ст. удосконалилися стратегії й технології інформаційно-психологічних та іміджевих війн. Вони стали взірцями напрацювання або знищення репутаційного капіталу, з їхньої ініціативи репутація перетворилася на основне мірило вартісної особистості, яку намагалися активно захистити й возвеличити або дискредитувати за допомогою майстерних стратегій та інформаційних технологій протоPR.

3.3. ПротоPR середньовічної церкви та християнської релігії

Релігія та церква відігравала дуже суттєву роль у житті середньовічного суспільства. Християнство, що в IV ст. стало державною релігією в Римській імперії, згодом поширилося серед "варварських" народів, які її завоювали, оскільки їхні застарілі релігійні вірування не відповідали умовам феодального суспільства.

У Середньовіччі християнська *церква мала абсолютний вплив на духовне життя європейського суспільства. Вона формувала його релігійну свідомість, сприяла розвитку культури та зміцненню єдності Європи, проповідуючи її народам нові етичні цінності.*

Релігія в середні віки панувала над розумом і почуттями людей. Церква відігравала вирішальну роль у формуванні світогляду суспільства та людини. Середньовічна людина не могла уявити собі життя без віри в Бога, у потойбічний світ, *церква міцно підкорила її свідомість. Уважалося, що духівництво керує духовним життям суспільства, відає їхніми душами.*

Християни глибоко вірили в чудодійну, рятівну силу церкви, сподівалися, що духівництво своїми молитвами врятує їх від

хвороб, воєн, неврожаїв та інших бід. І в радощах, і в печалі люди завжди зверталися до Бога. Вони вірили, що священники мають забезпечити прихильність небес як до кожного християнина, так і до суспільства в цілому.

Відносини церкви та світської влади були неоднозначними. З одного боку, *церква й держава не могли існувати одна без одної*. Церква потребувала підтримання світських можновладців і своїм авторитетом освячувала владу державців. Вона була частиною феодального суспільства, великим землевласником. Єпископи та абати були васалами королів і служили їм. Держава й можновладці спиралися на авторитет церкви і користувалися її покровительством. Навіть для монархів відступництво від церкви було трагічним. Церва була опорою державної влади. З іншого боку, *церква й держава зверталися до різних сфер буття людини: церква – до духовного, держава – до матеріального.* Невизначеність впливу світської й духовної влади приховувала небезпеку конфлікту.

Але, як і релігійні вірування часів дохристиянського періоду, церква активно використовувала технології та інструменти протоPR, дбала про свій імідж.

3.3.1. Конфесійний протоPR ранньохристиянського періоду

Падіння Західної Римської імперії у V ст. сприяло зміцненню інших цивілізацій і зміщенню центрів розвитку культури. Панівною релігією в Європі стало ***християнство***, що зумовило спосіб суспільного життя. Раннє християнство було релігією рабів і бідноти, в яких не було доступу до писемних джерел, та й сенсу в цьому не було, адже ця частина суспільства була неписьменною.

Спочатку християнство поширювалося за допомогою *усних* ***проповідей і оповідань (притч)***.

Проповідь як особливий жанр виникла із промов біблійних пророків. Ще юдейські проповідники озвучували божественне слово, оскаржували тих, хто вів неправедний спосіб життя, робили передбачення. Зразок таких промов – послання апостолів в Новому Завіті.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Видано за підтримки ЦНТУ

Роль проповіді в історії християнства надзвичайно велика. Рання *монологічна проповідь* була спрямована на *умовляння, роз'яснення* істини, тобто мала дидактичні цілі – цим вона дотична до PR-інструментарію. Звернення за допомогою проповідей було найпоширенішим *способом агітації та залучення прихильників до християнської віри*. До того ж, *спільне прослуховування проповідей згуртовувало людей, створювало відчуття єдності, причетності до спільної справи*. Адже збираючись разом за містом або у спорожнілих приміщеннях, ранні християни відчували єдність, слухаючи проповідника. Це посилювало емоційний вплив *слова*, що виявилося дієвим PR-інструментом.

Сильне враження справляли на слухачів ***притчі***, що ведуть традицію від Христа, так звані ***логії,*** які довгий час зберігалися в усній традиції завчених напам'ять афоризмів і оповідань. Загалом Святе Письмо містить велику кількість притч повчального й моралізаторського змісту. Притчі в образній, алегоричній і символічній формах пояснювали те, що було неприйнятним, роблячи зміст багатозначним та універсальним.

Залежно від цільової аудиторії проповіді були парафіяльними та місіонерськими. Призначення парафіяльної – підтримання вже усталених уявлень про християнство у свідомості парафіян, а місіонерської – залучення нових прихильників християнської віри.

Після Великої схизми 1054 р. почали виділятися *два потужних напрями християнської публіцистики: західний (Рим) і східний (Візантія)*.

Представники західного напряму – *Амвросій Медіоланський, Ієронім, Аврелій Августин, Франциск Ассизький.* У проповідях вони зверталися до моральних проблем, критикували язичницькі обряди та прославляли християнство. Більшість із них мали богословський і філософський характер: були присвячені роздумам про людину, духовні цінності, створення та устрій світу. Прославилися вони й перекладами Біблії латиною.

Східний напрям християнської публіцистики представлено *Григорієм Богословом* (326–389), Василем Великим (329–379), *Іоанном Златоустом* (344–407). Їхні *промови* мали догматичний характер, проте серед них були й викривальні, святкові, поминальні. Залишили вони і низку поетичних творів – віршів, епіграм, афоризмів, а також велику епістолярну спадщину – аскетичні листи.

Видавничий відділ Графічний центр "Київський університет імені Бориса Грінченка"

Із поширенням християнства й перетворенням його на державну релігію багатьох країн, *розвиток конфесійної пропаганди зосередився в монастирях.* Відтоді вона була вже не тільки усною, а й у писемній формі.

Зокрема в Італії набули поширення ***монастирські історичні хронології***, що охоплювали цілі століття Раннього Середньовіччя. Їхні автори, здебільшого, невідомі. Ці історіографічні твори вважають різновидом писемних жанрів конфесійного протоPR.

У Франції виникли рукописні ***хроніки***, або ***аннали***, які складалися з монастирських ***номенклатур*** ("переліків"), що ство-рювалися щороку перед святом Великодня. До найдавніших франкських хронік – IX ст. – "Аннали королівства франків", "Бертинські аннали", "Діяння Карла Великого".

У ранньому Середньовіччі як і хронології, так і хроніки та аннали писали в ***монастирях.*** Святий Бенедикт, що заснував перший в Європі ***чернечий орден*** Римсько-католицької церкви, згодом названий на його честь (Орден бенедиктинців), написав статут, який зобов'язував ченців займатися, крім молитов, фізичною або розумовою працею: читати й переписувати книги. Побудовані на релігійних сюжетах, ці *"хроніки" становили зібрання та опис найважливіших фактів і подій*, що відбувалися у Франції та за її межами. У кожному великому монастирі був свій чернець-переписувач, відповідальний за ведення подібних "хронік", головним центром яких стало абатство Сен-Дені. *Аннали* нерідко переходили з одного монастиря в інший, із них робили копії. Серед хроністів відомим є Жан де Венетто, чернець ордену кармелітів. У його хроніці, що датується 1340–1368 рр., тобто належить до епохи Столітньої війни, розкривається картина тогочасного життя. Уся збірка цих анналів утворює *подієво-хронологічний літопис* середньовічної Франції. Анонімний хроніст із Сен-Дені продовжив справу і довів опис подій до кінця XIV ст. Разом із припиненням цієї хроніки назавжди перервалася латинська редакція анналів, що заклали основу історіографії Франції. Ці літописи (відомі під назвою "Хроніка Франції") залишаються й донині найважливішим писемним джерелом історії Франції середніх віків.

У Німеччині монастирі також зіграли велику роль у *збереженні історичних відомостей і підготовці рукописних хронік.*

Видавництво Державний університет "Одеська політехніка" Електронний архів

Хроніки були не лише викладом найважливіших подій того чи іншого періоду в хронологічному порядку, а й своєрідним *протопіаром* людям, які жили, та подіям, які відбувалися, у той чи той час. Зазвичай ці описи були *тенденційними*, оскільки враховували поточну політичну ситуацію та її кон'юнктуру в міжнародному контексті. Крім того, хроніки обов'язково відображали *образи державців*, форматували їх імідж відповідно до потреб, уподобань, настроїв як їхніх особистих, так і безпосереднього оточення. У деяких хроніках відображалися і погляди нижчих верст суспільства на тих чи тих осіб і тим створювався їхній імідж уже з іншого кута зору. Тобто у хроніках створювався *персональний протоPR* тому чи тому державцеві, у період правління якого і на території якого створювалася хроніка чи аннали. Проте з перебігом часу та зміною державця при владі хроніки попереднього періоду могли переписуватися на догоду наступних поколінь та їх державців. Тому в різних списках одних і тих самих хронік можна знайти різні варіанти протоPR одного й того самого державця. Відтак хроніки й аннали не були цілком об'єктивними джерелами інформації, їхній протоPR був суб'єктивним відображенням думок і суджень авторів та переписувачів, бажань і настанов державців, у часи яких створювалися чи "редагувалися".

Були й інші методи конфесійного протоPR. Серед *панівної еліти суспільства* церква проводила таку діяльність, яку сьогодні називають ***лобізмом***: оскільки малоосвічених світських чиновників у Ранньому Середньовіччі замінювали більш освічені клірики, останні поступово зосередили у своїх руках усе діловодство, тож церква отримала можливість впливати на державців через їхніх *секретарів духовного сану*.

Використовувались з метою пропаганди християнської віри і ***релігійні обряди*** та ***ритуали***. Християнські релігійні обряди навіть у ранній період були численні. Попри всю їхню різноманітність, у них була загальна функція: вони зміцнювали віру в надприродне, у дива, безсмертя душі, потойбічне життя. Релігійні обряди та ритуали – важлива складова частина релігійного культу, спосіб інтелектуального й емоційно-психологічного впливу на віруючих, засіб формування релігійних стереотипів у їхній свідомості й поведінці. Але окрім цього, це

був дієвий і зримий *подієвий протоPR*, що сугестивно впливав і формував релігійне мислення.

Серед обрядових дій, які можна розглядати як подієвий протоPR, у ранньому християнстві значне місце посідали таїнства, в яких "під видимим образом передавалася віруючим невидима благодать Божа". Важливим методом урочистих церемоній було покладання Божої милості на державців і шляхту.

У ранньохристиянські часи хрещення було найбільш видовищним ритуалом. Близько 498 р. французький король Хлодвіг прийняв християнство. Церемонію його хрещення було обіграно урочисто й перетворено на масовий захід. Це був своєрідний *PR-івент*, покликаний служити зміцненню влади короля і утвердженню легітимності нової віри.

Тож у ранньому Середньовіччі були розвинені як усні, так і писемні жанри конфесійних протоPR, що мали відверто пропагандистський характер, чітко окреслені цільові аудиторії. Також популярними виявились спеціальні заходи, що піарили християнство та його ідеологію. Вплив конфесійного протоPR мав відверто сугестивний характер, впливав на світогляд, душевно-емоційні стани, психіку. Безперечно, конфесійний протоPR Раннього Середньовіччя був іноваційним засобом дії на колективне та індивідуальне свідоме, крім того він виявив потужність у формуванні духовної єдності людей.

3.3.2. Вплив релігії на суспільну думку у період Високого Середньовіччя та Відродження

Основні чинники впливу релігійної сфери на формування суспільної думки у другій половині XI–XIII ст. і XIV–XV ст. були:

- *домінування церкви в духовній і політичній сферах*;
- *наукова діяльність*, виникнення теології, що поєднала філософію, риторику, математику;
- *педагогічна й викладацька діяльність*, організаторська робота в *заснуванні перших шкіл і університетів* (Сорбонна, Оксфорд, Кембридж, Лісабон-Коїмбрі, Болонья, Париж);
- розбудова *монастирів* – осередків формування нової європейської культури й ідеології, розповсюдження інформації;

Видавничий центр "Київський університет" Вчитися не для друзів

- *лобізм* із метою впливу на думку правлячих верств за посередництва освічених кліриків-секретарів;
- утручання церкви як у публічне, так і у приватне життя, в особисті й сімейні відносини *(диктат норм моралі й етики);*
- *проведення* різноманітних *публічних акцій*: урочистих церемоній, проповідей, демонстрацій "чудес" з метою укріплення прав і повноважень представників влади;
- *проведення іміджевих акцій*: "полювання на відьом" XV–XVI ст. як демонстрація сили та могутності над світською владою, боротьба за чистоту моралі, протистояння "сваволі диявола";
- створення *культу святих, організація паломництва*.

Серед різноманіття конфесійних комунікацій християнської церкви варто виокремити її ***інформаційну діяльність.***

Відомий американський футуролог Олвін Тоффлер зазначив, що у Середньовіччі *церква виконувала функцію засобу масової інформації*, сприяючи поширенню знань через відсутність альтернатив. Із цим твердженням важко не погодитися, оскільки:

- у церковній структурі працювали найосвіченіші люди того часу, що створили не лише досконалу церковну ідеологію, але й канонічне право, заклали основи християнської правової та політичної теорії;
- лише церква могла поширити свою ідеологію, а разом із нею і наукову інформацію на території всього християнського світу через церковні структури, викладачів середньовічних університетів, які теж були пов'язані з церковною діяльністю;
- тривалий час уся книжкова справа розвивалась і перебувала під контролем монастирсько-церковної системи;
- церква у своїй діяльності спиралася на християнську ідеологію, відкривала світу дохристиянську культуру та традицію, попередньо адаптувавши її до потреб християнства. У такий спосіб відбувалася рецепція римського права та повернення набутків античної науки.

Упродовж тисячі років після падіння Риму (500–1500 рр.) християнська церква була єдиним духовним і релігійним монополістом у межах Європейського континенту. Зміцнюючи свій авторитет, церква ідеологічно змінила пріоритети в усіх сферах

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вирізання для друку

суспільної діяльності, упроваджуючи власну концепцію морально-етичних норм.

Християнська церква намагалася долучити до релігійного життя якомога ширші верстви населення: від монархів і вищої аристократії до селян та рабів.

У XI–XIV ст. позиції церкви зміцнилися: вона *увійшла до влади* в ролі рівноправного партнера. Католицькі ієрархи були могутніми аристократами, а Папа Римський – одним із найвпливовіших державців у Західній Європі, що володів величезною кількістю земель, найбагатшою скарбницею та власною армією. Вже XI ст. папи не тільки кидали виклики монархам, але і здобували перемоги над ними. Головною перевагою церкви в боротьбі зі світською владою була опора не тільки на військову та політичну силу, а й на теологію: Папа вважався намісником Бога на землі, опір йому означав виступ проти віри. Політична сила й авторитет кожного монарха чи будь-якого сеньйора в першу чергу залежали від їхньої лояльності до церкви. Деякі важливі світські документи, включно з Великою хартією вольностей 1215 р., були прийняті за безпосередньої участі церкви, що свідчить про *зв'язок світської влади із церковною.* У XI–XIII ст. християнська церква стала своєрідною політико-економічною інституцією з чітко структурованою організацією, посівши найвищу ієрархічну сходинку у структурі феодального суспільства.

Причинами панування церкви в суспільно-політичному середньовічному житті стали:

- чітка церковна ієрархія, що, на відміну від інших ієрархій, залишалась незмінною майже протягом усього періоду існування церкви;
- запропонована суспільству християнська мораль становила досконалу ідейну основу, була доступною всім у будь-який час.

Події, що відбувалися на тлі епохи Середньовіччя, спонукали церкву очолити цілу низку взаємопов'язаних реформаторських рухів, що охопили територію Європи. І коли ці реформи, що фактично стали піаром вірі й релігії, успішно упроваджувалися в життя, церква здобувала безліч прихильників.

Завдяки суспільній думці церква зуміла створити систему надзвичайно ефективного самоврядування. Це спричинило дивовижне зміцнення церковної влади.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Європа, роздроблена внаслідок мовних, соціальних, політичних чинників, у період Середньовіччя потребувала сильного об'єднавчого руху, який би стояв над всіма проблемами всередині окремих держав. *Церква виявилася єдиною організацією, здатною реалізувати ідею об'єднаного європейського суспільства в межах християнського світу.* Діяльність священників, а також компетентність церкви у політичних питаннях, сприяли зростанню авторитету цієї інституції.

Поступова інтеграція церкви в суспільне та політичне життя обґрунтовувалася юридично й релігійно з метою переконання суспільства у легітимності церковної влади навіть тоді, коли її дії викликали негативний резонанс.

На основі духовної та релігійної діяльності вища церковна ієрархія взяла в свої руки фактично всю владу, вибудувавши грандіозну структуру законів, судових і фінансових установ. Унаслідок такого піднесення церква безмежно панувала над усією християнською Європою майже протягом двох століть, *упроваджуючи свої погляди та ідеї у свідомість середньовічних людей.*

Церква виявилась управним протопіарником і від початку свого існування чітко *визначала й розмежовувала цільові аудиторії*. Вона мала конкретну та особливу стратегію впливу на кожну з них.

Найціннішою й найважливішою цільовою аудиторію для християнської церкви були *державці, високопосадовці, монархи європейських країн, аристократи та шляхта*. Ця високоповажна в суспільстві станова верхівка була не лише найпривабливішим і найсуттєвішим об'єктом впливу, але й найскладнішим, бо, недивлячись на неграмотність частини цих верств, усе ж була хоч трохи освіченою і мала значно вищий рівень культури, ніж простолюд, отже вирізнялася рівнем мислення та світогляду. З такою аудиторією потрібно було працювати *вправно, мудро, вдаватись до вишуканих маніпуляцій і майстерних технологій*. Але церква зуміла зробити так, щоб ця непроста цільова аудиторія була керована і залежна від її думки, поважала її й дослухалася. Навзаєм згода із церквою багато важила для тодішньої влади, аристократії та шляхти. Відтак, упроваджуючи конфесійний протоPR, церква зуміла знайти оптимальний тандем із верхівкою суспільства.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Особливе становище церкви у феодальному суспільстві, а також характер її взаємодії із середньовічною сакралізованою державою та владними особами *вплинули на розвиток середньовічної політико-правової системи*, а також значною мірою підготувало основу сучасних правових систем.

Цільовою аудиторією церкви були й *нижчі верстви населення*. У тогочасному статуті бенедиктинців містились такі настанови: "Утішати бідних, одягати убогих, допомагати нещасним, підтримувати ниць". При багатьох монастирях знедолених годували, давали прихисток, подавали їм милостиню, дбали про хворих, сиріт. Це було *дієвою PR-стратегією, адже* церква таким чином завойовувала прихильність людей, що бідували, або потрапили у скруту, а таких було немало.

Церква створювала імідж захисниці всіх *переслідуваних і пригноблених,* одним зі способів залучення вірян стало "право притулку". "Правда короля Альфреда" (пам'ятка англійського права кінця IX ст.) містила таку статтю: "Якщо переслідуваний увійде до церкви, тікаючи, ніхто не може витягнути його звідти протягом 7 ночей. Якщо хто-небудь зробить це, він відповідатиме за порушення королівського заступництва і церковного миру".

Загалом *простолюд був благодатною аудиторією для християнської церкви, ним було легко керувати, емоційно впливати, формуючи релігійні почуття*.

3.3.3. Різноманіття форм конфесійних комунікацій XI–XV ст.

У період Високого та Пізнього Середньовіччя (Відродження) церква активно використовувала *усні форми комунікації*: ***публічні диспути, проповіді***, ***повчання***, що були *найефективнішим способом кофесійної пропаганди* серед населення.

На авансцену культури вийшли релігійний світогляд, християнська ідеологія, інститут церкви. У такому становищі свідомість широких кіл населення стала найвразливішою до духовного впливу ***проповідей і повчань***. Майже в кожному з подібних текстів була частка *релігійного протоPR*: наполегливе утвердження як вищої цінності християнства, його активне та повсякчасне упровадження у масову свідомість.

Найбільш переконливими елементами *народної проповіді* стали *"повчальні взірці" – exempla*. Цей прийом проходить через усю середньовічну *гомілітику* (майстерність церковного красномовства). Повчальні історії ґрунтувалися на життєвому досвіді мирянин, яскраво викладалися рідною мовою, навіть у контексті латинської літургії. Драматичність сюжету, зображення важливих подій духовного життя наочно демонстрували переваги релігійної конверсії. Це свідчить про концентрацію *навіювання, сугестивного впливу* маніпулятивних технологій конфесійного протоPR.

Місіонери навертали у християнську віру населення європейських околиць. Для апеляції до безвірників вони підбирали широкий *інструментарій сугестивних засобів*, їхні *проповіді* були сповнені повчальних взірців.

Широко застосовувалася і ***письмова комунікація*:** папи видавали *декрети, булли* та інші *акти*, які потім виголошувалися в різних країнах перед парафіянами. Для подібних активностей створили *інститут папських легатів*, наділений широкими повноваженнями (аж до відлучення монархів).

У монастирях стали створюватися *книги релігійного змісту.* З цією метою масово організовувались *скрипторії* – майстерні для переписування книг, забезпечені великою бібліотекою, кваліфікованими писарями й художниками. У XI–XV ст., до винаходу друкарського верстата, монастирі були центрами книгописання.

Найдавніші книги переписувались на пергаменті, що був привізний, лише з XII–XIV ст. почали користуватись матеріалом місцевого виробництва. Робота переписувачів була дуже повільною і вимагала скрупульозного виконання. В оформленні книг використовувались високохудожні мініатюри.

Книги були дорогими та рідкісними, дуже цінувались, до них мали доступ як заможні люди, так і духовенство. Це і визначило цільові аудиторії цієї письмової форми конфесійних комунікацій.

Доволі поширеними й популярними формами конфесійних комунікацій Середньовіччя були ***спеціальні події,*** що створювали *імідж основного ідеологічного інституту* тогочасного суспільства. Цьому питанню присвячено наступний розділ.

Видавництво графічний центр "Київський університет" Друкується на правах рукопису

3.3.4. Іміджеві акції середньовічної церкви як засіб протоPR

Оскільки основна маса населення середньовічної Європи була неписьменна, аби вселяти віру в дієвість релігії, формувати релігійне мислення, впливати ідеологічно на мирян, церква доволі часто влаштовувала ***іміджеві акції християнського культу.***

На ранніх стадіях конверсії язичників проповідники часто звертались до *феномена "чуда"*, що гіпнотично діяло на свідомість. ***Демонстрація "чудес",*** яка мала новозавітну традицію, була дуже популярна серед населення, особливо простолюду.

У житті середньовічних вірян велике значення мали ***релігійні процесії***, які організовували не тільки під час канонічних свят, але й на честь безлічі місцевих святих.

Ще одним із популярних PR-методів церкви були ***інсценізації Святого Письма***, якими іноді супроводжувалися *літургії.* Таким чином демонстрували Страсті Господні та Воскресіння.

Іміджевими були складні та пишні ***ритуали богослужіння*** – ***літургії, месси,*** сповнені символіки жестів, молитов, дій. Відомий проповідник XII ст. Бернар Клервоський нарікав на емоційну та естетичну перевантаженість богослужінь, що, на його думку, відволікало парафіян від зосередженої молитви.

Домінування в духовній сфері було запорукою владарювання в усіх сферах життя середньовічного суспільства. Тому папи, кардинали, архієпископи широко користувалися *відлученням* від церкви небажаних осіб.

Відлучення від церкви (*екскомуніка, екскомунікація*) – міра покарання, що практикувалася у християнстві за порушення церковних правил, відступництво (апостасію) або єресь. Релігійний сенс відлучення полягав у відмові церкви відповідати за думки, слова та дії відлученого. Практичний – у тому, що особі заборонялось брати участь у суспільних релігійних діях (*ізоляція людини від сфери взаємодії)*. Без протекторату церкви людина залишалася сам-на-сам зі своїми страхами, бідами та проблемами. Її цуралися в суспільстві, ніхто не хотів повторити долю цих бідолах.

Відлучення було маніпулятивним *методом покарання за непослух*: рішення про нього оголошувалося публічно, щоб якомо-

га більше людей отримали інформацію про те, хто і за що відлучений. Державці та шляхтичі, позбавлені церковної підтримки, змушені були йти на поступки й укладати мир із "князем церкви". Яскравим прикладом став епізод із імператором Святої Римської імперії Генріхом (1056–1106), якого відлучили від церкви. Він спробував організувати похід на Рим, об'єднавши своїх васалів, але ті вважали себе вільними від присяги імператору, оскільки з відлученням він перестав вважатися монархом.

Своєрідними ***іміджевими акціями*** стали епатажні та застрашливі ***публічні акти розправи з єретиками й чаклунами – тортури, спалення, ходи грішників***. Подібні акції проводилися на очах юрби, якій церква сугестувала і навіювала думку про свою могутність.

Церква демонструвала свою силу, мотивуючи суворий контроль над усіма сферами суспільних відносин боротьбою за чистоту моралі та проти "витівок диявола". Із цією метою 1148 р. за наказом Папи Люція III було створено ***Папську інквізицію*** – особливий підрозділ католицького суду, який розслідував вияви "відьомства" та "поклоніння демонам", був призначений викорінювати відхилення від офіційного вчення церкви. Найбільше процвітання інквізиції припало на 1450–1750 рр., коли її було наділено найширшими повноваженнями (аж до права суду над членами королівських родин).

До 1258 р. проводилися поодинокі суди над "відьмами", страти відбувалися зрідка. Але невдовзі, за наказом Папи Іона XXII, інквізиція почала масово розшукувати та страчувати "відьом", почалося масове ***"полювання на відьом"***. Першою жертвою стала *Анжела де Лабарт*, жителька Тулузи. Під тортурами вона зізналася, ніби має дитину від диявола. Після цієї страти масові переслідування та привселюдні вбивства жінок, звинувачених у чаклунстві, стали частими виставами для публіки. Якими б ідіотичними не були зізнання жертв інквізиції, процес масових убивств запустився блискавично і тривав довго – до кінця XVII ст.

Пошук "відьом" чи доказів чаклунства часто набував форм *моральної паніки* чи *масової істерії*. У католицьких країнах справи про чаклунство розглядалися *церковним судом*, в окремих випадках цим займався особливий *світський суд*, наприклад

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Зверстано для друку

"Вогненна палата" у Франції. Поширеними були також випадки *самосуду над підозрюваними в магії.* Покарання за чародійство чи відьомство варіювалися від штрафу до смертної кари, залежно від тяжкості звинувачень і ступеня каяття підсудних. Засуджених до смерті зазвичай спалювали на вогнищі заживо. Багато обвинувачених у чаклунстві чи відьомстві насправді були невинними, але стали жертвами обмови найближчого оточення. Полювання на відьом було прибутковою справою. Наклепник отримував частину майна своєї жертви, а судді та кати – високу платню. "Чорний" протоPR, відтак, мав зиск.

"Методичним посібником" із переслідування та викриття чаклунок став славетний трактат ***"Молот відьом"***, написаний 1486 р. двома німецькими домініканцями Яковом Шпренгером та Іоанном Крамером. Витримавши не менше 50-ти видань, цей трактат став "бестселером" того часу, оскільки був написаний у потрібний час і відповідав потребам церкви та її прихильників.

Фактично, ***Свята інквізиція*** була своєрідним *моральним цензором*, і цим спричинила неабиякий *вплив на суспільну мораль більшості населення Європи*. Засоби, якими досягався тотальний вплив, – *насильства, знущання, тортури, аутодафе, публічні страти*. Ця диявольська за своєю хитрістю та жорстокістю машина, що називалася інквізицією, була своєрідно організована, що й пояснює її безпрецедентний вплив на маси. "Організація інквізиції, – зазначає Г. Ч. Лі, – була настільки ж проста, наскільки наполеглива в досягненні мети. Вона не прагнула дивувати своїм зовнішнім блиском, вона паралізувала терором".

Інквізицію було створено для полювання на відьом, але згодом активно використано для ***переслідування й викорінювання єресі*** *не засобами переконання, а засобами насилля*. *Організований терор* – це той магічний засіб, за допомогою якого церква прагнула через інквізицію утримати та зміцнити свої позиції. "Завдання інквізиції, – писав французький інквізитор XIV ст. Бернар Гі, – винищування єресі; єресь не може бути знищена, якщо не будуть знищені ***єретики***; єретики не можуть бути знищені, якщо не будуть винищені разом із ними їх переховувачі, співучасники та захисники". Єретиком уважався віруючий, який був знайомий із католицькою доктриною, проте заперечував її та проповідував щось, що суперечило її догмам.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Версія для друку

Оскільки офіційного визначення єресі та єретика в середні віки не існувало, то все залежало від довільного тлумачення цих понять інквізиторами, які у своєму прагненні *винищити крамолу* переслідували не тільки "свідомих" єретиків, але і всіх тих, хто мав до них навіть опосередкований стосунок – "перетинався" з ними і міг унаслідок цього свідомо чи несвідомо "захопитися зловмисним ученням". Тисячі безневинних людей стали жертвами в результаті наклепів, обмов, бажання інквізиторів заволодіти їхнім майном чи внаслідок обмеженості, фанатизму чиновників "святого" трибуналу.

Переслідування та *страта єретиків, відьом, чаклунів була потужна PR-акція,* – видовищна, жахлива, але психологічно й емоційно ємна, що активно формувала суспільну думку про тодішню систему моральнісних координат і покарання в разі її порушення. Використовувалось безліч засобів застрашення і морально-психологічного насилля не лише щодо скараних, але і присутніх на *велелюдних публічних стратах* мирян: ув'язнених розташовували на лавках ганьби; жалобна меса та грізна проповідь інквізитора закінчувалася оголошенням вироків; аутодафе супроводжувалося екзекуціями, засуджених одягали в санбеніто і блазнівські ковпаки, вогнище розміщували серед площі на ешафоті. Багаття використовувалося інквізицією не лише як орудля страти, а й для знищення творів віровідступників, іновірців, неприйнятних церквою письменників, митців.

Діяльність інквізиції розвіяла культивовану століттями *легенду про християнську релігію як релігію загальної любові, милосердя та всепрощення.* Церква піддавала своїх жертв жахливим тортурам і паралельно приписувала їм без жодних підстав абсолютно безглузді злочини. Інквізитори стверджували, що вони роблять це в ім'я християнського милосердя, що вони рятують таким чином найцінніше в людині – її душу, забезпечують їй вічне, хоча і потойбічне, блаженство. Це твердження було дуже співзвучним із християнським ученням про досягнення Царства Небесного шляхом прийняття мук і страждань на землі.

Але як би богослови не вправлялися у красномовстві, виправдовуючи терор інквізиції, вони були не в змозі приховати суттєвої різниці між біблійною оповіддю про мученицьку смерть Христа і мученицькою смертю єретика чи чародія, що спалюва-

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Вересня на друк

вся вірними синами християнської церкви, яка в період свого зародження і становлення обіцяла домогтися загального щастя шляхом спротиву злу та проповідування любові до ближнього. Натомість вона дотримувалася доктрини, згідно з якою мета виправдовує засоби. Усе, що є в людині ницого, підлого, гидкого, потворного – брехня, лицемірство, жадібність, хіть, омана, зрада – усе використовувалося церквою в ім'я боротьби з дійсними або уявними ворогами.

Інквізиція душила паростки всього нового та живого, яке з такими труднощами пробивалося в епоху феодалізму, гальмуючи соціальний і духовний розвиток людського суспільства. Тобто *її роль як суб'єкта протоPR була сумнівною з позиції моралі та етики. Роль інквізиції була відверто нищівною і призвела до неабияких інтелектуальних утрат для суспільства.*

У контексті вивчення історії PR неможливо заперечити *потужну ідеологічну силу інквізиції, її могутній вплив на суспільство та уміння тримати в залежності, страху й покорі практично всі верстви населення.* До того ж, Свята інквізиція уміло створила, не гребуючи ніякими засобами, *бажаний імідж у суспільстві та зробила собі відповідний PR*. Адже всі заходи, влаштовані нею, мали фактично характер ***іміджевих PR-акцій***, вплив яких на настрої й суспільні погляди населення був неабияким.

Розвиваючи свій бренд і поступово вибудовуючи навколо себе імідж усемогутньої структури, церква остаточно пустилася берега. Привабливість християнського культу затмарилася масовим кровопролиттям та істерією. Церква усувала конкурентів як уміла: вогнем і мечем. Її здібності у протоPR підтверджує той факт, що ніхто із вірян не насмілювався виступати проти й вважав тортури, спалення людей, звинувачених у не скоєних злочинах, нормою. Незважаючи на те, що кожен мав вільний доступ до Святого Письма, усі прислуховувалися до його трактувань у тлумаченні церкви. Такий рівень *навіювання* та *керування колективним розумом* якнайкраще характеризує католицьку церкву середніх віків.

Окрім навіювання страху, тортур, страт, переслідувань, Католицька церква не забувала і про *інші способи взаємодії із суспільством, що мали подобу публічних іміджевих акцій*.

Ефективним способом продемонструвати силу, могутність і велич церкви, єдність її прихильників було проведення *масових*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

релігійних заходів у вигляді ***паломництва,*** що були найбільш велелюдними до Ватикану: десятки тисяч вірян долали величезні відстані з метою придбання священних реліквій і отримання відпущення всіх гріхів.

Іншим способом зробити собі PR у вигляді іміджевих заходів стали ***військово-пропагандистські кампанії духовно-лицарських орденів.*** У XI ст. на Близькому Сході внаслідок зіткнення ісламського світу та західного християнства почався ***потужний рух хрестоносців.*** Це була блискуча *масова акція,* під час якої церква зуміла переконати тисячі вірян, що Бог надихнув їх на боротьбу з мусульманським населенням Палестини. Папство прагнуло збагатитися й посилити свою могутність далеко за межами своєї сфери впливу. Наслідком цих намірів стали численні ***хрестові походи*** *– потужні акції конфесійного протоPR міжнародного масштабу, що привели до консолідації всього християнського* світу, *до інтеграції європейських держав, посприяли позитивній взаємодії європейської та східної цивілізацій*, збагатили населення Європи новими науковими знаннями, звичками, культурою. *Унаслідок хрестових походів у населення Європи сформувалася позитивна думка про країни і народи Сходу. Тобто було сформовано потужний PR східній цивілізації в Європі.*

Для Католицької церкви результати організованих нею кампаній виявилися позитивними: церкві вдалося домогтися консолідації всього християнського світу, суттєво підвищити доходи; посилилася і політична роль церкви. Церква позиціонувала себе як організатор великомасштабних акцій, засвідчила притаманні їй пропагандистські потужності. Загалом *хрестові походи були тривалою та багаторазовою (вісім походів із 1096 до 1270 р.) іміджевою PR-кампанією Католицької церкви, у ході якої було використано практично весь спектр інструментів протоPR, за допомогою якого церква маніпулювала, розхвалювала, звеличувала, залякувала, приструнювала, завойовувала, знищувала* "невірних": мусульман, язичників, єретиків,відлучених від церкви тощо.

Можна лише позаздрити винахідливості священників тієї доби: організація хрестових походів, полювання на відьом, жахи Святої інквізиції, відлучення від церкви – ось далеко не повний перелік реалій протоPR Середньовіччя в релігійному контексті.

3.3.5. Засоби протоPR у протестних виступах церковної опозиції

Які сили дрімали в епоху гуманізму в глибинах народної душі, показує історія Флоренції кінця XV ст. Це місто було одним з важливих центрів гуманізму, столицею світської науки і мистецтва, розкоші й веселого життя, але в ньому з'явився чернець ***Джироламо Савонарола***, середньовічний аскет, грізний викривач зіпсованості вдач і суворий проповідник покаяння, який виступив і викривачем розпустного папства.

Дж. Савонарола зумів розбити стіну пропаганди, яку тривалий час вибудовувала церква. Він по-новому трактував тексти Святого Письма, а після його полум'яних *проповідей* не залишалося людини, яка б не захопилася ним і не зробила все, про що він попросить. Управність Савонароли *як комунікатора* підтверджує той факт, що він особисто виступив проти могутньої ідеологічної машини, якою була тогочасна церква. Його комунікаційні навички зробили його державцем Флоренції, яку він перетворив на *теократичну державу*. Тонке відчуття суспільних настроїв допомогло йому утримувати позиції протягом певного часу та не схиляти голови перед всемогутньою церквою.

Савонарола мав неабияке обдарування переконувати й умів залякувати апокаліптичними зверненнями. У незавершеному трактаті "Про відразу до світу" він писав про неприйнятність світського життя з його заздрістю, продажністю, прихованою блюзнірською відмовою від моральних настанов християнства. Савонарола уславився як *чудовий оратор*. Слава про нього як *пристрасного та сміливого проповідника* ширилася Італією, аудиторія зростала. Стиль проповідей Савонароли вражав вірян, тож згодом чернець узяв на себе роль *пророка*. У проповідях засуджував священство у гріхах і закликав до каяття.

Авторитет Савонароли зріс настільки, що в кінці XV ст. він став невизнаним, але фактичним політичним керманичем Флоренції, установив там доволі суворий чернечий режим. Критиків і опонентів Савонароли почали переслідувати його озброєні прихильники. У місті із прихильників Саванароли виникло *товариство релігійної молоді (фанчуллі)*, що жорстоко ставилося

до опонентів, його члени вдиралися до приватних осель і вилучали все "гріховне": гральні кості, життєствердні літературні твори, твори мистецтва, згодом дзеркала, музичні інструменти й ноти, коштовні меблі та прикраси, ошатний одяг, до яких мали пристрасть флорентійці. Було заборонено карнавали та свята, крім церковних. Відвідини церков і соборів зробили обов'язковими, заохочувались *доноси*. Згодом Савонарола оголосив про новий податок – десятину. Його мали сплачувати всі багатії з нерухомого майна. Усі *вилучені кошти йшли на доброчинність*. Серед заможних і впливових флорентійців почав назрівати супротив. Апогеєм морально-релігійного тиску на флорентійців стали два публічні спалення 7 лютого 1497 р. та 17 лютого 1498 р. усього конфіскату з осель флорентійців. Частку речей на багаття принесли як фанатики, так і мешканці міста під примусом. Серед тих, хто приніс і кинув у багаття власні картини, був *Сандро Ботічеллі* .

Свавілля Савонароли і його зазіхання проповідника на монополію папства змусили невдоволеного Александра VI відлучити бунтівного ченця від церкви. Савонарола на знак протесту спалив папську грамоту. Відлучення почало загрожувати всім, хто слухав проповідника. Урешті Савонаролу ув'язнили. Після катувань, він, психічно зламаний, зрікся своїх пророцтв і був публічно страчений.

Поява особистості Савонароли підтверджує той факт, що загальний стиль ренесансного мислення, без модифікації релігійної свідомості не зустрів відгуку в душах простолюду, хоча проповіді Савонароли та його щира віра вразили людей. Розуміння проблем народу допомогло Савонаролі здобути прихильників, але концептуально вплинути на їхні настрої, перемогти гуманістичний, життєствердний ентузіазм флорентійців йому було не під силу, оскільки технології та методи впливу на суспільну думку, які він обрав, були невдалі. Він не врахував ментальності й етнопсихології цільової аудиторії, тож і був приречений на поразку. Хоча його протоPR був активним, яскравим, подієвим, уражаючим, він виявився харизматичним лідером, що забезпечило йому славу й осібне місце в історії соціальних комунікацій.

Видавництво Поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для друку

3.3.6. Естетика християнського культу як інструмент протоPR

Релігія та її суспільний інститут – церква, були могутньою ідеологічною силою, найважливішим фактором формування всієї середньовічної культури. Ефективним засобом комунікації та впливу на суспільні настрої й думки у XI–XV ст. була *естетика християнського культу: монументальні храми, фрески, статуї, складні* та *пишні ритуали богослужіння*. Вони навіювали думки про про єдність влади земної та небесної, їхню велич і непорушність, про силу Бога і Слова Божого. Насиченість культурного життя духом релігії, винищення всього, що не відповідало нормам, канонам і догмам церкви, були типовими для Середньовіччя.

Середньовічне мистецтво *мало неабиякий вплив на світогляд сучасників і формування їхньої духовності.* Церква завжди розуміла силу мистецтва і ставилася до нього як до Святого Письма для неписьменних. Це пояснюється ***особливостями середньовічного мистецтва,*** зокрема тим, що: воно повністю підпорядковувалось релігії, із чим пов'язаний його спіритуалістичний характер; відповідало запитам церкви, яка була головним замовником творів мистецтва – у *живописі* та *скульптурі* домінували біблійні сюжети, досягла досконалості духовна музика, склалися канони урочистого *славосп'іву*, виникли такі жанри, як *хорал, меса, реквієм*; *архітектура* була зосереджена на будівництві монументальних, ошатно оздоблених храмів.

Якщо у Ранньому Середньовіччі християнські храми були дуже скромними і розмірами, і оздобою, то нововведенням епохи розвиненого феодалізму стало поширення *біблійних сюжетів* у вигляді *образотворчих оповідань*: на стінах культових споруд створювалися серії фресок, які зображали сюжети з Біблії, ознайомлюючи з основами віри парафіян, які не вміли читати.

Основною архітектурною формою християнського культу епохи розвиненого Середньовіччя та Відродження став собор. *Готичний собор, доповнений скульптурними рішеннями церковних порталів і барвистими вітражами,* уражав вірян своїм виглядом. Насичені піднесеною естетикою храми створювали особливу атмосферу заглибленості. Важливим компонентом були

настінні *художні розписи, фрески, монументальні картини*. Найчастіше їх створювали геніальні художники й позначали знаками свого авторства: підписами, нерідко зашифрованими в *монограмах* і *сигнатурах*.

Церква активно залучала *різні способи сугестії та навіювання, щоб залишатися духовним наставником і критерієм моральнісних чеснот* для людини. Ореол могутності закріплювався за церквою завдяки архітектурі й оздобленню храмів – багатому декоруванню стін, багатоколірності оздоблювального каменя, збереженням орнаментів із мозаїки тощо. Величні готичні собори, що донині вражають монументальністю і колосальною мистецькою майстерністю, починаючи із XII ст., були цитаделями мистецтва, науки і техніки, соціального життя, віри та влади.

Готичні собори були потужним засобом і локацією конфесійного, світського, владного, емоційного, психологічного впливу на широкі верстви населення, і стали архітектурними інтенціями, що візуально втілили PR середньовічної епохи.

Середньовічна церква активно використовувала такий метод, як **"*фандрейзинг"*** – залучення ***донаторів*** (у православній традиції – ***ктитор***), які були церковними чи світськими особами, що дарували гроші на спорудження чи оздоблення храму, його реконструкцію, реставрацію. На знак подяки за допомогу й матеріальну підтримку культових споруд виникла традиція *зображення донаторів на фресках чи у скульптурних оздобах храму*.

Великі кошти на храм могли пожертвувати лише заможні особи, зазвичай це був феодал, бюргер, купець або володар краю. Унаслідок відсутності розвиненого портретного жанру в ті часи *портрети донаторів* ставали практично єдино можливими зображеннями історичних осіб. У середньовічному мистецтві Європи відомі *зображення донаторів* на рельєфах зі слонової кістки, мозаїках, на мініатюрах, у скульптурі тощо.

Попервах долучення донаторів у художнє зображення здійснювали дуже стримано. На "Трійці" Мазаччо у флорентійській церкві Санта-Марія подружжя донаторів обрамлює центральний епізод розп'яття, але перебуває ніби за межами сакрального простору зображення.

Донатори прагнули увічнити себе поряд зі святими або в їхньому образі. На картині "Поклоніння волхвів" Рогіра ван дер Вейдена

Видавництво Національний університет "Київська академія" Центр вільного доступу

на "Вівтарі Колумба" молодший волхв має в рисах обличчя подібність до Карла Сміливого, герцога Бургундського. На іконі Фуке з тим самим сюжетом у волхвах впізнаються король Франції Карл VII і два его сини – Людовик, згодом король Людовик XI, і Карл, герцог Беррійській.

На стінах Капели Волхвів у Палаццо Медичі-Ріккарді у Флоренції розписи вівтарної картини Беноццо Гоццолі зображують в образі молодого волхва на чолі процесії в оточенні пажів Лоренцо Пишного, на іншій фресці попереду кавалькади – П'єро Медичі, збруя його коня прикрашена родинними емблемами і девізом "Semper". Уважається, що поряд з ним зображено його брата Джованні Медичі, або ж батька Козимо Медичі. Три пажі за спиною другого волхва, можливо, одягнені в чоловічі костюми сестри Лоренцо – Б'янка, Нанніна і Марія. Родина Медичі фігурує і на картині "Поклоніння волхвів" Сандро Боттічеллі 1476 р., де в образах волхвів зображено главу роду Козимо, його сина П'єро Медичі, на чолі правої групи – онука Козимо Джуліано, а зліва на передньому плані – Лоренцо Пишного, якого обіймає поет Пульчі. Як і Беноццо Гоццолі, Боттічеллі скористався можливістю і зобразив особисто себе. Це був відвертий ***самоPR!***

Написавши на замовлення заможного флорентійця Пали Строцці "Поклоніння волхвів", майстер "інтернаціональної готики" Джентіле да Фабріано зобразив замовника за спиною молодшого волхва, позначивши донатора як обраного.

Подібних прикладів у живописі на релігійну тематику багато.

В архітектурі та скульптурних барельєфах теж немало зображень добродіїв, що жертвували на храм. У сицилійському місті Монреалі поруч із чудовим собором XII ст., у соборному дворі, можна побачити скульптурну групу: Мадонна отримує з рук норманського короля Вільгельма II міський собор, який за задумом повинен був перевершити Палатинську каплицю в Римі. Подібний сюжет можна зустріти на барельєфах середньовічних соборів Європи, наприклад Нотр-Дам де Парі чи Страсбурзького собору.

Сенс зображення в художніх творах сильних світу того поруч із божественними образами полягав у тому, щоб зміцнити їхню репутацію та увічнити їх. Це був символ прихильності Бога до

тих, хто, будучи наділений величезними багатствами, витрачає їх із добропорядною метою. Це була відверта *самопрезентація*.

Наприкінці XV – на початку XVI ст. стиль включення донаторів до зображень і храмових оздоблень разюче змінився: на полотні Ганса Гольбейна Молодшого, названому за прізвищем донатора ("Мадонна бургомістра Мейєра", 1526 р.), Мадонну з дитиною оточують шість членів Мейєрової родини. Вони настільки щільно обступили Богоматір, що майже відтискають її з переднього плану й повністю перебирають на себе увагу. ***Прагнення до демонстративності*** та ***самопрезентування*** перейшло у ***самоPR***.

Таким чином донаторство було своєрідним PR-засобом для добродіїв. Донатори були предтечею меценатів.

В епоху Відродження багато державців займалися ***меценатством*** і нерідко були письменниками, ученими, астрологами. В умовах Ренесансу, коли культура й мистецтво стали доступні всім верствам населення, ***образ мецената та державного діяча, який захоплювався мистецтвом***, викликав у населення більшу прихильність, ніж образ полководця, відважного воїна, популярного в епоху "розвиненого феодалізму". Завдяки заступництву мистецтв в історію увійшли імена бургундського герцога Філіпа Доброго, неаполітанського короля Рене Анжуйського, флорентійського державця Лоренцо Медичі, урбінського герцога Гвідобальдо Монтефельтро. Відомими меценатами була і родина Сфорца, за їхнього сприяння відбулося перетворення Мілана у великий культурний центр. Сфорца ввійшли в історію не тільки як державні діячі, але і як покровителі поетів, учених і художників, Людовіко Сфорца, який став покровителем Леонардо да Вінчі. Меценатство посприяло іміджу та зробило PR всій родині Сфорца.

У наступні століття таких, що робили собі PR меценатством, також було немало, але межі їхньої доброчинності та повноважень були значно ширшими, а роль – поважнішою, вони користувалися неабияким авторитетом у суспільстві та не прагли долучати свої зображення до витворів мистецтва. Нині PR-фахівці називають подібну діяльність ***спонсорством*** і воно вважається одним із трендів прихованих PR.

3.4. Економічні рушії та суб'єкти комерційного протоPR у середні віки

3.4.1. Торгові комунікації Середньовіччя – предтеча комерційного протоPR

Розвиток торгівлі став однією із передумов соціального й економічного прогресу Європи. Торгівля в часи Середньовіччя процвітала та сприяла розвитку комунікацій і поширенню інформації та відомостей

Розвитку торгівлі сприяв давно відомий ***Бурштиновий шлях***, що мав кілька маршрутів і охоплював через річки й моря всю Європу, та ***Грецький шлях*** (*"Шлях із варягів у греки"* чи ***Варязький шлях)*** – основний водний торговий шлях Київської Русі, що пов'язував північні райони країни з південними руськими землями та скандинавські країни з Візантійською імперією.

Наприкінці XIII ст. венеціанський мандрівник Марко Поло одним із перших в Європі вирушив через ***Великий шовковий шлях*** (виник у перші сторіччя до н. е.) до Китаю, а після повернення ретельно описав побачене під час подорожі, відкривши західній людині світ Азії та Сходу.

Морська торгівля уздовж "дороги спецій" у Середньовіччі стає важливим торговим маршрутом, оскільки країни вдавалися до військових засобів для управління цим впливовим маршрутом. Такі організації, як ***Ганзейський союз***, були спрямовані на захист інтересів купців, і торгівля ставала все більш помітною.

Перебуваючи під контролем держави, *торговельні шляхи завжди мали й військово-політичне значення.* Найчастіше боротьба за їхнє володіння були причиною багатьох давніх конфліктів.

Для ведення міжнародної торгівлі потрібні були не тільки великі капітали, але й відвага. Далекі подорожі були небезпечними: на морях чи суходолі розбійники грабували купців. Товар могли відібрати, накласти мито, яке сягало половини його вартості, якщо шлях пролягав через приватні володіння.

Далека ***транзитна торгівля*** *(зовнішня)* відігравала значно більшу роль у суспільстві, ніж внутрішня. Крім того, торгівля відігравала вагому *інформаційну та комунікаційну ролі*, у про-

Видавничий центр "Київський університет" Вхід не для друзів

цесі реалізації яких формувалися і зміцнювалися міжнародні зв'язки та контакти, *створювалися іміджі й PR різним державам, країнам і регіонам* (***імідж територій***).

У XI–XII ст. в Англії, Італії, Франції, Німеччині виникли ***ярмарки***, які стали важливою складовою ***міжнародної торгівлі***. Найвідомішими та найважливішими були ярмарки у Шампані, Брі. Кельні, Мессені, Майнці. Із 1165 р. регулярно проводиться ярмарок у Лейпцизі, із 1189 р. – у Гамбурзі. Із часом одержують усеєвропейську популярність ярмарки у Страсбурзі, Нюрнберзі, Франкфурті-на-Майні тощо. У XIV–XV ст. головним центром європейської ярмаркової торгівлі стало місто Брюгге (Західна Фландрія).

Ярмарки тривали по два місяці кожен, заповнюючи весь річний цикл, утворюючи *постійний ринковий простір*, який не мав конкурентів. Сюди приїздили купці з різних країн Європи: із Італії везли дорогі східні товари; із Фландрії – вино, сукно; із Німеччини – хутро, металеві та льняні вироби; із Англії – олово, свинець, вовну. Подібні *міжнародні ярмарки стали основою появи* ***торгових бірж***.

Значні масштаби виробництва масових широковідомих товарів, які можна було *продавати за стандартами і зразками, зростаюча регулярність обміну всередині національних ринків та між країнами* спричинили необхідність створення основного ринку таких товарів, тобто біржа. Перша з них виникла 1406 р. у нідерландському місті Брюгге, пізніше – у Венеції, Генуї, Флоренції.

Внутрішня торгівля відігравала значно меншу роль. В основі її розвитку був натуральний характер феодальної економіки. Як правило, міста формували *місцевий ринок*, де відбувався обмін із сільськими околицями. Основну масу товарів тут продавали або ті, хто їх безпосередньо виробляв, або сеньйори, які збували на ринку надлишки оброку чи продукцію свого домена.

Професійні торговці були близькими до ремісничого середовища – *дрібними* ***крамарями*** та ***кур'єрами***. Еліту становили заможні торговці – *купці*, що працювали із транзитною торгівлею та оптовим продажем. Купецьке середовище було поєднане родинними й корпоративними зв'язками.

Створювалися *об'єднання купців одного міста – гільдії*, що мали свої *статути* і спеціалізувалися переважно на торгівлі одним чи

кількома товарами. Велику популярність у середині XIII ст. мала *Ганза* (об'єднання, спілка) – *торгово-політичний союз купецтва північноєвропейських міст,* який монополізував торгівлю Північної Європи. Не менш вагомою була *Паризька Ганза.*

В Італії у цей час процвітали торгові міста, що збагатилися під час торгівлі зі Сходом. Чотири міста – Генуя, Венеція, Піза та Амальфі – утворили так звану *Морську республіку*.

Проте торгівля сприяла не тільки економічному розвитку європейського суспільства, ці процеси позитивно відбилися на *розвитку комунікацій* у період Розвиненого й Пізнього Середньовіччя, оскільки і купцям, і торговцям потрібно було домовлятися, вести перемовини, укладати торгові угоди. *Наявність різних форм об'єднання купців і здобуття ними станових привілеїв – свідчення упорядкованої ієрархічної комунікації, що відбувалася на різних рівнях і мала різнобічні напрями. Крім того, купці, які займалися транзитною торгівлею, були постачальниками й розповсюдниками безплатного, проте не менш цінного товару, – інформації. Вони розповідали про далекі зарубіжні країни та землі. Транслюючи ці відомості різним аудиторіям населення, вони тим робили PR заморським землям та їхньому населенню.*

Комунікація в діловій, комерційній сфері була переважно усною: передусім, це були *чутки й відомості*, передані очевидцями – особисто купцями та мандрівниками. Інформація торговців один про одного розповсюджувалася всюди: наприклад, в Ірландії були відомі імена і репутація купців із середземноморських міст. В умовах, коли поштові повідомлення дуже довго досягали пунктів призначення і не надсилалися регулярно, лише час від часу в тому чи іншому європейському місті з'являлися люди, від яких місцеві жителі могли дізнаватися про події в інших містах Європи.

Купці мали безліч можливостей для взаємодії, оскільки були високомобільними, пересувалися всією Європою і володіли різними мовами. Для торговців не існувало міждержавних обмежень, які деколи перешкоджали взаємодії королів та шляхти, тому торгові міжнародні союзи були набагато міцнішими, ніж міждержавні, і існували набагато довше. Зокрема, 1241 р. починається історія славетного ***Ганзейського союзу***: об'єднання міст Північної Європи для здійснення торгових операцій і протистояння розбійникам та піратам. Ганзейський союз проіснував

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

до 1669 р. і не підкорився жодному монархові (він уважався союзом виключно вільних міст, влада в яких належала найбільшим торговцям, що обиралися купецьким співтовариством). Вплив торгових гільдій, а також їх окремих представників деколи сягав такого рівня, що вони отримували можливість побувати на особистій аудієнції у королів і отримати від них спеціальні грамоти, які підтверджували їхні права та пільги, а також незалежність від феодалів.

Певну увагу звертали торговці й на *створення* ***іміджу товарів***: на відміну від продуктів харчування, тканин або сировини, що не потребували особливої реклами, оскільки були потрібні всім, наприклад, східні товари (сирійські парфуми, перські килими, китайські шовки, кришталь) *просувалися як елітні* для заможних верств, тобто вони були *уособленням розкоші та престижу*. Як наслідок, аристократія і заможний простолюд купували ці речі, хоча й не відчували в них особливої потреби: *володіння ними ставало символом належності до певного класу, додатковим штрихом до репутації, а відтак засобом самоPR*.

Для придбання товарів потрібна була готівка, золото, яке надавали *міняли й банкіри*. З'явилися в Середньовіччі й *торговці грішми – лихварі*. Вони не лише займалися наданням позики та вкладенням коштів у перспективні проєкти, але й часто служили *посередниками між аристократією і торговцями, виконували приватні й дипломатичні доручення королівських і аристократичних родин, тобто здійснювали професійну комунікаційну діяльність у діловій та міжнародній сфері.* Флорентійський торговець XIV–XV ст. Бонакорсо Пітті залишив власні нотатки, де ретельно описує свої поїздки з дипломатичними дорученнями до герцогів Голландії та Бургундії, короля Франції й інших монархів Європи, з якими він дружно спілкувався та навіть грав у карти.

Отже, ***торговці й купці*** будували комунікацію між собою та з населенням в максимально товариській і доброзичливій тональності. Доки оперативне поширення друкованої інформації не було налагоджене остаточно, купці залишалися єдиними джерелами інформації для місцевих жителів. Вони розповідали про реалії далеких країн, привозили звідти нові звичаї, товари та тренди. За допомогою майстерної комунікації й експресивного мовлення збувалися не лише товари широкого вжитку, а й прес-

Видавничий центр "Київський університет" Вперше на друці

тижні продукти та вироби, які не мали ужиткової цінності, проте дозволяли власникові зайвий раз продемонструвати свій статус у суспільстві. Тобто розвивалося ***престижне споживання***.

Купці, торговці та міняли, напевно, – найяскравіший взірець професії, яка повністю побудована на комерційному протоPR. Вони були професійними комунікаторами, оскільки, по-перше, їм потрібно було домовитися про замовлення товару; по-друге, подолати довгий шлях, розв'язуючи комунікацією труднощі, які могли спіткати в дорозі: пірати, розбійники, утрата вантажу; по-третє, необхідно було збути популярний товар і прорекламувати екзотичний; по-четверте, потрібно було постійно дбати про репутацію, працювати над власним іміджем і укріплювати стосунки з колегами. Їхня комунікаційна діяльність була предтечею розвитку комерціного протоPR.

3.4.2. Ремісничі цехи – провісники профспілкової культури та корпоративного PR

Окрім стану торговців, у XI–XIII ст. розвився і стан ***ремісників***, які також стали об'єднуватися у професійні корпорації – ***цехи***, що стали *прообразом майбутніх професійних об'єднань і виконували консолідуючу роль у межах тієї чи тієї професій.*

Цехи у містах феодального суспільства як організації ремісників були економічно самостійними виробниками. Здебільшого, *середньовічний цех* – це союз ремісників однієї професії, спілка майстрів. Найрозвиненіші форми організації міських ремісників склалися у країнах Західної Європи, де населення середньовічних міст домоглося широких прав самоврядування. Цехи з'явилися у Франції, Німеччині, Англії в XI–XII ст. (в Італії – ще раніше) і досягли розквіту в XIII–XIV ст. У цей час у більшості міст Західної Європи ремісники різних спеціалізацій (ткальники, сукнороби, фарбувальники, чоботарі, кожум'яки, ливарі, теслярі, пекарі, м'ясники і т. д.) стали об'єднуватися в цехи.

Ремісничі цехи активно долучилися до розвитку *міського самоуправління* та сформували численний прошарок населення. Діючи спершу лише як *професійно-суспільні організації ремісників*,

цехи згодом оформилися як ***речники ремісничого стану:*** захищали інтереси виробників, здобували й утримували виняткові права для свого стану, установлювали внутрішню дисципліну серед членів, контролювали виробничі відносини, ціни, якість і збут товарів тощо. Цехи монополізували певні ремесла, усували конкуренцію, підтримували професійну етику. Вступити до цеху було нелегко, адже існували певні обмеження. Це були *закриті об'єднання з високим рівнем корпоративної культури.*

Уважається, що ***цехи мали первинну форму профспілкової самоорганізації***, які захищали їхніх членів від сваволі феодальної шляхти. Цехове братство полегшувало не лише трудову діяльність, а й виконання обов'язків містян перед магістратом. Утручання цеху у виробничу діяльність було активним і постійним, але обмежувалося встановленням правил і умов виробництва, продажу товарів, а також контролем за виконанням цих правил. Кожен майстер створював свій товар від початку до кінця, але товар представлявся від цеху. Тому від того, як ремісник виконав свою роботу, залежала прихильність населення до тієї чи іншої спілки майстрів. З метою покращення іміджу цеховиків, а також формування їхнього внутрішнього корпоративного духу, влаштовувалися різні *свята*. Це сприяло розвитку протоPR стосовно формування *репутації* цеху в суспільстві.

Професійні щорічні свята (***цехові демонстративні акції)*** збігалися з ушануванням святих – заступників різних професій. У їхньому проведенні активно використовувалася зовнішня *самодемонстрація* й *самопрезентація* учасників. Рекламно-демонстративну роль виконували *клейноди,* світські предметно-зображальні *аксесуари*.

Відтак, ремісничі цехи поширювали вплив на всі аспекти життя своїх членів. Крім суто економічних, ремісничі об'єднання виконували функції соціалізації, професійного навчання молоді й підтримування церкви. Якщо цехи певною мірою і стагнували розвиток ринку та конкуренції, то свою роль у становленні протоPR вони відіграли максимально повно: акти самодемонстрації та самопрезентації на цехових святах і під час промоції своїх товарів були на вищому рівні. Також учасники цехів піклувалися про свою репутацію, адже від цього залежав обсяг збуту виготовлених виробів.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Ремісничі цехи Середньовіччя без перебільшення вважають зародками профспілкової культури і самоорганізації, провісниками корпоративного PR.

3.4.3. Глашатаї – професіонали комерційного протоPR Середньовіччя

Урбаністична культура інтенсивно розвивала різні форми масової комунікації та інформації, у тому числі й протоPR. Отже створювався попит на професійних комунікаторів. Ремесло публічного інформування було необхідне різним верствам середньовічного суспільства: духівництву, лицарству, бюргерству.

У X–XI ст. зі збільшенням кількості населення в містах відродився ***інститут глашатаїв*** і ***гінців.*** Ця посада зазвичай побутувала в європейських містах, де населення становило кілька тисяч осіб, тобто досягало тих розмірів, за яких *оперативне забезпечення інформацією* за допомогою міжособистісних контактів було скрутним, а подеколи навіть неможливим. Як повідомляють історико-літературні джерела, посада глашатая була престижна та прибуткова.

Спочатку глашатаї обслуговували різноманітні купецькі гільдії. Крім того, були королівські, лицарські та міські глашатаї, що повідомляли про поточні адміністративні розпорядження. Інформація, яку вони передавали, мала напрям "згори вниз". Деякі глашатаї були уповноважені адміністрацією збирати у населення заявки на купівлю-продаж необхідних речей і сповіщати про це.

Професійні об'єднання глашатаїв у Франції були відомі з XII ст. У першій чверті XIII ст. король Філіп II Август видав ордонанс, що вимагав обов'язкового вступу глашатаїв до корпорації (цеху). Людовик XIII конкретизував в одному зі своїх розпоряджень обов'язки міських глашатаїв таким чином: "Публічні глашатаї повинні робити повідомлення під звуки ріжка на всіх перехрестях міст і у передмістях. Крім того, ці повідомлення мають бути написані на пергаментних аркушах великими літерами і розклеєні у багатолюдних місцях. Проповідники зобов'язані допускати глашатаїв до своєї пастви, щоб ніхто не міг виправдати себе незнанням монаршої волі".

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Видано за рахунок ВВОЮ КНУ ім. Т.Шевченка

Роль глашатаїв як громадських комунікаторів цінувалася дуже високо, представники цієї професії мали неабиякі повноваження й зобов'язання, а посада глашатая наділялася певними адміністративними правами. Про це свідчить збережений донині "Реєстр ремесел і торгівлі Парижа" кінця XIII ст., де був розділ, спеціально присвячений глашатаям.

В Англії глашатаї, згідно зі свідченнями героя анонімного середньовічного роману – іспанця Ласарильйо з Тормеса, зобов'язані були сповіщати про страти, склад злочину обвинувачених та запрошувати містян на цю доволі популярну в середні віки акцію.

У глашатаях мали потребу королівська влада, духівництво, лицарство, бюргери та купецькі гільдії. У XIII ст. було видано перший збірник "Сто сім вигуків, які кричать щоденно в Парижі", 1608 р. – збірник "Лементи Лондона". В аналогічному збірнику "Лементи Рима" є не тільки таблиця, де класифіковано 192 типи рознощиків і посильних, які були фактично торговими глашатаями.

У XII–XIII ст. почалася регламентація комунікаційної діяльності торгових глашатаїв, вимоги до етики їхньої професійної діяльності. Зокрема, у згаданому "Реєстрі ремесел і торгівлі Парижа" зазначалося: "Ніхто не може і не повинен закликати й тягнути покупця, який стоїть біля іншої ляди або в іншій ятці; якщо хтось так зробить, він сплатить королю 5 су штрафу і 5 су цеху". Англійські статути XIV ст. попереджали: "Ніхто не має права рекламувати будь-що своїм криком. Якщо хтось так зробить, намісник має право притягнути його до суду й оштрафувати. Іншим разом у нього може бути відібрано все майно". Така регламентація комунікаційної діяльності торгових глашатаїв – найкраще свідчення її важливості у повсякденному житті.

Торгові глашатаї виконували важливу комунікаційну роль – досвідченого посередника між виробником і покупцем. Ці професійні комунікатори мали бездоганну репутацію серед населення, їхня діяльність регламентувалася владою, тому її не сприймали як інформаційний шум. Навпаки, глашатаї були основними розповсюджувачами новин і торгових пропозицій у великих європейських містах, займалися рекламою та інформуванням населення.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Версія для друку

Глашатаї були професійними піарниками, вони не лише поширювали інформацію, а й популяризували її, здійснювали промоцію особам, подіям, заходам, рекламували товари, послуги тощо. Вони були активними, винахідливими, майстерними протопропагандистами та уміли привабити увагу, сформувати інтерес і спонукати реципієнтів до бажаних дій: відвідати захід, дослухатися наказу, поважно ставитися до "сильних світу", зважати на їхній авторитет, тобто глашатаї уміли ефективно впливати на цільову аудиторію, користуючись тогочасними технологіями та засобами протоPR.

3.5. Уявлення щодо соціальних комунікацій у працях видатних філософів Середньовіччя

Філософське вчення Хоми Аквинського (1221–1274) – видатного мислителя і теолога ***у контексті протоPR.*** У центрі проблем, які Хома Аквинський прагнув вирішити, було питання співвідношення релігії й філософії, віри та знання. Він уважав, що філософія й наука мають працювати на користь релігії. Учення Аквинського стало основою неотомізму.

Для *соціально-політичних поглядів* Аквинського характерними були його переконання в необхідності монархічного правління. Метою державної влади має бути всезагальний добробут. Людина – це суспільна істота. Якщо монарх систематично порушує справедливість, народ може і мусить повстати. Тож *у працях Хоми Аквинського можна віднайти прообраз концепції соціальних комунікацій на патерналістських засадах, але враховувалося, що у випадку, якщо вони будуть соціально неадекватні, то матимуть достойну відповідь з боку народу. Тобто будучи асиметричними, однобічними, комунікації спрямуються у протилежному напрямі – знизу вгору, від простолюду до владних осіб*. Цим адекватне сучасному науковому трактуванню природи соціальних комунікацій учення Х. Аквинського заслуговує на інтерес у контексті історії розвитку протоPR.

Концепція ідеального суспільного буття у філософських поглядах Роджера Бекона (1214–1292) – англійського філософа

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Вояж Е Для друку

і дослідника, викладача Паризького й Оксфордського університетів, винахідника, який був основоположником *експериментального природознавства.*

У дусі своєї моральної філософії Бекон пропонував таку ідеальну модель майбутнього державного устрою, де суспільство скеровується "священниками знань", які володіють досягненнями всіх наук.

Ідея ідеального суспільного буття, ґрунтована на "царстві розуму", була прообразом Просвітництва, фактично його предтечою. За рахунок раціональних, підтверджених практикою істин впливати на суспільство, як уважав Р. Бекон, було цілком мудрим рішенням, хоча не реальним. Але було розуміння того, що тільки освічені люди, які осягнули глибини наукових знань, можуть скеровувати громаду в належному руслі. Історична прийдешність підтвердила чинність цієї концепції.

Ідея суспільної згоди у філософії Еразма Ротердамського (1466–1536) – визначного філософа епохи Пізнього Відродження. Його magnum opus – "Уславлення Дурості", де він сатирично висміяв усі сфери та явища тодішнього життя, але найдошкульніше – застарілі доктрини церкви, став каталізатором Реформації.

Еразм Ротердамський доклав значних зусиль для того, щоб церква змогла порозумітися з народом, але не відступала від норм християнської етики та моралі. *Вчення цього філософа спонукало до суспільної згоди, як він бачив це на той час. Його думка, що церква і влада мають дослухатися до потреб і бажань простолюду, дотримуватися моральнісних чеснот, як і все суспільство в цілому, була ідейно наснажена прагненням до гармонії в суспільстві, добросердя та взаєморозуміння, що нині є підвалинами PR-діяльності.*

Еразм Ротердамський був одним із найвизначніших мислителів епохи, що передувала реформації церкви, людиною великої вченості та знань, останньою в історії Середньовіччя "людиною, яка знала все". Його праці підготували перехід до модерних часів і сприяли утвердженню принципів гуманізму.

Філософи Середньовіччя висували цікаві тези: хтось намагався поєднати філософію та релігію, хтось заперечував теологію як окрему науку, дехто взагалі будував власні трактати на політичному досвіді. Загалом філософська думка мислителів

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Середньовіччя заклала підвалини наукових соціологічних знань і суспільствознавства, які в подальшому немало прислужилися для розвитку соціальних комунікацій, зокрема PR.

3.6. Гуманізм Відродження – ідейно-естетичний натхненник ґенези PR

В основі філософської концепції Відродження – визнання людини найвищою духовною цінністю. Її єством захоплювались, звеличували, оспівували, змальовували у творах мистецтва, її сутність досліджувала тогочасна наука, з'явилася навіть концепція філософських поглядів – ***гуманізм***. Із часом він став світоглядною концепцією і не втратив актуальності донині.

Ренесансний гуманізм обґрунтував новий ідеал людини – творчої особистості, здатної до самопізнання та перетворення довкілля і себе особисто, утвердив повагу до її гідності та розуму, її право на щастя і вільне самовиявлення. Гуманісти уважали себе спадкоємцями античної культури. Систему їхніх поглядів визначали як "антропоцентризм". Людина, а не божество, постала в центрі світогляду гуманістів.

Ідеал гуманістичної культури – всебічно розвинена людська особистість, здатна насолоджуватися природою, любов'ю, мистецтвом, досягненнями людської думки, спілкуванням із друзями. Один із італійських гуманістів того часу Піко делла Мірандолла писав: "Велике диво є людина!". У трактаті "Про гідність людини" зазначав: "Бог створив людину, щоб вона пізнавала закони Всесвіту, любила його красу, дивувалася його величі... Людина може рости, удосконалюватися вільно. У ній поєднані найрізноманітніші сфери життя".

Ще однією особливістю гуманізму був *індивідуалізм.* Не походження людини, а її розум, талант і завзяття повинні були забезпечити успіх і добробут. Ідеалізованим вираженням індивідуалізму було утвердження цінності людської особистості. Це мало прогресивне значення.

Характерними ознаками ренесансного гуманізму була його практична орієнтованість і *громадянська етика*. У ранньому гуманізмі моральним ідеалом уважалося повноцінне суспільне життя

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

людини. Ці ідеї проголошував Ф. Петрарка, уважаючи, що тільки *у громадському житті повною мірою виявляється суть людини, яка за своєю природою є "соціальною істотою"*. Спільним у гуманістів був громадянський заклик дотримуватися *принципу загальносуспільного добробуту* та *гармонії*. Цим мала вимірюватися будь-яка людська діяльність, що поєднувала реалізацію гуманістичних ідей із суспільно-політичною практикою доби.

Джерелом гуманізму Відродження вважається творчість останнього поета Середньовіччя і першого поета Модерного часу ***Данте Аліг'єрі***, зокрема його "Божественна комедія", де змалювано тогочасне суспільство того часу з усіма його вадами й людськими гріхами. Данте заклав основи нового гуманістичного вчення про людину, проголосивши ідею про безмежні можливості особи. Тим він створив своєрідний *PR гуманізму*.

Поряд із Данте називають імена видатного італійського поета ***Франческо Петрарки***, який уважається засновником класичної філології в Європі, фундатором європейської лірики та ***Джованні Боккаччо*** – італійського письменника-гуманіста, ученого-філолога, який заклав основи новели як жанру. Його "Декамерон" – вічний *PR людській красі, почуттям, пристрастям, любові, промоуція гедонізму і кохання*, попри будь-які життєві перешкоди.

Перехід від середньовічного до ренесансного живопису пов'язаний з ім'ям ***Джотто***, який у релігійних сюжетах відтворив красу земних образів ("Оплакування", "Мадонна на троні" тощо). Живопис XV ст. характеризується різноманітністю індивідуальних манер художників, формуванням місцевих шкіл: флорентійської, умбрійської, північно-італійської, венеціанської. Велику роль у становленні та розвитку ренесансного живопису відіграла творчість С. Боттічеллі.

Вершиною Високого Відродження стала творчість ***Леонардо да Вінчі, Рафаеля Санті, Мікеланджело Буонарроті.***

Геній *Леонардо да Вінчі* воістину був унікальним. Плідне *поєднання наукової та художньої діяльності* дозволило митцю втілити гуманістичний ідеал людини ("Мадонна Літа", "Поклоніння волхвів", "Мадонна у гроті", "Джоконда") і звеличити його.

Живописні образи *Рафаеля* сповнені гармонії та ліризму, вони поетичні й піднесені, відрізняються досконалістю композиції,

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

виразною пластикою фігур. Особливу увагу він приділяв образу Мадонни ("Сікстинська Мадонна", "Мадонна Конестабіле").

Драматичне світовідчуття пронизує твори *Мікеланджело* – художника, архітектора, скульптора і поета. Створені ним образи сповнені експресії, драматизму, просякнені ідеєю величі людського духу (скульптури "Давид", "Мойсей", "Раби", "Оплакування Христа". Одним із живописних шедеврів Мікеланджело став розпис Сікстинської капели у Ватикані ("Страшний суд").

Венеціанський живопис репрезентовано творчістю ***Джорджоне, Тиціана Вечелліо, Паоло Веронезе***.

Справжнім реформатором *ренесансної скульптури,* в якій з'явилася самостійна, незалежна від архітектури статуя, анатомічно правильна пропорційність зображення людського тіла, що утверджувала значущість реального буття, уважається флорентійський скульптор ***Донателло*** ("Давид"). Яскравим скульптуром Пізнього Відродження був ***Б. Челліні*** ("Персей").

Основоположними для *архітектури Ренесансу* були принципи гармонії та краси, співмірності споруд, що втілили роботи ***Філіппо Брунеллескі, Браманте, Рафаеля, Мікеланджело***.

Культура Відродження характеризується такими ознаками: антропоцентризм, індивідуалізм, ренесансний гуманізм, інноваційність, креативність, національна самобутність. Ці ознаки посприяли тому, що мистецький PR Відродження здобув неповторних рис та естетики.

Проте в епоху Відродження змінилося не лише мистецтво. Змінилася і *цільова аудиторія* поціновувачів прекрасного: якщо раніше дозволити собі предмети мистецтва могли лише аристократи та священники, то в часи Відродження твори мистецтва "вийшли" на вулиці і будь-який містянин міг насолодитися чіткістю образів у скульптурі чи архітектурі, на стінах храмів, у полотнах, що були в публічному доступі.

Водночас змінився як *соціальний статус митця, який утілював соціокультурний ідеал унікальної, вільної, універсальної особистості, так і ставлення до мистецької діяльності;* праця митця усвідомлювалась як унікальна, не регламентована і не була більше ремеслом; *творчість перетворилася на індивідуальну креативну діяльність.*

Видавничий центр "Київський університет"
Електронний варіант для друку

Ренесансна епоха *створила передумови для виокремлення світу мистецтва в особливу сферу*, живопис, музику доволі часто стали називати наукою.

Ренесансний світогляд утвердив *пріоритет креативного джерела, авторства.* Ренесансна культурна установка, орієнтована на неповторність і унікальність твору, стає еквівалентом його художньої цінності. Починають цінуватися мистецька якість, майстерність, ім'я митця, який отримує безмежну творчу свободу. Урешті, ***ім'я митця стає брендом.***

У мистецтві Ренесансу *зображення реального світу стало метою творчості*. Навіть змалювання релігійних сюжетів набувало повноти земних форм. *Гуманістичні ідеї і дух того часу склали протоPR людині та її суспільству в усій багатовимірності виявів.*

Гуманізм, із характерним для нього філософсько-міфологічним, поетичним і навіть особистісним вільнодумством, зумовив ***естетичний вимір усіх сфер суспільного життя***: політики, двірцевого життя, побуту, повсякденного спілкування тощо.

Естетизація суспільного життя висунула гуманістичний ідеал універсальної людини – ***homo universal*** *– цілісної гармонійно розвиненої особистості.*

Естетизація комунікаційних процесів *стала рушієм еволюційного підвищення етичних критеріїв суспільного життя,* які сукупно посприяли розвитку *етики суспільних взаємин.*

Гуманістична етика висунула на перший план проблему земного призначення людини, досягнення щастя власними зусиллями. *Гуманісти по-новому підійшли до питання соціальної етики*. Вони спиралися на уявлення про великий потенціал творчих здібностей і волі людини, її широкі можливості побудови особистого й суспільного добробуту. Важливою передумовою успіху вони вважали *гармонію інтересів індивіда і суспільства*, висували ідеал вільного розвитку особистості й нерозривно пов'язаного з ним удосконалення соціуму. Це надавало багатьом етичним ідеям гуманістів яскраво виражений *суспільний характер*.

Фундаментальною в тогочасній духовній культурі була *ідея служіння суспільному добробуту, батьківщині, співвітчизникам*. Це становило одну із підвалин подальшого розвитку *PR на засадах суспільної згоди заради консолідації суспільства. Водночас, це*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

сприяло становленню національної самосвідомості народів, осмисленню їхнього історичного минулого з метою пошуків шляхів власного державотворення, дбання про розвиток національної культури не лише задля її збереження, а й заради забезпечення їй належного місця в європейському духовному процесі.

Епоха Відродження в поєднанні з ідеями гуманізму створила потужний поштовх для динамічного розвитку PR. Людське життя стало більш комунікаційно активним і різноманітним: люди насолоджувалися радощами спілкування, активно відвідували ярмарки, публічні розважальні акції, милувалися витворами мистецтва, брали участь у диспутах, дискусіях, відвідували мистецькі заходи, подорожували, листувалися, обмінювалися думками. Тональність комунікацій стала доволі демократичною, але в ній була наявна повага до людської гідності. Загалом *гуманістичні ідеї доби Відродження сприяли утвердженню принципів демократії, формували нові моделі впливу на громадську думку, нові засоби сугестії та емоційного маніпулювання, оновлений інструментарій протоPR.*

За хронологією гуманісти нібито зробили стрибок назад у часі, адже ідеали античності знову набули популярності та стали ледь не взірцевими, на противагу попередній середньовічній культурі. *Проте у розвитку протоPR одночасно було зроблено крок уперед. Повага до людської особистості й індивідуалізм урізноманітнили та вдосконалили технології протоPR, підлаштовуючи їх під потреби людини. Розкуті, демократичні та вільнолюбні ідеї гуманізму випередили свій час і заклали основи розвитку протоPR Модерного часу.*

Висновки до розділу 3

1. Суспільна трансформація, становлення та розвиток феодального господарства, державотворчі процеси, формування державних органів влади (парламентів) і права, релігія та церква, урбанізація, розвиток виробничих сил і трудових відносин, ремісничі цехи, торгівля й комерція, поява купецтва та купецьких гільдій, формування інститутів професійних комунікаторів, зародження масових народних рухів протестного характеру, заснування університетської освіти, поширення вченості, становлення

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Друкується не для продажу

наукових знань, розвиток технологій і поява інновацій у засобах виробництва, збільшення обсягів інформування – чинники, які вплинули на еволюцію протоPR у період Середньовіччя.

На соціокомунікаційні процеси в епоху Середньовіччя сукупно вплинули такі суспільно значущі події, як велике переселення народів, хрестові походи, розвиток і занепад великих імперій, піднесення християнства і церкви, соціальна активізація селянства, бурхливий розквіт міст, цехова практика виробничих об'єднань ремісників, поява і фахове формування професійних комунікаторів.

2. Соціальні комунікації в середні віки мали переважно становий характер: учасники комунікаційного процесу впливали на суспільну думку від імені спільноти і позиції вищих верств домінували щодо інших. Тож на вертикальній осі координат комунікація мала здебільшого низхідний характер: від сюзарена до васала, від короля до феодала, далі – до простолюду: містян і селян. Але монархи значною мірою залежали від васалів, тому рахувалися з їхньою думкою для вибору стратегії і тактики політики. Тож варто вважати, що висхідний характер у комунікації теж був, але лише в межах привілейованих верств суспільства. Думка селян чи містян нікого не цікавила. Загалом комунікація на вертикальній осі мала вибірково двобічний, асиметричний характер.

Натомість відносини у певному становому діапазоні мали двобічний характер і тим чітко визначили симетричний характер комунікації на горизонтальному рівні. Серед різних верств суспільства, що були чітко й суворо розмежовані, комунікація відбувалася лише у межах певного станового прошарку, особливо активними були купці, торговці, ремісники. На всіх суспільних рівнях, усередині кожної зі станово-соціальних верств практикувалася двобічна комунікація, що була доволі симетричною.

Політична комунікація у ранньосередньовічному суспільстві була зумовлена особливостями династичних переділів. Основними дійовими особами на історичній арені були варварські королівства та їхні новоявлені лідери, які напрацьовували власний PR-інструментарій у вигляді застрашливих аксесуарів озброєння й одягу, ужиткової символіки, бойових обладунків, символів влади тощо.

Технології вибудовування ореолу сакральності як домінанти політичного іміджу королів та імператорів широко застосовува-

Видавництво Державного університету "Київський авіаційний інститут" Версія не для друку

лися і в епоху Високого Середньовіччя. Для здобуття й утримання влади не останню роль відігравало генерування унікального образу. Багато хто з європейських державців був хорошим іміджетворцем. З метою їх протопіару з'являлися хроніки, аннали, легенди, саги, балади, фольклорні твори. Разом із лицарськими романами та куртуазною поезією вони були вельми ефективним засобом формування суспільної думки, легко сприймалися простолюдом, на який, як на цільову аудиторію, було спрямоване створення позитивного враження про державця. Нерідко герої, описані в тогочасних писемних і фольклорних джерелах, возвеличувалися до рівня загальнонаціональних, проте їхні образи не завжди відповідали історичній правді. У цьому виявлялася маніпулятивна функція протоPR, що мала вплив на подальшу долю історичних постатей.

Середньовіччя виявилося періодом, коли розвивались, поширювалися й активно використовувалися як уже традиційні технології, стратегії, засоби та інструментарій протоPR, так і новостворені, інноваційні, або такі, що постали на основі певних попередніх технологій і засобів, але в іншому верство-становому застосуванні й виконанні (напр., лицарські турніри, що в дечому варто вважати правонаступниками гладіаторських боїв як масових видовищних івентів).

Щодо традиційних, апробованих технологій, стратегій, засобів та інструментів протоPR, то найбільшої популярності зажили іміджетворення, красномовство, демонстративні акції та спеціальні заходи, інформаційно-психологічні війни тощо. За допомогою мистецтва соціального комунікування успішними були ті, хто умів уловити суспільні настрої, вірно визначити потреби та прагнення цільових аудиторій і використати доцільні технології та інструменти протоPR.

Поява й діяльність парламентів в епоху Середньовіччя, із якими прийшли у соціум і перші виборчі кампанії, спонукали зародження нових політтехнологій, покликавши до життя основну функцію PR – забезпечувати порозуміння в суспільстві на основі поінформованості та взаємної згоди. Ранні парламенти країн Європи відігравали вагому державотворчу та законотворчу ролі, засвідчували рівень їхньої політичної зрілості. Також ці інституції виступали посередником між монархом і населенням,

тому для парламентаріїв завжди важливим був факт приязні вищих станів і підтримання нищих верств. Виходячи із цього й будувалася комунікаційна стратегія перших парламентів.

Лицарство – знакове явище в історії протоPR середньовічної епохи. Виникнення нового стану потребувало його просування, для чого влаштовувалися такі велелюдні видовищні заходи, як лицарські турніри, що у свою чергу потребували рекламування і спонукали появу нових професійних комунікаторів – герольдів, які зналися на геральдиці, володіли ораторською майстерністю й технікою блазонування, що стала прототипом сучасних джинглів. Лицарський турнір був публічним івентом, повноцінним PR-заходом із достатньою кількістю складників і відповідних технологій.

Цілком інноваційною стратегією PR міжнародного масштабу були хрестові походи духовно-лицарських орденів. Їх варто вважати стратегічними ноу-хау протоPR Середньовіччя. Соціальні комунікації духовно-лицарських орденів здебільшого були політичного та конфесійного характеру, хоча були відомі і їхні комерційні взірці (щодо банківської справи, фінансів, лихварства). Немалою була роль і комунікацій просвітницького характеру, які сприяли інтеграції культур Європи та Сходу.

Формування середньовічного суспільства супроводжувалося доволі активною соціальною боротьбою, що вплинула на появу нових PR-технологій. У процесі розгортання протестних рухів селян та ремісників почали виокремлюватися особистості, яким притаманне харизматичне лідерство. Іміджетворення лідерів із народу відбувалося цілком відповідно до стратегій і технологій PR-жанру: харизма, активність, ентузіазм, авантюризм, сміливість, рішучість, хороші акторські й ораторські здібності, уміння переконувати та надихати ідеєю, мотивувати, організувати, очолювати. Основний сенс протоPR тих часів цілком відповідав типології лідера-популіста: ставка на прості політичні рішення, які грунтуються на низькій загальній культурі учасників політичного процесу; наголос на значущості малих, але конкретних політичних справ; навішування ярликів політичним опонентам і ворогам; заграванння з масами, роздавання необґрунтованих обіцянок; експлуатація політичних почуттів людей у власних інтересах тощо. Проте на арені політичного життя побутували такі

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ниці методи "чорного" PR, як чутки, наклеп і звинувачення у гріхопадінні й чаклунстві, що призводили до репутаційних збитків і негативно впливали на імідж. Подібних технологій, особливо у практиці династичних протистоянь, у середні віки було немало.

У Пізнє Середньовіччя політичний протоPR залишався провідним видом соціальних комунікацій, виявивши брутальну своєрідність неетичних PR-технологій у часи Столітньої війни та маніпулятивні PR-стратегії у політичних інтригах XV ст.

3. Конфесійний протоPR Середньовіччя, який почав розвивати потужності у Ранньосередньовіччі, у часи Зрілого Середньовіччя набрав неабиякої сили і ваги. У цьому і виявилася комунікаційна специфіка конфесійного протоPR. У Середньовіччі християнська церква здобула абсолютний вплив на духовне життя суспільства. Вона формувала його релігійну свідомість, сприяла розвитку культури та зміцненню єдності, проповідуючи нові етичні цінності. Відносини церкви та світської влади були однозначними: церква й держава не могли існувати одне без одного.

Створення державної ідеології, її узгодження з основами християнської віри – політична PR-функція середньовічної церкви. Аналіз діяльності християнської церкви у середні віки дозволяє виділити низку категорій, що окреслюють основні риси церкви, як PR-суб'єкта, вони є дуже знаковими. На суспільну думку церква впливала через проведення різноманітних масових публічних акцій: урочистих церемоній, демонстрацій "чудес", "полювання на відьом", інсценізацій Святого Письма; відправ культу святих, організацію паломництва; церемоніали масових публічних видовищ тощо. Це були видовищні іміджеві акції з метою конфесійного протоPR. Церква активно використовувала усні форми комунікації: проповіді, публічні диспути, літургії, що були ефективним способом пропаганди. Широко застосовувалася і письмова комунікація: папські декрети, булли та інші акти, рукописні книги релігійного змісту. Ще одна маніпулятивна техніка, яку активно використовувала церква – відлучення. Уся сила церкви будувалася на страхах, бажаннях і мріях людей, тому священники доволі швидко зрозуміли, як зачепити струни душ і маніпулювати відданістю вірян. Церква не гребувала такими маніпулятивними засобами впливу, як залякування та пропаганда, щоб ще більше зміцнити власні позиції в суспільстві.

Видавництво Державного університету "Київський університет імені Бориса Грінченка"

Естетика християнського культу була ефективним засобом комунікації. За біблійними сюжетами створювалися серії фресок, картин, скульптурних груп; активно використовувався "фандрайзинг" як донаторство, що стало своєрідною формою самопрезентації та самоPR.

4. Інноваційністю позначилися і протоPR у комерційній і виробничій сферах. Торгові комунікації Середньовіччя сприяли формуванню ділових PR, позитивно відбилась на їхньому розвитку і поява купецтва, оскільки суб'єктам тогочасного ринкового середовища потрібно було вести перемовини, укладати торгові угоди, домовлятися. Наявність різних форм об'єднання купців і торговців, здобуття ними станових привілеїв – свідчення упорядкованої ієрархічної комунікації в межах стану, що відбувалася на різних рівнях і мала різнобічні напрями. Крім того, купці, які займалися транзитною торгівлею, були постачальниками й розповсюдниками безплатного, проте не менш цінного товару, – інформації. Окрім просування нових зарубіжних товарів на власні ринки, вони були посередниками між різними країнами та культурами, створювали їм PR, поширювали й популяризували інформацію політичного та комерційного характеру.

Ремісничі цехи Середньовіччя без перебільшення вважають зародками профспілкової культури й самоорганізації, провісниками корпоративного PR. Їхні акти самодемонстрації та самопрезентації на цехових святах і під час промоції товарів були на вищому рівні. Також учасники цехів піклувалися про свою репутацію, адже від цього залежав обсяг збуту виготовлених виробів, тож вони були зацікавлені напрацьовувати репутаційний капітал і тим зробити самоPR.

Традиційно продовжував діяльність інститут глашатайства, активізувавшись із відродженням урбаністичної культури у часи Високого Середньовіччя. Завдяки глашатаям професійне застосування усного протоPR поширилося як у державній і політичній, так і в комерційно-економічній сферах.

В епоху Середньовіччя, не дивлячись на те що вона асоціюється зі сваволею монархічних династій, вогнем інквізиції та засиллям церкви, тотальною бідністю, низьким рівнем життя й нещадною експлуатацією народних верств, відбувся істотний поступ у розбудові засобів протоPR. З'явилося безліч предтеч

Видавничий центр "Київський університет"

для сучасних PR-технологій: із появою парламенту – перші політичні кампанії із завоюванням електорату, його підкупами та іншими PR-засобами заохочення; іміджетворенням монархів; тімбілдінг для цехових майстрів; використання маніпулятивних технік, сугестії, прийомів залякування та фальсифікованого "чуда", гіпнотичних проповідей і естетики християнського культу для укріплення своїх позицій церквою, формування професійних інститутів протоPR – глашатаїв та герольдів, перші спроби регулювання PR-діяльності; набуття досвіду в промоції нової продукції, створення атмосфери престижу для певної групи товарів.

Усе це дає нам підстави стверджувати, що доба Високого Середньовіччя зробила неоціненний внесок для подальшого розвитку протоPR. З'явилися нові, більш вишукані та майстерні технології та засоби, які виникли разом із появою нових феноменів політичного, суспільного, економічного чи духовного життя; виникли спеціальні методики іміджетворення, влучні, ефективні, продумані, що в подальшому проєктували постPR славетних історичних особистостей.

5. Уявлення щодо соціальних комунікацій знайшли відображення у працях філософів Середньовіччя, зокрема у вченні Хоми Аквинського. Ідею суспільної згоди обстоював у своїх філософських працях Еразм Ротердамський. Концепцією ідеального суспільного буття просякнені філософські погляди Роджера Бекона. Праці середньовічних філософів стали підґрунтям теоретичної думки про природу й сутність соціальних комунікацій.

6. Гуманізм Відродження став ідейно-естетичним рушієм протоPR XIV–XV ст., збагатив технології та засоби PR креативно, а також відкрив нові шляхи впливу соціальних комунікацій на людину та суспільство. Будучи за змістом демократичним, він звільнив свідомість людини від класових, корпоративних, церковно-схоластичних умовностей і змінив комунікаційну етику й естетику в суспільстві. Розкуті, демократичні та волелюбні ідеї гуманізму випереджали свій час і заклали основи розвитку протоPR Модерного часу.

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для студентів

ХРОНОЛОГІЯ ДАТ І ПОДІЙ

Періодизація історії середніх віків

V ст. – середина XI ст. – Раннє Середньовіччя
II пол. XI – XIII ст. – Високе (Зріле) Середньовіччя
XIV – XV ст. – Пізнє Середньовіччя, Відродження

Хронологія дат і подій, що вплинули на ґенезу протоPR у середні віки

Дата /роки	Подія
370–700	Велике переселення народів
395	Розподіл Римської імперії на Західну і Східну
449	Початок завоювання германськими племенами Британії
476	Падіння Західної Римської імперії
486	Захоплення Хлодвігом Галлії, заснування Франкського королівства. Династія Меровінгів
527-565	Правління Юстініана у Візантійській імперії; укріплення єдності держави, адміністративна і фінансова реформи, розквіт візантійської культури
711	Захоплення арабами Іспанії
715-741	Франкське королівство. Правління Карла Мартелла
718	Початок Реконкісти в Іспанії
756	Утворення Папської держави
793	Вікінги висадилися на острові Британія
768-814	Правління Карла Великого
800	Утворення Франкської імперії. Коронація Карла Великого імператором
843	Верденський договір. Імперія Карла Великого розпалася на Францію, Німеччину, Італію
886-1042	Панування датців у Англії
919	Утворення Німецького королівства
962	Утворення "Святої Римської імперії"
1054	Розкол християнства на Католицьку і Православну церкви (Великий розкол чи Велика схизма)
1066	Битва при Ґастинґсі. Норманське завоювання Англії – герцогом Нормандським Вільгельмом Завойовником
1066-1087	Правління Вільгельма I Завойовника
1086	"Книга Страшного суду" – земельний перепис в Англії
1096-1270	Хрестові походи

Видавничий інформаційний центр "Київський університет" Верховинський

Дата /роки	Подія
1118	Заснування Ордену тамплієрів (Орден Христа і Храму)
1189–1199	Правління Ричарда I Левове Серце
1209–1229	Альбігойські війни; боротьба з єретиками у Франції
1212	Перемога іспанців над арабами
1215	Прийняття "Великої хартії вольностей" в Англії
1265	Виникнення Англійського парламенту, за ініціативи барона графа Лестера Симона де Монфора
1302	Перше скликання Генеральних штатів у Франції
1337–1453	Столітня війна між Англією та Францією
1347	Повстання під проводом Коло де Рієнці
1358	Повстання селян у Франції ("Жакерія").
1378	Повстання італійських чесальників вовни ("чомпі")
1381	Повстання Вота Тайлера в Англії
1410	Грюнвальдська битва. Завоювання Тевтонського ордену
1415	Спалення Яна Гуса
1419–1434	Гуситські війни
1428–1429	Облога Орлеану англійцями. Звільнення міста з-під облоги Жанною д'Арк
1431.05.30	Спалення Жанни д'Арк
1448–1455	Винахід книгодрукування Й. Гуттенбергом
1453	Падіння Візантійської імперії
1455–1485	Війна Червоної та Білої троянд в Англії
1479	Утворення об'єднаного Іспанського королівства
1492	Завершення Реконкісти в Іспанії
1492	Відкриття Америки Христофором Колумбом
1497–1499	Відкриття Васко да Гама морського шляху в Індію

Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції

Анафема – у християнстві відлучення від церкви, рівноцінне прокляттю – найбільше покарання; установлене на Халкідонському соборі.

Аутодафе – публічне оголошення й виконання вироків інквізиції (здебільшого – прилюдне спалення на вогнищі).

Багряниця – довгий верхній одяг із дорогої тканини багряного кольору, який носили візантійські імператори.

Базиліка – прямокутна, витягнена споруда, поділена всередині рядами колон на кілька нефів.

Бароко – напрям у мистецтві XVII–XVIII ст.; зародився в середині XVI ст. в Італії та Іспанії, вирізнявся великою кількістю декору, пиш-

ністю й надмірністю, де людина постає багатогранною особистістю з багатим і складним внутрішнім світом та драматичними переживаннями, але водночас – лише піщанкою у Всесвіті.

Барон – дворянський титул у Західній Європі; за Середньовіччя – неспадковий васал короля.

Бідні Брати-Воїни Христа та Соломонового Храму (Орден тамплієрів) – один із найвідоміших християнських військових орденів, заснований після Першого Хрестового походу (1096) для гарантування безпеки паломників із Європи, що йшли до Єрусалима після його завоювання.

Булла – указ папи, який має обов'язкову силу Для віруючих; рідше – імператорський указ.

Бурштиновий шлях – давній маршрут, яким відбувалося транспортування бурштину із місць походження (Балтії й узбережжя Північного моря) до Середземномор'я, особливо до Італії, Греції, Єгипту, які в стародавні часи були основними центрами споживання необробленого бурштину.

Бюргер – городянин, вільний житель середньовічних міст Європи.

Ваганти – у середні віки так називали мандрівних школярів, священників без парафії або біглих монахів, які заробляли на прожиття складанням віршів і пісень.

Вандали – давньогерманське плем'я, відоме своєю жорстокою війною з Римом 455 р., яке вщент зруйнувало місто, практично всі пам'ятки мистецтва; руйнівники культурних цінностей.

Варвари – люди, які для давніх греків, а потім і для римлян були чужинцями, говорили незрозумілою їм мовою та були чужими їхній культурі. Згодом варварами стали називати сукупність народів, які порушували межі Римської імперії. В античному світі слово використовувалося греками для позначення негрецьких народів, навіть якщо вони були цивілізованими. У середні віки варварами вважалися вікінги.

Васал – особа шляхетного походження (феодал), яка отримала від сеньйора (могутнішого феодала) земельне володіння (феод) на умовах військового й особистого служіння.

Велика Хартія вольностей – перша "неписана" конституція Англії; традиційно вважається першим юридичним документом (1215), у якому закладено основи концепції прав людини, створено передумови для подальшого утвердження свободи і верховенства права.

Великий шовковий шлях – найвідоміший торговий маршрут старожитностей, що з'явився у I тис. до н. е.; ним товари з Китаю потрапляли до Східної та Західної Європи, Близького Сходу, Північної Африки.

Велике переселення народів – масове переміщення євразійських племен протягом IV–VII ст., унаслідок якого загинула Західна Римська Імперія і на території Європи утворилися варварські королівства

Відлучення від церкви (екскомуніка, екскомунікація) – міра покарання, що застосовувалася за дій, несумісних зі схвалюваним церквою спо-

собом життя, порушенням церковних правил, відступництва (апостасія) або єресі.

Відродження, або **Ренесанс** – культурно-філософський рух кінця Середньовіччя – початку Нового часу, що ґрунтувався на ідеалах гуманізму й орієнтувався на спадщину античності.

Вікінги – учасники морських походів скандинавів у кінці VIII – середині XI ст.; у Давній Русі були відомі під назвою варягів, у Західній Європі – норманів.

Вітенагемот або **Вітан** – політичний орган англо-саксонської влади в Англії, що діяв у VII–XI ст. Це були збори державної еліти для надання дорадчої допомоги королю, членами яких були найважливіші представники англійської шляхти (церковної та світської). Уважається, що Вітанагемот став аристократичним продовженням старовинного звичаю загальних племінних зборів, розповсюдженого у германських племенах. В Англії із VII ст. ці звичаєві збори перетворилися на ради найвпливовіших осіб, що вирішували важливі питання як державного, так і місцевого рівня.

Вітраж – орнаментальне або сюжетне зображення з кольорового чи безбарвного скла у вікнах, дверях, ширмах.

Віче – народні збори для обговорення загальних питань.

Ганзейський союз – спілка купців і торговців вільних міст, яка підтримувала й захищала торгівлю від феодалів і піратів у Північній Європі XIV–XVII ст. (формально до 1669 р.). Членами Ганзи в різний час були близько 200 великих і малих міст, розташованих у басейні Північного та Балтійського морів. Для вироблення загальних правил і законів представники міст регулярно збиралися на з'їзди в Любеку. Ганзейські купці та компанії мали письмово затверджені права і привілеї.

Генеральні штати – орган станово-представницької монархії у Франції.

Герб – символ родовитості та шляхетного походження.

Геральдика – наука, що вивчає герби, кольорові емблеми, які належать особам, родам чи спільнотам; досліджує історію виникнення і розвиток гербової традиції, закони складання гербів та їхнє використання.

Герольди – своєрідні розпорядники турнірів, які стали першими офіційними особами, що описували та тлумачили зображення на лицарських щитах.

Герцог – 1) у давніх германців виборний військовий вождь племені; 2) великий феодал; 3) один із найвищих дворянських титулів у Західній Європі, що й досі зберігся в деяких країнах.

Гільдія – економічне, політичне чи релігійне об'єднання населення, створюване для захисту інтересів або цехових привілеїв учасників у Західній Європі в період Раннього Середньовіччя; у XII-XV ст. гільдії купців (в Англії також ремісників), надавали їм правові та митні пільги.

Готика – художній стиль середньовічного мистецтва в країнах Західної та Центральної Європи XII–XV ст.; головна архітектурна форма – собор, спрямований у вишину, із великими вітражними вікнами й ажурними вежами.

Граф – королівський посадовець, мав судову, адміністративну та військову владу; за постановою Карла II Лисого (877) посада і володіння графа були спадковими; титул виник у IV ст..

Грецький шлях – "Із Варяг у греки" – назва основного водного торгового шляху, що проходив через землі Київської Русі та зв'язував скандинавські країни з Візантійською імперією.

Гуманізм – філософські погляди, що надають особливого значення людині, проголошуючи її життя найбільшою цінністю.

Династія – монархи одного роду, які заступають один одного на престолі держави за правом успадкування або спорідненості.

Догма – положення, яке приймається на віру як незаперечна істина, визнається незмінним.

Єресь – свідоме відхилення від певного релігійного вчення, яке пропонує інший підхід або його тлумачення; представники двох різних релігійних учень можуть звинуватити один одного в єресі.

Єретик – людина, яка відступила, відмовилася, зреклася від догм пануючої церкви; послідовник єресі.

Жакерія – назва селянського повстання, що спалахнуло в Королівстві Франція 1358 р. і охопило 1/6 частину держави; назва походить із фр. *Jacques bon homme* – "жак-добродій" – так феодали зневажливо називали селян; сучасники іменували повстання "війною не шляхтичів проти шляхти", назва "жакерія" з'явилася пізніше.

Зріле (Високе) Середньовіччя – II половина XI–XIII ст., час розквіту епохи.

Індульгенція – у католицькій церкві свідоцтво, видане вірянину з нагоди "відпущення гріхів".

Інквізиція – особливий церковний суд для боротьби з єресями, що існував у XIII–XIX ст.

Інкунабула – книжка, памфлет або односторонній відтиск, надрукований у Європі із 1440-х років до 1 січня 1501 р.. Видання цього періоду є вкрай рідкісними, оскільки їх наклад був обмежений 100–300 примірниками.

Каста – замкнена суспільна група, члени якої пов'язані походженням, заняттям і правовим статусом.

Католицизм – один із основних напрямів у християнстві, що сформувався після поділу церков у 1054 р.

Клерикалізм – політична течія, прихильники якої домагаються провідної ролі церкви та духовенства в політичному й культурному житті суспільства.

Клірики – у християнській церкві – святці релігійного культу, білого і чорного духівництва; нижчий чин не зведених до рангу священника.

"**Книга ремесл**" – корпоративний кодекс, перелік-статут 100 паризьких ремесел і промислів XIII ст., складений орієнтовно 1268 р. і став основою всіх професійних регламентацій у Франції; з метою забезпечення дисципліни промислів і ремесел, задоволення судово-адміністративних і фіскальних інтересів короля, вносив сувору рег-

Видавничий центр "Київський університет" Для друку

ламентацію в дії цеховиків, ремісників і людей, що жили промислом; порушники платили штраф королю. Оригінал згорів у XVIII ст., збереглися копії.

Комерційна революція – період економічної експансії Європи, колоніалізму та меркантилізму, що тривав приблизно з кінця XIII до початку XVIII ст., на зміну якому прийшла промислова революція.

Конкіста – завоювання арабами Піренейського півострова.

Кортеси – у державах Піренейського півострова станово-представницькі збори (парламенти), найдавніші на території Західної Європи.

Лицарський турнір – військове змагання лицарів у середньовічній Європі; імовірно, турніри почали проводитись у Франції з II половини XI ст.

Лобізм – скоординована практика відстоювання інтересів або чинення тиску на законодавців і чиновників неурядовими організаціями, фінансово-промисловими групами чи етнічними спільнотами на користь певного рішення.

Лорд – за Середньовіччя в Англії великий феодал; згодом – спадковий титул представників англійського дворянства.

Магдебурське право – середньовічне міське право, за яким міста звільнялися від управління й суду великих земельних власників і створювали органи місцевого самоуправління; юридично закріплювало права міських станів: купців, міщан, ремісників. Виникло в XIII ст. у німецькому місті Магдебурзі.

Магнат – великий землевласник, аристократ; володар, вельможа.

Майстер – повноправний ремісник, член цеху, власник майстерні.

Мануфактура – одна із форм промислового виробництва, що характеризується поділом праці між найманими працівниками та використанням ручної праці.

Меровінги – назва першої династії франкських королів.

Міжусобні війни – військові сутички великих землевласників за владу.

Мінезингери – німецькі поети-співці, подібні до прованських трубадурів.

Мініатюра – невелике живописне зображення в рукописній книзі.

Мозаїка – зображення, що створювалося на стінах, підлогах будівель із дрібних шматочків кольорового непрозорого скла – смальти.

Натуральне господарство – тип господарства, за якого продукти праці виробляються для задоволення власних потреб, а не для продажу. Головними рисами натуральної економіки є нерозвиненість суспільного поділу праці, ізольованість від зовнішнього світу, самозабезпеченість засобами виробництва та робочою силою, можливість задоволення всіх (або майже всіх) потреб за рахунок власних ресурсів.

Нормани, варяги, вікінги – назви жителів Скандинавії.

Орден – лицарсько-чернеча католицька громада з певним статусом.

Ордонанс – королівський указ.

Паломництво – подорож віруючих до святих місць із метою поклоніння, молитов або покути; назва походить від звичаю паломників привозити пальмові гілки з Палестини.

Парламент – вищий законодавчий орган; за загальним правилом є виборним. У різних країнах діють різні види пропорційної виборчої системи, яка визначає кількість тих чи інших кандидатів.

Підмайстер – ремісник, який пройшов термін учнівства і працює в майстра за плату.

Повстання Вота Тайлера (1381) – охопило всю Англію, відбулося через політичну та економічну напруженість, яка загострилася після епідемії бубонної чуми 1340-х років, стрімке зростання податків для ведення війни із Францією, а також неврегульованість владних відносин. Більшість сільських жителів і місцевих ремісників приєдналися до протесту. Повстанці вимагали зниження податків, усунення системи кріпосного права, зміщення з посади головних королівських чиновників і знищення судів.

Повстання "чомпі" – стихійний страйк найманих робітників суконних майстерень у Флоренції.

Полювання на відьом – масові переслідування та вбивства жінок, звинувачених у чаклунстві. Пошук "відьом" чи доказів чаклунства часто набував форм моральної паніки чи масової істерії. Кримінальне переслідування "відьом" і "чаклунів", відоме з античних часів, особливого розмаху досягло в Західній Європі з кінця XV до середини XVII ст. (відбулося понад 50 тис. відьомських процесів).

Посвята в лицарі (аколада) – церемонія прийому до лицарського ордену.

Рейхстаг – станово-представницький орган влади у Святій Римській імперії.

Реконкіста – відвоювання християнами Іспанії та Португалії земель, захоплених мусульманами (718 р. - кінець XV ст.).

Ренесанс – культурно-філософський рух, що з'явився наприкінці Середньовіччя, ґрунтувався на ідеалах гуманізму й орієнтувався на античну спадщину. Характерні риси: відродження інтересу до Античності, обґрунтування права науки і розуму на незалежність від церкви, антропоцентризм замість теоцентризму, світський характер культури та літератури, спроби компромісного поєднання надбань Античності із християнською ідеологією католицизму.

Реформація – широкий антифеодальний суспільно-політичний і релігійний рух, який набув форми боротьби проти католицької церква в Західній і Центральній Європі в XVI ст.; виникли різні протестантські церкви: лютеранська, кальвіністська, англіканська.

Романський стиль – художній стиль X–XII ст.; типова споруда – приземкувата, із маленькими вікнами, напівкруглою аркою.

Руни – давньогерманські, а потім давньоскандинавські й англоскандинавські знаки писемності; уважалося, що мають магічну силу.

Сага – епічний прозовий твір про героїчні подвиги із віршованими вставками.

Свята інквізиція – судово-слідча організація, створена католицькою церквою в XIII ст. для проведення судів над єретиками.

Свята Римська імперія – державне утворення (962–1806), засноване Оттоном I, об'єднувало землі Західної та Центральної Європи. Спочатку складалося з королівств Східно-Франкського, Італії та Бургундії, згодом роз'єдналося на конгломерат державних утворень із різним ступенем суверенітету до влади імператора; уважалося спадкоємцем античної Римської імперії та франкської імперії Карла Великого.

Сеньйор – великий землевласник, який мав усю повноту влади на території, що йому належала; вищий феодал щодо нижчого.

Скальд – давньоскандинавський поет, співак, воїн.

Скрипторій – майстерня (VI–XII ст.), у якій переписувалися книги.

Собор – 1) великий християнський храм; 2) собор церковний.

Станово-представницька монархія – форма феодальної держави, за якої влада монарха поєднувалася з органами станового представництва дворян, духовенства й міщан. Склалася в більшості країн Європи в XIII–XIV ст. у процесі формування загальнодержавних станів і органів станового представництва (парламент в Англії, Генеральні штати у Франції, кортеси в Іспанії тощо).

Суспільний стан – соціальна група доіндустріального суспільства, яка має закріплені у звичаї або законі спадкоємні права й обов'язки. Становій організації притаманна ієрархія (підпорядкованість) суспільних станів, що відбивається в нерівності їхнього становища та привілеїв.

Суспільні класи – великі, порівняно однорідні групи людей, об'єднані ставленням до засобів виробництва й розподілу суспільного продукту.

Сфагістика – допоміжна історична дисципліна, основним об'єктом вивчення якої є печатки, штампи, матриці. Пов'язана з геральдикою та нумізматикою

Схизма – церковний розкол.

Схоластика – середньовічна філософія, що досягла розквіту в XIII ст. і поєднала теологію з формальною логікою.

Сюзерен – верховний сеньйор.

Тамплієри – орден лицарів-храмовиків; носили білі плащі з червоним хрестом.

Тевтони – орден лицарів, вихідців із Німеччини; мали білі плащі з чорним хрестом.

Теологія – богослов'я, сукупність релігійних доктрин про сутність і дії Бога, побудована у формі ідеалістичної спекуляції на основі текстів, що сприймаються як божественне одкровення.

Титул – почесне звання (напр., граф, герцог), спадкове або таке, що надається окремим особам (зазвичай, дворянам) для підкреслення їхнього особливого, привілейованого становища.

Трубадури – прованські поети-барди, автори пісень та їхні виконавці (XII–XIII ст.).

Трувери – північно-французькі поети-співці XI–XIV ст.

Урбанізація – кількісне збільшення міст, розвиток міст, міського господарства, збільшення міського населення, переміщення сільського

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Книга не для друку

населення в міста, зміна звичного сільського укладу, прилучення до цінностей міського життя, міського побуту тощо.

Фабліо – жанр французької літератури XII–XIII ст.; невелике гумористичне або сатиричне оповідання із життя селян, духовенства тощо.

Фандрейзинг або **збір коштів** – процес залучення грошових коштів та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних тощо), які організація не може забезпечити самостійно, та які є необхідними для реалізації певного проєкту або своєї діяльності в цілому.

Феод – спадкове володіння, надане сеньйором васалу на умовах несення ним військової служби.

Феодал – у добу феодалізму – власник землі, феоду, який експлуатує залежних від нього селян.

Феодалізм – панівна у Середньовіччі в Західній, частково Центральній та Східній Європі суспільно-економічна система. При феодальному ладі землевласник дає залежним селянам землю в обмін на їхню працю.

Фреска – зображення, отримане шляхом розпису фарбами на сирій тиньці.

Хрестові походи – військово-релігійні походи західноєвропейського лицарства та цивільних осіб до країн Близького Сходу під гаслом боротьби за визволення Гробу Господнього та Святої Землі від "невірних". У них брали участь феодали, містяни, селяни, купці, а іноді навіть діти.

Християнське чернецтво – частина духівництва, яка складалася із ченців (черниць) або монахів (монахинь). Це особи, які відмовились від світського життя, перебували у монастирях, скитах-лаврах або в цілковитому усамітненні, посвячували себе службі Богові, прагнучи до досконалості життя, віддаючись молитві, покаянню та служінню ближнім, виконуючи милосердні справи (допомога сиротинцям, школам, шпиталям, опіка над хворими).

Хартія (у середні віки) – документ, що засвідчував якісь права або привілеї.

Централізована держава – де визнається єдина влада короля, єдині закони, органи управління, існують єдині податки й постійна армія.

Церква – особливий тип релігійної організації, об'єднання послідовників тієї чи іншої релігії на ґрунті спільності віровчення та культу; будова для відправлення християнського релігійного культу, яка має приміщення для тих, хто молиться, і вівтар.

Цех – об'єднання міських ремісників однієї чи кількох подібних спеціальностей, поширені в містах Західної Європи із XI–XII ст.

Чернечий орден – об'єднання монастирів, чиї статути й устрої були однакові.

Чомпі – чесальники вовни та інші наймані робітники сукноробних мануфактур у Флоренції та інших італійських містах. Важкі умови праці, низька заробітна плата, високі штрафи стали причинами повстань

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

чомпі. Перший в історії страйк, що відбувся 1345 р. під керівництвом Чуто Брандіні, було придушено.

Чума ("Чорна смерть") – бактеріальна інфекційна хвороба, що характеризується гарячкою, тяжкою інтоксикацією, ураженням легень, лімфатичної системи, септичним перебігом і високою летальністю.

Шванк – жанр німецької літератури; коротке гумористичне віршоване оповідання.

Шедевр – виріб, який виготовляв підмайстер для складання іспиту на право бути майстром.

Шляхта – привілейований стан суспільства; родова аристократія; виникла як верства землевласників-феодалів, що отримували маєтки на правах феода; права їхньої власності були обумовлені службою (зазвичай військовою) на користь сеньйора. Статус шляхтича був спадковим (навіть якщо він не успадковував при цьому земельну власність), із часом сформувалося уявлення про шляхту як про стан, який об'єднує людей особливого (аристократичного) походження.

Іменний покажчик персоналій

Аквинський, Хома (1225–1274) – один із найвпливовіших філософів і теологів в історії, засновник теологічної та філософської школи томізму, святий Католицької церкви; був ченцем домініканського ордену; основний представник філософії Високого Середньовіччя – схоластики.

Альфред, Великий (849–900) – король Англії, уславився тим, що вигнав датців із країни; за його правління з'явилася назва країни від назви племен англів.

Бекон, Роджер (1214–1294) – англійський філософ, учений, викладач Оксфордського університету, францисканець. 1266 р. за пропозицією Папи Климента IV почав створювати свою "Велику працю" – конспект усіх галузей знань. Був прихильником матеріалізму, засуджував сліпе поклоніння авторитетам, закликав самостійно вивчати природу, захищав метод пізнання, що ґрунтувався на математиці та експерименті. У теорії пізнання Бекон відстоював номіналізм. Головним принципом його переконань стало твердження "Ми пануємо над природою лише скоряючись цій природі".

Боккаччо, Джованні (1313–1375) – італійський поет і письменник епохи раннього Відродження, гуманіст; у 1350–1353 рр. написав твір свого життя – "Декамерон" – сотні новел, пронизаних вільнодумством, живим гумором, ідеями гуманізму, що випередили свій час і відтворили панораму італійського життя.

Болл, Джон (1338–1381) – англійський священник, поборник соціальної рівності, мандрівний проповідник; відіграв роль ідейного натхненника під час повстання Вота Тайлера; крилатими стали слова: "Коли Адам орав, а Єва пряла, хто дворянином був тоді?"; проголосив, що

Видання підготовлено в рамках проекту "Створення університету нового типу". Дистанційний університет".

рабство – це неприродно, а всі люди створені Богом рівними, закликав повалити рабство і встановити свободу.

Борджіа, Чезаре (1475–1507) – політичний діяч, герцог Валанський і Романьольський, принц Андрії й Венафро, граф Дійосський, державець Пйомбіно, Камеріно, Урбіно, гонфалоньєр і генерал-капітан Святої Церкви. Син Родріго Борджіа, майбутнього Папи Олександра VI і Ваноцці де Каттані. Один із перших мистців формування громадської думки.

Боттічеллі, Сандро (1445–1510) – італійський живописець, портретист флорентійської школи; був близький до родини Медичі.

Буонарроті, Мікеланджело (1475–1564) – італійський скульптор, художник, архітектор, поет, інженер, славетний представник епохи Відродження; був першим скульптором, який добре знався на анатомії людини та використовував як матеріал мармур; працював над скульптурами у соборі Св. Петра (1496–1501); у Флоренції створив скульптуру Давида з мармуру (1504); розписував стелі Сікстинської капели (фрески "Страшний суд", "Потоп").

Вільгельм I Завойовник (1027–1087) – герцог Нормандії (1035–1087), перший норманський король Англії (1066–1087). Запровадив феодальний лад замість старої англосаксонської системи правління.

Генріх II Платангенет (1133–1189) – із 1154 р. – король Англії. Енергійний державець, що істотно розширив спадкові володіння; рішуча, запальна, мстива людина, уславився через конфлікт із Томасом Беккетом, архієпископом Кентенберійським.

Генріх IV (1050–1106) – із 1056 р. – імператор Святої Римської Імперії; суперник папи Григорія VI у боротьбі імперії та папства. "Ходіння до Каносси" та вимолювання прощення у папи – найвідоміший епізод цієї запеклої боротьби.

Григорій VI (бл. 1021–1085) – Папа Римський (1073–1085) – один із найуспішніших пап-реформаторів. Найбільш відомий через боротьбу за інвеституру з німецьким імператором Генріхом IV, унаслідок якої було затверджено первинність папської влади і встановлено новий канон у справі обрання папи Колегією кардиналів.

Гус, Ян (1369–1415) – чеський релігійний мислитель, філософ, реформатор, національний герой, ректор Празького університету; був наступником англійського теолога Джона Вікліфа, одним із перших реформаторів Католицької церкви, майже на сторіччя випередив Мартіна Лютера, Жана Кальвіна та Ульріха Цвінглі.

Да Вінчі, Леонардо (1452–1519) – італійський художник, архітектор, дослідник, анатом, винахідник та інженер, один із найвизначніших митців Відродження; особливу увагу приділяв механіці, називаючи її "раєм математичних наук", головним ключем до таємниць світопізнання; зробив спроби встановити коефіцієнти тертя і ковзання, вивчав опір металів, займався гідравлікою.

Данте, Аліг'єрі (1365–1321) – видатний італійський поет доби Відродження, письменник і політик, якого називають "основоположником

Видавничий центр "Київський університет"

італійської літератури", "останнім поетом Середньовіччя і першим поетом Відродження". Першим став писати літературні твори народною (італійською) мовою, а не латиною; його поема "Божественна комедія" уважається одним із найвизначніших творів світової літератури.

Д'Арк, Жанна (Орлеанська Діва) (1412–1431) – національна героїня Франції, католицька свята; стверджувала, що мала видіння від Бога, у яких їй було доручено врятувати Францію від англійського панування наприкінці Сторічної війни; очолила військо і принесла французам чимало перемог. Уважається, що історія Жанни д'Арк – середньовічний PR-проєкт.

Де Ре, Жилль (1405–1440) – французький аристократ, маршал Франції, творець історії Жанни д'Арк, політтехнолог дофіна Карла VI.

Ді Рієнці, Кола (бл. 1313–1354) – середньовічний римський політик, трибун, вождь народного повстання в Римі 1347 р.; постать ді Рієнці набула романтичного забарвлення в XIX ст. як борця проти папської влади та за об'єднання Італії.

Донателло (1386–1446) – італійський скульптор, художник, новатор ренесансного мистецтва; винайшов техніку, названу "сплющеною", що створювала ефект просторової глибини.

Едуард Сповідник (1003–1066) – король Англії з 1042 р., засновник абатства у Вестмінстері.

Ерік Рудий (950–1003) – першовідкривач Гренландії, ісландський вікінг норвезького походження; уважається першим європейцем, який заснував поселення в Гренландії. Прізвисько отримав через колір волосся.

Іоанн Безземельний (1167–1216) – із 1199 р. – король Англії; 1215 р. підписав "Велику хартію вольностей".

Каль, Гійом (?–1358) – керівник селянського повстання у Франції, яке отримало назву "жакерія". Прагнув об'єднати селянські загони, налагодити зв'язок із повсталими містянами, у тому числі з парижанами; хоч був за походженням селянин, став хорошим організатором, знавцем військової справи, розумним і далекоглядним керівником; ним керувало бажання покращити життя простих французів, позбавити їх від непомірних податків.

Карл I Великий (747–814) – король франків (768–814), король Ломбардії (із 774), імператор Заходу (800–814), представник династії Каролінгів. 800 р. був коронований Папою Римським як імператор, зробив із коронації масову публічну акцію.

Карл VII Звитяжний (1403–1461) – король Франції 1422–1461 рр., коронувався 1429 р. Очолив опір англійцям під час Столітньої війни; при вирішальній участі Жанни д'Арк відбувся перелом у ході війни, Карл зміг коронуватися у звільненому Реймсі, а потім і майже зовсім очистити континентальні володіння Франції від англійців. Запровадив постійні податки й постійну армію.

Карл, Мартелл (Молот) (688–741) – військовий і політичний лідер держави франків, мажордом при Меровінгах, фактичний очільник дер-

жави в період міжцарства, із 718 до смерті; здійснив військову реформу. 732 р. зупинив наступ арабів на Європу (ця подія вважається поворотною в історії Європи, оскільки вона дозволила зберегти християнство в Європі).

Кнуд, Могутній (995–1035) – датський король, завоював Англію 1016, Норвегію, Швецію 1028, створив величезну державу.

Людовик IX Святий (1214–1270) – король Франції із 1226 р., великий реформатор.

Людовик XI (1423–1483) – король Франції із 1461 р., відстоював єдність країни, мав схильність до інтриг та дипломатії.

Мануцій, Альд (1450–1515) – італійський видавець і типограф, винахідник курсиву, крапки з комою й сучасного вигляду коми, учений-гуманіст епохи Відродження; відомий виданнями давньогрецьких авторів: Арістотеля, Аристофана, Софокла, Геродота, Платона, а також виданням книжок малого формату (ін-октаво), надрукованих курсивом.

Медичі – олігархічна родина, представники якої протягом XIII–XVIII ст. неодноразово ставали державниками Флоренції; відомі як меценати видатних художників і архітекторів епохи Відродження; серед представників родини – чотири папи (Лев X, Пій IV, Климент VII, Лев XI), а також дві королеви Франції (Катерина та Марія Медичі).

Медичі, Джованні (1360–1429) – італійський політичний діяч, засновник Банку Медичі; видатний представник роду Медичі. Зрозумівши, що для розвитку власної справи необхідна політична діяльність, став займатися політикою; 1402 р. очолив корпорацію банкірів; відкрив вовняну мануфактуру. 1403 р. виконував дипломатичну місію у Болоньї, став членом уряду Флорентійської республіки у 1402 та 1419 рр. На посаду пріора корпорації банкірів Джованні було переобрано 1408 та 1411 рр., 1421 р. став гонфалоньєром республіки. 1426 р. не дозволив аристократичній партії посилити владу нобілів, унаслідок цього вплив на уряд республіки з боку Медичі став повним; наказав скласти один із перших кадастрів, щоб оподаткувати майно багатіїв і водночас послабити своїх політичних супротивників. Брав участь у всіх замовленнях на твори мистецтва, у всіх акціях суспільного милосердя, зокрема, під час мору.

Медичі, Козимо (1389–1464) – банкір і політик, 1434 р.; перший член родини Медичі, яка фактично керувала Флоренцією упродовж більшої частини італійського Відродження; був заступником мистецтва, освіти, науки. Прозваний посмертно "Батьком Вітчизни".

Петрарка, Франческо (1304–1374) – італійський поет і літописець, ранній гуманіст, заклав основи сучасної італійської мови.

Рабле, Франсуа (1494–1553) – французький письменник, відомий сатиричним романом "Гаргантюа і Пантагрюель"; священник, лікар, ботанік.

Ричард I Левове Серце (1157–1199) – англійський король (1189–1199) із династії Плантагенетів, правив під титулом "король англійців, гер-

цог норманів і аквітанців, граф Анжу", вважається національним героєм Англії.

Ротердамський, Еразм (1466–1536) – мислитель епохи Відродження, автор твору "Похвала Глупоті" – першої сатиричної книги, де висміювалося духівництво.

Савонарола, Джироламо (1452–1498) – флорентійський поет, монах-домініканець; 1494 р. заснував Флорентійську теократичну республіку, чим зазіхнув на монополію папства, відлучений від церкви і страчений.

Санті, Рафаель (1483–1520) – італійський живописець, графік, скульптор, архітектор епохи Ренесансу.

Сфорца – правляча династія в Італії періоду Ренесансу, міланські герцоги.

Тайлер, Волтер (Вот) (1341–1381) – лідер селянського повстання в Англії 1381 р.: очолив і привів групу повстанців із Кентербері до столиці, щоб протистояти встановленню податку й вимагати економічних і соціальних реформ.

Філіп II Август (1165–1223) – король Франції, перший монарх, який почав носити титул "короля Франції" замість титулу "король франків"; один із найкращих королів Середньовіччя: за допомогою мудрої державної політики і вдалих воєнних дій розширив королівський домен, посилив владу за рахунок феодальних володарів, протиставивши їм міські комуни та державних чиновників (бал'ї та сенешалів); покращив фінансове становище Королівства Франція, 1215 р. затвердив статут Паризького університету.

Фортеск'ю, Джон (1385–1476) – англійський юрист, політичний та державний діяч; уважав, що державне управління має здійснюватися королем у згоді з парламентом; запропонував ряд реформ, спрямованих на посилення реальної влади короля.

Контрольні запитання та завдання

1. З'ясуйте чинники формування протоPR у середні віки. Які з них виявилися рушійними?
2. Поясніть, яким чином відбувалась еволюція політичної комунікації в середні віки? Схарактеризуйте її історичні феномени у контексті ґенези протоPR.
3. Порівняйте, технології і методи були характерні для політичних комунікацій Раннього та Високого Середньовіччя? Чи мають вони застосування у XXI ст.?
4. Опишіть феномен лицарства як становий бренд. Якими були PR-технології його іміджетворення? У чому їх нинішня актуальність?
5. Доведіть домінування в комунікаціях Середньовіччя конфесійних парадигм християнської церкви. Якими були новації конфесійних протоPR?

Видавничий центр "Київський університет"

6. Схарактеризуйте естетику християнського культу епохи Середньовіччя як ефективний засіб ідеологічного впливу і формування громадської думки.
7. Поясніть на прикладі історії народних рухів Середньовіччя, як засобами протоPR формувалася суспільна думка "третього стану" і протопролетаріат?
8. Розкрийте особливості комерційних протоPR в епоху Середньовіччя, як сприяла їхньому розвитку торгова комунікація та реклама?
9. Як активізувалися античні форми протоPR в історичних умовах Ренесансу і які технології з'явилися як інноваційні?
10. З'ясуйте, що внесли у зародження теорії соціальних комунікацій мислителі Відродження?

Завдання для самостійної роботи

1. Використовуючи інтернет-ресурс, скласти доповідь-презентацію "Фандрейзинг та донаторство в середні віки як засіб особистісного PR".
2. Написати реферат на одну з тем:
   - Найвизначніші PR-кампанії Середньовіччя;
   - Храмові "чудеса" Середньовіччя і сучасні PR-івенти;
   - Визначні PR-постаті Середньовіччя;
   - Інформаційно-психологічні війни Середньовіччя як технологія протоPR;
   - ПостPR феноменів Середньовіччя (осіб, подій, мистецьких інтенцій).

Список використаних джерел

1. Балух В. О. Історія середніх віків : у 2-х т. / В. О. Балух, В. П. Коцур. – Чернівці : Наші книги, 2011. Т. 1. – 496 с. ; Т. 2. – 616 с.
2. Бартелеми Д. История частной жизни : в 5 т. Т. 2 : Европа от феодализма до Ренессанса / Д. Бартелеми. – Москва : Новое литературное обозрение, 2016. – 784 с.
3. Баткин Л. М. Итальянское Возрождение в поисках индивидуальности / Л. М. Баткин. – Москва : Наука, 1989. – 272 с.
4. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – Москва : Наука, 1965. – 352 с.
5. Бєліков О. В. Побудова сакрального простору середньовічного міста під впливом християнського світосприйняття / О. В. Бєліков // Наука. Релігія. Суспільство. – 2014. – № 2. – С. 22–29.
6. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Структуры повседневности: возможное и невозможное / Ф. Бродель. – Москва : Прогресс, 1986. – 624 с.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

7. Войтович Л. В., Козак Н. Б., Овсінський Ю. В., Чорний М. І. Mediumaevum: Середні віки : підруч. для іст. факультетів ун-тів / за ред. Л. В. Войтовича. – Львів : Тріада Плюс, 2010. – 502 с.
8. Гене Б. История и историческая культура Средневекового Запада /Б. Гене. – Москва : Языки славянской культуры, 2002. – 491 с.
9. Иванов К. А. Многоликое средневековье / К. Иванов. – Москва : Алетейа, 1996. – 432 с.
10. Ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового запада / Ж. ле Гофф. – Москва : Прогресс-Академия, 1992. – 376 с.
11. Калініченко М. М. Еволюція владних відносин від Стародавнього часу до епохи Відродження / М. Калініченко // Нова парадигма. – 2005. – Вип. 42. – С. 99–109.
12. Линч К. Образ города [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www. glazychev.ru/ books/translations/Linch/Linch_1.html (дата обращения: 23.03.2020).
13. Михалевич В. В. Пізнавальний статус символіки у традиційному сакральному мистецтві європейського середньовіччя / В. В. Михалевич. – Київ : КНУКіМ, 2012. – 229 с.
14. Найчук А. В. Філософсько-педагогічна думка в епоху Середньовіччя / А. В. Найчук // Гілея: зб. наук. пр. – Київ, 2006. – Вип. 6. – С. 252–262.
15. Фортунатов В. В. Всемирная история в лицах / В. Фортунатов. – СПб. : Питер, 2013. – 591 с.
16. Хейзинга Й. Осень Средневековья / Й. Хейзинга. – Москва : Наука, 1988. – 544 с.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку



РОЗДІЛ 4

Зв'язки із громадськістю у Ранній Новий час: XVI–XVIII ст.

Історико-суспільні умови розвитку зв'язків із громадськістю (далі – ЗзГ) ***у Ранній Новий час*** (XVI–XVIII ст.), значення для ґенези протоPR таких подій епохи, як винахід друкарства, великі географічні відкриття, відкриття Америки, Реформація, Тридцятилітня війна, Вестфальський мир, Англійська революція, Семилітня війна, революції суспільно-економічного характеру: аграрна, буржуазна, промислова, їхня інтерпретація як рушіїв комунікаційного середовища модерного типу; революції наукові: природнича, власне наукова, науково-технічна, філософська (Просвітництво) – рушії ЗзГ. Вплив на Ранньомодерні ЗзГ комунікаційної революції (полеміка: латина – народна мова).

Трансформація протоPR у зв'язки із громадськістю у процесі формування націй як етносоціальних спільнот та політичних і економічних чинників. Формування громадськості як суспільного феномена, її роль у ґенезі соціальних комунікацій.

Чинники розвитку ЗзГ у Ранній Новий час: ***суспільно-еволюційні*** (зміни світоглядної концепції); ***цивілізаційні*** (вплив на життєдіяльність населення); ***наукові*** та ***науково-технічні*** (зміни у виробничій сфері, побуті, світогляді); ***соціально-економічні*** (зародження ринкових відносин, поява буржуазії, монополізація капіталу; ***політичні*** (зміна поглядів на монархію, церкву та інші державні інститути); ***демографічні*** (вплив на класово-становий склад населення як цільової аудиторії); ***світоглядні*** під впливом Реформації та Просвітництва (зміни ментальних концептів, ставлення до "третього стану"); ***культурно-естетичні*** (підвищення культури; формування світського способу життя; зміни іміджевих стереотипів).

Реформація та ***Контрреформація*** – середовище формування ЗзГ модерного типу. Причини реформаційних змін у конфесійній сфері: соціальні, морально-етичні, духовні. Домінування релігії, а не інституту церкви, послаблення релігійного світогляду та звернення до раціоналізму – наслідок Реформації.

Інформаційна політика Мартіна Лютера, її PR-технології, засоби: "95 тез", полемічні твори, памфлети, трактати, гравюри, карикатури, літографії, новинні балади, пісні. Протестантизм і його основні течії: лютеранство, кальвінізм, англіканство, цвінгліанство, пресвітеріанство, їхні харизматичні лідери

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

(У. Цвінглі, Т. Кранмер, Ж. Кальвін, Д. Нокс) – ідеологи нових віровчень і духовних ідей.

ПостPR Реформації, її вплив на світоглядні концепції Нового часу, наслідки: антиклерикалізм, "свобода віросповідання", ідеї деїзму, скептицизм, атеїзм, ідеї природної релігії.

Зв'язки із громадськістю у політичному житті Європи XVI–XVIII ст. Нікколо Макіавеллі – засновник політичної теорії, політичного консалтингу ("Державець" (1513)), апологет соціальної "психології юрби". "Макіавеллізм" як постPR.

Політичний протоPR: іміджетворення лідерства; основні дійові особи та їхній PR-резонанс в історії: Катерина Медичі, "чорна королева" (Варфоломіївська ніч, релігійні війни); соціальна політика Генріха IV (Нантський едикт); ініціатор популістських новацій Людовик XIII, Справедливий; Людовик XIV Бурбон – "Король-Сонце"; Людовик XV, Улюблений – апологет фаворитизму; засновник англіканської церкви Генріх VIII Тюдор; "королева на дев'ять днів" Джейн Грей; Марія I Тюдор, Кривава – організаторка масових жорстоких репресій; Єлизавета I – "добра королева Бесс", "Королева-діва", її "золота епоха Англії"; Олівер Кромвель – видатний воєначальник і державний діяч; Вільгельм III, принц Оранський – король-реформатор, основоположник політичної й економічної систем нової Англії; далекоглядний пропагандист, європеїст "червоний кардинал" герцог де Ришельє; інтриган і маніпулятор кардинал Мазаріні. Модерні технології харизматичного та раціонального лідерства.

Своєрідність політичних ЗзГ XVII–XVIII ст. на засадах парламентаризму. Суспільно-політична активізація буржуазії – рушій розвитку нових форм парламентаризму та відповідної їм комунікативістики. Пошуки оптимальних методів управління державою, використання інноваційних комунікаційних стратегій. Необхідність у налагодженні комунікації між різними рівнями влади та верствами населення. Активна зацікавленість парламенту й кабінету міністрів Англії громадською думкою з метою зміцнення власних позицій. Перетворення комунікації у формат двобічної, хоча й асиметричної: стримана реакція населення, але її значущість для політиків і державних діячів, їхні намагання підтримувати контакти широкими верствами.

ЗзГ в умовах Англійської буржуазної революції, їхні особливості – збагачення суб'єктно-об'єктних зв'язків соціальних комунікацій, їхні нові суб'єкти – буржуазія, джентрі, протопролетаріат.

Ораторське мистецтво – технологія політичних ЗзГ ранньої Нової доби. Запальні промови Джона Лільбельна та Олівера Кромвеля.

Преса – рушій розвитку ЗзГ XVII – XVIII ст. Преса XVII ст. – засіб та каталізатор генези ЗзГ. Комунікаційна функціональність ранньомодерних періодичних видань. Попередник журналістики – П'єтро Аретино. 1502 р. – поява лексеми "газета" у заголовку видання. Проповіді Мюнцера і Меланхтона, "Листи темних людей" Гуттена – початок політичної журналістики. Поява цензури. Перша багатосторінкова газета – "Relation: Aller Furnemmen", Німеччина,

1605 р., засновник Йоганн Каролюс. 30 травня 1631 р. – вихід "La Gazette" Т. Ренодо – першої європейської газети сучасного типу. 1672 р. – поява одного з перших часописів "Le Mercure Francaise". Ідеологізація ранньомодерної преси Франції. Політизація періодики в Англії, її цензура. 1641 р. – щотижневик парламентських новин Семюела Пека; парламентська преса Марчмонта Нідхема; 1785 р. – "Daily Universal Register" (із 1788 р. – "The Times") Джона Волтера. 1643 р. – "Акт про свободу друку". 1710 р. – "Закон про захист авторських прав" (1710). Основні тенденції журналістики XVIII ст.

Ранньомодерні ЗзГ у ділових комунікаціях, їхні чинники та рушії: формування світової ринкової системи та розвиток ринкових відносин; розширення ринкової інфраструктури; становлення підприємництва (бізнесу) і капіталу; еволюція нових суб'єктів виробництва – мануфактури, заводи, фабрики, корпорації, акціонерні товариства; буржуазія та протопролетаріат; активна міжнародна торгівля; виставкова справа міжнародного рівня; поява інформаційних бюро (1629 р. – "Bureau d'adresse" Т. Ренодо під протекторатом кардинала Ришельє (Франція); 1657 р. – "Office of Public Advice" М. Нідхема за підтримки Олівера Кромвеля); активізація реклами як засобу модерних ЗзГ; 1631 р. – поява газетної реклами ("Маленькі афіші" Т. Ренодо); перша реклама в англійській газеті – 1652 р.; поява "дутої" реклами як антиPR.

Значення науки, філософії та мистецтва Просвітництва для теоретичних основ ЗзГ. Науковці, філософи та письменники XVIII ст. – форматори та натхненники громадської думки.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

4.1. Огляд історико-суспільних умов, рушіїв та чинників зв'язків із громадськістю XVI–XVIII ст.

4.1.1. Революції та інші події XVI–XVIII ст. як рушії ґенези ЗзГ

Модерна доба (як термін-синонім Новий час) радикально змінила політичне, соціально-економічне, інтелектуальне та культурне життя суспільства, що вплинуло на характер соціальних комунікацій. ***Це був визначальний для ґенези PR період, коли процес формування націй і революційні перетворення стали рушіями еволюції протоPR у зв'язки із громадськістю (ЗзГ). Населення країн Європи почало набувати ознак громадськості.*** Цей процес був пов'язаний із тим, що на зміну ***етнічному розумінню*** поняття ***народ*** у XVI–XVII ст. в Англії, пізніше Франції*, урешті в усій Європі у процесі розкладу старого династичного ладу, формування "національних" держав, розвитку "національних" мов, і "націоналізації" церков,* ***поняття нації стало використовуватися як відповідник поняття "народ"*** і почало пов'язуватися з такими категоріями, як ***"громадянство"***, "держава", означаючи належність до певної територіально-політичної та культурної спільноти. Дідро, наприклад, у своїй "Енциклопедії" визначав "націю" як значну кількість людей, що живуть на певній території й підпорядковуються одному уряду. Етнічне походження при цьому втрачало значення. Але промислова революція, що дала початок індустріальному суспільству, посприяла зростанню ***національної самосвідомості.***

Незважаючи на те, що до подій Великої французької революції про ***громадськість*** *як про суспільно-політичний феномен, який позначає передову частину суспільства, яка на добровільних засадах бере участь у процесі підготовки та прийняття органами публічної влади нормативно-правових актів, а також здійснює контроль за їхнім виконанням з метою захисту прав, свобод і законних інтересів,* говорити, як про поняття завчасно, проте по суті вже у Ранній Новий час, із XVI ст. у процесах по-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

літичного розвитку, націєтворення та формування буржуазного суспільства це була активна й потужна сила. Тому, аналізуючи розвиток PR як ґенезу соціальних комунікацій, уважаємо за доцільне вживати ***термін "зв'язки із громадськістю"*** стосовно протоPR у межах XVI–XVIII ст. як цілком прийнятний.

На Ранній Новий час припадає і устаткування поняття "громадська думка". Джерела наукового аналізу громадської думки сягають робіт Н. Макіавеллі, Т. Гоббса, Дж. Локка, Ж.-Ж. Руссо, Ш. де Монтескьє та інших філософів ранньомодерної доби.

"Виникнення самого терміну "громадська думка" (з англ. "public opinion") пов'язується із виникненням парламентської демократії, політичною боротьбою парламентів з абсолютними монархіями у Європі", – уважає Л. Руженко. Громадська думка розумілась як вираження моральної підтримки з боку суспільства дій парламенту, захист суспільством позицій своїх представників у політиці. Період безпосереднього вживання терміну "громадська думка" починається з другої половини XVIII ст., проте феномен громадської думки існував у всіх історичних формах соціальної взаємодії. Громадська думка формувала й утверджувала традиції, норми, звичаї, форми заохочення і покарання, взаємодії влади та груп, спільнот, суспільства в цілому".

На думку І. З. Танчина, говорити про феномен "громадської думки" у широкому сенсі цього поняття очевидно можна вже з XVIII ст. Хоча і тоді назвати цей феномен "громадською думкою" складно: "Тільки думка "освічених еліт" могла втілюватися в декрети, будучи якщо й не безсумнівною, то хоча б універсальною й надособистісною, оскільки заснована на розумі. Протягом усієї першої чверті XVIII ст. "громадська думка" становить, таким чином, меншою мірою думку публіки (у широкому сенсі, який це слово має сьогодні), а більше "перетворену в публічну" думку соціальної еліти. "Громадська думка" була не думкою народу (більшість якого складалася із неписьменних селян), а диктатом політичних угруповань, які становили інтереси "освіченої" буржуазії, що боролася тоді за владу з аристократією. Таким чином, "громадська думка" була чимось на зразок машини ідеологічної війни, яку відродили у XVIII ст." [31].

Історики-європеїсти в контексті періоду раннього модерного (або Нового) часу виокремлюють ***"чинник 1500"***: ідеться про

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

низку близьких до 1500 р. подій, що визначили цю дату початком революційних змін у європейській цивілізації. Загалом із середини XV ст. до кінця XVIII ст. у Європі відбулося 11 (!) революцій, що вплинули на розвиток протоPR і формування ЗзГ: *інформаційна (друкарство), цивілізаційна (ВГВ), революція цін, аграрна, конфесійна, буржуазна, промислова, наукова (у т. ч. природнича й науково-технічна), духовно-інтелектуальна (Просвітництво), комунікаційна (від латини до національних мов)*.

Насамперед, у середині XV ст. відбулася ***інформаційна революція,*** яку спричинило винайдення ***друкарського верстата***.

Можливість недорого і у великій кількості тиражувати й поширювати інформацію зумовила ***революцію в інформаційних технологіях***. Друкарство істотно *збільшило кількість інформації* у загальносуспільному обігу. ***Інформація стала товаром***.

Переваги друкарства порівняно з усіма існуючими раніше *способами передавання інформації* полягали у загальному *спрощенні та полегшенні всього процесу нагромадження інформації,* а також *зміні сприйняття людиною* інформації, її *пришвидшеній циркуляції тощо*.

Унаслідок винаходу Гуттенберга виникло ***книгодрукування*** та ***преса,*** чим активно скористалися відповідно церква і світська влада. Друкарський верстат став незамінним знаряддям їхніх *інформаційних війн.*

Розвинулася ***освіта.*** В Європі ставало дедалі *більше грамотного населення; виникла* ***інтелектуальна еліта***, яка могла сприймати ***інноваційні досягнення науки***. Освічена й поінформована публіка потребувала більш досконалих, технологічних ЗзГ.

Друкарство *активізувало комунікаційні процеси* в Європі та виявило *можливості друкованого слова впливати на громадську думку*. *Друковане слово стало засобом масової інформації*.

Межа XV–XVI ст. асоціюється з початком ***великих географічних відкриттів*** (далі – ВГВ): 1492 р. Христофор Колумб відкрив Америку, 1498 р. Васко да Гама дістався Індії. Після навколосвітньої подорожі Фернана Магеллана 1521–1522 рр. для європейців повністю *змінився образ світу, розширилися його межі, з'явилися нові можливості пізнання, розвитку торгівлі й міжнародних зв'язків*.

Епоха великих географічних відкриттів (XV–XVII ст.) спричинила ***появу перших колоніальних держав***. Це зумовило не-

Видавничий центр "Київський університет"

обхідність створення та використання *маніпулятивних технологій ЗзГ з метою ідеологічного нав'язування потрібних образів чи ідеалів як аборигенам, так і жителям метрополій*.

Через чверть століття після відкриття Америки Європу заполонило золото індіанців, потік якого не припинявся майже півтора століття. *Гіперекспансія дорогоцінних металів* у Європу призвела до ***"революції цін"*** – різкого підвищення купівельної спроможності населення, і падіння вартості праці. Загалом "революція цін" прискорила процес падіння феодальної системи та формування капіталістичного господарства. *Феодали були змушені поступитися суспільними пріоритетами, отже втрачали комунікаційне лідерство. Натомість мануфактуристи й купці активізувалися, зростала їхня суспільна та комунікаційна вагомість, вони поступово ставали основними суб'єктами ділового соціокомунікаційного середовища, визначали його контент і етичний вектор.*

Радикальні зміни в економічному житті Європи XVI–XVII ст., що пов'язані з потоком золота з Америки, стали могутнім каталізатором ***зміцнення чи деградації або стагнації економіки країн***. Не "переплавивши" колоніальне золото на технічні й політичні новації, Іспанія та Португалія з часом поступилися першістю Англії та країнам Північної Європи, зокрема Нідерландам. Маючи обмежений доступ до імпортованого золота, колоній і морської торгівлі, німецькі князівства та Австрія розвивалися повільно.

Завдяки морській торгівлі й колоніальним загарбанням піднесення досягли ті країни Європи, що мали сильний флот (Іспанія, Нідерланди, Англія). ***Ринок вийшов за межі Європи, охопивши нові території.*** Це привело до структурної перебудови ринку: Середземномор'я втратило свою визначну роль, осередком ринкових комунікацій стала Атлантика. Центр комерційного життя Європи теж перемістився – до морських портів Північного Заходу. Європу пов'язали ***нові торговельні шляхи:*** від Речі Посполитої на Сході – через центр на Захід (Антверпен, Амстердам, Мадрид, Барселона) – до Лісабона (Португалія).

Комунікаційний вибух епохи великих географічних відкриттів мав і більш локальні наслідки революційного значення. У XVI ст. з'явилася нова ***карта доріг Європи***. Із *колишньою відокремленістю середньовічних сіл і містечок було покінчено.* Дорогами постійно пересувалася безліч люду: селяни везли продукти на продаж, купці

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет"

їхали на ***міжнародні ярмарки***, державні діячі й дипломати поспішали до місць служби, шляхта подорожувала. У моду увійшли мандри як спосіб пізнання нових місць і вид відпочинку.

Урбанізація вийшла на новий рівень. Міста приваблювали велику кількість людей, які шукали роботу, пригоди, цікаве життя. У великих містах мешкало по 20–30 тис. осіб, а деякі тогочасні мегаполіси (Венеція, Флоренція, Париж, Лондон, Антверпен) населяли понад 100 тис.

Перебудовою *у сфері ідеології та духовного життя* стала ***конфесійна революція***, що є загальновідомою як ***Реформація*** (1517). Її передумови – економічний і моральний гніт церкви на суспільство, поява буржуазії, що прагнула нової релігії, і не потребувала інституту церкви з її нескінченними поборами та здирництвом. Люди з допитливим розумом і християнським світоглядом ставали критично налаштованими до релігійного життя католицької церкви.

Реформація змістила комунікаційні пріоритети в духовній сфері, морально-етичні принципи перестали належати церкві, впливотворчим рушієм духовного життя європейця поступово стала релігія, а не церковні догми та канони, що вплинуло на внутрішній світ і зосередило увагу на особистому житті. Конфесійні ЗзГ перейшли від інституту церкви до релігії.

У першій половині XV ст. почала визрівати ***комунікаційна революція*** – саме так варто назвати процес переходу *від латини до живої народної мови*. Чинниками цього важливого для ґенези соціальних комунікацій явища стали, з одного боку, суспільно-політичні й економічні фактори, а з іншого – культурні та інтелектуальні. Особливу роль відіграла *демократизація* суспільства у Ранній Новий час і формування таких суспільних феноменів, як *нація* та *народ*. Суспільно-трансформаційні процеси, що привели до формування *громадськості,* були одними з вирішальних у цьому концептуальному комунікаційному переломі. У літературі першим користувачем живої народної мови був Данте Аліг'єрі, у науці – Галілео Галілей. У релігії Протестантизм був рушійною силою вживання народної мови в християнській Європі.

На другу половину XV ст. припав початок ***аграрної революції***, що відкрила ***епоху ринкових відносин*** (XVI–XVII ст.) і тривала до кінця XIX ст. Аграрна революція не лише ліквідувала дефіцит продовольства, інтенсифікувала й підвищила технічний рівень сіль-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ського господарства та продуктивність праці в ньому, утвердила як *нову організаційну економічну форму* – ***фермерство,*** а й створила нові суб'єктно-об'єктні зв'язки та середовище для ЗзГ

Відповідно у процесі аграрної революції відбулися такі зміни:

– внаслідок формування *ринку,* виникнення *економічних концепцій* розвитку країн, з'явилися нові умови й соціально-економічні локації для комерційних ЗзГ;

– виникли та активно розвивались *нові форми економічної діяльності*: *кредитно-фінансова, банківська, біржова*; відповідно з'явилися нові професії та нові сфери застосування галузевих ЗзГ;

– на арену соціальних комунікацій вийшли *нові верстви населення як суб'єкти та об'єкти ЗзГ,* зокрема фермерство, яке поповнило лави "людей праці" – міщан і селян, фінансисти, банківські працівники, фахівці торгових бірж;

– здійснювалося *розширення й укрупнення міст*, урбанізація прогресувала, розширювалися локації об'єктів впливу ЗзГ, їхнє скупчення з одного боку полегшувало комунікаційну діяльність, а з іншого – вимагало вдосконалення форм, засобів, методів впливу, тобто оновлення та інновацій інструментарію ЗзГ;

Аграрна революція створила нове середовище, суб'єкти та об'єкти, цільові аудиторії й інструментарій ранньомодерних зв'язків із громадськістю в економічній сфері.

Демократичним рушієм суспільно-політичних ЗзГ стала буржуазна революція в Англії 1640–1660 рр., що переформатувала соціальні комунікації та вплинула на формування громадськості як суспільного феномена, унаслідок того, що її події становили процес переходу Англії від монархії до буржуазної республіки. Революція набула форми конфлікту виконавчої та законодавчої влад (король проти парламенту), що переріс у *громадянські війни*, а також *релігійні* між англіканцями, католиками й пуританами, водночас відігравала роль *національна боротьба* (між англійцями, валлійцями, шотландцями, ірландцями).

Для генези ЗзГ буржуазна революція виявилася вагомою через те, що це був стрибкоподібний перехід від традиційного суспільства, заснованого на феодальній ієрархії, до приватновласницького, яке ґрунтувалося на рівності всіх громадян перед законом, визнанні принципу суверенітету народу і демократичних свобод. У ході буржуазної революції завершилося перетворення

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

станів феодального суспільства, пов'язаних із кругообігом капіталу, на ***буржуазію*** як окремий суспільний клас. *Це істотно змінило соціокомунікаційні парадигми і суб'єктно-об'єктні зв'язки в інформаційному полі модерного часу.*

Головною рушійною силою буржуазної революції в Англії була торгова та промислова буржуазія, що спільно із середнім дворянством (джентрі) боролася проти монархії, торгово-фінансової буржуазії та верхів дворянства – аристократії й панівної (англіканської) церкви. У джентрі, що стали на шлях товарно-грошових відносин, було значно більше спільного з буржуазією, ніж із аристократами. Біднота й пересічні громадяни діяли під час Англійської революції в найбільш масових аграрних рухах – Східній (1641–1643) і Південно-Західній (1643) Англії, але їхня роль не була визначальною.

Відтак з'явилися нові суб'єкти комунікацій і нові цільові аудиторії як об'єкти комунікаційного впливу. Буржуазна революція утвердила принцип недоторканості приватної власності, який забезпечувала економічна незалежність людини від держави. *Хоча буржуазна революція не завершилася руйнацією попередніх соціальних структур, вона створила умови для формування елементів* ***громадянського суспільства***.

Не лише буржуазна революція, але й інші ***політичні події,*** зокрема ***війни,*** вплинули на генезу ЗзГ у Ранній Новий час.

Протягом **XVII ст.** відбулися славнозвісні події ***державно-політичного*** характеру, які мали *PR-ефекти*. ***Тридцятирічна війна*** (1618–1648), що розпочалася як релігійний конфлікт між протестантами й католиками, урешті закріпила рівність цих конфесій (завершилась ***Вестфальською мирною угодою***, яка, проголосивши принцип віротерпимості, показала, що країни Європи свідомо роблять *кроки до згоди)*.

1648–1653 рр. у Франції вирував *опозиційний рух* за участю різних верств населення проти абсолютистської політики уряду ***кардинала Мазаріні***, відомий як ***Фронда***. Придушенню Фронди сприяло встановлення необмеженого самодержавства Людовика XIV Бурбона, чиє кредо проголошувало *"Держава – це я"*.

Величезну соціокомунікаційну роль у **XVIII ст.** відіграли ***"війни за спадщину",*** що, окрім стратегічних і тактичних, виявили також *лідерські таланти видатних політичних діячів і керманичів армій*. ***Війна за іспанську спадщину*** 1701–1714 рр.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для користування

між Англією, Австрією, Нідерландами, Португалією, Данією проти Франції, Іспанії, Баварії охопила не лише терени Європи, а й Північну Америку, де дістала назву "війни королеви Марії", позаяк англійська корона намагалась витіснити французів із їхніх колоніальних володінь. Під час війни виявились таланти таких відомих полководців, як герцог де Віллар та герцог Бервік (Франція), герцог Мальборо (Англія) і принц Євген Савойський (Австрія). Війна завершилась підписанням *Утрехтського* (1713) та *Раштадського* (1714) *мирних договорів*. Гегемонії Франції в Європі було покладено край, а ідея балансу сил, що знайшла відображення в Утрехтському договорі, стала частиною міжнародного порядку. ***Війна за польську спадщину 1733–1735 рр.*** – європейський конфлікт, однією із причин якого було визначення наступника короля Речі Посполитої. У результаті було укладено мирну угоду у Відні (1735), що визнала Августа III королем. Остаточний мирний договір будо підписано 1738 р. ***Війна за австрійську спадщину*** (1740–1748) – конфлікт між двома великими коаліціями європейських держав, на чолі однієї були Пруссія та Франція, а другої – Австрія та Велика Британія, однак окрім них у війну на різних її етапах було втягнено багато інших країн. 1746 р. було підписано австро-російський союзний договір, 1747 р. – конвенції з Великою Британією, 1748 р. – *Ахенський мир*, за яким Габсбурги зберегли більшу частину володінь, однак це не розв'язало суперечностей між Європейськими державами. ***Семирічна війна*** (1756–1763) – один із наймасштабніших конфліктів у Новий час, закінчилась збереженням статус-кво: Англія перемогла Францію в колоніальній боротьбі. Королівство Пруссія підтвердило свої права на сілезькі землі.

"Війни за спадщину" як свідчення агресивних соціальних комунікацій і спосіб збройного вирішення суспільних суперечок політичного та економічного характеру завершувалися *підписанням мирних угод. Ці документи стали ознакою нового етапу соціокомунікаційної еволюції суспільства, політичні лідери якого намагалися домовитися, робили кроки до "суспільства згоди". Це був якісно новий етап політичних ЗзГ.*

XVIII ст. пов‘язане і з ***геосферною катастрофою – Лісабонським землетрусом*** 1755 р., що виявився одним із найбільш руйнівних і смертоносних природних катаклізмів на той час,

загострив ***політичні суперечності*** *в Португалії*, став темою активних обговорень. Оскільки землетрус відбувся під час католицького свята та зруйнував майже всі церкви, ця катастрофа з новою гостротою поставила перед філософами та теологами XVIII ст. питання про "жорстокість Бога".

Звістка про португальську трагедію за лічені дні облетіла всю Європу, чого не траплялося раніше. Це пов'язують із появою ***журналістики*** в епоху Просвітництва та поширенням ***періодичних газет***, які донесли *новини про стихійне лихо* до країн Європи, перебільшуючи масштаби трагедії. Ті, хто не вмів читати, дізнавалися про подію із ***гравюр,*** де були зображені руїни міста. Багато ***філософів*** того часу, особливо ***Вольтер,*** описали цю подію у своїх творах. Нині *за масштабом впливу на громадську думку Лісабонський землетрус порівнюють навіть із Першою світовою війною,* тож ця подія мала неабияке комунікаційне значення.

"Правонаступницею" аграрної революції наприкінці XVIII ст. стала ***промислова революція***, що продовжила ***економічну перебудову європейського суспільства*** і сформувала комерційний PR модерного типу. Аграрна цивілізація пішла в минуле, її замінила промислова, разом із цим попередні суб'єкти комунікацій змінилися на модерні.

Промислова революція спричинила *величезні зміни у соціальній структурі суспільства*. Унаслідок промислової революції старі соціальні верстви, що займалися виробництвом (селяни, ремісники), поступалися місцем новим – ***підприємцям і найманим робітникам***, що свідчило про ***формування індустріального суспільства***. Кількість підприємців перевищила кількість старих землевласників. Нові підприємці, або ***буржуазія,*** уособлювали *нову промислову Європу*: вони володіли фабриками й заводами, знали ринки та вміло пристосовувалися до мінливого попиту споживачів. Значення *селянства* зменшилося, як і роль ***земельної аристократії***, зникла безліч ремісників і ремесел, закрилися мануфактури. Подальше *співіснування промислової буржуазії та промислового* ***пролетаріату*** – також наслідок промислової революції, як і профспілковий рух, соціалістичні та робітничі організації.

Середній клас в європейських країнах з'явився близько XVII ст., проте від часу промислової революції про нього можна говорити як про *окремий соціальний прошарок зі своєю етикою*

та життєвою філософією. Багато в чому середній клас був створений промисловою революцією, адже його представники – власники невеликих фабрик, управлінці, *нові професійні прошарки – робітники, інженери.*

Промислова революція істотно позначилася на об'єктно-суб'єктних особливостях ЗзГ – з'явилися і укріпилися нові верстви, класи, соціальні та професійні прошарки, які сформували локальні комунікаційні осередки із відповідними корпоративними PR-засобами і технологіями; новий суспільний стан – буржуазія – не лише прагнула здобути політичне та економічне лідерство, але й усвідомлювала, що в умовах формування індустріального суспільства потрібно це лідерство утримати, – майстерно, мотивувати власні пріоритети, цілі та завдання, тобто ефективно впливати на громадську думку, використовуючи для цього належні стратегії та технології зв'язків із громадськістю.

Нові часи створили ***новий тип особистості*** – активної, освіченої, творчої, що прагне успіху, кохання, щастя. Замість "темного середньовічного мешканця" з'явився *вільний, самодостатній індивід*, самостійний не лише в питаннях релігії, *а й у формуванні власної долі.* Відбулися *зміни у суспільних відносинах.* Це спричинило *прискорення темпів життя* та *зростання масштабів соціальної динаміки,* тому *стратегії й методи впливу на людей потребували докорінних змін.*

Інтелектуальним стимулом ЗзГ раннього Нового часу стала ***наукова революція.*** Природнича революція, яка постулювала геліоцентричну модель світобудови, була однією з її відправних точок. Видатні природничі відкриття *першої наукової революції* (1543–1687), пов'язані з іменами *М. Коперника, Г. Галілея, Й. Кеплера. І. Ньютона,* змінили погляд на світ. Люди нарешті усвідомили, що Земля кругла. З'явилися *географічні карти та глобус*. *Кардинальне розширення простору змусило європейця по-новому подивитися на свою історію та сьогодення, інакше позиціонувати себе у Всесвіті.*

Наукова революція докорінно змінила погляди на природу речей і явищ, динаміку наукового пізнання. XVI–XVII ст. – час формування вільної від церковних догматів *нової наукової картини світу*. Було звернуто увагу на розробку ***методології науки.*** Найвидатніший філософ того часу ***Френсіс Бекон*** проголосив *емпі-*

ричні знання основою наукових узагальнень, запровадив експериментальний метод досліджень. ***Рене Декарт*** відстоював позиції *раціоналізму*. Найвидатнішим ученим того часу був засновник класичної фізики ***Ісаак Ньютон***. У період наукової революції великий крок уперед зробили *фізика, математика, хімія, біологія, зоологія, медицина, географія, мінералогія.* Ґрунтовні дослідження природи зумовили формування переконаності в існуванні суворої природної закономірності, яку можна вирахувати математично. *Успіхи промисловості сприяли розвитку механіки*.

Науковий метод став способом дослідження феноменів, систематизації, коригування нових і отриманих раніше знань. Новою стала і *форма* відкриттів, що ґрунтувалася на особистому досвіді та спостереженнях, яка згодом отримала назву ***"емпіричний метод"***. Справжнім уважалося знання, отримане чистою логікою. Знання ж, що йде зі спостереження, уважалося частковим, яке не мало загальної цінності. ***Індуктивний метод*** (висновок про загальне за окремими спостереженнями) приживався поступово.

Змінилося *сприйняття й інтерпретація інформації, що істотно вплинуло на спосіб роботи з нею та її обробку*. Науковці вже не лише вишукували *особливості* природних явищ, речовин, рослин чи тварин, а шукали в речах і явищах насамперед *типові риси*, звертали увагу не лише на якість, але й на кількість, порівнювали та вимірювали. Це спонукало вчених до більш сміливих *порівнянь і узагальнень*, а Всесвіт почали сприймати як простір, відкритий для руху та взаємодії природних сил та явищ.

Інша принципова відмінність від минулого – прагнення вчених нового типу *поширювати* знання, *популяризувати* їх. Знання більше не належали посвяченим чи привілейованим, а ставали доступні всім і набували практичної користі. Знання ставали предметом суспільної комунікації, громадських дискусій тощо.

Кульмінацією *популяризації знань* стала ***"Енциклопедія, або Тлумачний словник наук, мистецтв та ремесел"***, укладена науковою спільнотою Франції, відредагована її натхненниками ***Дені Дідро*** – членом Прусської академії наук та мистецтв, ***Жаном д'Аламбером*** – членом Паризької та Прусської академій наук і Лондонського королівського товариства. "Енциклопедія" стала одним із найважливіших досягнень XVIII ст. і зіграла величезну роль у поширенні наукових знань.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Цей підручник для студентів

Упродовж 1751–1780 рр. було опубліковано 35 томів. Видавці "Енциклопедії" використовували *різні засоби підвищення інтересу аудиторії*: до роботи над проєктом запрошували видатних учених-філософів Ж.-Ж. Руссо та П. Гольбаха, економіста Ж. Неккера, біолога Ж. Бюффона; видавці намагались *зробити свій проєкт актуальним,* тому ризикнули опублікувати статті філософського й політичного змісту, що не дуже відповідали державній ідеології. Ця праця зібрала всі *накопичені людством знання*. У ній *доступно пояснювали всі аспекти світобуття*: суспільства, наук, ремесла і техніки, повсякденних речей тощо.

"Енциклопедія" була не єдиною і не першою у своєму роді, але тільки вона стала такою славетною. По-перше, її писали відомі люди епохи; по-друге, статті були суперечливими, полемічними, їх "редагувала" цензура, що надавало виданню принади; по-третє, вона утвердила пріоритет на міжнародному рівні французької мови як наукової; по-четверте, це видання поклало початок окремого жанру наукової літератури. Звісно, усе вищезазначене спровокувало цензурування, надалі енциклопедистам доводилось писати обережніше, але ***репутація "Енциклопедії" як виразника передових поглядів*** уже була створена. Це був ефективний PR.

"Енциклопедія" уже в період публікації створила потужний PR її авторам і натхненникам, оскільки своїм вільнодумством та полемічністю вона стала дратувати впливову католицьку церкву й консервативне дворянство. Великі репутаційні збитки ("Вороги слово "енциклопедист" перетворили на ганебне тавро" (Д. Дідро) обернулися здобутками для постPR "енциклопедистів", які ввійшли у світову історію під славетним ім'ям, що має виключно позитивні конотації. ***"Енциклопедія"*** *– найуспішніший "проєкт" століття – і в інтелектуальному, і в комерційному аспектах* (чистий прибуток видавців становив 2,5 млн франків).

"Енциклопедія" стала титульним виданням ***епохи Просвітництва***, що розпочалася в другій половині XVII ст. і тривала до Великої французької революції.

Цивілізаційно-культурна та світоглядна перебудова суспільства, фактично ***духовно-інтелектуальна революція,*** що отримала назву ***Просвітництво*** і стала панівною філософською й ідеологічною течією періоду трансформації традиційного суспільства в індустріальне. XVIII ст. називають також ***Добою Розуму***, адже разом із ідеями Просвітництва утвердилася

віра в силу знань і можливість *розумного облаштування громадського життя.* У той же час виникла й ідея поступу, тобто послідовного розвитку людства через здобуття нових знань, удосконалення суспільного ладу та покращення умов життя.

Європейське Просвітництво увійшло в історію культури як епоха гордої та самовпевненої свідомості. *"Все розумне – дійсне"*. Це не випадкова фраза, кинута Гете. Це – самосвідомість епохи.

Ідеологи Просвітництва вважали метою суспільства добробут людини, шлях до якого – перебудова суспільства відповідно до принципів, продиктованих розумом, були прихильниками теорії природного права. На їхню думку, несправедливість і поневолення, які панують у суспільстві, є наслідком нав'язаних можновладцями законів, релігійних забобонів і нестачі справжніх знань. Своїм завданням вільнодумці проголошували *утвердження свободи, розвиток природних здібностей кожного,* ***громадянське виховання*** *та поширення освіти*.

Просвітники мали широкий світогляд, в якому виділялися *концепція освіченого абсолютизму*, *ідея цінності людини, патріотизм, гідність утвердження самосвідомості й самооцінки*.

В епоху Просвітництва відбулася відмова від релігійного світорозуміння і звернення до розуму як до єдиного критерію пізнання людини й суспільства. Уперше в історії було поставлено питання про практичне використання досягнень науки в інтересах суспільного розвитку.

Просвітництво зародилося практично одночасно в країнах Західної Європи: Британії, Франції, Нідерландах, Німеччині, Італії, Іспанії, Португалії, але швидко поширилося в усій Європі, включно з Річчю Посполитою.

Суттєвою відмінністю епохи Просвітництва від попередніх було те, що в цей час почало складатися ***громадське життя.*** Відтоді питання суспільства обговорювалися в пресі, дискусійних клубах, кав'ярнях, салонах на асамблеях, масонських ложах. Хоча *держава, парламент* і *церква* намагалися стримувати вільнодумство, часто зробити це було неможливо, оскільки заборонені цензурою праці часто можна було опублікувати за кордоном, у країнах із ліберальнішими поглядами, таких, як Англія та Нідерланди.

Відкидаючи релігію як основу моралі, просвітники виводили етичні норми із природи людини, яку вони вважали незмінною,

складеною із інстинктів, нахилів і чуттєвих потреб. Із природи людини вони виводили поняття про її природні права. Щодо організації суспільства, то просвітники відстоювали ідею громадського договору (ідею про те, що люди організовані в суспільство таким чином, щоб забезпечити свій захист, і з цією метою передають державі частину своїх прав). Ця ідея дозволяла пояснити походження держави та влади без втручання Бога.

Велика французька революція стала початком політичної перебудови суспільства на розумних засадах, однак саме ідеї епохи Просвітництва вплинули на формулювання важливих документів епохи: Декларації прав людини і громадянина, Декларації незалежності, Конституції США, Конституції Польщі тощо.

Наукова революція та Просвітництво не лише змінили світогляд європейців, а навчили їх інакше мислити, сприймати та оцінювати інформацію, продемонстрували нові методи роботи з нею, а також сформували інтерес до популяризації знань. Наукова революція та Просвітництво розширили комунікаційні обрії суспільства, збагатили новим контентом, надали соціальним комунікаціям нових якостей – аналітичності, синкретизму, типовості, компаративізму. Під впливом наукової революції та Просвітництва соціальні комунікації зазнали нових якісних змін, а їхні суб'єкти збагатилися інтелектуально та духовно, стали громадянами Європи Нових часів, щиро й відкрито вибудовували комунікаційні зв'язки. Під впливом наукової революції та Просвітництва в Європі сформувалася нова генерація освічених, спраглих до знань людей, готових повсякчас удосконалюватися й пізнавати Всесвіт. Але основне – з'явилося громадське життя, яке відтоді вкоренилося в європейську систему вітальних парадигм.

4.1.2. Чинники розвитку зв'язків із громадськістю у Ранній Новий час

Основні чинники, що вплинули на тенденції розвитку ЗзГ у XVI–XVIII ст.:

- ***Суспільно-еволюційні,*** що змінили світогляд:
  - третя інформаційна революція – винайдення друку;
  - великі географічні відкриття;
  - астрономічні відкриття, що змінили уявлення про Землю.

Видавничий центр "Київський університет" Друкується на правах рукопису

- ***Цивілізаційні***, які вплинули на життєдіяльність європейців:
  - зміна системи поглядів на людську цивілізацію;
  - колонізація Північної та Південної Америки, Індії, Китаю;
  - урбанізація й розбудова інфраструктури міст;
  - розвиток транспортної системи на європейському континенті;
  - розбудова міждержавних і континентальних морських шляхів;
  - поява преси як засобу масового інформування;
  - започаткування поштових відомств і служб;
  - розвиток системи освіти, підвищення грамотності населення.

- ***Наукові й науково-технічні,*** що змінили життєдіяльність, виробництво та світогляд:
  - наукова й науково-технічна революції;
  - поява нових наукових знань із астрономії, географії, механіки, хімії, біології, геології, їхня систематизація та впровадження у виробничі й побутові процеси життєдіяльності;
  - поява численних технічних інновацій для виробництва та облаштування повсякденного життя XVI ст.;
  - технічні винаходи, що змінили Європу XVIII ст. (фортепіано, камертон, парова машина, пароплав, підводний човен, штучні зуби, гума, блискавковідвід, вакцина проти віспи);
  - технізація ремесл;
  - розвиток системи філософських знань;
  - поява когорти вчених-енциклопедистів.

- ***Соціально-економічні,*** що сприяли зародженню ринкових відносин, появі буржуазії, монополізації капіталу:
  - "революція цін";
  - аграрна революція;
  - розширення ринку праці;
  - поява нових торгових шляхів, активізація зовнішньої торгівлі й ринків збуту;
  - пожвавлення імпорту-експорту;
  - руйнація цехової системи внаслідок технізації ремесла;

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Відділ НВД для ВНЗ

- поява мануфактур, заснованих на принципі поділу праці;
- удосконалення принципів виробництва: праця "на ринок" (для вільного продажу) замість виготовлення "на замовлення";
- поява конкуренції, конкурентного середовища;
- поява бірж і біржової торгівлі;
- формування фінансової та банківської системи;
- промислові революції XVII–XVIII ст.;
- трансформації у соціальній структурі суспільства;
- розвиток реклами, нові технології, засоби, види.

- ***Політичні,*** що змінили погляди на державні інститути:
  - боротьба монархічної та церковної влади;
  - війни як засіб вирішення різнорідних суспільних конфліктів;
  - колонізаторська політика провідних європейських держав;
  - буржуазно-демократичні революції;
  - народні повстання, селянські, громадянські війни (Фронда);
  - жінки як потужна політична та державна влада.
- ***Демографічні***, що вплинули на якісний (класово-становий) склад населення як цільової аудиторії протоPR:
  - урбанізація нового цивілізаційного характеру;
  - європейська експансія нових земель у результаті ВГВ;
  - трудова міграція внаслідок ВГВ;
  - поява нових класів, верств, прошарків (буржуазія, протопролетаріат, інтелектуальна еліта), їхнє самоутвердження: суспільне позиціонування, самопрезентація, самоідентифікація;
  - гендерна політика "Галантного століття", нові рольові стратегії, іміджетворення;
  - фемінізація суспільства.

- ***Світоглядні***, що відбулися під впливом Реформації та Просвітництва, і змінили духовні й ментальні концепти людства:
  - зміна пріоритетів церкви та релігії у суспільстві й житті людини;
  - зміна громадської думки і оціночних суджень щодо станів та верств;
  - активізація філософської думки;

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вересневе видання

- поява Просвітництва як ідейної течії;
- прагнення до знань, освіти, вченості;
- виникнення нової особистості – активної, освіченої, творчої.

- ***Культурно-естетичні, етичні***:
  - оновлення етико-естетичних ідеалів;
  - формування живої народної мови;
  - нові художні течії та стилі у літературі й мистецтві: маньєризм, бароко, рококо, класицизм, сентименталізм, ампір, академізм;
  - поява художніх академій, театрів, розвиток музики, живопису;
  - формування світського способу життя та світської культури;
  - фаворитизм і авантюризм як соціокультурні явища;
  - зміни й оновлення іміджевих стереотипів суспільства.

4.2. Конфесійні зв'язки із громадськістю Раннього Нового часу

4.2.1. Реформація – середовище формування конфесійних ЗзГ модерного типу

На межі XV–XVI ст. у країнах Європи на політичну арену вийшли підприємницькі кола, які тяжіли до політичної та економічної незалежності. Але згодом цього виявилося не достатньо: новий клас потребував нової ідеології. Буржуазії, що народжувалася, потрібна була нова церква, що не обмежувала б права та свободи людини, не втручалася б у приватне життя.

Католицька церква наприкінці XV ст. зосередила у своїх руках чимало землі й багатств. Церква жила заможно, коли значна частина вірян бідувала. Це підривало авторитет церкви. Крім того, римські папи широко розгорнули торгівлю ***індульгенціями*** – грамотами про відпущення гріхів. Такий продаж викликав незадоволення мирян.

Центром Реформації стала Німеччина, яка тоді була роздроблена. Імператори влади не мали, їх обирали курфюрсти – власники

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Друкується згідно з друку

сильних німецьких земель, які прагнули обмежити вплив центральної влади. У країні не було єдиних законів, єдиної монети й війська. Усе це робило німецькі землі беззахисними перед папською курією, яка отримувала значні прибутки з Німеччини.

На початку XVI ст. у Німеччині поширився гуманістичний світогляд, представники якого в сатиричній формі викривали недоліки католицької церкви. ***Еразм Роттердамський*** критикував недоліки всіх суспільних станів, висміював загальноприйняті уявлення про християнство, не зачіпаючи догм католицизму. ***Ульріх фон Гуттен*** виступав за свободу слова й автономію світської культури від засилля церковної цензури.

Початок Реформації пов'язаний із ім'ям *професора Віттенберзького університету, теолога* ***Мартіна Лютера***. Він, випускник Ерфуртського університету, чернець монастирського ордену Августинів намагався поліпшити життя християн, повернувши їх до ідеалів Євангелія: визнання віри як милості Божої та авторитету Святого Писання. Лютер не заперечував церкву як таку, але прагнув спрощення її канонів, скасування догм.

Мартін Лютер виступив проти оманливого відпущення гріхів і виправдання аморальних вчинків, публічно заявивши про це 1517 р. у "95 тезах", де йшлося про зловживання *індульгенціями* та про торгівлю ними. 1520 р. Папа видав *буллу* про відлучення ченця від церкви. Лютер привселюдно спалив її, чим засвідчив свій протест. За короткий час десятки тисяч людей стали прихильниками його ідей.

Тези Лютера стали рушієм Реформації. Європейське суспільство було вже готове позбутися середньовічних догм і обмежень, одним із яких був авторитет католицької церкви. Суспільству стала потрібна ефективна й дешева церква, а державникам – незалежність від корисливих амбіцій римського первосвященника.

Результатом Реформації стало зародження ***протестантизму***, що мав на меті повернути вірян до ідеалів раннього християнства, скасувати целібат, відмовитись від церковних пишнот і складних ритуалів. Крім того, відбулася *десакралізація церкви,* – вихід християнства за стіни монастирів і культових приміщень (соборів, церков).

Реформатори виступили *проти монополії церковної ієрархії*. Головна богословська відмінність протестантства – учення про святенництво вірян.

Реформатори вважали *свободу совісті основою всіх свобод* і прийшли до розуміння нероздільності релігійних і цивільних прав та свобод; сформували *культуру критики й опозиції*.

Прихильників Реформації стали називати ***протестантами***.

Влада була проти критики католицизму і Карл V оголосив лютеранам війну. Завершилась вона 1555 р. підписанням *Аугсбурзького релігійного миру,* що визнавав рівноправність католиків і лютеран. Було закладено основний принцип: "*Чия влада, того й віра",* згідно з яким кожен державець міг уводити у своїх землях релігію відповідно до власних уподобань. Тобто *влада* пішла на певний компроміс, *прислухалася до громадської думки.*

Реакція церкви на протестантизм була не такою лояльною. На зміну Реформації прийшов період ***Контрреформації.*** Папський Рим повів активну боротьбу із протестантами: придушив реформаційні ідеї та рух, створив репресивний апарат. У боротьбі із протестантами практикувались різні методи, серед них – аморальні: *шпигунство, залякування*, а інколи – *убивство*. Це були своєрідні *засоби ведення інформаційно-психологічної війни*.

Церква усвідомлювала не лише значення *пропаганди, а й ту загрозу, яку вона становила.* Оприлюднення "95 тез" Лютера та подальше загострення релігійного протистояння призвели до уведення *жорсткої* ***цензури*** в більшості європейських держав. Покарання викритих у публікації недозволених книг були суворими: 1527 р. у Лейпцигу було страчено книговидавця *Ганца Гергота*.

Услід за організацією цензури із 1524 р. були оформлені *офіційні списки заборонених книг*, що систематично поповнювалися. Прийнятий 1559 р. на Тридентському соборі *"Індекс заборонених книг"* перетворився на важливе *знаряддя боротьби* із протестантизмом.

У деяких країнах заходи були вкрай суворими. Наприклад, у Нідерланди ідеї Реформації (спочатку лютеранство, потім анабаптизм, кальвінізм) почали проникати з кінця 1510-х рр. Для боротьби з ними в Нідерландах у 1522 р. було утворено інквізиційний трибунал, 1529 р. у Нідерландах було видано указ, згідно з яким усі книги повинні були мати спеціальний дозвіл на видання. Видавців, які не проходили цензуру, жорстоко карали. 1538 р. увезення книг без дозволу із-за кордону було заборонене, а за едиктом 1544 р. не можна було друкувати іноземними мовами, яких у Нідерландах не розуміли. Репресивні заходи до-

Видавництво-поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для студентів

сягли апогею 1550 р., коли було видано т. зв. "Кривавий указ" проти єретиків, в якому страхом страти заборонялося видання та продаж єретичних книг. У часи правління Нідерландами короля Іспанії Філіпа II (1556–1598) податковий, політичний та релігійний тиск значно посилився. Жертвами іспанської інквізиції у Нідерландах стали 60 тис. осіб.

4.2.2. Технології та засоби протоPR Мартіна Лютера

"Уперше в історії революційні ідеї впроваджувалися у свідомість широких верств населення за допомогою мас-медіа на місцевих говірках, які впливали також засобами журналістської й карикатурної майстерності", – зазначив сучасний дослідник А. Діккенс у праці "Реформація і європейське суспільство XVI століття". Це була інформаційно-психологічна кампанія, дуже потужна на ідейно-духовному рівні, що охопила всю Європу. Приводом створення цієї кампанії був конфлікт, що виник у конфесійній сфері, але зачепив усі сфери суспільного буття, і характеризувався високим рівнем інтенсивності та вражаючим ступенем впливу. На стратегічному рівні кампанія велася з метою руйнування догматичних духовних цінностей католицької церкви та заміни їх на більш актуальні.

У перші роки Реформації ця кампанія виглядала як ***полеміка,*** у процесі розгортання якої Лютер і його прихильники пройшли *шлях від спроб діалогу до повного розриву* і з церквою, і з владою. 1517 р., прибиваючи до воріт Віттенберзького собору "95 тез", Лютер був відданим прихильником папи, виступаючи проти деяких зловживань. Проповідник був обурений діями священника Тецеля, який безсоромно монетизував індульгенції для того, щоб на догоду Папі оплатити реконструкцію Базиліки св. Петра. Девіз Тецеля – *"Душі померлих потрапляють у рай так скоро, як скоро монети потрапляють у церковний фонд"* – наштовхнув Лютера на думку про необхідність церковної реформи. Передруковані латиною копії трактату з'явилися одночасно в Лейпцигу, Нюрнберзі та Базелі, а невдовзі були перекладені німецькою й розповсюдилися Німеччиною. М. Лютер писав: *"Поширення тексту перевершило всі мої очікування"*, – а трохи пізніше шкодував, що не висловлювався доволі чітко: *"Знай я, що станеться таке, я б*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

говорив ясніше та зрозуміліше". Наступний памфлет Лютер писав уже німецькою, уникаючи місцевих говірок, – намагався зробити своє звернення максимально доступним.

1519 р. на Лейпцизькому диспуті він виступав проти божественного статусу папської влади. 1520 р., звертаючись до "християнського дворянства німецької нації", натхненний реформатор заперечив будь-яку владу папи і засудив його як справжнього антихриста. 1520 р. Лютер опублікував три ***основні реформаторські твори***: "До християнського дворянства німецької нації про виправлення християнства", "Свобода християнина", "Про вавилонський полон церкви". Серед найвідоміших ***полемічних робіт*** Лютера – "Про світську владу: як їй слід коритися" (1523), "Чи можуть воїни здобути Царство Небесне" (1526). Лютер розумів *дієвість сили слова*. Із притаманною йому образністю він писав: *"Мова – це піхви, в яких зберігається меч Духа. Вона – скринька, в якій переноситься цей скарб. Вона – келих, що вміщує цей напій. Вона – сховище, де лежить ця їжа"*. Філіп Шафф зазначав: *"Єдиними формами пропаганди Лютера були слово і перо, він користувався ними, не шкодуючи часу і сил"*.

Але Реформація почалася із "95 тез". Їх було скопійовано, перекладено і багаторазово надруковано. Швидкому поширенню ідей церковної Реформації сприяла ***повна свобода друку***. У Німеччині ще не існувало цензури та авторських прав. Неписьменні люди читати не могли, але із захопленням слухали читців. Реформація зачіпала безліч практичних проблем, які хвилювали всі верстви суспільства: релігійну, політичну, національну, економічну й соціальну сфери життя. Масштаби полеміки пояснюються і наявністю технологічно революційного засобу тиражування інформації. Цим засобом став *друкарський верстат.*

Лютер – лідер руху за громадянські права – блискуче вмів викладати непрості теми в популярному стилі, тобто виявився вправним комунікатором, що забезпечило ефективність його впливу на громадську думку. Нерідко *простота літературного стилю Лютера* доходила до межі, часто він скочувався до *вульгарності* та *брутальності*. Цією особливістю він теж здобував популярність у масах, граючи на ниць почуттях людей. Тим він подавав поганий приклад своїм послідовникам і дратував ту частину аудиторії, яка володіла тактом і хорошим смаком. На-

Видавничий центр "Київський університет" Безоплатне для студентів

приклад, Лютер сказав про Тецеля, що він обходиться із Біблією, як свиня з мішком борошна, а про високоосвіченого кардинала Каетані – що той розбирається в богослов'ї, "як віслюк у грі на арфі". Ф. Шафф робить висновок, що "така різкість була в звичаях того часу, але Лютер був найбільш грубим із грубих, так само як і найсильнішим із сильних".

Памфлети Лютера. "95 тез" негайно викликали жваве обговорення, хоча й були написані латиною: спочатку в наукових колах Віттенберга, а потім і за межами міста. Друг Лютера Фрідріх Міконіус пізніше писав, що "не минуло й 14 днів, як про ці тези знали у всій Німеччині, а за чотири тижні з ними ознайомився майже весь християнський світ". Це несподіване, але стрімке поширення показало Лютеру, як повідомлення, що передається із уст в уста, може невдовзі стати відомим широкому загалу. Це був один із кращих і найпростіших способів швидко й масово поширити ідеї.

Загалом із близько 7 млн памфлетів, опублікованих у перше десятиліття Реформації, понад чверть належала перу Лютера. У багатьох памфлетах автор закликав читача обговорювати зміст із іншими та читати їх уголос неписьменним. Люди читали й обговорювали памфлети в сімейному колі, серед друзів, у гостьових садибах і шинках. У цих суперечках брали участь люди із різних прошарків суспільства: від англійського короля Генріха VIII, якого Папа назвав "захисником віри" за трактат проти Лютера, написаний спільно з Томасом Мором, до нюрнберзького шевця *Ганса Сакса, який написав низку популярних пісень на підтримку Лютера.* Ця "ланцюгова реакція" свідчить про те, як конкретно працювали соціальні комунікації.

Памфлети Лютера *спровокували в Європі полеміку*, тобто *вони активізували громадську думку і стали каталізатором ЗзГ.* Зокрема продавець індульгенцій Тецель був одним із перших, хто вступив у публічну полеміку з Лютером, відповівши йому власним підбиранням тез, а також звернувся до нового формату – памфлету, щоб приєднатися до дискусії, спростувавши аргументи Лютера.

Улюблений пропагандистський метод Лютера – *демонізація папи і Римсько-католицької церкви*. Він звинувачував папу в "диявольській удачі" і "люциферській гордині". Пропагандистськи демонізуючи папу, Лютер перетлумачив біблійні тексти.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

На думку Роланда Бейнтона, успіх лютеранства значною мірою був зумовлений доти небаченого масштабу пропагандистською кампанією, яка в такій формі не повторювалася більше ніколи. Основними її знаряддями були ***трактат*** *і* ***карикатура"***. Остання в XVI ст. стала потужним пропагандистським засобом.

Ще одним засобом пропаганди були ***гравюри***. Вони так само, як і ***балади***, часто допомагали донести сенс до малоосвічених людей. Деякі гравюри були складними та сповненими глибоких символів – такі роботи були зрозумілі лише освіченим людям. Але були і прості роботи, доступні всім без винятку ("Створення ченців").

Гравюри й ***карикатури***, які супроводжували ***трактати***, *посилювали* їхній *пропагандистський вплив* в умовах жорсткого інформаційного протистояння. У вересні 1522 р. уперше було видано Новий Заповіт у перекладі Лютера на німецьку мову, де містилася гравюра, що зображала велику блудницю в папській тіарі. Ця гравюра викликали величезне обурення правовірних католиків. У наступних виданнях німецького Нового Заповіту тіара на голові жінки в багрянці то зникала, то знову з'являлася.

Лютер також успішно використовував ***новинну баладу***. Це був опис сучасних подій (часто гіперболізований) у віршованій формі, покладений на відому вже мелодію, щоб його можна було легко вивчити, співати та навчити інших. У новинних баладах часто навмисно поєднували благочестиву мелодію зі світськими, іноді й блюзнірськими текстами. І реформатори, і католики використовували цей новий вид медіа для поширення інформації та виступів проти опонентів. *"Почнемо нову пісню"* – перша спроба Лютера в жанрі новинної балади, що оповідає про двох ченців, страчених у Брюсселі 1523 р. після відмови зректися своїх лютеранських поглядів.

Ксилографія поєднувала чітку графіку з короткими текстами, надрукованими у формі листівок або плакатів, і успішно доносила ідею до неписьменних, а також служила наочним посібником для проповідників. Лютер говорив, що *"без картин ми не можемо ні думати, ні розуміти нічого"*. Деякі ксилографії на релігійну тематику мали складну композицію з багатозначними алюзіями та декількома пластами змісту, доступних розумінню лише високоосвічених людей. Найкращі малюнки для Лютера створював Лукас Кранах.

Видавничий відділ графічних та веб-технологій Університетський центр "Кривий Ріг" Вересня 2015 р.

Пісні. Скарбницю багатого пісенного надбання епохи Реформації становлять 36 духовних пісень, створених Лютером. Заслуговує найбільшого визнання те, що Лютер дав поштовх для створення німецьких євангелічних духовних пісень і євангельської церковної музики. Меса, виконувана в Римсько-католицькій церкві священником і церковним хором перед громадою, перетворилася у лютеран на громадську літургію, під час якої співали і літурги, і вся громада.

У своїй піснетворчості Лютер спирався на багатовіковий досвід попередників. Він переклав давні духовні гімни, створені основоположником церковної пісні Амвросієм Міланським. Реформатор також використовував мотиви секвенцій Ноткера Заїки і народних "Leise". У пісенному доробку Лютера виділяються німецькомовні пісні, написані на основі Псалмів. Лютер пов'язав їхні тексти зі своїм реформаційним ученням, надав їм форми євангелічних пісень і зробив складником євангельської меси. Кілька духовних пісень Лютер написав для дітей та молоді.

Як відповідь на діяльність Мартіна масовими тиражами стали з'являтися літографії, картини й памфлети, які критикували протестантів. Суть пропаганди зводилася до простої думки: лютерани – погані, ми – невимовно чудові. Таким чином виник образ Мартіна Лютера із сімома головами: 1529 р., коли карикатура була створена, підтекст зчитувався легко: образ безпосередньо відсилав до звіра Апокаліпсису з Одкровення Іоанна Богослова.

Лютеру та його прихильникам нелегко було вести свою інформаційну політику: католики на свій лад перетлумачували біблійні тексти, спотворювали думки опонентів, не нехтували різними *маніпуляціями, шантажем* і *погрозами*, використовували й поширювали *чутки*, намагалися *обмежити свободу слова тощо*.

Вороги Лютера порівнювали поширення його ідей із епідемією. Папська булла 1520 р., в якій Лютеру погрожували відлученням від церкви, за мету ставила *"припинити просування цієї чумної хвороби, щоб вона не поширювалася далі"*. Вормський едикт 1521 р. попереджав, що слід не допустити поширення ідей Лютера, інакше *"весь німецький народ, а за ним і інші народи, заразиться тією ж хворобою"*. Ці документи підтверджують ефективність обраних Лютером методів.

Дії Лютера досягли певної мети: ***Тридентський собор,*** скликаний 1545 р., що тривав 18 років, хоч і засудив учення Лютера,

Видавництво Національний університет "Острозька академія"

проте папству довелося скасувати продаж індульгенцій, чого той і вимагав. *Це засвідчило двобічний характер комунікації у конфесійній сфері, адже діалог усе ж таки відбувся, хоч і своєрідно, а саме: протестантська Реформація спровокувала потужну пропагандистську кампанію як з боку лютеран, так і з боку римо-католиків; пропагандистське протистояння було виграно Лютером і його прибічниками, відтак його комунікаційні стратегії, технології й використані засоби були успішними, а інформаційно-пропагандистська кампанія – ефективною.*

Реформація ознаменувала у світовій історії тривалу й дуже масштабну ***інформаційну війну****. До неї були залучені як відомі історичні постаті, так і анонімні таланти "з народу", які активно пропагували реформаторські ідеї. Отже, комунікації із громадськістю Лютера та його прихильників були вибудувані відповідно до особливостей цільової аудиторії, вони залучили на свій бік представників різних станів, а активний опір опозиції, що обернувся Контрреформацією, – теж яскравий доказ доцільності використання комплексу комунікаційних технологій, які можна вважати взірцями протоPR раннього Нового часу.*

4.2.3. Релігійні течії протестантизму у пошуках цільових аудиторій

Ідеї Мартіна Лютера поклали початок ***протестантизму***, поява якого стала переломним моментом у соціальних комунікаціях.

Основними релігійними течіями протестантизму раннього Нового часу були ***лютеранство, кальвінізм, англіканство, у т. ч. пуританізм, цвінгліанство, пресвітеріанство***. Організаційна структура протестантських церков була пристосована до нової суспільної та культурної ситуації, нових духовних запитів особистості, яка звільнялася від станових пут – аристократичних, шляхетських, священницьких. Протестантизм усіх напрямів відстоював позицію про те, що знання релігійної істини дається людині божественним одкровенням. З огляду на різні соціальні та політичні умови виникли різні течії протестантизму. Отже *нова суспільна ідеологія формувала нові цільові аудиторії.*

Лютеранство постало на підґрунті німецької релігійної свідомості під час німецької Реформації, яка сформувала основи

Вимоги до навчальних матеріалів "Київський університет імені Бориса Грінченка"

світогляду протестантизму. Із Німеччини воно поширилося на низку європейських країн: Австрію, Угорщину, Францію, скандинавські країни, а потім і Америку. На сьогодні у світі налічується близько 75 млн лютеран.

Найбільш послідовне втілення *демократичні вимоги протестантизму знайшли у цвінгліанстві та кальвінізмі,* які всередині XVI ст. "злилися" у Швейцарській реформаторській церкві.

Цвінгліанство. Ідеологом та очільником швейцарської Реформації був ***Ульріх Цвінглі***. Він вивчав богослов'я у Віденському й Базельському університетах, отримав ступінь магістра мистецтв. Великий вплив виявили на Цвінглі твори Еразма Ротердамського. 1515 р. вони познайомилися. З 1518 Цвінглі був священиком у Цюріху, 1521 р. став членом міської ради, а рік по тому почав реформаторську діяльність.

Він, як і Лютер, проголошував незалежність віруючих від Папи і єпископів, заперечував культ святих і вимагав дозволити священникам одружуватися. 1523 р. Цвінглі опублікував "67 тез" і успішно захистив їх на наступних диспутах. У результаті міська рада Цюріха обрала своєю релігією протестантизм. У тому самому році Цвінглі склав із себе сан, і рада призначила його проповідником.

Цвінглі йшов до ідей Реформації незалежно від Лютера, але його вчення – цвінгліанство – багато в чому схоже з лютеранством. Як і Лютер, Цвінглі був прихильником суворого детермінізму (тобто вчення про об'єктивну закономірність взаємозв'язку і причинної зумовленості всіх явищ). Цвінглі суворіше, ніж Лютер, ставився до перевірки церковних тверджень на істинність: якщо для Лютера правильно все, що не суперечить Писанню, то Цвінглі визнавав істинним тільки те, що прямо підтверджується Писанням і вважав, що все, що відволікає від самозаглиблення і розраховане на чуттєвий вплив, має бути видалено із храмів. Уже 1524 р. цюріхські церкви позбулися живопису та музики, було скасовано католицьку месу, яку замінили проповіді на біблійні теми. У колишніх монастирях організовували школи та лікарні, а монастирське майно перейшло до фонду доброчинства й освіти. У кінці XVI ст. цвінгліанство "злилося" з кальвінізмом.

Кальвінізм. Колискою Реформації, безсумнівно, була Німеччина, але свідченням її об'єктивного визрівання в надрах католицького Середньовіччя, ураженого внутрішньою кризою, стала поява

Видавничий центр "Київський університет" Вороніна Е.Д. друк.

другого потужного вогнища церковного протесту в Швейцарії. Він виник одночасно з початком німецького руху, але практично незалежно від нього. Незабаром відмінності у тлумаченні загальних засад Реформації стали настільки суттєвими, що вже 1529 р. відбувся поділ німецької та швейцарської гілок Реформації. "Усесвітній альянс Реформатських церков" 1875 р. об'єднав близько 40 млн представників основних течій реформатства.

У цілому, ***реформатство*** або, як його часто називають – ***кальвінізм***, відрізняє від лютеранства чітка послідовність і жорсткість поглядів. Можливо, саме цей факт сприяв широкому поширенню реформатства, бо його різкі, похмурі, але логічно вивірені богословські форми задовольняли ту спрагу розсудливості у справах віри, яку виховала ще католицька традиція.

Основи реформатської традиції виклав у своїх працях ***Жан Кальвін***. Його основним твором є праця "Повчання в християнській вірі". У Женеві Кальвін також виявив себе як активний громадський діяч і доклав зусиль для перетворення життя міста відповідно до норм реформатського віровчення. Його вплив, як у Швейцарії, так і в Європі був настільки великим, що він здобув славу "женевського Папи".

Якщо Мартін Лютер почав протестантську Реформацію церкви в XVI ст. за принципом "прибрати з церкви все, що відверто суперечить Біблії", то французький юрист Жан Кальвін пішов далі – він прибрав із церкви все, що в Біблії не потрібно. Тому протестантська Реформація церкви за Кальвіном характеризується схильністю до раціоналізму й часто недовірою до містики.

Центральна доктрина кальвінізму – суверенітет Бога; похідні: визнання тільки Святого Письма – Біблії; відсутність чернецтва; заперечення церковної обрядовості (музики, живопису, скульптур).

Ідеї Кальвіна поклали початок широкому розвитку ***індивідуалізму***, сприяли у різних країнах здобуванню політичної незалежності, зокрема визволенню Нідерландів від влади Філіпа II, англійській революції XVII ст.

Пресвітеріанство – один із напрямів протестантизму й особлива форма церковної організації, стало одним із наслідків індивідуалістичних тенденцій, запроваджених ученням Жана Кальвіна і розглядається як *одна з національно незалежних гілок кальвінізму*. Пресвітеріанство зародилося в період протес-

Видавничий центр "Київський університет" Зразок не для друку

тантської революції в Шотландії в 1559–1560 рр. Його виникнення пов'язане з діяльністю ***Джона Нокса***, радикального протестанта і учня Жана Кальвіна.

Пресвітеріани заперечують необхідність посередництва церкви між віруючим і Богом, а також канонізацію святих і церковні таїнства. Обрядове життя зводиться до молитов, проповіді пастора, співу псалмів. Скасовано літургії та всі католицькі свята, окрім неділі, відсутні й пишні убрання священників. Пресвітеріани приділяють підвищену увагу освіті й постійному вивченню Святого Письма, теологічних творів і пресвітеріанської доктрини.

Англіканство. Становлення в другій половині XVI ст. третьої основної гілки Реформації істотно відрізнялося за своїм характером від зародження німецької та швейцарської гілок унаслідок історичних умов. Якщо в Європі Реформація йшла переважно "знизу", то в Англії вона почалася "зверху". Тож очевидним є факт зміни напрямку комунікацій. Слід мати на увазі й те, що визвольні церковні ідеї захопили Англію, прийшовши з континенту.

Реформацію в Англії розпочав король ***Генріх VIII*** (1509–1547). 1532 р. він ініціював розрив із Римом через небажання Папи розірвати його бездітний шлюб із Катериною Арагонською, та сприяв обранню *архієпископом Кентерберійським* протестанта ***Томаса Кранмера***, який написав нове віросповідання, реформував богослужіння та переклав його англійською мовою. Так з'явилася англіканська церква.

За підтримки народу Генріх скасував владу папи. Король і нація йшли до розриву дружно й одночасно. Учасники цих подій не підозрювали, яких результатів досягне Реформація. Вони намагалися звільнитися лише від важких для них особисто виявів папської влади, для знищення яких потрібно було похитнути принципи, на яких засновувалась папська влада, і підірвати духовний авторитет папства. Дії були спрямовані до припинення зловживань: було заборонено хартії, що заподіювали збиток юрисдикції королівських прерогатив в Англії. Але слід було упокорити й духівництво. Парламент підтримав короля: хоча у березні 1534 р. папа відлучив Генріха від церкви, у листопаді того самого року парламент проголосив ***супрематію*** короля як "єдиного верховного земного глави англійської церкви". 1535 р. Томаса Кромвеля призначили генеральним вікарієм.

Видавництво Навчальний центр "Київський університет" Версія не для друку

Англійська Реформація була дуже своєрідною: вона мала компромісний характер. Але важливо інше: у формуванні національної церкви в Англії зійшлися докупи інтереси різних верств: монарха, політичної еліти (парламент), простолюду. Тож у тому полягає особливість досягання мети різними цільовими групами суспільства.

Пуританізм виник у межах Англіканської церкви в період Реформації, і був релігійним напрямом, що прагнув "очистити" доктрину та структуру національної церкви Англії від католицьких елементів.

Формування пуританського руху почалося в середовищі англійських емігрантів, які осіли в Німеччині та Швейцарії під час гонінь Марії Тюдор. Одним із ідеологів пуританізму був Дж. Нокс. Пуританином уважалася людина суворих звичаїв, кальвініст у доктринальному сенсі й нонконформіст стосовно церковних обрядів і дисципліни. Пуританізм більше століття мав в Англії такий авторитет, який жодний інший рух, громадянський або релігійний, не отримував раніше.

У контексті ґенези ЗзГ різні течії реформаторства сприймаються як шляхи формування цільових аудиторій суспільства дещо різних за ступенем відторгнення старого сприйняття церкви та нового позиціонування віри як сфери духовного життя.

Вагоме значення в морально-етичних і духовних змаганнях Реформаторства і пошуках *відповідних до течій протестантизму цільових аудиторій* відіграли ***харизматичні лідери думок,*** які демонстрували Європі нові моделі духовного життя та звільняли від неволі духівництва, яке на той час цілком дискредитувало себе як моральний протагоніст. Важливо, що всі новоявлені в процесі Реформаторства течії зберігали єдину ідейну платформу й були націлені на духовне оновлення суспільства та створення нових умов для розвитку й самореалізації людини ранньомодерної доби – активної, зацікавленої у пізнанні світу, спраглої до життєвих благ, створених власною працею та здібностями.

Але успіх Реформації багато в чому залежав від *особистих якостей людини,* що стала моральним натхненником та організаційним *лідером* руху – Мартіна Лютера, який засвідчив свої *здібності й майстерність у зв'язках із громадськістю.* Він кинув виклик системі, що вважалася непохитною, і назавжди змінив хід історії. Багато ідей існували до нього, але він оформив їх та доніс

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

до населення. Головні ЗзГ-чинні цінності Лютера, які надихали його на реформаторську діяльність: вірність і глибока вкоріненість у ідеали духовності; відмова від компромісів із совістю; покладання на розум та логіку. Ці цінності були притаманні Лютеру як *успішному соціальному комунікатору*. ***Раціональне й харизматичне лідерство*** сукупно з *духовним* творили ***лідерів суспільних думок***, що сприяло прогресу європейської цивілізації.

У соціокомунікаційному контексті важливо те, що лідери думок – Лютер, Кальвін, Цвінглі, Крамер, Нокс – знайшли силу та мужність виступити проти церкви, роз'яснити широким верствам європейської громадськості, яких помилок припустилися папство та духівництво, і чому потрібно позбутися їхньої сваволі, запропонувавши альтернативу – релігію без зайвих комунікаторів, які надто дорого коштували.

Формування нового ідеалу життя та духовної самореалізації особистості – основний коефіцієнт корисної дії Реформації та її *духовних лідерів*: Лютера, Кальвіна, Цвінглі, Нокса, Крамера. Усі вони були дуже різними, їхні шляхи до опанування колективним свідомим мали власні комунікаційні стратегії та засоби, проте результат, якого вони досягли, виявився ефективним цивілізаційно: було створено модерне суспільство вищого рівня духовної зрілості, готове сприйняти і відрефлектувати динамічний Новий час у поліваріантних його виявах.

4.2.4. Пріоритети впливу Реформації на громадську думку

Реформаторська концепція протестантизму мала ***три рівні***: *реформація індивідуальна, реформація церкви, реформація суспільства*. Ці рівні, розташовані ієрархічно – від особистого до суспільного, визначили основні пріоритети впливу протестантизму на громадську думку.

Індивідуальний рівень – *переосмислення інституту шлюбу як добровільного союзу* рівних чоловіка і жінки на відміну від існуючої моделі шлюбу як засобу дотримання традиції, виконання батьківської волі, народження потомства або економіко-правового договору. Реформація виступила за сім'ю як за ідеальну форму хрис-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Видання для друзів

тиянської спільноти. Сила суспільства визначалася чеснотами подружнього життя: любов'ю, довірою, чесністю, порядністю.

Рівень духовно-соціальний. Соціальний ідеал протестантів – *чесна праця* як служіння Богу, труд за покликанням. Працю стали розглядати як почесний обов'язок, ознаку суспільної користі індивіда. Доброчинність, праця як суспільне служіння – усе це її вияви. Нові світські моделі вільного підприємництва та праці не бажали миритися із жадібністю, корупцією, ієрархією "престижних" і "непрестижних" професій.

На рівні суспільства протестантизм зумів досягти компромісу із інститутом влади, унаслідок чого країни із протестантською більшістю досягли успіху в розвитку *підзвітності влади*. Протестантські країни ввели *поділ влади* на законодавчу, виконавчу й судову, визнали виборність влади та *верховенство права*. Реформатори вважали *свободу совісті основою всіх свобод* і прийшли до розуміння нероздільності релігійних і цивільних прав та свобод; сформували *культуру критики й опозиції*.

Відтак вплив Реформації на громадську думку населення Європи прямував трьома шляхами: індивідуальним, що лежав до серця людини і формував ***кордоцентризм****; духовно-соціальним, що розкривав не лише* ***основні вектори духовної етики****, вираженням якої була релігія, а й ставлення до праці, що визначало критерії суспільної корисності та відповідальності індивідуума. Третій напрям – суспільно-політичний – означив нове ставлення до питань влади, державного управління, внутрішньої та зовнішньої політики держав і сформував сучасні принципи* ***правової етики****.*

Три рівні реформ сприяли формуванню комунікаційних тактик якісно іншого взірця – гуманних, доброчесних, позбавлених церковних догм, побудованих на верховенстві права, свободі совісті, яку почали вважати основою всіх свобод. Вплив на протестантську громадськість здійснювався в межах цих парадигм і був ефективним за суворої відповідності їм.

Унаслідок Реформації вплив церкви на суспільне й особисте життя став суттєво меншим, він не був уже таким усепроникним, як раніше, проте релігія продовжувала відігравати важливу роль у громадському житті – ***релігія, а не церква*** чи її представники. Це дуже багато важило в контексті впливу на громадську думку. Аби вплив був ефективним, необов'язково було використовувати кон-

фесійну атрибутику: споруди з їх інтер'єрами та екстер'єрами, предмети культу, релігійну літературу, культові заходи, ораторське мистецтво і служителів культу як носіїв концепцій та ідей. Для ефективного впливу на колективну свідомість достатньо було переконливості, сміливості, лідерських здібностей і головне – бажання змінити життя людей, зробити його кращим.

Релігійна належність стала гаслом політичної боротьби, і навіть приводом для невдоволення тим чи іншим політичним діячем. В Англії під час революції 1640–1660 рр., у процесі переходу Англії від монархії до буржуазної республіки, заможні представники буржуазії, шукаючи зближення з аристократією, виступили під знаменом *пресвітеріанства*, а прибічники рішучої боротьби з королівської владою – *пуританства*. Приводом до повалення влади короля Якова II Стюарта 1688 р. стала його належність до католицизму, що було неприпустимим в Англії, де панувала англіканська церква.

Водночас влада нерідко прикривалася релігією, розправляючись із людьми. Достатньо було публічно звинуватити особу в порушенні релігійних норм – і вона одразу ставала вигнанцем серед "добропорядних християн". Цим нерідко користувалися представники держави, громадські діячі у відносинах зі своїми політичними опонентами.

Церква втратила домінування у сфері влади, але залишалася доволі ефективним засобом формування громадської думки, оскільки багато тисяч вірян продовжували відвідувати храми та слухати проповідників. Зважаючи на це, влада й політики намагалися не сваритися із церквою, а залучати на свій бік. Церква, утративши соціальне та духовне лідерство, визнавалася владою й суспільством і намагалася зберегти свій вплив на громадську думку, для чого шукала нові або використовувала традиційні методи впливу.

Утрачаючи домінуюче становище у суспільстві, церква намагалася не втратити цілком свій вплив і, ставши знаряддям політичних протиборств, намагалась була корисною та потрібною владі, залишитися носієм певних духовних і морально-етичних цінностей. У цьому полягала її соціокомунікаційна роль як засобу впливу на громадську думку, коли у змінених умовах духовно-ментальних пріоритетів суспільства конфесійна комунікація виявила нові засоби і методи впливу на широкі верстви населення та не втратила цілком своєї суспільної ваги.

4.2.5. ПостPR Реформації, її вплив на світоглядні концепції Раннього Нового часу

У XVI–XVII ст. завдяки Реформації, що відбувалася в умовах становлення буржуазного суспільства, сталися зміни у людській свідомості. *Релігію поступово почали розуміти як сферу, що відає моральністю*. Загальнолюдські етичні цінності стали мірилом соціального буття. Це стимулювало теорію та практику ***антиклерикалізму*** (суспільно-політичний рух, скерований на ослаблення політичного впливу духівництва), приводило до ***секуляризації*** (звільнення від диктату церкви) суспільства, поширювало ідеї свободи віросповідання.

Історичною заслугою Реформації вважають появу в житті суспільства поняття ***"свободи віросповідання"*** у формі вільного вибору віруючим однієї з релігійних конфесій. Завдяки змінам у суспільному житті та розвитку науки з'явилася можливість критично й вільно поглянути на релігію. Провідні тенденції розвитку науки, нові суспільні відносини залишали все менше підстав для віри і залежності людини від надприродних сил.

ПостPR Реформації виявився напрочуд потужним і довготривалим, не обмежився впливом на світогляд раннього Нового часу. ***Наслідки Реформації фактично є її постPR.*** Їх варто розглянути, аналітично, структурувавши основні сфери суспільного життя.

Політика. Свобода віросповідання була першопочатком і заклала основи політичних прав і свобод, здобуток яких став наслідком *буржуазних революцій* в Англії та Франції. У перших Деклараціях прав людини XVII ст. закріплювалося право на віросповідання. *Свобода віросповідання стала однією із підвалин демократизації суспільства.*

Звільнення від церковних догматів, від ідеологічного засилля католицької церкви позитивно вплинуло на становлення політичної свідомості широких народних мас: буржуазії, селян, міщан та інших верств населення. Але найактивнішою в цьому процесі була молода буржуазія, яка згодом, захопивши роль лідера в економічному та політичному житті, визволила суспільство від феодально-абсолютистського режиму, дала відсіч спробам католицької реакції відновити свою владу та духовні інституції.

Видавництво Державного університету "Київський авіаційний інститут"

Релігія. Основним наслідком Реформації стала поява протестантських церков. На відміну від католицької церкви, вони не були об'єднані в єдину структуру – кожна країна отримала незалежну церкву. Незважаючи на численні теологічні та культурні розбіжності, усі протестантські церкви об'єднала віра в Ісуса Христа та ставлення до Біблії як до головного авторитету, а також упевненість, що кожен християнин є рівний перед Богом.

Економіка. Великий вплив Реформація здійснила на економіку. До Лютера світська робота вважалася марною. Лютер зумів донести до людей, що грецьке слово "покликання" стосується не лише служіння священника або ченця. Те, як воїн, підприємець, робітник або селянин виконує свою щоденну працю, також є дуже важливим для суспільства, чим Лютер прирівняв повсякденну працю до священства. Особливо це вплинуло на *підприємницьку діяльність*. Підприємець почав бачити у своїй діяльності поклик від Господа, а успіх у підприємництві стали сприймати як нагороду за чесну та сумлінну працю. Відомий соціолог Макс Вебер стверджував, що саме протестантська трудова етика, яка вбачає у праці служіння Богові, а не лише марноту, стала фундаментом добробуту багатьох країн. Якщо подивитися на списки найбагатших і найуспішніших держав, більшість із них мають протестантське коріння.

Освіта та наука. Лютер і його послідовники велику роль віддавали освіті. Вони заклали фундамент сучасної масової державної школи, без якої неможливі суспільний і технічний прогрес. Реформація вплинула й на університети. Лютер та його послідовники відмовилися від схоластики та спекулятивних теорій, натомість велику увагу приділяли вивченню мов і експериментам. Лютер учив, що *розум – це великий дар людині, і вона здатна використовувати його у повсякденних речах, які не стосуються морального вибору.*

Мова та держава. Переклад Лютером Біблії на німецьку мову спричинив справжню ***комунікаційну революцію*** – створив літературну норму, яка об'єднала всю Німеччину. Цим перекладом користувалися в усіх церквах і школах, що стало початком формування сучасної німецької нації та єдиної німецької держави. Велику роль у формуванні націй і національних держав протестантські переклади Біблії зіграли у Фінляндії та Латвії.

Видавництво Навчальний центр "Університетський" Вересень для друку

Очевидно, що *всі наслідки Реформації мають суттєву тривалість, отже і її постPR є пролонгованим, стійким і вивіреним часом.*

4.3. Зв'язки із громадськістю у політичному житті Ранньомодерної Європи

4.3.1. Нікколо Макіавеллі – засновник теорії політичних PR

Нікколо Макіавеллі вважають ***основоположником сучасних політтехнологій.*** Він став першим теоретиком ***політичних PR***. Його книга "Державець" (1513) донині залишається однією із найяскравіших праць із ***політичного консалтингу***, адже висвітлює проблеми політиків того часу, а також методи їхнього вирішення. Практичні поради, ілюстровані прикладами із сучасного авторові життя політиків та з екскурсами в історію для взірців, – ось як можна схарактеризувати твір Нікколо Макіавеллі "Державець".

У контексті історії PR інтерес становить не аналіз філософських, політичних і етичних поглядів флорентійця. "Державець" цікавий тим, що його автор значну увагу приділив *громадській думці та її впливу на політичне життя й діяльність державця.* Для Макіавеллі *настрій суспільства* нерідко був визначальним чинником усієї діяльності влади. Тільки належне ставлення громади здатне було принести владарю могутність, а країні – процвітання. Відповідно мислитель звертав увагу й на необхідність *вивчення громадської думки* та її використання в повсякденній державній діяльності. Вагомою парадигмою у контексті макіавелівської концепції політичних PR є ***громадський настрій***, що став об'єктом вивчення фахівців із PR тільки у XX ст.

Учення Макіавеллі ґрунтується на знанні складної та суперечливої, на його погляд, природи людини. Ефективна взаємодія людини й суспільства передбачала знання причин учинків, інтересів і прагнень, захоплень та психології. Макіавеллі був першим, хто почав вивчати людину і людські стосунки із *соціоло-*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

гічної позиції, поруч із проблемою особистості ним піднімалася *проблема народу, стану, класу, нації*.

Нікколо Макіавеллі одним із перших звернув увагу на ***соціальну психологію***, зацікавився питанням ***"психології юрби"*** і ***визначив державу як один із складників соціуму, фундаментальне суспільне утворення***. Згідно з позицією Макіавеллі можна виправдати будь-яку поведінку, спрямовану на здобуття, підтримку або посилення влади.

Як доводить Гайнц Пост, *концепції суспільної необхідності* та *суспільної корисності* були добре відомі Макіавеллі, хоч він стверджував, що мета виправдовує засоби; згідно з позицією Макіавеллі можна виправдати будь-яку поведінку, заради здобуття, підтримку або посилення влади; він уважав, що успіх державця підтверджується вердиктом народу, і йому пробачать певні вчинки, якщо вони сприяли успіху, оскільки в політиці, "де не існує морального суду, судять за результатами". Часте вживання слова "stato" (з італ. – держава) і акцент на необхідності розмежування успішної політичної діяльності та традиційної моралі свідчать про його завбачливість в усвідомленні проблем, що виникали під тиском зростаючої влади світської держави.

"Державець" було опубліковано 1532 р., проте інтерес до цього "інтелектуального бестселера" не спадає донині, незважаючи на те, що Макіавеллі давав державцям поради, які сьогодні видаються цинічними. Але в ситуації, в якій перебував Макіавеллі, тиранія була "гіркими, але необхідними ліками". Крім того, Макіавеллі називав речі своїми іменами, показуючи, що природа влади має зовсім не божественний характер, і що політику визначають не Бог або церква, а реальні земні інтереси й людські слабкості.

Макіавеллі зажив слави *політичного теоретика* завдяки доктрині моральної стійкості та цілеспрямованості, що спричинила появу дієслова "макіавеллізувати" у сенсі "практикувати хитру витончену політику", а також завдяки теорії політичного республіканізму, яка справила значний вплив на англійську й американську політичну думку XVII–XVIII ст.

Хоча Макіавеллі й був обмеженим гуманістичною вірою в циклічність історії, він провів складний економічний та соціальний аналіз проблеми політичного конфлікту (праця "Історія Флоренції"). Поряд із цим аналізом і природним детермінізмом

Видавничий центр "Київський університет"

Макіавеллі стоїть його *теорія держави як органічної системи, що керується власними законами розвитку й виправдовує будь-які дії, якщо вони приносять їй розквіт.* Це спонукало Фрідріха Майнеке у праці "Ідея державного розуму в новій історії" ("Die Idee der Staatsräson in der neueren Geschichte", 1924), де він розглядав проблему співвідношення етики і "реальної політики" і проводив думку щодо необхідності обмеження політики насилля й диктату, назвати Макіавеллі *"першою людиною, яка відкрила справжню сутність держави"*.

ПостPR Макіавеллі. Унаслідок діяльності Макіавеллі з'явилося й донині активно використовується поняття *"макіавеллізм"*. Його й досі здебільшого вважають прибічником політики, заснованої на культі грубої сили, підступності, віроломстві, лукавстві та лицемірстві, однак у високій моральності, чесності, особистій шляхетності Макіавеллі, на думку професора Дірка Гьогеса, сумнівів немає. "Це був розумний чоловік, талановитий політик, дипломат, філософ, історик, поет, драматург, театральний режисер і композитор", – уважає учений.

Створений Макіавеллі проєкт державного устрою показав не лише практичну значущість його ідей, а й високу міру патріотизму та громадянської моральності. Макіавеллі у "Роздумах" 1520 р. написав: *"Я переконаний у тім, що найвищий подвиг, який можна звершити – це те, що ти зробив для власної країни"*.

Як трактат, присвячений молодому владареві, "Державець" і сьогодні міг би залишатись одним із тих першоджерел, де описано й пояснено, як слід і як не слід чинити. Ідеалізація та героїзація влади, демонстрація життя можновладця як "він просто має своєрідну синекуру та отримує великі гроші" – усе це не відходить у минуле. Макіавеллі намагався показати реалістичний бік політичної діяльності та хоча б орієнтовно вказати на всі її "підводні камені". Це йому вдалося. Але феноменально, що воно актуальне донині, тож історію треба знати й розуміти, щоб не повторювати помилок попередніх поколінь. Однак мало хто насправді це використовує.

Ідеї Макіавеллі можна декорувати по-різному. Очевидно, що реалістичне бачення проблеми, скептицизм і критичне мислення, використання зброї маніпуляторів як засобу захисту від них, приховування істинних ідей та втримування влади – усе це актуально і сьогодні. Можна читати "Державця" як своєрідну ретроспективу

політичної думки – це цілком нормально, оскільки книга написана й опублікована відповідно 1513 та 1532 р. Звісно, деякі судження втратили актуальність, але, відкинувши метафорику, можна знайти чіткі вказівки того, як слід керувати державою.

Праці Макіавеллі уславили як його ім'я, так і його методи. Їх можна застосовувати не лише в політиці і виглядають вони напрочуд сучасно. А це чи не найуспішніший постPR.

4.3.2. Політичний протоPR державців Раннього Нового часу: іміджетворення політичного лідерства

Німецький історик Н. Еліас назвав XVI–XVIII ст. в Європі "епохою палаців і королів". У ті часи Людовик XIV вимовив, звертаючись до парламенту Парижа: "Ви вважаєте, панове, що держава – це ви? Держава – це я!". Королівська влада і особистість монарха були гарантією миру та добробуту заможних верств. Монарх був гарантом спокою та арбітром у всіх суперечках. За такого підходу монарший двір ставав головним джерелом влади, багатства, слави, а відносини з монаршою особою – сенсом життя. Королі й королеви, які уособлювали у ранній модерній Європі *абсолютну владу,* утворили пантеон непересічних особистостей, де кожен мав свій *імідж* і здобув довговічний *постPR*.

Історичні постаті, які уславили Францію, ефективно використовували *комунікаційні технології та стратегії впливу на громадськість* і, фактично, створили власний PR.

Катерина Медичі – королева-мати, отримала прізвисько ***"чорна королева"*** чи то за те, що першою у Франції стала носити жалобний одяг чорного кольору по смерті 1559 р. Генріха II, чи за те, що під час її правління відбулося *вісім релігійних воєн*. Найвідоміший їх епізод – ***Варфоломіївська ніч,*** 1572 р., що стала однією з найбільших трагедій в європейській історії. Масова розправа, що позбавила життя 30 тис. осіб, була організована та спровокована прибічниками радикальної "католицької партії" – родиною де Гіз, які виявилися чудовими стратегами і організаторами масових подій. Кривавими репресіями правляча католицька еліта намагалася зупинити гугенотський рух.

Видавничий центр "Київський університет"

Політичний авторитет Катерина Медичі, мати трьох королів, здобула завдяки регентству при своїх синах і в роки їхнього правління. Зусилля Катерини Медичі зберегти рід Валуа на престолі виявилися марними – через півроку після її смерті 1589 р. син Генріх III був убитий, а престол Франції посів запеклий ворог Генріх Наваррський, який став засновником династії Бурбонів.

Варфоломіївська ніч і образ "чорної королеви" – далеко не повний перелік, що становив постPR найвідомішій жінці Європи XVI ст. *Мадам Змія, Єзавель, Італійська перекупка, Отруйниця* – прізвиська і епітети, які Катерина Медичі здобула, ставши королевою Франції. Проте, не дивлячись на криваві сліди в історії та подекуди суперечливу тактику, вона позиціонується нині як мудра, далекоглядна жінка, стратегиня, владарка, королева-мати, яка трепетно вболівала все життя, що провела на політичній арені, за долю Франції.

Боротьба між католиками і протестантами загострилася, лише військовий талант, везіння та гнучкість Генріха Бурбона, а також гроші Єлизавети Англійської принесли позитивний результат. Після темних часів і воєн новим французьким монархом став ***Генріх IV***. 1598 р. він підписав Нантський едикт, в якому гарантував протестантам свободу віросповідання на території королівства. Безумовно, це був компроміс із метою покласти край громадянським війнам. Свобода віросповідання незабаром вступила у гостру суперечку з політикою максимальної централізації влади. Через півстоліття Людовик XIV скасував Нантський едикт, завдавши величезної шкоди французькій економіці, адже протестанти були найбільш економічно активними громадянами.

Але наприкінці XVI ст. усі *французи славили доброго* "Анрі IV" і його Нантський едикт. Усім здавалося, що настав час мирного процвітання. Король оповістив, що його мета – аби у кожного селянина у свято на столі парував горщик із курячим супом. Це йому вдалося. Тому *часи владарювання Анрі IV народ називав "золотою порою" достатку та процвітання. Це дійсно була чудова PR-стратегія та вдалий PR-проєкт.*

Унаслідок придворних інтриг 1610 р. Генріха IV було убито. На престол зійшов восьмирічний ***Людовик XIII***, якого назвали ***"Справедливий"*** *за те, що він був ініціатором популістських нововведень та ініціатив,* хоча саме він остаточно знищив про-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

тестантизм у Франції. Відомий як автор куртуазних пісень, багатоголосних псалмів, музики і танців до славетного "Мерлезонского балету" (1635), він був законодавцем моди в Європі. Проте він був доволі демократичним державцем: у період правління Людовика XIII королівські святкування вийшли на міські вулиці, а городян стали пускати до палацу. Така *публічність видовищних форм культури й відкритість до простолюду сприяла підвищенню популярності короля серед населення. Крім того, ці заграванння з людом виглядали як спроба встановити певну комунікацію державця з нижчими верствами. Це був успішний протоPR, що створив імідж праведного, добросердного короля*.

Поки Людовик XIII був дитиною, регенткою була королева-мати ***Марія Медичі***. У цілому для її правління характерні нестабільність і боротьба як корони з магнатами, так і змаганнями між аристократичними групами. У певний момент влада фактично потрапила до рук її коханця – італійського авантюриста *Кончіто Кончіні*. Щоб змінити ситуацію й відтіснити фаворита від важелів управління державою, Медичі допомогла своєму раднику Ришельє стати кардиналом і посісти посаду прем'єр-міністра Франції.

Арман Жан дю Плессі, герцог де Ришельє був відомим французький політичним діячем на прізвисько ***"червоний кардинал"***. Незважаючи на зловісний імідж, Ришельє зробив для Франції чимало. Кардинал хотів бачити державу сильною та незалежною, прагнув до зміцнення королівської влади. Йому не вдалося покінчити із традицією дуелей та інтриг серед провінційної шляхти та аристократів, але завдяки його зусиллям непокору короні стали вважати не привілеєм, а державним злочином.

Ришельє ніколи не приховував, що готовий піти на все, щоб зробити Францію величною, навіть почав Тридцятирічну війну.

Як зазначає історик Р. Мандру, кардинал знищив замки-фортеці французьких герцогів і баронів, що збереглися із Середньовіччя, розпустив їхні приватні армії та ввів обмеження на дії французької шляхти. Він став засновником першої в Європі шпигунської мережі.

Кардинал ніколи не плутав справи релігії й політики. Правовірний католик, він відійшов у політиці від церковних догм. Ришельє був прагматичним: гугеноти для нього були не єретиками, а політичними сепаратистами, і, якщо вони складали

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

зброю, – були прощені. У своїй політиці Ришельє переслідував дві головні мети: знищити могутність аристократії та втихомирити гугенотів. 1628 р. було захоплено Ла-Рошель, головну фортецю протестантів, і плани гугенотів про створення незалежної держави на півдні Франції були остаточно зруйновані. У боротьбі із представниками вищих верств Ришельє використовував *доноси, шпигунство, відверті фальсифікації,* руйнував спрямовані проти нього *змови,* у той час як від його *інтриг* постраждали багато блискучих представників французької аристократії.

Вороги Ришельє відрізнялися підступністю, заповзятістю, зухвалістю, – усім, окрім розуму. Інтелектуальна перевага Ришельє робила його надзвичайно успішним політиком. На гарматах, що нищили бастіон гугенотів Ла-Рошель, було вигравіювано: "Керує сила розуму".

Як мудрий, далекоглядний стратег і політик Ришельє *ввів у обіг* ***поняття "Європа"***, замість застарілого "християнський світ". Завдяки йому в Європі *утвердилася гегемонія Франції, почався бурхливий розвиток французької культури*. Ришельє всіляко сприяв цьому: *заснував Академію наук*, призначив пансіон талановитим художникам, письменникам і архітекторам.

Ришельє чудово розумів, яку роль у суспільстві відіграє інформація, саме тому під його протекторатом була заснована *перша в Європі інформаційна агенція* – "Адресне бюро" Теофраста Ренодо або офіс "Великого півня", яке відкрили на острові Сіте. За його ініціативою була *заснована перша в країні газета – "La Gazette" – офіційний орган пропаганди*, який кардинал зробив голосом свого уряду. Тож він *чудово усвідомлював значення політичного й державницького впливу на суспільство і знав, що преса в цьому є найкращим засобом та інструментом. Його постPR – слава всесильного державного діяча, мудрого, винахідливого, дещо авантюрного, інтелектуального, якому не чужі життєві радощі та сум.* Сьогодні французи вважають його одним із найвидатніших людей в історії Франції.

Своїм наступником Ришельє призначив ***Джуліо Мазаріні***, відомого *мецената і бібліофіла*: його зібрання книг започаткувало національну бібліотеку Франції. Герой багатьох мемуарів сучасників зазвичай постає в історії хитрим і цинічним, але водночас талановитим. Франсуа де Ларошфуко писав: "Розум

його був велетенський і працелюбний, сповнений підступності, характер – гнучкий". Людовик XIV, один із найбільш владних монархів в історії, за життя Мазаріні був номінальним королем.

Для сучасників Мазаріні став легендарною постаттю: рішучий, безкомпромісний, навіть безжальний, хоча іноді він виявляв терпимість до антиурядових поглядів, зокрема захоплювався "Листами провінціала" Паскаля. Його постPR – яскравий, колоритний, захоплює силою неординарної особистості, вражає різнобічністю її виявів і здібностей. За жорстокість і бездушність отримав прізвисько ***"людина із глиняним серцем".***

Король Франції ***Людовик XIV Бурбон – "Король-Сонце"*** турбувався про розкіш свого двору, витрачав величезні кошти на архітектуру та дизайн грандіозних палацово-паркових комплексів (***Версаль***, ***Лувр***), які захоплювали сучасників розкішним оздобленням кімнат, ландшафтними ансамблями та їхніми аксесуарами, на взірець 1400 версальських фонтанів, що виглядають як єдиний комплекс.

Маючи витончені манери та смак, король Людовик XIV був *законодавцем моди*. Фаворити уподібнювалися йому в усьому, особливо в прикрасах (вишивки золотом, хвилясті перуки, стрічки, мереживо) і манерах (реверанси, компліменти). Небувалого розвитку набули *церемонії* – пишні та продумані до найменших деталей. Людовик XIV запровадив найсуворіший *етикет*, згідно з яким ніхто не мав права звернутися до нього без попередньої згоди, а довкола було безліч аристократів, які виконували наймізерніші, але почесні в очах інших обов'язки; існували такі престижні посади, як "ординарний охоронець краваток короля" або "капітан кімнатних песиків". Усе це працювало на *імідж короля – яскравий, колоритний*, який формувався навіть через найменші деталі – на палацових воротах Версаля зображено сонце – особистий сакральний символ як емблема абсолютного державця Людовика XIV.

Король особисто обрав для власної ідентифікації образ Сонця. По-перше, Сонце, як джерело всіх благ – традиційний образ монарха, по-друге, Людовик говорив, що "... сонце рівномірно і справедливо розподіляє своє світло між усіма частинами світу ... воно невпинно рухається, а тим часом завжди спокійне ... воно ніколи не ухиляється від свого шляху". Це був для нього свого роду символ ідеального монарха. Сонце означало для нього спо-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

кійне правління. До своєї емблеми Людовик також включив девіз "Nec pluribus impar" (Рівний для всіх), що означало: король однаково дбає про всіх у державі, а в підтексті – як і сонце однаково зігріває і світить всім.

Якщо проаналізувати ***поведінкові моделі*** Людовика XIV в цілях формування власного іміджу, то виокремлюються два принципи соціокомунікаційної стратегії монарха.

Перший принцип: *відкритість*! Людовик побажав бути єдиним джерелом милостей для своїх підданих, суворо заборонивши міністрам звертатися із проханнями щодо інших. *Принцип відкритості французьких королів* Людовик уважав принципово важливою особливістю політичного ладу Франції, що відрізняє її від держав-деспотій: "Якщо у цій монархії є якась особливість, то це ***вільний доступ підданих імператора***". Короля легко можна було зустріти у Версальському парку, який був відкритий для всіх пристойно одягнених відвідувачів. Звичайно, не обходилося без неприємних наслідків: затоптували газони, били статуї та вази, робили на них написи, відгвинчували мідні крани, але традиція відкритості королівської резиденції все-таки зберігалася. Крім того, будь-який француз міг подати прохання королю під час ***публічних аудієнцій***.

Другий принцип: *працьовитість і професійне управління*. Король-Сонце привів своє життя у відповідність із уявленням про *працю як священний обов'язок монарха*: "Царювати – значить працювати, і царюють для того, щоб працювати; бажати одного без іншого було б невдячністю і зухвалістю перед Богом, несправедливістю і тиранією перед людьми", – писав він у своїх "Мемуарах".

Імідж Людовика XIV *великою мірою був створений його* ***оточенням.*** Основними складниками іміджетворення були: зовнішність, таланти та здібності, гідність і самовладання, суворе дотримання етикету, ставлення до статусу, взаємини з релігією, самоPR.

Зовнішність. Придворні вельможі обожнювали свого молодого монарха. Його сприймали як чоловіка високого, який, на думку його кузини, дочки Гастона Орлеанського, "настільки ж перевищує інших за зростом, як і перевершує за походженням". Насправді Людовик був середнього зросту – всього 1,68 м (за результатами вимірювання його обладунків), але стрункa фігура, упевнена, гордовита постава разом з високими підборами сприяли ілюзії.

Видавничий відділ Навчально-методичного центру "Університет Відродження" для друку

Художники зображували свого державця у вигляді античного бога, найчастіше – Марса, хоча особисто він не відчував потреби позиціонуватись героїчною або божественною особистістю. Є кілька його зображень у вигляді Короля-Сонця, зокрема в ошатних театральних строях.

Проте більшість численних портретів Людовика, а за час його правління було створено близько 300 зображень, представляють його як величного монарха – гідна постава, натхненне вольове обличчя, ошатний, прикрашений діамантами, одяг, основним складником якого здебільшого була королівська мантія. Предмети інтер'єру теж мали певне метафоричне звучання: мармуровий стовп зазвичай символізував традиційне втілення сили від часів Відродження (алегорія світової осі, об'єднуючої земні й небесні сили, символ стабільності); трон, оббитий синьою тканиною і розшитий fleur delys, на узвишші – утілення непорушної влади монарха. Звичайно, тут була і певна частка марнославства, проте головна мета портретів полягала в постійному нагадуванні придворним про те, хто саме стоїть над ними всіма: так само чинили й диктатори XX ст.

Коли король залишав залу, у ній виставляли його портрет, до якого потрібно було ставитися так само шанобливо, як особисто до монарха: наприклад, ніхто із придворних не міг повернутися до нього спиною. Словом, портрети Людовика грали величезну роль у політичному житті Франції того часу, що проходила під прапором абсолютизму. Вони персоніфікували та віддзеркалювали образ монарха повною мірою.

Таланти та здібності, гідність і самовладання. Придворним імпонували і спритність короля у спортивних вправах, і його спокійна гідність, стримана манера поведінки, далека від фамільярності. Людовик умів бути невимушеним у спілкуванні, вчасно пожартувати, сказати ласкаве слово. Захоплений зненацька прохачем, коротко відповідав: "Я подумаю".

Іноді, як і будь-яка людина, він утрачав самовладання, але це бувало вкрай рідко, і чутки, що ходили при дворі, нерідко ставилися під сумнів. Говорили, наприклад, ніби в листопаді 1671 р. король дорікнув Кольберу, який відмовлявся видати готівку на військові витрати: "Це ваша собача торгівля з'їла готівку". Але савойський посол Сен-Моріс, який передав цю чутку, перший їй не повірив, знаючи, що король ніколи не говорив у такому тоні.

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Зверстано для друку

Персональний PR. Культ короля був не його особистою потребою, а раціонально обґрунтованою політичною програмою.

1680 р. король прийняв від паризької ратуші титул "Великий". Члени Французької академії обов'язково у свої вступні промови включали славослів'я монарха. Єлизавета-Шарлотта Пфальцька 1701 р. висловилася: "Одного разу я запитала одного розважливого чоловіка, чому в усіх книгах неодмінно хвалять короля. Він відповів, що видавцям було спеціально наказано не друкувати жодних книг, які не містили б таких похвал. Французи зазвичай багато читають, відтак похвали королю вселяють їм повагу і пошану до нього. Ось чому так чинять, і зовсім не заради короля, який ніколи не читає цих вихвалянь і не слухає їх…".

Етикет як найважливіша частина іміджу VIP. "Сонячному" монарху довелося пережити молодшого брата, сина, онука і його дружину, правнука і ще одного онука. Але жодні переживання чи душевний біль не могли змусити Людовика порушити налагоджений двірцевий чи державний устрій. Він проводив урядове засідання на другий день після смерті сина, хоча при цьому з важкістю говорив і весь час плакав. Переборюючи себе, він вимагав того самого і від інших. Своїй дочці – пані Лавальєр, король лише поступаючись її сльозам, дозволив носити жалобу за матір'ю: демонстративний вияв скорботи за приватною особою суперечив нормам етикету.

Ставлення до статусу. У своїх "Мемуарах" Людовик XIV писав, що королі "... повинні бути одночасно скромними особисто і гордими за місце, яке вони посідають". Він тримався замкнуто, не допускаючи сторонніх у свій внутрішній світ, але найближча до нього людина, пані Ментенон, 1707 р. зазначила: "Він не бачить у собі нічого особливого, зовсім не вважає себе виключним, він переконаний, що інший робив би все так само добре, як і він, і багато в чому навіть перевершив би його ... у нього і за рік не набереться стільки виявів гордості, скільки у мене за один день".

Релігія. Саме в питаннях релігії сумну роль зіграли відсутність у короля широкого світогляду, книжної культури. Завдяки материнському вихованню, Людовик виріс переконаним католиком. Але його віра була вірою "простолюду": коли Вольтер розпитував кардинала Флері про релігійність покійного короля, старий прелат відповів: "Він вірив як вугляр". Особлива увага приділялася

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

дотриманню обрядів. Людовик щодня, а не раз на тиждень, слухав месу, не роблячи собі послаблення навіть через хворобу: тоді він слухав її в ліжку. Дотримуючись старої традиції французьких монархів, "Король-Сонце" щорічно у Страсний Четвер мив ноги 12 жебракам, обтирав і цілував їх. Він щодня читав найпростіші молитви, у свята вислуховував довгі проповіді.

Однак виявити терпимість до інших конфесій Людовик не зміг, і це заважало процвітанню країни, тому що у фінансовій сфері було дуже багато аристократів-гугенотів. Гоніння на цю конфесію заважало повноцінному економічному розвитку Франції.

Класичний імідж VIP. Людовик був одним із найпунктуальніших керівників країни, і вся його поведінка під час 54-річного урядування показує, що він був людиною обов'язку, обов'язку перед своєю державою, перед своєю королівською гідністю, перед своїм статусом VIP. Людовик XIV був відповідальним за те, що він монарх.

Людовику XIV приписують фразу, яку він нібито сказав на засіданні Генеральних штатів 13 квітня 1655 р., звертаючись до депутатів Франції: "Ви думаєте, панове, що держава – це ви? Помиляєтесь! Держава – це я!". Фраза "L'état c'est moi" стала чи не основною іміджевою рисою Людовика XIV. Вислів "держава – це я" якнайкраще відображає і характер монарха, і те, якою повною й абсолютною владою він володів. При ньому королівська влада перетворилася на абсолютну монархію, а Франція стала найвпливовішою державою в Європі.

Відомо, що на смертному одрі Людовик XIV виголосив іншу фразу, а саме: "Я вмираю, але Держава завжди залишиться" ("Je meurs, mais l'État demeurera toujours"), у якій – глибока любов до вітчизни людини, що поклала життя на її процвітання й добробут, адже саме при Людовику XIV в загальноєвропейському масштабі посилився авторитет Франції, піднявся її престиж.

У своїх "Мемуарах", складених як повчання синові, спадкоємцеві престолу, Людовик, усвідомлюючи свою *патерналістську місію щодо народу Франції* й відповідальність за його добробут, зазначав: "Ми повинні ставити благо наших підданих набагато вище нашого власного блага ... Ми народжені лише для суспільного блага" ... "Покора і шана, які ми отримуємо від наших підданих, даються не дарма, а в обмін на справедливість і

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Вересня не для друку

заступництво, які вони розраховують отримувати від нас". Очевидно, що він був відповідальним монархом.

Людовик знав свої слабкості (війна, жінки, католицизм) і не претендував на святість. У той самий час він ніколи не допускав, щоб ці слабкості зганьбили б його імідж.

Його імідж становили як *особисті переваги, так і високий професіоналізм*. На основі його досвіду можна скласти свого роду список необхідних якостей іміджу VIP: професійність; освіченість; органічне існування в суворих межах етикету; скромність; працьовитість; стриманість у публічному вияві почуттів; суворий самоконтроль і дисципліна. Навіть розваги для Людовика були багато в чому державною справою, їхня пишність і чітко відпрацьований церемоніал працювали на імідж монарха.

У Людовика XIV не було нічого, крім управління країною. Він не міг собі дозволити займатися чимось стороннім, наприклад, писати трактати з демонології, як Яків I Англійський, чи вирішувати проблеми алхімії, як імператор Рудольф II, або особисто будувати кораблі й шити собі чоботи, як Петро I.

Людовик XIV формував свій імідж подібно Родену, який створював свої скульптури за принципом "... відсікання від шматка мармуру всього зайвого".

Людовик XV Улюблений в історію увійшов як король, що став жертвою своїх фавориток, за що прусський король назвав період його монаршої каденції "правлінням трьох спідниць". Титул офіційної фаворитки короля дозволяв дамам не тільки на власний розсуд поводитися із державною казною, але й втручатися в політичні справи країни і навіть впливати на особисте життя королівських осіб. Найбільшу "славу" Людовику XV принесла *маркіза де Помпадур*.

Захоплений особистим життям і полюванням, Людовик XV ретельно не переймався державними справами, військові перемоги його теж не приваблювали, тож він програв Семирічну війну (1756–1763), унаслідок чого Франція втратила частину колоній на користь Англії, яка зуміла скористатися невдачами своєї суперниці, щоб знищити її морське значення і зруйнувати французький флот. Франція опустилася до рівня третьорядної держави. На тому самому рівні опинився й авторитет її державця.

Видавничий центр "Київський університет" Вільна для друку

Як і поразка в Семирічній війні, на долі Франції та іміджі Людовика XV украй негативно позначився подальший конфлікт монарха із парламентом Унаслідок нерозважливих дій Людовик XV утратив комунікацію із парламентом, що паралізувало на деякий час цей потужний орган управління державою. Історія розкриває як це було.

Після програної Семирічної війни, фінансове становище Франції було жахливе, дефіцит у казні – величезний. Для його покриття були потрібні нові податки, але паризький парламент 1763 р. відмовився їх зареєструвати. Король примусив парламент до цього за допомогою *lit de justice* (верховенство королівського суду над будь-яким іншим – принцип, згідно з яким, якщо парламент приймає рішення іменем короля, то у присутності особисто короля, парламент не має права що-небудь робити відповідно до приказки: "Коли король приходить, судді замовкають"). Провінційні парламенти пішли за прикладом паризького: Людовик улаштував другий *lit de justice* (1766) і оголосив усі парламенти звичайними судовими установами, які мають вважати за честь коритися королю. Парламенти, проте, продовжували чинити опір. Тоді членам парламенту було оголошено, що король позбавляє їх посад. Замість парламентів були встановлені нові судові установи.

Народ із глибоким обуренням поставився до насильницьких дій уряду, проте Людовик не звертав уваги на народне невдоволення, а коли йому вказували на небезпеку, що загрожувала престолу, він апелював до сумнозвісної фрази: "Після нас – хоч потоп". За переказами, ці слова вимовила маркіза де Помпадур, утішаючи короля після того, як Франція програла англійцям Індію та Канаду.

Політична й фінансова кризи, що стали наслідками неналежного правління та взаємин Людовика XV з парламентом, свідчать про те, що втрата взаєморозуміння у державі, недалекоглядність монарха, невміння налагодити комунікацію з тими верствами, які могли б надати підтримку, призводить до поразки влади і дискредитації авторитету монарха. Конфлікт із парламентом, як і поразка у Семирічній війні, вкрай негативно позначилися і на долі Франції, і на іміджі Людовика XV.

Унаслідок пишного процвітання фаворитизму за часів його правління, Людовік XV, який був дуже охочий до жінок і за любовними пустощами занедбав державні справи, увійшов до анналів

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вечірня та заочна форми

світової історії із *прізвиськом* ***Улюблений*** і знаний як ***"король-бабій"*** або ***"король-коханець".*** Із його ім'ям асоціюється період європейської історії, що має промовисту назву ***Галантна доба***.

Королі та королеви Франції, так само як і монархи інших країн Європи, увійшли в історію з *виразними образами, які зазвичай додавались до їхнього імені, або асоціативно донині побутують і створюють їм ефектний постPR.* Мало хто згадує, що ***Генріх VIII Тюдор*** був королем-реформатором, засновником англіканської церкви, але більшість знає його як ***"Синю бороду"*** і одразу асоціює з історією про Анну Болейн. Ніхто зазвичай не згадує, що внаслідок тієї драми з'явилася на світ майбутня перша королева Англії – ***Єлизавета I***, звана ***"доброю королевою Бесс", "Королевою-дівою"***, часи правління якої вважають "золотою епохою Англії" (1553–1603) у зв'язку з розвитком культури та зростанням значення Англії на світовій арені (розгром Непереможної армади, Ост-Індська компанія). Прихід до влади Єлизавети I розпочав *традицію надавати право жінці очолювати державу, отже це започаткувало процес фемінізації королівської влади, вплинуло на гендерну структуру суспільства.*

А крім того, в історії Англії в Ранній Новий час були такі неперевершені державні лідери, як ***"королева на дев'ять днів" Джейн Грей***; ***Марія I Тюдор***, відома як ***Марія Кривава*** (чи ***Кривава Мері***), та як ***Марія Католичка***, якій не поставили жодного пам'ятника, її ім'я асоціюється із жорстокими репресіями, а день її смерті відзначали в країні як національне свято; ***Олівер Кромвель*** – вождь Англійської революції, видатний воєначальник і державний діяч; ***Вільгельм III, принц Оранський*** на прізвисько ***Мовчазний,*** яке він отримав, оскільки *не робив зайвих декларацій*, а все *аналізував і очікував, визрівав для рішучих дій,* король-реформатор, один із ватажків *Нідерландської буржуазної революції,* основоположник політичної та економічної систем Англії, що зробили її потужною світовою державою. Їхні неповторні, колоритні образи увійшли до галереї державців світової історії, а їхні діла, праведні чи неправедні, створили їх іміджі.

Іміджетворення політичного лідерства у ранню Модерну добу зайняло особливе місце в системі владних відносин і суспільстві загалом. У феномені лідерства в ті часи найяскравіше виявилася "видимість" влади, її наочність. Недарма ***феномен***

політичного лідерства якраз у ту епоху зацікавив представників світової політичної думки. Нікколо Макіавеллі розглядав політичного лідера як державця, здатного використати всі доступні засоби для збереження та "наведення влади". Услід за ним філософи вікторіанської доби Томас Карлейль і Ральф Емерсон уважали лідера засновником історії, наділеним особливим талантом. Їхні концепції стали підґрунтям ідеї політичного лідера як надлюдини, яку сформулював Фрідріх Ніцше.

Політичні лідери раннього Нового часу шляхом формування іміджу, постійної самодемонстрації та самопрезентування широким верствам населення власної країни та Європи довели, що лідерство – це різновид влади, специфікою якої є спрямованість зверху вниз, а також те, що її носієм виступає одна людина: це "влада, здійснювана одним або декількома індивідами для того, щоб спонукати членів націй до дій" (Жан Бродель). Своїми поведінкою, рішеннями, діями, стилем життя та зовнішністю "сильні світу" через власні іміджі довели, що лідерство – це управлінський статус, соціальна позиція та керівна посада, пов'язана із прийняттям рішень. Як зазначає Даунтон, лідерство – це "становище в суспільстві, що характеризується здатністю особи, що це становище займає, скеровувати й організовувати колективну поведінку деяких або всіх його членів". Лідерство – це вплив на інших людей, а отже – один із потужних інструментів PR, який виявив ефективність і успішно був реалізований у ранню Модерну добу.

Ранні Нові часи позначені ***унікальними феноменами***, що зіграли дуже своєрідну роль у соціальних комунікаціях: їм була притаманна неймовірна здатність до самопіару, демонстративності, іміджетворення, уміння вдаватись до вишуканих маніпулятивних технологій і реалізувати їх як серед собі подібних, так і щодо "сильних світу".

Не тільки державотворці, політики, духівництво, діячі мистецтва та філософи славились своїми здобутками у сфері соціальних комунікацій. *Корсари, флібустьєри, букан'єри, морські розбійники* – ***джентльмени-щасливці*** – так називали ***піратів***. Їхня репутація піратів була абсолютно інакшою, ніж нині: їх боялися, але ними захоплювалися, намагалися залучити на свій бік і заручитися їхньою підтримкою. Декому вдавалося досягти високих державних посад через удало реалізовані засоби впливу й

PR-акції. Вони були умілими комунікаторами як у політичній, так і в економічній сферах. Крім того, пірати були природженими піарниками, адже як ніхто вміли себе презентувати, створити власний імідж, удатися до самопіару. ***Золота доба піратства*** тривала від середини XVII ст. до середини XVIII ст.

Стосовно ***інваріантності соціокомунікаційних тенденцій*** Нового часу, то у XVIII ст. особливого поширення набув ***авантюризм***, що спонукав до пригод, мандрів, ризикованих заходів, розрахованих на випадковий успіх; справ, без урахування реальних можливостей. Авантюризмом характеризувалася поведінка, діяльність осіб, яким заради досягнення легкого успіху були властиві ризиковані безпринципні вчинки. Схильність до авантюр виявили у XVIII ст. такі особи, як ***Кончіно Кончіні*** (фаворит королеви Марії Медичі), ***граф Каліостро*** (підробляв паспорти, квитанції, театральні квитки, виготовляв фальшиві карти із зазначенням місця неіснуючих скарбів, фальсифікував заповіти, будь-чиї підписи), ***леді Гамільтон*** (Емма Лайон, відома завдяки своїм епатажним любовним інтригам, красі та мистецьким талантам), ***Джакомо Казанова*** (одна з легенд світової культури, що перш за все асоціюється з любовними пригодами й авантюрами, позиціонується поряд із такими літературними персонажами, як *Дон Жуан Ловелас, Фоблаз),* ***Єлизавета Кінгстон*** (англійка, яка мала двох чоловіків), ***граф Сен Жермен*** (алхімік, який "видобував" діаманти), ***Шевальє д'Еон*** (французький дворянин, таємний агент, який належав до дипломатичної організації "Таємниця короля"). Авантюристи були успішними маніпуляторами, майстерно вводили в оману, вдавались до сугестії та навіювання. Зазвичай їхні технології були успішними, а своєрідні PR-кампанії ефективними.

За епохи абсолютизму в Європі набув неабиякого поширення ***фаворитизм*** – заступництво з боку високопосадових осіб своїх улюбленців наданням титулів, привілеїв, повноважень. У XVII–XVIII ст. фаворитизм став цілком повсякденним явищем у житті суспільства. У Франції існувало навіть поняття "офіційна фаворитка", яка мала практично необмежений вплив на короля. Такими фаворитками були Франсуаза де Шатобріан (Франциск I), Діана де Пуатьє (Генріх II), Марі Туше (Карл IX), Марія Клевська (Генріх III), Діана д'Андуан, Габрієль д'Естре, Генрієтта д'Антранг (Генріх IV), Луїза де Лавальєр, Атенаїс Монтеспан, Фран-

суаза де Ментенон (Людовик XIV), Луїза де Мальї, графиня Дюбарі, Маркіза де Помпадур (Людовик XV), яка зуміла стати символом епохи. Фаворити відігравали суттєву роль у політичному та соціокультурному житті не тільки в межах двірцевого ареалу монарха, а й держави в цілому. Іноді вони виходили на міжнародний рівень. Їхні комунікації були настільки вишуканими, майстерними й витонченими, що їхні патрони навіть не усвідомлювали, як ними маніпулюють, використовуючи в бажаних цілях. Фаворити здебільшого були схильні до неетичних маніпулятивних технологій, які вони спрямовували на безпосереднє оточення монарха; це були *інтриги, хитрощі, лукавства, плітки, чутки, змови, підступи, омана, брехня*, – неможливо перелічити всі засоби тогочасних "чорних" PR, які завдавали неймовірні репутаційні збитки, шкоди життю і навіть призводили до загибелі.

Ці унікальні феномени модерного соціокультурного середовища були неперевершеними піарниками і мотиваторами, чудовими маніпуляторами, тонким психологами, майстерними комунікаторами. Їхні неперевершені іміджі не тільки стали окрасою світової історії, а й надихали літераторів, музикантів, художників, врешті кінематограф і театральне мистецтво на яскраві неповторні образи, що стали символами і PR тієї доби.

4.3.3. Технології політичних ЗзГ у пошуках модерної демократії

Важливою подією раннього Нового часу став *прихід до влади представників буржуазії*, які отримали можливість не лише впливати на прийняття державних рішень, а й безпосередньо керувати країною. Найяскравіше це було виражено у Нідерландах (на той час – Голландська республіка) та Англії.

*У **Нідерландах*** протягом 1650–1672 рр. верховна влада опинилась у руках представника великої буржуазії *Яна де Віта*, який на посаді *Великого пасіонарія* керував країною, усунувши правочинного державця *Вільгельма Оранського*.

В ***Англії*** у результаті революції 1640–1660 рр. заможна буржуазія отримала владу. Настав республіканський період (1649–

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія 1.0 для друку

1660 рр.). Англійський парламент залишив за собою повноту влади. Політичні партії, що з'явилися в результаті революції, – торі (прибічники аристократії) та віги (буржуазні реформатори) почали активну боротьбу між собою; методи боротьби англійських політичних партій за місця в парламенті надовго стали взірцем для політиків і становлять інтерес щодо використання PR-комунікацій.

Навіть у тих країнах, де буржуазія не була безпосередньо при владі, її підтримувала держава. Характерним прикладом такого явища стала ***Франція***, де у другій половині XVII ст. міністр Людовика XIV *Ж.-Б. Кольбер* сприяв розвитку підприємництва й морської торгівлі.

Прихід до влади особистостей, які мали авторитет не за походженням, а завдяки власним досягненням, став початком нового етапу розвитку ЗзГ. Раніше політичні й державні діячі, що були представниками спадкової аристократії, не мали потреби в підтримці та схваленні мас, але із приходом виборчої системи влади, вихідці з демократичних верств потребували громадської підтримки задля закріплення своїх прав і можливостей на участь у політичному житті.

Держава здійснювала спроби залучати громадськість до діяльності влади. Зокрема, у Франції з XVII ст. практикували публічний розгляд громадських судових справ, що сприяло підвищенню інтересу населення до судової діяльності держави й політизації представників різних верств населення. Це привело до появи *нових рівнів комунікації в політичній сфері*: проста дворівнева система "влада – піддані" більше не діяла. З'явилась необхідність у налагодженні комунікації між різними рівнями влади з різними верствами населення. Найвиразніше ця тенденція виявлялась в Англії, де в XVIII ст. парламентаризм переживав епоху бурхливого розвитку. Влада короля вже наприкінці XVII ст. була значно обмежена парламентом, який намагався зробити те саме й стосовно кабінету міністрів.

1701, 1705, 1716, 1782 рр. в Англії були прийняті закони, що обмежували вплив короля та правлячої верхівки на виборчу владу. Передусім, було введено заборону на членство в парламенті людей, які перебували на королівській службі й отримували за це платню. Надалі набула розвитку концепція "відповідального уряду": 1721 р. з'явився кабінет міністрів, який невдовзі

почав формуватися із членів партії, що перемогла на парламентських виборах. Відносини між парламентом і кабінетом міністрів були не простими, обидві сторони *активно цікавились громадською думкою, щоб укріпити власні позиції*. 1742 р. парламент відправив у відставку прем'єр-міністра Р. Волпола, а 1782 р. – увесь кабінет міністрів Ф. Норта, з огляду на громадське невдоволення через поразку Англії у війні з північноамериканськими колоніями. Але й уряд, проаналізувавши громадську думку, міг аналогічно діяти проти парламенту: 1784 р. британський політик В. Пітт-молодший у відповідь на погрозу відставки Кабінету ризикнув розпустити парламент і на нових виборах отримав більшість, що дозволило йому зберегти за собою посаду прем'єр-міністра. Не дивно, що парламентські вибори стали однією з найважливіших подій політичного життя Англії й полем для використання різних методів і прийомів комунікації.

Для XVIII ст. найхарактернішим був ***масовий підкуп виборців***, але оскільки у 1726 і 1762 рр. були прийняті закони про заборону такого методу, кандидати та їхні "передвиборчі штаби" удавалися до численних хитрощів, які цілком можна віднести до системи технологій "політичного PR".

Ураховуючи, що кількість виборців в Англії у XVIII ст. становила не більше 250–300 тис. (із десятків мільйонів жителів), у кандидатів були можливості здійснювати прямі контакти майже з кожним представником електорату. Дуже поширеним прийомом підкупу було частування виборців, а також оплата їхнього проїзду до місця виборів. Іншим способом обійти закон про прямий підкуп виборців стала купівля у виборців дешевого непотребу за високу ціну. Неодноразово кандидати, не бажаючи займатися окремими виборцями, звертались до міської ради й обіцяли кругленьку суму за перемогу на виборах. У результаті в першій половині XVIII ст. можна було придбати місце в парламенті в середньому за 500 фунтів, а у другій половині – за 5–9 тисяч. У той період подібна практика продажу голосів не вважалась ганебною й навіть розглядалася виборцями як додатковий заробіток. Більше того, з'явились *спеціальні агенти, які торгували голосами виборців і отримували за це відсотки.*

Новостворені виборчі органи влади, формування яких залежало від волі виборців, просто не могли не підтримувати кон-

Видавництво Національний університет "Острозька академія" Всесвітня історія для вступників

такти із громадськістю. Приміром, французький мислитель XVIII ст. Г. де Маблі, даючи характеристику Генеральним Штатам ***Нідерландів***, зауважив, що "члени Генеральних Штатів повинні сповіщати свої провінції про тему обговорення й зобов'язані оприлюднювати судження згідно з наданими їм інструкціями". Як бачимо, ідеться про роботу депутатів із виборцями.

У ***Франції*** *політизація суспільства* почалась лише в кінці XVIII ст., *масова комунікація залишалась переважно усною – грамотних людей було мало.*

Очевидно, що пошуки оптимальних способів управління державою вели до використання різних комунікаційних стратегій. Важливо, що комунікація вже була двобічною, хоча й асиметричною: населення реагувало стримано, але громадська думка цікавила і парламент, і політиків, і державних діячів, які намагалися підтримувати контакти з населенням, формувати в колективному свідомому інтерес до державної діяльності та політики. Відтак, намітився істотний прогрес у становленні зв'язків із громадськістю.

4.4. Преса – рушій розвитку зв'язків із громадськістю XVII–XVIII ст.

4.4.1. Преса XVII ст. – каталізатор ґенези ЗзГ

4.4.1.1. Комунікаційна функціональність Ранньомодерної журналістики

Те, що засоби масового інформування можуть чинити помітний вплив на формування громадської думки, суспільство усвідомило заздалегідь. Як уже зазначалося, в часи Античності з'явилися перші протогазети, у Середні віки відомості про те, що і де відбувалося, поширювалися усно й письмово. Їх передавали вояки, купці, мандрівні ченці, проповідники, герольди, глашатаї та інші люди. Ці повідомлення дуже цінувалися публікою того часу. У Венеції 1500 р. важливі новини записували на аркушах паперу, які вивішували й оприлюднювали на площах. Магістрат Венеції збирав і розсилав усім послам Венеціанської республіки різні звістки з метою їхнього інформування про події у світі. Із

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Текстове для друку

цих магістратських зведень робили копії для приватних осіб за дрібну монету під назвою "gazetta" (звідси й походить термін "газета"). У Венеції, під час війни між Венецією та Туреччиною 1499–1503 рр., за розпорядженням уряду з'явилася *публічна газета*, яка *видавалася щомісячно у вигляді манускрипту й зачитувалася вголос на майданах.*

Ранньомодерна Італія стала і колискою ***журналізму.*** У першій половині XVI ст. відомим стало ім'я тосканця ***П'єтро Аретино***, який поширював усією Європою гнівні публіцистичні твори: *памфлети й відкриті листи, "бесіди", сатиричні "пророцтва",* у яких, як і в комедіях "Придворне життя", "Лицемір", трагедії "Горацій", пародійній поемі "Орландіно" та віршах, викривав вади аристократії й духівництва. Нещадний критик "багатоликих мужів Відродження" отримав прозвисько "Італійський Гаргантюа". Він став відомим завдяки сатирі "Заповіт слона", написаній по смерті улюбленої тварини понтифіка. Сповнений уїдливих жартів щодо папського кліру, твір став популярним серед вищого духовенства, яке відтоді почало протегувати сатирикові. Водночас Аретино здобув славу серед простолюду завдяки безлічі дотепних і злих "пасквінатів", що висміювали святців із папського оточення, а таку назву дістали, бо чіплялися на статую Пасквіно в Римі.

Предметом його уїдливих насмішок були майже виключно високопоставлені особи. Їхній спосіб життя і злочини давали великий матеріал для гучних викриттів. Таким чином, діяльність Аретино набувала великого суспільного змісту. Що важливо, на думку італійських дослідників, явних вигадок у своїх пасквілях Аретино не допускав. У 90 % випадків він лише публікував інформацію про відомі скандали, пускаючи в обіг достовірні факти, надавши їм несподівану та їдку форму.

Тож не тільки духовенство, а й світські добродії прагнули домогтися прихильності Аретино. Їм доводилося постійно надсилати йому подарунки, гроші, аби він писав про них виключно позитивно й утримувався від критики на їхню адресу. По суті він безсоромно торгував своїми панегіриками й епіграмами, за що Тиціан називав його "кондотьєром від літератури". "П'єтро Аретино продемонстрував несподівану можливість письменни-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вперше на Дніпрі

цького авантюризму і конквістадорства", – ідеться у "Літературній енциклопедії".

"Узагалі-то він був сутенером, порнографом, неробою, наклепником, підлабузником і шантажистом, мав непристойну дотепність і видатний дар нахабства", – такою характеристикою Аретино Р. Веддингтон розпочав книгу про одного з найвизначніших літературних діячів XVI ст.

Аретино писав, що може заробляти "за допомогою паперу і пляшечки чорнил". Твори, написані Аретино, були неймовірно популярними й поширювалися великими накладами.

Аретино опанував жанр ***журналістського репортажу*** (вірогідно, уперше в історії), у якому чітко відслідковується тяжіння до документальності. Найяскравішим прикладом цього жанру є репортаж про смерть Джованні Медичі. Усі "репортажні листи", цілий літопис епохи були видані в шести томах.

"П'єтро Аретино, "цей *перший журналіст континентальних масштабів і прототип усілякого журналізму*, натхненний цинік, шантажист та інтриган, в повній мірі попередник вайльдівської комбінації "пера, олівця і отрути", здобув собі безстроковий патент на винахід чи не наймогутнішого засобу соціальних маніпуляцій: з Аретино вперше європейське соціальне життя підкорилося закону соціальної інерції, або *організації громадської думки*", – зазначається в Літературній енциклопедії [19].

Аретино вважають ***прародителем журналізму***. Піонером публіцистики молодий Аретино став у той момент, коли за часів виборів папи в грудні 1521 і в січні 1522 він щоночі писав на стіні знущальні вірші про одного з кандидатів недалеко від Пьяцца Навона в Римі. Завдяки такій "бульварній газеті" перехожі щоранку отримували свіжу інформацію про корумпованих кардиналів, їхніх куртизанок і хлопчиків-коханців. Він працював із найважливішими тоді представниками *образотворчих засобів інформації*, тобто з художниками: виторговував замовлення для свого друга – художника Тиціана; у посланні 1544 р. Аретино хвалить майстерність Тиціана, а художник прославляє його своїми портретами. Аретино, який і сам хотів стати художником, елегантно вирішив давню суперечку між живописом і поезією в жанрі ***листів-критики***, в інновації, якій пізніше скористався Дідро, – пише Лоел Цвекер, професор історії мистецтв у Мюнхені.

Видавничий центр "Київський університет"

В Аретино була добре організована редакція: інформатори при дворах, кореспонденти, агенти і т. д. Крім того, своїм талантом публіциста він сформував у суспільстві потребу мати щось на зразок журналу.

Звичка Аретино періодично збирати свої листи і статті, які до цього ходили по руках у рукописному вигляді, і друкувати їх збірками, була викликана багато в чому легкодоступністю друкарської справи у Венеції, але привела до приголомшливих за ефективністю результатів. Ці збірки розходилися у великій кількості, їх продавали на вулицях попередники сучасних "газетярів" – тобто Аретино вплинув на появу сучасної газети.

П'єтро Аретино *завдяки своїм сатирам* і *памфлетам* зажив слави як "гарапник для *державців, божественний П'єтро"* і *вважається деякими дослідниками* ***предтечею*** і ***засновником європейської журналістики,*** її ***"прабатьком"***.

Ранньомодерна Німеччина будувала свої комунікації на спадщині Середньовіччя, тож була таким чином багато в чому спадкоємицею традицій Римської імперії. Цим зумовлене і тривале панування рукописних періодичних видань, які паралельно із друкованими існували до XVIII ст. У XV ст. у Німеччині з'явилися ***періодичні рукописні газети***, із другої половини XVI ст. існували професійні *газетні писарі*, які складали із епістолярію й інших джерел рукописні газети та продавали їх.

Аркуші-новини та ***аркуші-газети*** – *попередники періодичних видань* – іменувалися по-різному ("aviso", "novo", "Zeddell", але найпоширенішою була назва "цайтунг". Хоча, як уважають дослідники, слово ***"газета"*** у значенні "повідомлення" уживалося в кельнському регіоні ще в 1300 р., але вперше з'явилося в заголовку видання лише 1502 р. – ***"Newe Zeytung von orient und affgange"***.

З метою отримання оперативної інформації, заможні люди утримували власних *кореспондентів* у великих торговельних містах. Вирішальним для розвитку такої "індивідуальної" інформаційної комунікації було геополітичне становище Німеччини. У другій половині XIV–XV ст. Італія, Аугсбург, Страсбург, Нюрнберг стали інформаційними й видавничими центрами. Для цього періоду були характерні ***друковані летючі аркуші****, що виконували роль протогазети*.

Реформація продовжила розвивати друковані жанри масового інформування, що тяжіли до публіцистики, за допомогою різноманітних *промов, звернень, прокламацій, памфлетів, опублікованих на летючих аркушах*. Великі наклади й неодноразові перевидання творів Мартіна Лютера значно розширили межі індивідуального спілкування. Проповіді Мюнцера і Меланхтона, "Листи темних людей" Гуттена започаткували традиції ***політичної журналістики***.

Але рукописні засоби масового інформування, попри друк, певний час продовжували існувати. Масовість і періодичність стали невід'ємними рисами рукописних газет XVI ст., наявність яких сприяла зародженню *німецької преси*.

Підготовка, переписування та розповсюдження газет були тісно пов'язані з діяльністю ***поштових станцій***, *осередків інформаційного обміну*. Із виникненням *поштового сполучення* поштмейстери стали обмінюватися газетами. У XVI ст. такими центрами поширення звісток були Венеція, Аугсбург, Віттенберг, Франкфурт-на-Майні, Кельн, Антверпен і Гаага. Звістки розповсюджувалися через ***"летючі аркуші",*** *які були попередниками газет*.

Менш розповсюдженими були так звані ***"фуггер-газети"***. Локальний характер їхніх повідомлень, публікування приватного листування, таємної інформації, цензурний контроль не дали можливості поширитися цьому різновиду рукописної преси. Проте їхній засновник – банкір і лихвар ***Якоб Фуггер*** – увійшов в історію як перший *монополіст* у торгівлі інформацією.

Торговельний дім Фуггерів у Лейпцигу мав численні комерційні зв'язки практично з усіма європейськими державами, королівськими дворами і навіть римською курією. *Торговельні агенти служили кореспондентами, збираючи інформацію ділового, політичного й загального характерів*. Ці повідомлення, згруповані та переписані, ставали *"газетами" банкірського дому Фуггерів* і розповсюджувалися в Європі протягом 1568–1605 рр.

Поступовий розвиток ЗМІ відбувався паралельно зі становленням ***інституту цензури***. Цензурні функції спочатку виконували університети, а з XVI ст. в окремих округах було створено ***цензурні комісії***. Ними складалися переліки заборонених книг, формулювалися вимоги до видань, визначалися заходи покарання для порушників. Застосування цензури з боку коро-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

лівської влади можна вважати детектором того, що у тодішніх публікаціях почали з'являтися *ідеологічні акценти*.

Поява в Німеччині ***першої багатосторінкової друкованої газети***, що містила суспільно важливу інформацію, датується ***1605 р***. Йоганн Каролюс, книготорговець, заснував у Страсбурзі тижневу газету ***"Relation: Aller Furnemmen".*** Вона не висувала якихсь політичних вимог, не мала ідеологічної програми й не викликала застережень у влади. У ній містилися новини про всі визначні події, які відбувалися у Верхній і Нижній Німеччині, Франції, Італії, Шотландії, Англії, Іспанії, Угорщині, Польщі, Молдавії, Туреччині. Із 1609 р. відомі ***тижневики-"реляції"***, що виходили в Аусбурзі. За своїм змістом це були різні рукописні (потім друковані) видання, де на чотирьох сторінках на всю площину шпальти містилася "суха" інформація та повідомлення. Щотижневі періодичні видання ставали дуже популярними й засновувалися в інших містах: 1616 р. – Гамбург, 1617 р. – Берлін, 1620 р. – Магдебург, Нюрнберг, Росток, Брауншвейг, Кельн. До кінця XVII ст. газета завоювала Німеччину. У період із 1609 по 1700 рр. було зафіксовано близько 200 різних періодичних видань. Найактивніше розвивалася преса в саксонських феодальних князівствах, де книги звільнялися від акцизів і пресингу цензури.

Початок німецької журнальної періодики припадав на 1682 р., коли професор Отто Менке почав видавати в Лейпцигу латиномовний журнал ***"Acta Eruditoritum"*** ("Наукові записки"), який проіснував до 1731 р.

У XVII ст. Нідерланди були *найліберальнішою країною Європи як в економічному, так і духовному аспектах.* Філософ і публіцист П'єр Бейль писав: "Республіка Голландія має перевагу, якої немає жодна інша країна: там надають друкарям доволі велику свободу, тож до них звертаються з усіх кінців Європи люди, збентежені труднощами друку, які намагалися і не змогли отримати цей привілей в інших країнах Європи".

Добре налагоджена друкарська справа та вміле використання переваг "ідеологічного лібералізму" дозволило Нідерландам отримати чималий прибуток від продажу друкованої продукції в Англії та Франції. 1620 р. видавець і редактор першої голландської газети ***"Courante" Каспар ван Хілтен*** почав перекладати

власне видання французькою мовою й розповсюджувати на території Франції. Цей захід мав комерційний успіх.

Початком англійської та французької преси вважають ***"Courant out of Italy, Germany etc"*** ("Вісті з Італії, Німеччини тощо"). 1620 р. голландський гравер і картограф ***Пітер ван де Кеєре***, який жив кілька років у Лондоні, почав видавати в Амстердамі англійською мовою газету, що була майже дослівним перекладом голландських "Courante". Перший номер його видання вийшов 2 грудня 1620 р. без назви і починався такими словами: *"Свіжі новини з Італії, ще не отримані"*. Із другого номера з'явилася назва "Вісті з Італії, Німеччини тощо". Новини, що містилися в газеті, важко було назвати свіжими, але вони давали читачам уявлення про події, що відбувалися в Європі.

Тож початок ***періодичної преси*** датують XVII ст.

4.4.1.2. Періодична преса Англії XVII ст., її політизація, цензурування

1621 р. в Англії з'явилися перші ***друковані газети***, які стали носіями оперативних новин. 1641 р. англійці вперше отримали можливість дізнаватись про парламентські новини із щотижневика Семюела Пека "Основні події, що відбуваються у парламенті".

Уряд Англії від початку появи преси прагнув посилити *контроль за друкованим словом*. 1637 р. "Зоряна палата" ухвалила "Закон про цензуру", який відкрив найтемніший період в історії англійської преси. Проти ***цензури*** взагалі, проти цього закону зокрема виступив видатний поет і суспільний діяч середини XVII ст. ***Джон Мільтон***. Його всесвітньовідома ***"Ареопагітика, або Промова на захист свободи друку"***, оприлюднена ним у парламенті, де він наводив аргументи проти права уряду обмежувати пресу й закликав до знищення цензури, потрясла Англію та Європу загалом. Із одного боку, цей виступ – приклад політичного звернення приватної особи до певної цільової аудиторії. Але разом із тим промова є програмною, тому може розглядатися як свідчення комунікаційної стратегії щодо ідеологічної підтримки тогочасних ЗМІ. Автор "Ареопагітики" не лише виступає за свободу слова та відміну цензури, але й ділиться думками щодо критеріїв об'єктивності та достовірності інформації. Зго-

Видавничий центр "Київський університет" Вестник НГУ. Серия: Филология. Журналистика

дом принципи цього трактату лягли в основу конституційних прав про свободу друку багатьох демократичних держав.

Протистояння між роялістами та республіканцями посилювалося. 1641 р. під тиском парламенту "Зоряну палату" було скасовано і, хоча формально цензуру в Англії ніхто не відміняв, преса отримала значну свободу у висвітленні суспільно-політичних подій, а під час англійської революції 1643 р. було видано ***"Акт про свободу друку"***.

Цікаво те, що 1643 р. у Лондоні було випущено брошуру "New England's First Fruits" (Перші плоди Нової Англії) про зусилля пуритан у колоніальній Новій Англії стосовно ранньої євангелізації на захист критики з боку Англії. У ній ішлося про те, що в Новій Англії проводяться незначні євангелізації. Це була перша публікація, в якій згадувався Гарвардський коледж.

Для 1640-ті рр. в Англії характерна поява перших зразків ***політичної періодики***, що було пов'язано із протистоянням короля Карла I та парламенту; поляризація суспільства сприяла появі періодичних видань різної політичної орієнтації. Починаючи із 1642 р., протистояння між роялістами та республіканцями знайшло своє відображення в пресі. Інтереси короля відстоювала очолювана Джоном Беркенгедом газета ***"Двірцевий вісник"*** ("Mercurius Aulicus", 1642–1646), про яку Джон Мільтон із обуренням писав: "Ми читаємо не рідше одного разу на тиждень безсоромний двірцевий наклеп на парламент і громадськість, надрукований і поширюваний, незважаючи на цензуру".

Парламентську пресу очолив відомий журналіст XVII ст. ***Марчмонт Нідхем***, який редагував тижневик ***"Британський вісник"*** ("Mercurius Britannicus"), що, крім жорсткої антироялістської спрямованості, відрізнявся більш досконалим поданням матеріалу. М. Нідхем розміщував матеріал не за датами, а за значущістю описуваних подій, уводив різні рубрики. Після п'ятирічних нападів на короля, Нідхем змінив політичну орієнтацію і з 1647 р. почав видавати ультрамонархічну газету ***"Mercurius Pragmaticus"*** ("Прагматичний вісник"), де піддав нищівній критиці Олівера Кромвеля та прихильників парламенту.

Нідхем зробив невірну ставку. Королівська влада впала, а Карла I 1649 р. було страчено. Сем Пек, який був присутній при страті, повідомив про це у своєму новому тижневику ***"A Perfect***

Вибрані лекції з курсу "Історія журналістики" Вебсайт університету для друзів

Diurnall of Some Passages in Parliament" ("Досконалий щоденник про деякі події в парламенті"). Новину, що починалася фразою "У цей день короля було страчено серед банкетної зали у Вайт-Холі", було опубліковано лише на третій сторінці, тому що страта відбулася у вівторок, а газета виходила по суботах (спочатку йшли недільні новини, потім події понеділка, і тільки на третій смузі – те, що сталося у вівторок). Тобто події висвітлювалися за хронологією, а не за значущістю.

У другій половині XVII ст. у назвах періодичних видань Англії з'явилося слово ***"газета"***. До 1656 р., коли Кромвель відновив цензурні обмеження в повному обсязі, в Англії видавалися лише дві офіційні газети: ***"Mercurius Politicus"*** ("Політичний вісник") та ***"Weekly Intelligencer of the Commonwealth"*** ("Щотижневий довідник співдружності"), причому обидві редагував Нідхем.

Згодом у кожної політичної партії Англії з'явилися "друковані органи", які підтримували їхню позицію. Газета ***"The News"*** була роялістською й видавалась за підтримки короля Карла II (1660–1685), а ***"The London Gazzete"***, яка з'явилася 1660 р., була більш демократичною, що сприяло її популярності у той період часу, коли більшість населення була проти абсолютизму. Остання зі згаданих газет існує до сьогодні та є найстарішою в Європі.

Король Карл II 1662 р. видав ***"Акт про друк"***, який посилив цензуру. Ситуація трохи змінилася, як не дивно, завдяки Великій чумі 1665 р. Рятуючись від епідемії, Карл II зі своїми наближеними переїхав до Оксфорда. Перебуваючи далеко від Лондона, він та його оточення бажали отримувати новини, але остерігалися столичних газет. Виходячи із цих міркувань, університетському друкареві Леонарду Літчфелду було наказано видавати нову газету. 14 листопада 1665 р. вийшов перший номер ***"The Oxford Gazette"***, засновником якої став провідний публіцист і журналіст ***Генрі Маддиман***. Видання виходило двічі на тиждень і зовні мало вигляд сучасної газети. *"The London Gazette" стала першою регулярною газетою* у *столиці Англії.* Один із сучасників прихильно відгукувався про неї як про повну новин газету, яка "не друкує дурниць". Маддиман почав збирати інформацію з різних джерел: від держсекретаря, офіцерів митниці, поштарів, священників тощо. Газета перекладалася французькою мовою.

Видавничий центр "Офсет" Університету Вересня Томаша Баті у Злині

Під час Англійської революції 1640–1660 рр. країну переповнили гострі ***політичні памфлети*** проти тиранії, які розповсюджувалися як у рукописному, так і друкованому вигляді. Яскраві зразки політичної публіцистики створили *Д. Мільтон, Д. Лільберн, Д. Вінстенлі*. У творах ***Д. Мільтона*** провідною стала ***ідея свободи.*** Крім згаданої вже "Ареопагітики", він писав памфлети, спрямовані проти феодальної церкви ("Про реформацію церкви в Англії", 1641; "Сенс церковного устрою", 1642), антироялістські ("Іконоборець") тощо. 1655 р. Мільтон написав книгу "На свій захист", у якій відстоював як власне чесне ім'я, так і громадські ідеали. У біблійних образах "Утраченого раю" і "Поверненого раю" він відобразив революційні події, підняв питання моралі. Тираноборчі мотиви пронизують і інші його твори: поему "Історія Британії" і трагедію "Самсон-борець".

Політичні погляди керівника партії левелерів ***Д. Лільберна*** також відрізнялися ***духом свободи, гуманізму, справедливості***. Його памфлети "Виправдання справедливої людини" і "Захист свободи вільної людини" були публічно спалені. Незважаючи на численні переслідування як королівською владою, так і владою буржуазії, яка перемогла, Лільберн невпинно продовжував свою публіцистичну діяльність.

Д. Вінстенлі у памфлетах стверджував ***важливість розуму як головного чинника соціально-етичного принципу.*** У памфлеті "Новий закон справедливості" (1649) він викладав ідеї, співзвучні комуністичним, а памфлет "Закон свободи" (1651) містив роздуми, у яких автор виступив справжнім гуманістом.

Цензурні переслідування, що існували в Англії як і більшості країн Європи, змусили авторів звернути увагу на можливість публікацій у Нідерландах. "Славна революція" 1688 р. надала англійській буржуазії конституційні гарантії, зафіксовані у славнозвісному "Біллі про права" від 16 грудня 1689 р. Цей акт, декларуючи права і свободи, закріплював за кожним громадянином право на усне й письмове висловлення думки, що істотно послабило цензуру. Ухвала "Білля про права" стала славетною подією не тільки для Англії, але і для всієї Європи, адже в цьому документі була заявлена *нова модель взаємин особистості та держави*. Покладене в основу англійської декларації прав і свобод судження Локка про те, що "ми народжуємося вільними, так

само, як ми народжуємося і розумними", для багатьох зазвучало справжнім одкровенням. Згодом Вольтер писав, що "Локк розгорнув перед людиною картину людського розуму, як чудовий анатом пояснює механізм людського тіла".

Нові права та свободи стимулювали газетно-журнальну справу в Англії. 1695 р. було скасовано цензуру. 1688 р. у Лондоні почали виходити такі газети, як ***"The Universal informant"*** ("Загальний інформатор"), ***"The British Courante"*** ("Англійські вісті"), ***"The London Courante"*** ("Лондонські вісті").

В Англії кінця XVII ст. газети коштували дорого, що було зумовлено подорожчанням паперу. Відповідно до цього, наклади були невеликими: кілька сотень примірників. Преса призначалась для вузького кола заможних і освічених читачів. У період становлення газетної періодики спостерігалася тенденція до зміни як зовнішнього вигляду газет, так і їхнього змісту. У назвах багатьох газет з'являлися вказівки на місце видання, як, наприклад, ***"The London Informer"*** ("Лондонський інформатор"). Перші сторінки ілюструвалися віньєтками, заставками, емблемами або портретами відомих осіб, хоча газетна ілюстрація з'явилася тільки на початку XVIII ст.

4.4.1.3. Періодична преса Франції XVII ст., її ідеологізація

Офіційна ***преса Франції*** була започаткована політичним і літературним виданням ***"Le Mercure Francaise"*** ("Французький вісник"). Ставши першим міністром Франції 1624 р., кардинал Ришельє привласнив це видання, поставивши редактором-видавцем *падре Жозефа* із Ордену капуцинів, якого сучасники називали справжнім alter ego кардинала. Діючи за лаштунками великої політики та виконуючи делікатні доручення свого патрона, Жозеф мав при дворі не менший уплив, ніж кардинал Ришельє. З огляду на таку роль, сучасники придумали йому прізвисько, що стало метафорою, – *"сірий кардинал"* (за кольором ряси ченців Ордену капуцинів). Але малотиражне "Le Mercure Francaise", що публікувалося один раз на рік, не відповідало політичним завданням Ришельє. Кардинал шукав можливості *сис-*

Видавництво-поліграфічний центр "Київський університет" Верстання. Для друку

тематичного впливу на громадську думку, а для цього було необхідне періодичне видання іншого типу.

1631 р. у Франції почала виходити заснована ***Жаном Епштейном*** газета ***"Nouvelles ordinaires de divers endroits"*** ("Щоденні новини звідусіль"), але невдовзі була закрита кардиналом Ришельє як така, що не сподобалась владі. Водночас Ришельє звернув увагу на ***Теофаста Ренодо***, який добре зарекомендував себе вдалою журналістською роботою у "Le Mercure Francaise". Ренодо випала доля створити *першу національну французьку газету*. Нове офіційне видання ***"La Gazette"*** із 30 травня 1631 р. виходило раз на тиждень на чотирьох сторінках і містило новини (здебільшого двотижневої давнини) із Риму, Праги, Константинополя. Тематика була різна: торгівля, війна, двірцева хроніка, дипломатичні відомості. Із перших років наклад видання не перевищував 1200 пр., зберігалася суцільна пагінація випусків, а наприкінці року видавався річний збірник.

"La Gazette" сприймали як друкований орган уряду. Із 1762 р. вона почала виходити під назвою ***"La Gazette Francaise"***. З її допомогою Ришельє намагався встановити *державну монополію на інформацію*. Він був переконаний, що державі потрібна інформація лише в тій інтерпретації, яка влаштовує уряд і відповідає інтересам його політики. Внутрішня хроніка і повідомлення з інших країн підлягали найретельнішій обробці.

Як уважає сучасний український дослідник Т. Лильо, "цю газету вже можна трактувати як *ідеологічне знаряддя тодішньої влади* – короля Франції Людовика XIII і кардинала Ришельє, які були авторами заміток, друкованих на шпальтах цього видання. Сам видавець газети Теофраст Ренодо був знаковим політичним діячем тодішньої Франції. Газета мала чітку ідеологічну програму: захист молодої монархії від консервативного феодально-аристократичного дворянства, релігійної нетерпимості та сепаратистських тенденцій, що гальмували процес централізації. Крім того, "La Gazette de France" була захисником політичних і культурних реформ, виступала за зміцнення міжнародного авторитету Франції. Де факто, – це *один із передвісників політичної газети з окресленою політичною метою*. У програмних матеріалах газети, зокрема, ішлося про те, що видання "служить думкам та переконанням, оскільки вона їх збирає по всьому світу…". Особисто

Видавництво-поліграфічний центр "Київський університет" Всього права захищено

Ренодо визначав завдання газети у такий спосіб: писати історію сучасності, компонувати історію вже того дня, коли її візьме до рук читач. Ідеологічне "обличчя" газети виявлялося не тільки у *тенденційній селекції фактів*, а й у їхньому *коментуванні*. Тексти Ренодо відображали політичні інтереси короля Франції. Газета різко критикувала протиурядові пасквілі, спростовувала негативні чутки про королівський двір. Ренодо вірив, що газета має історичну місію та може впливати на суспільство. Помираючи, він промовив такі слова: "Преса належить до бурхливих потоків, силу яких вона збільшує своїм опором". Однак у тогочасній Франції, де виходило всього три газети, преса ще не мала істотного ідеологічного впливу на суспільство.

4.4.1.4. Журнальна періодика XVII ст., її вплив на громадську думку

У XVII ст. слово ***"журнал"*** сприймалося як періодичне видання, яке, з'являючись регулярно через певний час, повідомляло про нові або перевидані книги, розкривало їхній зміст і розповідало про відкриття у науці – тобто видання, у якому висвітлювалося все, що відбувалося щоденно у науковому світі. Журнал було зорієнтовано на наукову полеміку, "провокацію" дискусій. Особливість перших європейських журналів – переважно наукова орієнтація.

Умови виникнення перших європейських журналів у першу чергу визначилися створенням у XVII ст. *інтелектуального середовища*, яке стало формуватися ще в епоху Ренесансу шляхом утворення інтернаціональних об'єднань учених на взірець ***"La Republique des Lettres"*** ("Республіка учених"). Розквіту об'єднання досягло внаслідок появи національних академій наук та наукової періодики. Це було "товариство науковців", об'єднаних метою пошуку істини, колективна лабораторія із вироблення й перевірки нових знань. Окрім особистих зустрічей, члени "La Republique des Lettres" потребували *наукового листування*, яке сприяло обміну думками, концепціям, ідеям, було площиною їхньої апробації та обговорення, середовищем формування нового знання. Наукове листування залучало до комунікації велику кількість учасників. Але його можливостей було недостатньо

Видавничий центр "Київський університет"

для наукової комунікації, – таким чином виникла потреба у наукових часописах.

Перший європейський журнал – ***"Journal des Savants"*** ("Журнал учених", 1665–1828) – був заснований із ініціативи французького міністра фінансів ***Жана-Батиста Кольбера***, який задумав періодичне видання, яке мало б висвітлювати наукові проблеми Європи. Редактором і видавцем був радник парламенту Дені де Салло. Матеріали публікувались у формі епістолярію.

Тривалий час ***"Journal des Savants"*** зберігав монополію на наукову інформацію: друкував звіти про засідання Паризького наукового товариства, академічні промови, інформував про новини науки, зокрема в ньому 1738 р. Вольтер опублікував статтю про начала філософії Ньютона, що посприяло підвищенню культурного престижу Франції в Європі. Того самого року подібне видання – ***"Philosophical Transactions of the Royal Society"*** ("Філософські праці Королівського товариства") за редакцією Генрі Олденберга – було започатковано Лондонським королівським товариством в Англії. Через кілька років наукові видання з'явилися в Італії та Німеччині. Ці журнали стали зручним засобом для організації публічних дискусій учених, мислителів, громадських діячів, котрі не мали можливості постійно спілкуватися особисто і тим більше взаємодіяти із широкою публікою. Відтоді із їхніми ідеями могло ознайомитись широке коло читачів. У такий спосіб журнали стали ефективною локацією для комунікацій.

Журнали кінця XVII ст. (***"Афінський вісник", "Дамський вісник", "Поштовий янгол")***, незважаючи на "ділове" призначення, містили й художні твори. Із 1692 р. розпочався випуск ***"Gentleman's Journal"*** ("Журнал джентльменів"), що став *першим спеціалізованим літературним періодичним виданням.*

1668–1679 рр. у Римі виходив перший італійський ***"Il Giornale de' Letterati"*** ("Журнал літераторів"), задуманий за зразком французького "Журналу вчених". Редактором його був Франческо Наццарі.

Професор Отто Менке у Лейпцизі (1682–1731) видавав латиномовний журнал ***"Acta Eruditorium"*** ("Учені записки"), що швидко завоював європейську популярність. У його виданні діяльну участь брав ***Г. В. Лейбніц***, опублікувавши там багато своїх робіт.

Жорстка цензура змусила французьких авторів звернути увагу на можливість публікацій у Нідерландах. Впливовий французький філософ-скептик ***П'єр Бейль***, який емігрував через свої релігійні переконання, 1684 р. почав друкувати там періодичне філософсько-літературне видання ***"Nouvelles de la republique des lettres"*** ("Новини літературної республіки"). Журнал мав широкий резонанс, утвердивши авторитет редактора в європейських інтелектуальних колах, проте у Франції його поширення було заборонене. Але навіть у лояльних Нідерландах деякі публікації Бейля призвели до того, що незалежний редактор утратив місце професора у Роттердамському університеті та був змушений через три роки припинити випуск журналу. Ідею видання Бейля продовжив Бонаж де Боваль, перейменувавши його на ***"Histoire des ouvrages des savants"*** ("Історія праць учених"), і таким чином журнал проіснував до 1709 р..

Емігрант та ідеологічний опонент Бейля ***Жан Леклерк*** 1688 р. в Амстердамі почав видавати журнал ***"Bibliotheque universelle et historique"*** ("Загальна історична бібліотека"). Він проіснував п'ять років і уславився тим, що вже в перших номерах опублікував чималі фрагменти із праці Джона Локка "Досвід людського розуму", викликавши тим бурхливу полеміку в країнах Європи.

Наукові журнали зробили науку *загальнодоступною*. Вони стали *популяризаторами науки.*

Літературно-критичні журнали Франції беруть початок від періодичного видання ***"Mercure galant"*** ("Галантний вісник"), заснованого 1672 р. Королівські привілеї на його видання одержав популярний драматург і полеміст ***Жан Донно де Візі***, літературний опонент Мольєра. У перші роки журнал виходив нерегулярно, але з 1677 р. видавець зробив його щомісячним. Особливий успіх у читачів мав розділ світської хроніки. 1696 р. у "Галантному Меркурії" з'явилася казка Шарля Перро "Спляча красуня", яку автор опублікував анонімно, не бажаючи пов'язувати своє ім'я із твором, написаним у "низькому жанрі".

Пізніше королівський привілей на видання "Галантного Меркурія" перейшов до рук ***Шарля Дюфрені***, надзвичайно талановитого журналіста, драматурга, поета, музиканта, художника, романіста й комерсанта. Дюфрені ввійшов в історію французь-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

кої журналістики не тільки як редактор одного з перших журналів Франції. Він уперше застосував прийом показу дійсності країни очима чужоземця, що випадково потрапив до Парижа (***"Серйозні й комічні розваги сіамця"***, 1699). Герой Дюфрені, абсолютно не знайомий із європейськими звичаями, постійно потрапляв у комічні ситуації, які звертали увагу читача на непривабливі сторони повсякденного життя.

Вочевидь, журнали стали *новою формою комунікації* та *новим засобом упливу на колективну свідомість* певної цільової аудиторії: учених, науковців, викладачів, а також прогресивно мислячих європейців, які цікавилися передовими досягненнями наукової думки, засобом розповсюдження й популяризації вченості, загалом *засобом формування світоглядних засад тогочасного суспільства.* Журнал став активно діючим інструментом тогочасних комунікацій, що відбувалися в інтелектуальних колах Європи і впливали на суспільство.

4.4.2. Преса XVIII ст. у ґенезі ЗзГ

У XVIII ст. Європа зробила рішучий крок для переходу до нових економічних, соціально-політичних та ідеологічних форм:

- абсолютистські режими почали змінюватися демократичними;
- феодальні економічні відносини поступалися місцем капіталістичним;
- у науці та філософії утверджувався раціоналізм, у політичному й релігійному житті – принципи толерантності (отримали філософське юридичне оформлення концепції "природних прав людини" та демократії);
- окреслені явища долали цивілізаційні перешкоди з великими труднощами: XVIII ст. – епоха кривавих революційних потрясінь і війн за незалежність.

Просвітництво збіглося зі становленням і розквітом ***журнальної періодики***, і в цьому збігу є своя закономірність. *У період, коли володарями дум були філософи й письменники, роль друкованого слова у формуванні громадської думки зросла суттєво*.

Початок європейського Просвітництва пов'язаний із ідеями англійських деїстів і філософів кінця XVII ст. Багато французь-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт підручника

ких просвітників (Монтеск'є, Вольтер, Прево) вирушили до Англії, щоб ознайомитися з тим, що здавалося їм найбільш передовим і плідним у культурі, ідеології та державному устрої.

Мова просвітницьких видань відрізнялась простотою і ясністю, щоб бути зрозумілою й дохідливою максимальній кількості читачів. Як писав Даніель Дефо: "Якщо мене запитають, який стиль я вважаю найкращим, то я відповім – той, на якому можна розмовляти з п'ятьма сотнями людей найрізноманітніших професій, виключаючи ідіотів і божевільних".

4.4.2.1. Основні тенденції розвитку журналістики XVIII ст.

В історії ЗзГ істотну роль відіграла ***поява журналізму*** та відповідних понять, професій, явищ, насамперед формування особливого ***статусу журналіста в суспільстві.***

Слова "журналіст" і похідне від нього "журналістика" з'явилися у французькій мові та увійшли в європейський культурний ужиток у XVIII ст. Уперше воно зустрічається у французькому тижневику ***"Journal de Trevue"*** 1703 р. Тоді саме відбувся *поділ на "журналістів" ("journaliste") і "газетярів" ("gazetier").* Останні в журналістській ієрархії займали нижче становище. Уважалося, що газетярам не слід надавати свободу дій, зокрема коментувати події. Їхня справа – збирати та повідомляти факти. В *обов'язки журналістів, навпаки, входив коментар, оцінка, судження та аналіз.* Дідро вважав, що журналіст повинен бути неупередженим, мати глибокі та ґрунтовні судження. Передбачалося, що вплив журналістів на публіку суттєвіший, ніж газетярів, оскільки призначення журналістів не розважати, а виховувати і навчати читачів, розвивати їхній світогляд.

Епоха Просвітництва поставила перед журналістикою нові завдання. Просвітники, які були переконані в тому, що "думки правлять світом", швидко усвідомили значення періодичної преси для поширення "думок" і досягнення своїх цілей. *Журналістика набула просвітницького характеру*, багато періодичних видань почали функціонувати не тільки як інструмент влади, джерело обраної нею інформації, а передусім, *як спосіб поширення розумних ідей*. Газети стали поєднувати у собі *інформацію*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

та коментарі. Коло читачів газет і журналів дещо розширилося, що було обумовлено прискоренням цивілізаційних процесів в Європі, підвищенням рівня грамотності населення тощо. Під впливом паризької моди в Європі поширився звичай читати газети у світських салонах і літературних кафе. Це стало звичкою людей із "порядного товариства". 1704 р. у Берліні було відкрито першу абонементну бібліотеку. 1779 р. у Парижі з'явився *"академічний читальний зал"*, де всі бажаючі могли за невелику плату ознайомитися із французькими й закордонними газетами, журналами, альманахами "у добре умебльованих і опалених кімнатах, взимку освітлюваних свічками".

Французький видавець ***"Journal de l'Encyclopédie"*** ("Енциклопедичний журнал") П'єр Руссо писав: "Минув той час, коли газети видавалися виключно для обраних. Сьогодні всі читають і хочуть читати про все". Не слід сприймати вираз "усі читають" достеменно, оскільки в XVIII ст. періодична преса зверталася до відносно вузького прошарку освіченої публіки, здатної включитися в обговорення найважливіших філософських, політичних, моральних і літературних проблем, поставлених "століттям Розуму". Однак просвітницька програма провідних газет і журналів епохи змушувала їх удаватися до більш наступальної стратегії, поступово адресуватися не тільки до вузького кола інтелектуалів, але й до більш широкої "культурної публіки".

Для розуміння загального характеру європейської журналістики XVIII ст. є три обставини. По-перше, європейська журналістика набула ***персонального характеру***. По-друге, велика ***популярність журналів***. По-третє, почала зароджуватися ***політична преса***, що ставила своїм завданням поширення серед широких верств населення інформації політичного характеру і формування політичної свідомості.

Швидкий *розвиток і розквіт періодики* в XVIII ст. відображав більш загальну тенденцію в культурі Просвітництва: *домінування літературного, наукового, філософського контенту над журналістським*. Європейська журналістика XVIII ст. розвинула ***персональний характер***. Основними агентами її були не журналісти, тобто не професійні збирачі інформації про події, а філософи, письменники, політики, вчені, які були ідейними натхненниками, а іноді й засновниками, видавцями, головними редакторами періо-

Видавництво Національного університету "Київський університет імені Т.Г. Шевченка"

дичних видань, перетворювали пресу на трибуну для висловлення своїх ідей і за допомогою цього спілкувалися.

У період "*персонального журналізму*" *локацією, де розгорталася полеміка з актуальних соціально-політичних, філософських, наукових проблем, стали журнали.*

Якщо у *газет* головною метою було *повідомлення новин*, то у *журналів – обговорення ідей, просвіта* читача. "Розважаючи давати освіту" – така була стратегія журналів. Особливою популярністю користувалися *літературні щотижневики* та *наукові журнали*, що видавалися французькою мовою. Це набуло значного поширення в усій Європі. У журналах друкувалися нові праці найвидатніших мислителів Просвітництва. Журнальна періодика стала популяризатором науки.

Завдяки науковим журналам відбувалася комунікація між однодумцями й опонентами, які перебували на великій віддалі, проте у комунікаційному полі вони були в контакті, діалозі чи полілозі (коли розпалювалася полеміка на сторінках журналів). Комунікація була відтак двобічною, горизонтальною, однорівневою. Крім того, публікації в наукових журналах були доступні широкому загалу і ними цікавилася освічена публіка, якої в Європі ставало все більше. Тож відбувалася, хоч і асиметрична, проте двобічна комунікація між ученими Європи й освіченою громадськістю, яка прагнула нових знань, уміла їх сприйняти та оцінити. Роль наукових журналів у комунікаційних процесах епохи Просвітництва та вплив на громадську думку доби – безперечна.

Важливі зміни відбувалися не тільки в журнальній, але і в ***газетній періодиці***: зростала кількість щоденних газет, які ставали все більш різноманітними за змістом, але в більшості країн Європи до кінця XVIII ст. мали *неполітичний, інформаційний характер*. Журналістика XVIII ст. була переважно просвітницькою, морально-дидактичною. Загальна потреба у ***політичній журналістиці*** виникла лише у той момент, коли народ виявився залученим до обрання політичної влади, тобто в період становлення інститутів буржуазної демократії (у більшості європейських країн це кінець XVIII ст.). В умовах Англійської буржуазної революції, а потім Великої французької революції відбулася *політизація періодичної преси*.

Видавничий центр "Київський університет"

Космополітичне XVIII ст. не визнавало ніяких кордонів для поширення досягнень людської думки. Згідно з уявленнями просвітників, закони розуму універсальні, не залежать від часу, місця й національності. Мовою культурної комунікації в Європі XVIII ст. стала французька мова. У всій Європі видавалися газети французькою мовою.

Були спроби видавати багатомовні видання: у Лондоні виходив ***"Journal anglais, italien et français"*** ("Англійський, італійський і французький журнал"), в якому новини театрального життя Італії друкувалися італійською, відомості про політичне та літературне життя Франції – англійською, а французькою писалися критичні рецензії й огляди на нові книги, що вийшли у Франції та Англії.

Газети й журнали поширювалися переважно за передплатою, що була високовартісною. Наклад 2–3 тис. примірників уважався хорошим для газет. Зростанню накладів сприяли технологічні інновації. 1720 р. було винайдено спеціальну машину для розрізання ганчір'я, із якого вироблявся папір, 1798 р. – ручний сучільнометалевий друкарський верстат, що дозволяв друкувати 450 відбитків на годину. Звичною стала багатошпальтова верстка.

Завдяки збільшенню кількості газет і журналів журналістика стала надійним джерелом прибутку *не тільки для газетярів і журналістів, а й для письменників* (часом доволі відомих і талановитих), які все частіше погоджувалися співпрацювати із пресою.

Зростали й вимоги до *якості періодики*. Видавці європейських газет і журналів почали залучати до співпраці на нерегулярній і позаштатній основі видатних учених, відомих юристів, талановитих літераторів. З'явилися справжні редактори.

У цілому *становище журналістів* у Європі XVIII ст. було незадовільним. Їх як і раніше переслідували, кидали до в'язниць, ставили біля ганебного стовпа, піддавали публічному осуду, а іноді й страті. Майже в усіх європейських країнах лютувала цензура.

Письменники й державні діячі в Європі спостерігали за розвитком безцензурної англійської преси зі змішаними почуттями заздрості та страху. Як правило, страх перемагав. Видовище "журналістського хаосу", що панувало в Англії, спонукало влади інших європейських країн посилювати цензурні обмеження. Просвітники багато зробили задля утвердження в суспільній

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

свідомості *ідеї свободи слова та друку*. На захист свободи преси виступали Локк і Дефо, Вольтер і Руссо, Дідро та Кондорсе. Усі вони вважали, що *свобода слова і преси – природне право людини, запорука особистої свободи кожного громадянина.*

Разом із тим *ставлення просвітників до журналістів і журналістики було, м'яко кажучи, поблажливим.* Відстоюючи ідею свободи слова, просвітники з недовірою і навіть презирством ставилися до тих, хто повинен був бути носіями цієї свободи – "*газетярі"* та *видавці періодичних видань*. Руссо писав: "Якими є нинішні періодичні видання? Ті, що не варті уваги, знехтувані й відкинуті освіченими людьми, придатні лише для того, щоб розвивати в жінках і дурнях марнославство, не даючи їм справжньої освіти".

Монтеск'є у "Листах із Персії" відгукувався про газети і журнали такими словами: "...Читання їх потурає лінощам: люди дуже задоволені, що у чверть години можуть пробігти тридцять томів (французькі журнали в XVIII ст. – це були невеликі за форматом книжки-брошури, що містили літературні огляди й рецензії на книги). Великий недолік журналістів у тому, що вони говорять тільки про нові книги, як ніби істина завжди тільки в новизні. Мені здається, що поки не прочитаєш усі старі книги, немає ніяких підстав надавати їм перевагу".

Таке ставлення до журналістів пояснювалося тим, що багато видань друкували недостовірні відомості. Як і в газетах XVII ст., у період Просвітництва було багато омани, помилкових новин, а іноді просто вигаданих історій. Ситуація змінилася на краще лише наприкінці XVIII ст.

Проте *основна роль журналізму* виявилася в іншому – *на хвилі популярності газетно-журнальної періодики в епоху Просвітництва склалося ключове поняття європейського життя – **"громадська думка"**. Воно виникло у Франції в середині XVIII ст. Спочатку **"громадська думка" як термін мав визначення публічно представленої думки освіченої еліти, що апелює до універсального розуму як до критерію оцінки соціальних явищ.** Словосполучення "громадська думка" не було синонімічним до словосполучень "народна думка", "думка широких соціальних верств", тим більше, що "народ" здебільшого становили безграмотні селяни та малоосвічені містяни і вони не були здатні до самостійних рефлексій на суспільно-політичну тема-*

Видавництво Полоцького державного університету імені Євфросинії Полоцької

тику. Преса, апелюючи до "громадської думки", мала за об'єкт думку політичного класу, академічної спільноти, літературних груп, гуртків і салонів. Сучасного сенсу термін "громадська думка" набув у XX ст.

4.4.2.2. Англійська журналістика та публіцистика XVIII ст.

У XVIII ст. преса в Англії розвивалася швидкими темпами. Причина була в тому, що англійська періодика розвивалася у відносно сприятливих умовах, порівняно з іншими європейськими країнами, – унаслідок суспільного визнання на державному рівні свободи слова та свободи друку і скасування цензури.

Важливим чинником розвитку газетної періодики в Англії стала війна між Англією та Францією за іспанську спадщину (1701–1714), що обумовила великий потік новин із Франції. Крім того, британський уряд був зацікавлений у щоденному інформаційному засобі, завдяки якому можна було б роз'яснювати суспільству свою позицію в цьому конфлікті. 1702 р. було засновано *першу англійську щоденну газету* – лондонську ***"Daily Courant"***. Засновник ***Семюель Баклі*** оповістив громадськість, що мета газети – "повідомляти новини, повідомляти їх щодня і неупереджено". Перше скромне видання не виглядало оригінальним: дві шпальти з одного боку аркуша, заповнені відомостями перекладеними із голландських і французьких газет, було подібне до офіціозної "***London Gazett"***. Згодом газета перетворилася на чотирьохшпальтну, двобічну, наповнену на ¼ актуальними оголошеннями і в такому вигляді проіснувала до 1735 р.

Невдовзі з'явилася велика кількість нової періодики, що не знала цензури і формувалася в умовах свободи слова та свободи друку, які утвердив "Біль про права" (1689). За тих обставин виникли: ***"Weekly News", "London Post"***, ***"Intelligence Foreign and Domestic"***. 1706 р. було надруковано *першу англійську вечірню газету* ***"Evening Post"*** ("Вечірня пошта"). Незабаром з'явилася вечірня ***"London evening post"*** ("Лондонська вечірня пошта"), що виходила у 1727–1797 рр. Через сім років із часу виходу "Daily Courant" у Лондоні виходило 18 щоденних газет загальним на-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

кладом 35 примірників на тиждень. Дж. Свіфт писав: "Памфлетів і газет стало стільки, що їх не прочитати і за цілий день".

Зростання чисельності газет змушувало уряд за відсутності закону про цензуру шукати *нові методи контролю над пресою*. Уряд розумів неможливість відновлення цензури. Незабаром вихід було знайдено: 1712 р. було прийнято "***Закон про штемпельний збір"***, який обкладав кожне періодичне видання податком, розмір якого залежав від обсягу видання: на кожну сторінку видання ставився штемпель і сума податку залежала від кількості сторінок. Штемпельний збір посприяв двократному збільшенню вартості газет, але на попит це суттєво не вплинуло: читачами газет в Англії були заможні люди.

Тим часом, порівняно із попереднім періодом, у першій третині XVIII ст. англійська *преса стала більш різноманітною:* видавалися політичні газети та журнали, преса для жінок, розважальні газети.

Серед *громадсько-політичних журналів* становили інтерес: ***"Middlesex Journal"***, що сміливо проповідував найліберальніші ідеї, а також ***"Monitor"***, який був справжньою грозою міністрів.

Найвидатніша роль у політичних чварах середини століття належить проурядовій газеті ***"Briton"*** ("Британець") та радикальній ***"North Briton"*** ("Північний британець"), що відома випуском № 45 (23 квітня 1763 р.) та приблизно сорока судовими справами з його приводу. У цьому випуску видавець Джон Вілкс розкритикував королівську промову, в якій король Георг III похвалив Паризький договір, що поклав кінець Семирічній війні. Короля захищала "Briton", Вілкса було звинувачено в наклепі на короля і арештовано в Тауері. Громадськість стала на бік видавця "North Briton". Згодом розгнівана юрба врятувала наклад від вогню. Випуск газети "North Briton" № "45" став символом боротьби за свободу слова. Загалом на сторінках цих газет точилася постійна політична боротьба.

Якщо раніше більшість газет виступала на боці тієї чи іншої партії, то в середині XVIII ст. *з'явились партійні друковані органи, тобто газети, що були офіційно фінансовані з партійної каси*. ***"Craftman"*** ("Майстер"), що друкувалася із 1726 р., була *першою газетою, якою керувала група політиків* на чолі з лор-

дом Болінгброком. Газета відіграла важливу роль *як у політичному, так і в економічному житті держави*.

Взірцем пошуку взаєморозуміння між парламентом, урядом і громадськістю стала історія оприлюднення парламентських дебатів.

У період правління короля Георга I (1714–1760) Англія остаточно склалася як парламентська держава з буржуазними свободами й ліберально-економічною політикою. Більшість англійської преси підтримувала уряд. Стосовно опозиційно налаштованих видань і журналістів, уряд зрідка вдавався до репресивних заходів, але широко використовував економічні важелі тиску на друк. Звичайною справою став *підкуп журналістів, роздача пенсій, вигідних посад.* 1724 р. уряд фактично звільнив від штемпельного збору 18 проурядових газет.

Звільнившись юридично, англійська журналістика ставала все більш залежною економічно. Починаючи із 30-х рр. XVIII ст. відбувалася зміна власників газет. Поступово більшість лондонських газет переходило із рук власників друкарень у власність книготорговців. Друкарі ж ставали дрібними акціонерами-пайовиками. Нова форма групової власності привела до збільшення вартості газетного виробництва.

Разом із тим, газети стали важливим і дешевим інструментом інформування й комунікації між урядом і населенням; із метою відстоювання їхніх комерційних інтересів 1710 р. було прийнято "***Закон про захист авторських прав".***

Поступово *посилювалося* ***політичне звучання журналістських виступів.*** Результатом перемоги Англії у війні із Францією стало зміцнення її міжнародного авторитету та зростання впливу на світову політику. Лондон став центром не лише духовного, культурного, а й політичного життя країни. Англія на початок XVIII ст. була центром просвітницької думки та взірцем для багатьох європейських просвітників, які запрагнули якнайширше познайомитися з англійською культурою й соціальними інститутами. Відвідавши Англію, *Монтеск'є* висловився, що ця країна має найоптимальнішу модель державного устрою, у якій одночасно втілюються і республіканський, і монархічний дух. Англія, з точки зору французького письменника, демонструвала найвищу міру свободи, можливу в тодішній монархічній державі. *Вольтер* у "Листах про англійську націю" (1733) протистав-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для друку

ляв абсолютистській Франції більш вільну та передову Англію. Відомий англоман був змушений утікати на Туманний Альбіон від переслідування церковної влади.

Роль преси у політичному житті Англії виявляють взаємини англійського парламенту з періодичними виданнями XVIII ст.

На початок століття інтерес англійців до політичної інформації істотно зріс. Цьому сприяла внутрішня ситуація в країні (політична боротьба вігів і торі) та війна за іспанську спадщину (1701–1714).

Парламент забороняв журналістам публікувати будь-яку інформацію про свою діяльність, довго й наполегливо вів боротьбу із пресою, не допускаючи ні найменшої гласності своїх дебатів. Репортаж про парламентські дебати, надрукований у газетах, уважався прямим порушенням прерогатив парламенту. 1729 р. парламент видав постанову, що забороняла навіть натякати в пресі на дії парламенту. Однак ця постанова порушувалася постійно, і в газетах час від часу з'являлися мізерні відомості. Тому в парламенті постійно піднімалося питання про те, як змусити мовчати пресу. Невдовзі стало зрозуміло, що це *хибна комунікаційна стратегія, яка завдаватиме шкоди взаєморозумінню в суспільстві, і таким чином уряду зв'язків із громадськістю не побудувати.*

Звісно, що позиція закритості й мовчання не сприяла позитивному іміджу уряду і не допомагала його взаєморозумінню із громадськістю. Але бували винятки. На захист свободи слова виступив прем'єр-міністр Вальполь, висловившись, що пресі слід надати право публікувати парламентські дебати, оскільки забороняти – це зазіхати на її свободу. Поступово *парламент поступився тиску громадської думки*.

Першим журналом, який почав публікувати достовірні звіти про засідання парламенту, був ***"Gentleman's Magazine"***, що виходив щомісячно із 1731 р. Його видавець ***Едвард Кейв*** (1691–1754) запропонував *нову модель журналу*, уперше в назві періодичного видання використавши слово ***"magazine"*** франкомовного походження, що означало *комерційний заклад, який демонструє продукцію для продажу*. "Gentlemen magazine" вирізнявся різноманітністю інформації: у ньому містилися публікації нау-

кового характеру, політична хроніка, статті з філософії, історії, рецензії на музичні твори, некрологи, новини світського життя.

Спочатку звіти про діяльність парламенту, що друкувалися в "Gentleman's Magazine" як політична хроніка, були мізерними. Зазвичай наводилися резюме промов двох-трьох основних ораторів, про інших не згадувалося зовсім. Звіти друкувалися в безособовій формі задля уникнення назв імен, замість них ставилися лише великі літери і хоча за ініціалами чітко ідентифікувались конкретні особистості, формальність була дотримана, парламентські привілеї не були порушені. Зрозуміло, такі звіти були далеко не досконалими, а оскільки ще й з'являлися надто пізно, тож більше втрачали достовірність і актуальність.

Видавець "Gentleman's Magazine" з метою допомоги справі вдавався до різних засобів, іноді доволі дотепних, щоб обійти парламентські приписи. Передусім, він домігся (імовірно, за допомогою підкупу), що двоє його друзів отримали доступ до парламенту, де, причаївшись у затишному куточку, записували все, що бачили та чули. Із цих записів складалися звіти. Але для того, щоб захистити себе від можливих неприємностей, видавець "Gentleman's Magazine" подавав у своїх звітах примітку, в якій говорилося, що все, що друкується в журналі про парламентські дебати, стосується країни ліліпутів. Навряд чи кого-небудь міг обдурити цей виверт видавця, але так чи інакше він дійсно служив йому захистом від парламентського гніву: із 1733 р. у рубриці "Дебати в сенаті чарівної Ліліпутії" "Gentleman's Magazine" регулярно публікував звіти про парламентські засідання. Вони викликали настільки бурхливу реакцію громадськості, що 1738 р. публікації були заборонені. Рішення влади викликало гучний резонанс у суспільстві й активні протести. Британці виявляли величезний інтерес до дебатів у парламенті.

Майже 20 років парламент доволі толерантно сприймав публікації в пресі щодо своєї діяльності, але 1760 р. знову відновив резолюцію 1729 р. Однак парламент відчував, що йому важко опиратися тиску громадської думки, яка вимагала гласності парламентських дебатів.

Боротьба за вільне висвітлення політичного життя Англії дала результати лише на початку 1770-х рр., *коли парламент допустив у свої приміщення журналістів.* Відтоді газети стали

Видання підготовлено в рамках проекту "Кращі університетські підручники – вільний доступ для України"

друкувати *звіти про парламентські дебати* з мовчазної згоди парламенту, оскільки дозвіл не був офіційним. Редактори лондонських газет стали відряджати до парламенту своїх кореспондентів, які вели записи дебатів. Журналістів, які розміщувалися в *галереї Вестмінстера,* насмішкувато стали називати "четвертою владою", оскільки *монарх, палата лордів* і *палата громад* віддавна в Англії розглядалися як уособлення трьох гілок верховної влади держави. Із тих часів за пресою закріпилося визначення ***четверта влада*** (втратило іронічний смисл на межі 1820–1830-х рр., коли політики реально визнали владність преси).

Однак через специфіку газет як засобу інформації, що мав обмежений обсяг, вони не могли задовольнити читачів, зацікавлених у більш докладних публікаціях парламентських дебатів і рішень. І в 1770-ті рр. з'явилися спеціальні щомісячні журнали, в яких друкувалися повні матеріали роботи парламенту: висвітлювалися найважливіші питання, що розглядалися в обох палатах, промови провідних ораторів, що дозволило публіці мати реальне уявлення про роботу парламенту, позиції лідерів, процедури прийняття законів, нарешті, зміст самих законів.

1774 р. Дж. Елмон почав видавати щомісячний журнал ***"The Parliamentary Register, or the History of the Proceedings and debates of the House of Commons"*** ("Парламентський реєстр, або історія діяльності й дебатів Палати громад"), що став одним із найпопулярніших видань подібного характеру і проіснував майже 40 років. 1781 р. Елмон передав справу Джону Дебретту. На сторінках журналу докладно викладалися дебати щодо суспільно-політичних проблем. Також детально було представлено дебати на сторінках журналу ***"The Jockey club; or a sketch of the manners of the age"*** ("Жокей-клуб чи ескіз звичаїв століття"), але в іншому дусі: їм передувала розлога передмова видавця, а виклад дебатів мав дещо завуальовану форму, імена ораторів позначалися ініціалами.

Менш докладно, але в обсязі, достатньому для інформування читача про парламентські дискусії, дебати були наявні в ***"The London Magazine"*** і ***"The Parliamentary Magazine"***. Видавці цих журналів прагнули висвітлити найважливіші події життя суспільства, обговорювали і зовнішньополітичні справи, публікували відомості про банкрутства, укладення шлюбів, народження спадко-

Видавничий інформаційний центр "Київський університет" Вересень Дуб Друк

ємців, некрологи, кримінальну хроніку, рецензії на книги. Те саме можна сказати про ***"The new Annual Register, or general repository of History, Politics and Literature"*** ("Новий річний реєстр, або загальний репозитарій історії, політики й літератури").

Історія публікації парламентських дебатів на сторінках британської преси є *важливим показником змін, що відбувалися в суспільстві і відбиває процес формування зв'язків уряду із громадськістю*. Їхній пік припав на XVIII ст. Вони були обумовлені розвитком друкарської справи, поширенням грамотності, підвищенням ділової активності. Нова буржуазія потребувала оперативної інформації про події у світі та країні. Значною частиною такої інформації були відомості про парламентські дискусії й політику. Водночас із появою протопролетаріату, що дещо знався на грамоті та був небайдужий до власних прав і свобод, у політичної преси з'явилася нова цільова аудиторія, яка в наступному столітті стала суттєвою частиною громадськості.

В останній третині XVIII ст. були засновані такі щоденні газети, як ***"Morning Chronicle", "Morning Post"***, які у наступному столітті стали найвпливовішими британськими виданнями, взірцями англійської політичної періодики. Вони були популярні серед різних верств населення і в цьому була їхня конкурентна перевага.

Видавці повинні були вловлювати інтереси своїх читачів і розширювати обсяги публікацій матеріалів. Крім відображення суспільних переваг, преса одночасно формувала *громадську думку,* сприяючи становленню звички перебувати в курсі політичного життя країни. А *читання й обговорення цієї інформації сприяло формуванню політичної свідомості.*

Парадокс із журналізмом, що склався в Англії у XVIII ст., полягав у тому, що *у країні, яка першою в Європі скасувала цензуру, преса перебувала під гнітом обмежень*. Тільки в останню третину XVIII ст. в англійській пресі піднялася хвиля *виступів і протестів проти переслідувань журналістів*. 1794 р. було скасовано дію "Закону про цензуру". Позитивні наслідки скасування цензури виявилися не відразу, але, як зауважив Томас Маколей, напади на короля та його оточення були менш різкими, ніж до тоді. Це свідчило про те, що політична преса стала поступово звикати до свободи слова. Газети стали виразником волі влади, трибуною для висловлення поглядів громадських

діячів, політиків та інтелектуалів. Маколей писав: "Звичка писати проти уряду мала шкідливий вплив. Бо у тих, хто це робив, увійшло в звичку порушення закону, а звичка порушувати хоч і безглуздий, здатна розвивати в людях цілковите беззаконня".

Незважаючи на читацький інтерес до "політизованих" видань, дуже популярними були ***не заангажовані видання***.

Літературний, соціально концептуалізований журнал ***"The Tatler"***, започаткований 1709 р. за ініціативи ***Річарда Стіла***, виходив тричі на тиждень до 1711 р.; у ньому було опубліковано понад 40 нарисів під рубрикою "Сатиричні розповіді про лондонське життя" за авторством ***Джозефа Еддісона***. Стиль оповідей був від першої особи – це було інноваційним, у стилі демократизації суспільних процесів за Нових часів. "The Tatler" засвідчив новий підхід до журналізму, де панівним жанром стало есе в тогочасній традиції, та започаткував нову модель (структуру) видання, що в майбутньому була скопійована такими "класиками" британської періодики, як ***"The Rambler"*** та ***"The Idler"*** Самуеля Джонсона, ***"The Citizen of the World"*** Голдсміта, "***The Spektator***" Річарда Стіла і Джозефа Еддісона. У майбутньому "The Tatler" також вплинув на есеїстику Чарльза Лемба та Вільяма Газлітта. Еддісон і Стіл ліквідували "The Tatler", аби зробити нове аналогічне видання, але з більшою читацькою аудиторією.

1711–1712 рр. Едісон разом зі Стілом стали видавати *перший європейський щоденний* журнал "***The Spektator***". Дж. Еддісон неодноразово зізнавався, що мета журналу не тільки в "розвазі", а й у "вдосконаленні країни". Журнал виходив великим накладом (понад 3 тис. пр.) і став, за висловом Маколея, "неодмінним атрибутом ранкового чаю в кожному англійському домі". На відміну від більшості тогочасних періодичних видань, ***"The Spektator"*** уникав політики: його сфера – звичаї, освіта, мистецтво; його мета – просвітництво. Журнал намагався висміяти вади і прославити чесноти, виховати смак і в усьому проповідувати віротерпимість: у ***"The Spektator"*** співпрацювали католики, пуритани, священники англіканської церкви. У першому номері було виголошено позицію всього журналу: "Я живу на світі швидше як глядач, який спостерігає за людьми, аніж як учасник їхнього життя…" Такий прийом не був новим: уже наприкінці XVII ст. чимало видавців будували сюжети своїх матеріалів у формі діалогу з читачем, від-

Видавничий центр "Київський університет"

повідей на їхні листи. Головна заслуга Дж. Еддісона та Р. Стіла у тому, що вони значною мірою стали попередниками новацій англійських романістів XVIII ст. Недаремно "***The Spektator***" *цілком слушно вважається фундаментом, на якому постав англійський просвітницький роман*.

Заслуговує на увагу і мета журналістів – "Боротися зі злом, а не окремими особами, і викорінювати вади, не зачіпаючи людей". Цій гуманній настанові підпорядкована і сатирична типізація: глядач, *персонаж-медіатор*, обіцяв ніколи не описувати поганої людини, яка не була б схожою щонайменше на тисячу їй подібних.

Прикметним був і *спосіб уведення критики*, обраний журналом. Критика повинна була умовляти *м'яко й ненав'язливо, переконувати, а не карати*. "Розумним і гідним чином" журнал мав намір "змирити ворогів, упокорити заздрісних, заспокоїти гнівних, розрадити марновірних", піклуючись одночасно про те, щоб "повчання було приємним, а розвага – корисною".

Іншим новаторством журналу, відповідно до суспільних тенденцій Модерної епохи, стала налаштованість стосовно *торгово-комерційних питань*. Зокрема підкреслювалося, що *торгівля інтенсифікує процеси комунікації в суспільстві*. У такий спосіб використовувався традиційний для просвітництва аргумент, що "природа встановила законом життя залежати один від одного", коли "уродженці різних місць пов'язані спільними інтересами". Тому "немає в суспільстві більш корисних людей, ніж торговці", уважав *"**The Spektator**"*, оскільки вони "пов'язують людство взаємним обміном благ, розподіляють дари природи, дають роботу бідним, силу – заможним". Поетизація буржуазних торгово-комерційних відносин в інтерпретації Еддісона та Стіла була схвально сприйнята за межами Англії. Це очевидно зі статей і відгуків Бенджаміна Франкліна, який перебував під їхнім впливом.

Основні жанри, до яких зверталися Стіл та Еддісон: *гумористичний портрет, дотепна психологічна характеристика, інформаційна замітка про новини культурного життя, епістолярій у вигляді "листів до редакції", есе*. Безсумнівно, есеїстика Еддісона та Стіла дає можливість зрозуміти деякі явища тогочасного суспільства, а також оцінити їх не лише в суто соціально-критичному аспекті, а й із часткою гумору та здорового глузду.

Видання підготовлено в рамках проекту "Університетський науковий центр Вільнюського університету" за підтримки Посольства США в Литві

"The Tatler" і "The Spektator" проіснували недовго, але залишили слід у європейській просвітницькій журналістиці. У XVIII ст. обидва журнали були багаторазово перевидані у вигляді окремих книг і перекладені на інші мови. Їхній стиль і манеру часто копіювали і брали за взірець. Тільки в Англії вони мали десятки послідовників, серед яких "The North Tatler" ("Базіка з Півночі"), "The Chatterbox" ("Балакун"), "The Whisperer" ("Шепотун", 1709), "Total viewer" ("Загальний оглядач"), "Торохтійка" ("The Female Tatler", 1709–1710), "Буркотун, або Діоген, вигнаний з бочки" ("The Grouler, or Diogenes robb'd of His Tub", 1711), "Опікун" ("The Gueardian", 1713), "Воркотун" ("The Grumbler", 1715), "Розважальник" ("The Entertainer", 1717–1718), "Критик 1718 року" ("The Critic for the Year MDCCXVIII", 1718), "Інформатор" ("The Intelligencer", 1728), "Папуга" ("The Parrot", 1728), "Універсальний глядач" ("The Universal Spectator", 1728–1746) тощо.

Поза політичними проблемами була й газета ***"Daily Universal Register"*** ("Щоденний універсальний реєстр"), заснована 1785 р. Її видавець робив ставку на незалежність від політичних сил, газета відображала думки середньостатистичного англійця.

1785 р. ***Джон Волтер*** опублікував перший номер газети *"Daily Universal Register"*, яка через три роки була перейменована на ***"The Times"***. У редакційній програмі, опублікованій в одному з перших випусків, Волтер повідомляв, що його мета – зробити газету подібною до "заставленого наїдками столу, де кожен міг собі знайти щось до вподоби". ***"The Times" – перша газета, що стала незалежною від політичних поглядів,*** у той час як переважна більшість газет представляли виключно свою партію. "The Times" у перші десятиліття свого існування прагнула бути надпартійною газетою і на своїх сторінках нерідко порівнювала позиції різних політичних партій і течій, у ній була критика і уряду, і партій.

Династія Волтерів – батько, син, онук, правнук – володіла газетою до 1908 р. Сьогодні, через два з половиною століття, "The Times" продовжує публікуватися. Це найстаріша та одна із найавторитетніших британських газет.

Англійська журналістика у XVIII ст. стала однією із провідних світу, що зібрала серйозні творчі сили, відгукувалася на

найактуальніші проблеми розвитку європейського суспільства, успішно розробляла нові жанри, прагнула до об'єктивності й повноти висвітлення фактів.

Протягом усього XVIII ст. поступово складалася *типологія британської преси*. Газети стали поділятися на *столичні*, що висвітлювали різноманіття лондонського життя, і *загальнонаціональні*, які писали про життя в країні та за кордоном, а також *провінційні,* що повідомляли про місцеві події (перші з'явилися в містах Лідс ***("Leads Intelligent"***) та Йоркшир ***("Yorkshir Post")***. 1706 р. із появою *першої вечірньої газети* з'являється поділ на *ранкову* та *вечірню* пресу. 1781 р. почала виходити *перша недільна газета* ***"British Gazette and Sunday Monitore"*** *("Британська газета й недільний огляд").* Газети були *щоденні* та *щотижневі. Ці процеси сприяли охопленню пресою різних цільових аудиторій і формуванню громадської думки всього суспільства.*

Пройшовши під знаком боротьби *за реальне втілення в життя англійської концепції свободи друку і свободи слова, XVIII ст. в Англії стало періодом становлення політичної преси.* Маючи виразне партійне забарвлення, преса розвивалася за просвітницькою, а не комерційною ознакою. Різні типи газет сприяли формуванню різних цільових аудиторій політичної преси, а відтак диференціювали її вплив на різні верстви громадськості, чим робила ЗзГ у суспільстві ефективнішими та доцільнішими.

Наприкінці XVIII ст. преса міцно увійшла в життя освічених верств британського суспільства. Англійська журналістика стала взірцем для всієї континентальної європейської преси та посіла за всіма основними показниками першість у світі.

Роки довгої та наполегливої боротьби за політичну свободу журналістики зміцнили політичне значення преси Англії, зробили британську періодику не лише виразником громадської думки, а й захисницею народних прав, виявили її силу та послідовність у досягненні громадянських прав і свобод. У такий спосіб преса Англії засвідчила свій органічний зв'язок із різними верствами громадськості та явила Європі взірець соціокомунікаційних можливостей "четвертої влади".

Яскраві, самобутні журналісти й публіцисти раннього Нового часу: *Даніель Дефо, Джонатан Свіфт, Річард Стіл, Джозеф Еддісон, Генрі Філдінг.*

Видавництво Державний університет "Житомирська політехніка" Електронний архів бібліотеки

Даніель Дефо відомий як засновник модерної журналістики. Із ініціативи Дефо вперше у світовій журналістиці з'явилася *рубрика питань і відповідей*. Дефо став зачинателем жанру ***репортажу***. Він перший застосував на практиці один із основних журналістських принципів, що склалися на той час: "Собака не їсть собаку, газета не критикує іншу газету". Дефо був *не лише журналістом, видавцем і редактором, а й хорошим менеджером:* умів отримати державну дотацію на видання.

Дефо почав журналістську кар'єру 1690 р. у газеті ***"Athenian Mercury"*** ("Афінський Меркурій"), яку випускав його товариш Джон Дантон. Став широковідомим Дефо завдяки памфлету "Досвід про проєкти" (1697), де він запропонував уряду прокласти дороги, заохочувати торгівлю, дати можливість жінкам здобувати освіту, виплачувати пенсії, створити систему соціального страхування, лікувати людей за рахунок держави. Тим Дефо далеко випередив свій час, передбачивши багато аспектів соціально-економічної політики країни.

Справжня слава прийшла після публікації памфлету "Найпростіший спосіб покарання дисидентів" (1702), де він доводив, що всіх відступників треба просто знищити. Комізм полягав у тому, що сам Дефо був дисидентом. Коли обман розкрився, вибухнув гучний скандал (найгучніша літературна подія XVIII ст.). Кат публічно спалив примірники памфлету, Дефо був оголошений у розшук. Будучи в підпіллі, видав збірку своїх творів. Вибухнув ще гучніший скандал, суд засудив його до ганебного стовпа. ***"Гімн ганебному стовпу"*** Дефо написав напередодні публічного покарання, його прихильники поширили твір Лондоном. Перебуваючи вже на свободі, Дефо у 1704–1713 рр. випускав журнал ***"The Observer"*** ("Оглядач"), де зачіпав політичні питання, обговорював державні заходи, писав статті проти вад суспільства (пияцтва і т. п.), пропонував реформу моралі тощо.

На початку свого творчого шляху Дефо був щирим борцем за правду, але згодом став заангажованим журналістом. Він неодноразово продавав своє перо партії, яка була при владі, причому не соромився цього. За півстоліття своєї літературної та журналістської діяльності Дефо писав матеріали і видавав газети за короля і проти нього, за вігів проти торі й навпаки, проти католиків за англікан і проти англікан за дисидентів.

Видавничий центр "Київський університет" Редакційно-видавничий центр

Уславив Дефо роман "Пригоди Робінзона Крузо", що був написаний за два місяці (1719) і став 412-м у списку із більш ніж 500 створених ним літературних та публіцистичних творів.

Публіцистика ***Джонатана Свіфта*** відрізнялася яскраво вираженою сатиричною спрямованістю, іронічністю, алегоричністю, а також жорсткістю й безкомпромісністю стосовно опонентів. 1694 р. він прийняв духівництво англіканської церкви і був призначений священником в Ірландію. Там Свіфт опублікував свої перші памфлети, серед яких – "Казка бочки" (1704), де в пародійній формі показав боротьбу католицької, англіканської та кальвіністської церков. Цікаво, що майже всі свої твори Свіфт випускав анонімно або під різними псевдонімами. Проте читачі неодмінно впізнавали його неповторний стиль. Свіфт ніколи не опускався у своїй публіцистиці до прямої проповіді, пропонуючи читачам зробити висновки самостійно.

Свіфт піддавав критиці внутрішню політику Англії, висміював парламентську систему, засуджував колоніальні та загарбницькі війни, виступав проти релігійного марновірства й невігластва. Сатира Свіфта мала філософсько-політичний характер. Його памфлети були написані як відгук на важливі, актуальні питання суспільно-політичного та літературного життя в Англії. Загалом його творчості був притаманний яскраво виражений громадянський пафос.

Із ім'ям письменника пов'язані важливі політичні події на вітчизняних теренах, наприклад, укладання 1713 р. мирної угоди між Англією та Францією за іспанський спадок. Сучасники назвали цю угоду "Свіфтовим миром". До кінця життя з високої духовної трибуни Свіфт вів політичну та публіцистичну боротьбу за права ірландського народу. Оскільки економічний тиск метрополії на Ірландію був дуже потужний, ірландці зубожіли, тож Свіфт заснував із особистих коштів фонд допомоги нужденним. В Ірландії він став національним героєм.

Роман "Подорожі Гуллівера" (1726) був свого часу злободенним памфлетом, у якому висміювалася англійська політика й боротьба партій вігів і торі. Із часом роман, як і більшість інших памфлетів Свіфта, утратив політичну гостроту, але перетворився на взірець іронічної сатири.

Найбільше письменника цікавили проблеми політичні. Тому він не сприймав тогочасного принципу *"Розважаючи – повчати"* і

вважав, що читача (у нашому випадку, споживача) потрібно не розважати, а будити в ньому злість, примушувати бачити справжнє життя, справжнього себе, а тим формувати суспільну свідомість.

Джозеф Еддісон в історію світової літератури увійшов як есеїст (автор і видавець журналів), літератор, суспільний діяч, просвітник, мораліст. У теоретичних питаннях Еддісон був вірним класицистичним принципам і законам (приміром, категорично заперечував змішування жанрів у драматургії), але еволюція поглядів письменника привела до того, що закони класицизму (єдність місця, часу, дії) вже не здавалися йому обов'язковими.

Сер Річард Стіл – ірландський письменник, журналіст, політик. Один із родоначальників просвітницької літератури в Англії. Ще у шкільні роки познайомився з Дж. Еддісоном, із яким його згодом пов'язувала глибока дружба і найтісніше літературне співробітництво. Створив низку поетичних і драматичних творів, але його слава й літературне значення ґрунтуються на надзвичайно плідній журнальній діяльності.

Створену Свіфтом маску Бікерстафа Річард Стіль вирішив використати для нового журналу ***"Базіка"*** ("The Tatler", 1709 – 1710), який став початком не тільки англійської, а й усієї європейської морально-повчальної журналістики. Видання починалося звертанням астролога Ісаака Бікерстафа, пропонуючи читачеві повчальне, добродійне й необхідне чтиво.

У 1710 р. видавничим проєктом свого друга зацікавився Д. Еддісон і став надсилати до журналу свої статті й есе. Він знайшов своє покликання й найкращого співрозмовника. Із його приходом якість журнальних публікацій зросла, багато з них було перевидано й вважаються досі неперевершеними зразками англійської есеїстики.

Структура "Базіки" ґрунтувалася на одному есе, що було композиційним стрижнем кожного номера. Есе створювалося Стілем або Еддісоном від імені обраної маски та присвячувалося різним подіям лондонського життя. Вдало знайдена маска й точно витримана програма журналу швидко привернули увагу англійського читача.

Крім есе, у номер включалися дрібні оголошення й замітки. Побоюючись, що маска Бікерстафа може втратити свою привабливість, Еддісон і Стіль на початку 1711 р., у пік популярності, припинили видання "Базіки".

Видавничий центр "Київський університет" Вегеря Н.В. для студентів

Того самого року виник найбільш удалий у творчому тандемі Еддісона й Стіла журнал – ***"Глядач"*** ("The Spectator", 1711–1712). Стрижнем номерів були *проблемні есе*, присвячені моралі, торгівлі, освіті, дозвіллю, жіночому й церковному питанням.

Автори розробили тут цілу *галерею образів-масок*: поміщик, торговець, суддя, військовий, священник, чепурун – членів невеликого клубу, які збиралися, щоб говорити на актуальні теми в галузі політики, літератури, філософії, театру, світського життя тощо. Від імені кожної з цих масок автори могли висловлюватися про громадське життя, заявляючи при цьому про свій політичний нейтралітет. Дуже талановито було створено образ сера Роджера де Коверлі, дивака, добропорядного джентльмена, який із цікавістю дивився на навколишній світ.

Есе Стіла і Еддісона чудові ще тим, що в них містилося безліч реалістичних описів культурного й побутового життя епохи. Всім цим Стіл і Еддісон прокладали дорогу новому журналізму та публіцистиці XVIII–XIX ст.

Один із найуспішніших послідовників Стіла та Еддісона – видатний англійський письменник і публіцист ***Генрі Філдінг***. Він був дворянин і здобув освіту спочатку в аристократичній школі Ітона, пізніше – у Лейденському університеті Нідерландів. Повернувшись до Лондона, Філдінг зайнявся драматургією. За їдку політичну сатиру, що звучала у комедіях, його відлучили від театру. 1737 р. через Філдінга прийняли навіть спеціальний *закон про театральну цензуру*.

У пошуках засобів для існування Філдінг став вивчати юриспруденцію й одночасно зайнявся журналістикою. 1739 р. він випустив перший номер журналу ***"The Champion, or British Mercury"*** (“Борець, або Британський вісник“). За зразок Філдінг узяв видання Стіла та Еддісона. Журнал був пов'язаний із парламентською опозицією, але в той самий час Філдінг уникав відкритої політичної конфронтації. Внутрішньополітичні конфлікти 1745–1746 рр. посилили політичні погляди письменника, які він проповідував і в журналі ***"True Patriot"*** ("Справжній патріот"), що виходив 1745–1746 рр. та був спрямований проти партії торі, і в "Журналі якобітів", що видавався у 1747–1748 рр. Філдінг був також автором популярних *памфлетів на соціальні теми*.

Незважаючи на його послідовний антиякобізм, підтримка Англіканської церкви сприяла тому, що Філдінга було призначено Головним суддею Лондона і його літературна кар'єра пішла вгору. Об'єднавшись зі своїм молодшим братом Джоном, він зміг організувати 1749 р. загін "нишпорок" із Боу-стріт, знаний як перший поліцейський відділок Лондона. За словами історика М. Тревел'яна, вони були кращими суддями столиці у XVIII ст. і багато зробили для поліпшення судової системи та умов утримання ув'язнених.

1752 р. Генрі Філдінг зайнявся періодикою: статті виходили щотижня в журналі за назвою "Ковент-Гарден" під псевдонімом "сер Олександр Дроукансір, У цьому журналі Філдінг кинув виклик "армії із Граб-стріт" і сучасним письменникам періодичних щоденних видань. Цей конфлікт зрештою призвів до Паперової війни 1752–1753 рр.

Англійські публіцисти, есеїсти, памфлетисти, письменники – Д. Дефо, Дж. Свіфт, Дж. Едддісон, Р. Стіл, Г. Філдінг зробили цінний внесок у розвиток просвітницької журналістики, підняли її на новий художньо-стильовий рівень, чим привабили до друкованого слова величезну аудиторію пошановувачів і зуміли конструктивно вплинути на громадську думку.

4.4.2.3. Преса Франції XVIII ст.[3]

Утрехтський мир, укладений 1713 р. за підсумками війни за іспанську спадщину, розвіяв мрії Франції про гегемонію в європейській політиці. Франція була змушена поступитися Англії деякими своїми колоніальними володіннями. Однак Франція у XVIII ст. залишалася культурним центром Європи. Дідро, Руссо, Вольтер були визнаними лідерами думок європейців. Зародження та розвиток просвітницького руху сприяло активізації періодики у Франції, насамперед журнальної.

Тим часом майже все XVIII ст. французька преса залишалася у суворих рамках обмежень, які були накладені на неї ще в епоху Реформації. 1723 р. було створено кодекс, який накладав найсуворішу заборону на будь-які безцензурні публікації, як рукописні, так і друковані, як французькі, так і англійські.

[3] За публікаціями проф. О. К. Мелещенка та проф. Б. І. Чернякова.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Королівський ордонанс 1757 р. під страхом смертної кари забороняв публікації, "спрямовані проти релігії, ті, що баламутять розум, ті, що роблять замах на авторитет влади, ті, що підбурюють, порушують лад і спокій". Кількість цензорів постійно зростала. Із 1777 р. цензура запанувала і в провінції. Відкрити нову газету було надзвичайно важко, потрібно було отримати від короля "патент".

Разом із тим якраз у XVIII ст. у Франції *формувалася* ***громадська думка***. Величезний внесок у цей процес зробили просвітники, які відстоювали ***свободу слова***. Під впливом просвітницьких ідей (значною мірою) французи були переконані в тому, що вони мають ***право на вільний доступ до інформації***.

Суттєвою відмінністю епохи Просвітництва від попередніх епох було те, що в цей час почало формуватися ***громадське життя***. Питання суспільства обговорювалися публічно: у пресі, дискусійних клубах, кав'ярнях, салонах, на асамблеях, у масонських ложах. Хоча держава, парламент і церква намагалися стримувати ***вільнодумство***, часто зробити це було неможливо, оскільки заборонені цензурою праці часто можна було опублікувати за кордоном, у країнах із ліберальнішими поглядами, таких, як Англія й Нідерланди.

Зростання загального ***інтересу до новин*** у поєднанні з неписьменністю значної частини населення пояснює успіх рукописних видань. Їх часто читали вголос, що дозволяло неписьменним бути в курсі новин. Нувеллізм продовжував своє існування у Франції в епоху Просвітництва.

Модерною *локацією, де відбувався* ***обмін актуальною інформацією,*** стали *паризькі салони*, деякі з яких спеціалізувалися на поширенні новин у записах (про театр, літературу, заборонені публікації, нові книги, цікаві судові процеси, сатиричні скетчі та пісеньки, придворні чутки). Ці записи продавалися бажаючим ознайомитися з ними. У середині XVIII ст. центрами спілкування, місцем бесід і обміну інформацією також стали *паризькі кав'ярні*. Серед світської публіки виникла певна *мода на відвідування кав'ярень,* більшість із яких стали осередками поширення просвітницьких ідей.

Просвітництво у Франції збіглося зі становленням і розквітом ***журнальної періодики***. Журнали як концептуальні періодичні

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Запорука успіху

видання стали одним із основних комунікативних каналів для поширення просвітницьких ідей для широкої читацької аудиторії.

Завдання просвітницької журналістики – виправляти мораль суспільства за допомогою *пізнавальних і розважальних публікацій*. Тому мова просвітницьких видань вирізнялася простотою та ясністю, щоб бути зрозумілою й дохідливою максимально більшій кількості читачів. У Франції ці ідеї були реалізовані ***П'єром де Шамбленом де Маріво*** та абатом ***Прево***. П. де Маріво видавав перший в історії країни приватний щомісячний журнал ***"Le Spectateur Francaise"*** ("Французький глядач"), 1722–1723 рр., пізніше – журнали ***"L'lndigent philosophe"*** ("Незаможний філософ", 1728) та ***"Le Cabinet du philosophe"*** ("Кабінет філософа", 1734). Творчість П. де Маріво мала великий успіх як на батьківщині, так і в Європі: вишукано-метафоричну, повну неологізмів мову його журналів назвали "маріводаж".

Антуан Франсуа Прево, більш відомий під іменем абата Прево, творця відомого роману ***"Історія кавалера де Гріє та Манон Леско"***, також зробив внесок у розвиток французької журналістики. Змушений у 1728–1734 рр. переховуватися то в Англії, то у Нідерландах, Прево ознайомився з методами та прийомами англійської журналістики. 1733 р. Прево в Лондоні заснував за зразком ***"The Spectator"*** щотижневий журнал ***"Le Pour et le Contre"*** ("За і проти"), 1733–1740 рр. Журнал, який створювався в Англії, але розповсюджувався в Парижі, став помітним явищем у журналістському світі Франції. Заголовок журналу Прево маніфестував прихильність до об'єктивності. Достовірність і надійність інформації, якість критичних виступів викликали довіру. Навіть Вольтер прагнув, щоб рецензії на його твори вміщувались у журналі абата Прево.

В Європі XVIII ст. щодо періодичних видань продовжували діяти *цензурні обмеження*, і, якщо навіть у ліберальній Англії свободу преси доводилось виборювати у доволі складних умовах, то у Франції стан справ був набагато гірший, оскільки журналісти в цій країні зазнавали позасудових переслідувань; цензурна заборона мала "драконівський" характер – одна з королівських декларацій 1757 р. оголошувала смертну кару "усім, кого буде викрито у написанні й друкуванні творів, що містять у собі нападки на

Видавничий центр "Київський університет"

релігію чи збурюють бунтівні думки, ображають королівську владу та руйнують чи порушують лад і спокій держави".

Цензурних переслідувань зазнав відомий ***"Journal encyclopedique"*** ("Енциклопедичний журнал") ***Дені Дідро*** та ***Жана Д'Аламбера***. 1759 р. генеральний прокурор Франції оголосив це видання державною змовою, націленою на підрив суспільного ладу та знищення релігії. Загалом у період 1711–1775 рр. цензурна заборона торкнулася 364 творів, причому після 1770 р. основних переслідувань зазнали *книги, брошури та памфлети політичного змісту.* Збільшилася й кількість *"королівських цензорів":* якщо 1742 р. їх було 78, то до 1774 р. – вже 119.

Газети у Франції XVIII ст. видавалися активніше. Періодичні видання, засновані ще в попередньому столітті, – *"Gazette de France"* та *"Mercure galant"* – зберігали свої провідні позиції.

"Gazette de France" ("Французька газета", колишня ***"Gazette***" Ренодо) зберігала монополію на політичні новини й офіційну інформацію; 1761 р. була передана під протекторат Міністерства закордонних справ і перетворилася в офіційний орган влади; 1780 р. мала 12 тис. передплатників.

"Mercure galant" (перейменована в ***"Mercure de France"*** ("Французький вісник")) уважалася провідним літературним виданням, що виходило щомісячно. Серед редакторів були друзі філософів-просвітників, але газета не підтримувала ні матеріалізму, ні деїзму, уникала серйозного обговорення гострих тем. Політична інформація передруковувалася із "Gazette de France". У "Mercure de France" публікувалися переважно новини літературного життя, літературна критика, художні твори, міська та світська хроніка. На сторінках "Mercure" було надруковано рецензію на роман Д. Дефо "Робінзон Крузо". Видання було дорогим і впливовим, мало великий успіх, широко поширювалося не тільки в Парижі, але й у провінції. До кінця століття у нього було 15 тис. передплатників. Як і "Gazette", "Mercure de France" була офіційним виданням.

Із нових, заснованих у XVIII ст., був популярний ***"Journal de Tréveux"***, створений у розпал релігійних суперечок між єзуїтами та янсеністами. "Journal de Tréveux" мав на меті захищати "істинну релігію", тобто ортодоксальний католицизм, від нападів "єретичних" газет. Із 1777 р. у Парижі почало виходити *перше французьке щоденне видання* ***"Journal de Paris"***, засновником якого

був літератор ***П'єр-Антуан де ла Плас***. Це невелике чотирьохшпальтове видання відрізнялося різноманітністю рубрик і матеріалів, воно було про все, крім політики. У "Journal de Paris" писали про літературні новини, театральні прем'єри, паризьку моду, релігійні церемонії, світські прийоми, кримінальні злочини, судові процеси; друкувалися уривки літературних творів, нариси про театральні успіхи, світські новини, астрологічні прогнози.

У середині століття у Франції з'являються численні ***спеціалізовані газети*** – *літературні, економічні, медичні, газети для жінок* і т. п. Активний розвиток спеціалізованої періодики пояснювався не тільки інтелектуальним впливом енциклопедистів, а й тією обставиною, що вони не піддавалися жорстким цензурним обмеженням, яких зазнавали видання загального характеру.

Переважання офіційної преси призвело до того, що французи в пошуках нових ідей і свіжої об'єктивної інформації зверталися до іноземних та франкомовних газет, які друкувалися за кордоном і нелегально переправляли до Франції.

Як зазначає професор О. Мелещенко, "до Французької революції про незалежну пресу говорити практично не доводилось – вона просто не могла існувати в умовах тотальної попередньої цензури, але просвітницькі ідеї знаходили свій шлях до читацької аудиторії". Лідерами думок були філософи, а філософія французького Просвітництва була публіцистичною, надихалася ідеєю історичного поступу та бачила в історії "школу моралі й політики".

Французькі журналісти й публіцисти XVIII ст. не лише уславили батьківщину вільнодумними ідеями та демократично налаштованими діями, а й створили за допомогою преси засіб активного впливу на громадську думку, сформували масову свідомість за критеріями демократії, людської гідності, моралі. Їхні друковані органи були пропагандою їхніх прогресивних поглядів на суспільний лад. Газети та журнали, як концептуальні періодичні видання, стали одним із основних комунікаційних каналів для поширення просвітницьких ідей на широкі верстви населення Франції.

4.4.2.4. Німецька журналістика XVIII ст.

Надрукована в Гамбурзі 1697 р. книга ***"Про користь газетного читання"*** давала таку рекомендацію читачам: "Хто бажає бути свідомим громадянином, хто бажає бути гідним членом

Видання підготовлено в "Київському університеті" Версія для друку

суспільства та брати участь у його державній і громадській діяльності, той *зобов'язаний цікавитися газетами: повинен їх читати, запам'ятовувати і обмірковувати прочитане, повинен уміти застосувати це на ділі*". Це була не лише настанова, а й визнання ролі преси у формуванні громадської думки.

Становище німецької преси на початку XVIII ст. було доволі успішним; ще у 1609–1700 рр. у Німеччині виходило близько 200 газет. Проте цензура в Німеччині була дуже суворою. 1715 р. імператор Священної Римської імперії видав едикт, який наказував усім, хто так чи інакше пов'язаний із друкованим словом, суворо дотримуватися всіх законів проти наклепів. 30 років по тому ця вимога повною мірою стала поширюватися і на періодичні видання. 1749 р. прусський король Фрідріх II дійшов висновку, що журналісти заважають здійсненню його мілітаристських задумів, і ввів суттєві обмеження для політичної преси. 1751 р. Лессінг писав своєму батькові із Берліна: "Я охоче б надіслав вам тутешні політичні газети, але не думаю, що це буде вам цікаво: унаслідок суворої цензури вони здебільшого такі беззмістовні та сухі, що не можуть задовольнити нічиєї допитливості".

1788 р. при прусському королі Вільгельмі II було видано указ про те, що цензурі підлягають не тільки політичні, але й наукові періодичні видання. 1795 р. Франц II, наляканий подіями в революційній Франції, посилив контроль за ввезенням і копіюванням іноземних друкованих видань (особливо відслідковували пресу з Нідерландів та Франції).

Найсуворіші цензурні обмеження існували в *Австрії.* На початку XVIII ст. цензорські функції здійснював Віденський університет, але вже в середині століття в Австрії було створено спеціальну цензурну комісію, чиї повноваження поступово зростали.

Німецькі газети XVIII ст. були доволі скромними й нечисленними. Серед них виділяють кілька видань, передусім берлінську ***"Fossish Zeitung"*** *("Викопна газета")*, яку з 1751 р. видавав ***Крістіан Фосс***, і яка згодом стала однією із найвпливовіших німецьких газет. Фосс домігся хорошої якості публікацій. Співробітниками газети були німецький драматург, теоретик мистецтва і літературний критик-просвітник, основоположник німецької класичної літератури ***Готгольд Лессінґ*** та відомий на той час письменник, учений, педагог ***Карл Моріц***: Лессінґ писав

блискучі рецензії та огляди нових книг. Моріц публікував на сторінках газети публіцистику.

Значне місце займали *некомерційні офіційні оголошення*, які Фосс був змушений друкувати під тиском влади, хоча це нічого не додавало ні до прибутків видання, ні до його популярності. Однак ще на початку століття в деяких німецьких газетах почали друкувати платні оголошення. Правда, коло цих видань було дуже обмеженим. Держава контролювала публікацію газетних оголошень. Газета могла розмістити оголошення, тільки отримавши дозвіл влади. На початку XVIII ст. лише одна австрійська газета ***"Wiener Zeitung"*** ("Віденська газета") мала монополію на комерційні оголошення, як і на публікацію політичних новин. Із 1720-х рр. у німецьких князівствах почало з'являтися все більше газет, що друкували рекламні оголошення.

У XVIII ст. у Німеччині виникли перші *літературні газети*. 1715 р. у Лейпцигу стала виходити щотижнева ***"Neue Zeitung zu wissenschaftlichen Themen"***, яка висвітлювала академічне й літературне життя країни. Тим часом уплив німецьких газет на політичну сферу був незначним.

Журнали в Німеччині теж уперше з'явилися на початку XVIII ст. Однією із причин їхнього виникнення була сувора цензура на газетну періодику. Тому обговорення серйозних питань громадсько-політичного, економічного, культурного життя країни перейшло на сторінки журналів. Столицею журнальної періодики став Франкфурт-на-Майні (напр., у 1713–1761 рр. видавали 178 журналів). Дослідники виділяють *три основні групи німецьких журналів* XVIII ст.: *літературні, громадські та політичні.*

Гамбурзький журнал ***"Wernunftler"*** ("Розумник") – перший німецький тижневик, який було засновано 1713 р. Як і його британські попередники "The Tatler" та "The Spectator", журнал мав просвітницьку орієнтацію.

Під впливом Американської революції, просвітницьких ідей і Великої французької революції нові віяння в кінці XVIII ст. проникають у громадське життя Німеччини: воно все більше політизується (політика в періодичних виданнях остаточно взяла вверх, а громадсько-політичні журнали зайняли домінуюче місце в структурі німецької журнальної періодики). Показовим є ***"Der Deutsche Merkur"*** ("Німецький Меркурій"), що видавав

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт для друку

один із провідних діячів німецького літературного процесу XVIII ст. ***Крістіан М. Віланд***. Задуманий як літературно-художній, журнал став глашатаєм "французьких ідей".

Преса Ранньомодерного часу стала каталізатором розвитку зв'язків із громадськістю в Європі та вдосконалила інформування, а саме:

– створила потужне, безперервне та регулярне інформування населення, чим сприяла підвищенню рівня громадської обізнаності;

– стала і джерелом, і каналом інформування, без чого зв'язки із громадськістю просто не могли вже функціонувати;

– виявила необхідність вільного отримання інформації.

Преса відіграла величезну роль у просвіті людей модерного типу. Вона сприяла поширенню передових знань, відтак підвищувала освіченість європейців, формувала політичну свідомість практично всіх верств суспільства. Преса допомогла європейському індивіду вийти за межі його безпосереднього життєвого досвіду і включитися в політичну діяльність. Преса активізувала формування громадянського суспільства в Європі та виявила свою здатність впливати на національну та загальноєвропейську політику.

4.5. Ранньомодерні ЗзГ у ділових комунікаціях

4.5.1. Умови та рушії формування ділових комунікацій

Умови розвитку ділових комунікацій у Ранньомодерні часи:

- становлення світової економічної системи;
- поява капіталістичного підприємництва;
- формування нових класів: буржуазії та протопролетаріату;
- нові можливості розвитку промисловості;
- вдосконалення ринкових відносини;
- розширення ринкової інфраструктури: виставки, ярмарки, міжнародна торгівля.
- активізація рекламних комунікацій, поява нових жанрів і форм рекламування; реклама в пресі.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Відділ по друку

Домігшись політичної влади, представники ділових кіл зовсім не збиралися відмовлятися від основної своєї діяльності – ***підприємництва***, яке з XVII ст. почало набувати глобального характеру. Якраз відтоді почалося створення *світової економічної системи*. У XVII ст. з'явилися нові можливості для розвитку виробництва й торгівлі, що значним чином позначилося на соціальних комунікаціях. У XVIII ст. економічна сфера перестала сприйматися як щось існуюче окремо від сфери державної: навпаки, такі мислителі, як ***Ш.-Л. Монтеск'є*** і ***А. Сміт*** обстоювали *ідеї про взаємозалежність політики та економіки.*

Рушії соціальних комунікацій у діловій сфері:

- формування світової ринкової системи та ринкових відносин;
- виникнення підприємництва (бізнесу) і нового стану – буржуазії;
- формування простолюду в "третій стан" суспільства;
- виникнення корпорацій на зміну мануфактурам і акціонерних товариств;
- стрімкий розвиток торгівлі;
- набуття рекламою масового характеру, її нові властивості на модерних носіях;
- поява інформаційних бюро, що стали предтечею агенцій;
- розвиток виставкової справи;
- перші комплексні рекламні та PR-кампанії.

Усі ці рушії виявилися потужними каталізаторами зв'язків і соціальних взаємин між різними верствами населення, зокрема новоявленими – буржуазією та робітниками, які прагнули до переосмислення економічних важелів суспільства, виваженої підприємницької конкуренції, економічного добробуту суспільства, яке б розвивалося на засадах демократії, із дотриманням громадянських прав та свобод. Буржуазія стала основною діючою силою у промисловій і буржуазній революціях та основним суб'єктом ЗзГ, а простолюд – основним об'єктом впливу, основною цільовою аудиторією й основним критерієм громадської згоди. У контексті взаємин цих двох нових класів модерного суспільства та їхніх відносин із верствами (аристократія та духівництво), що мали тривалу історичну долю й політичні, економічні та духовні пріоритети, форму-

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Редакційно-видавничий відділ Відділ друку

валися комунікації ділового формату, що в подальшому набули статусу бізнес-комунікацій.

Варто розглянути докладніше ***основні рушії ЗзГ ділового чину в Ранній Новий час.***

Ринкові відносини. Видатний шотландський економіст і філософ-етик ***Адам Сміт*** – один із засновників *науки про економічний розвиток суспільства* – відстоював необхідність розвитку ***ринкових відносин***. У своїй праці ***"Дослідження про природу і причини добробуту народів"*** він писав, що *людське суспільство – це товариство, в основі якого лежить обмін різними видами праці*. *Схильність до обміну* філософ уважав основною властивістю людської природи, яка водночас сприяє зростанню добробуту всього суспільства. Керує цим процесом ринку – "невидимий механізм", що організовує господарську діяльність. Для нормального функціонування ринку необхідна "природна свобода", тому держава не має втручатися в економічне життя суспільства, а повинна виконувати функцію "нічного охоронця". Для розвитку ринкових відносин, а відповідно економіки, потрібні вільна торгівля та свобода підприємницької діяльності. Капіталізм, на думку А. Сміта, є тим єдиним порядком, що відповідає природі людини та в перспективі має забезпечити загальний добробут і процвітання.

Локацією, що надавала можливості для розвитку ділових взаємин модерного взірця, виявилися новоутворені бізнес-товариства: ***мануфактура***, що передувала ***заводам*** і ***фабрикам***, та ***корпорація,*** яка безпосередньо пов'язана з історією ґенези індустріального суспільства, насамперед із розвитком мануфактурного виробництва. Мануфактури виникали в галузях, де рівень спеціалізації й технічного розвитку створював умови для реорганізації виробництва шляхом проникнення торгового капіталу у виробництво, або якщо виробник ставав і підприємцем, і купцем. У мануфактурну добу торговий капітал переважав над промисловим. Головними сферами залучення капіталу була ***зовнішня торгівля*** й ***морські перевезення***. *Це відкривало нові можливості для розвитку соціальних комунікацій.*

Бурхливий розвиток ***торгівлі*** сприяв зміцненню *міжнародних відносин у Європі.* Французький мислитель Ш.-Л. Монтеск'є писав, що торгівля забезпечує спілкування країн та народів і сприяє встановленню миру і, як наслідок, служить інтересам держави.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для студентів

Історія ЗзГ на етапі протоіндустріального суспільства – це історія їхньої ролі у перемозі промислового капіталу над торговим. Відбувалися зрушення у сфері обігу й розподілу. Просте товарне виробництво переростало в ринкове, розвивався міжнародний поділ праці, формувалися національні, європейський і світовий ринок товарів та грошей. Соціальні комунікації здобули нову вагому роль.

Велике значення в модерних комунікаційних процесах в економічній сфері відіграли ***корпорації*** – об'єднання підприємців, які отримали доволі широкий розвиток уже в XVI ст. (переважно в Англії та Нідерландах). У наступному столітті корпорації вийшли на новий рівень і стали поступово перетворюватися в ***акціонерні товариства***. Випуск акцій припускав і активні рекламні кампанії із залучення покупців цих цінних паперів, причому акціонерами могли стати представники всіх верств суспільства: від вищої аристократії (включаючи монархів) до городян із середнім рівнем прибутків. Під час парламентських виборів в Англії кандидати в депутати фіктивно вступали до складу того чи іншого професійного об'єднання й обіцяли, отримавши владу, забезпечити державне замовлення своїм "колегам". Подібні приклади свідчать про те, що професійні об'єднання ставали серйозною громадською й політичною силою та могли відігравати помітну роль у суспільстві. Не випадково 1791 р. у Франції було прийнято закон, який забороняв створювати професійні та інші корпоративні об'єднання, а для порушників уводилися високі стягнення.

Іншими, не менш продуктивними для ділових ЗзГ локаціями, у Новий час стали ***біржі*** товарні й фінансові, ***банки,*** згодом – ***фабрики*** та ***заводи***.

Загострення конкуренції торгових компаній у боротьбі за покупців сприяло тому, що на початку XVII ст. виникла потреба у системному інформуванні підприємців щодо товарів, послуг та цін на них, а також у вільному доступі до такої інформації. Наслідком стала поява ***інформаційних бюро***, що займалися акумулюванням комерційної інформації та поширенням її, зокрема це стосувалося інформації рекламного характеру і сприяло появі рекламної преси.

Ще одним засобом просування товарів, створення громадської думки про них та формування їхнього іміджу були ***виставки***. По-

Видавництво Державний університет "Київський авіаційний інститут" Версія не для друку

дібні заходи в локальному масштабі проводились із XVIII ст. Перша міжнародна виставка відбулася в Лондоні 1756 р., 1763 р. – у Парижі, через два роки – у Дрездені. У 1780–1790-х рр. – торгово-промислові виставки в Берліні, Мюнхені, Гамбурзі. Ці заходи проводили нерегулярно, вони були "генеральною репетицією" перед торгово-промисловими виставками XIX ст., що отримали широкий громадський резонанс і мали світове значення.

Рушієм і суб'єктом формування модерних зв'язків із громадськістю стала ***буржуазія*** – клас індустріального суспільства, який володів інструментами контролю над інвестиціями або грошовим капіталом, фізичними засобами виробництва (земля, фабрики та установи) і робочою силою. На думку М. Вебера, важливим чинником утворення буржуазії, її виділення в особливий клас, самостійну економічну й політичну силу стала протестантська етика із властивою їй системою цінностей – індивідуалізмом, підприємництвом, аскетизмом, що сформували своєрідний етос, який М. Вебер називав "духом капіталізму".

З огляду на економічну й підприємницьку домінанти успішного розвитку, на що вказав американський економіст і соціолог Т. Веблен у теорії "бездіяльного класу", буржуазія створила зовсім нове комунікаційне середовище з іншими політичними, економічними, культурними та моральними пріоритетами. Тому буржуазія "намагалася спрямувати розвиток правових, комерційних, фінансових інститутів, норм ведення справ, звичаїв бізнесу тим шляхом, який відповідав її цілям – посиленню захисту власності, гарантії виконання договорів, зручності здійснення фінансових операцій і т. п. (Т. Веблен). Це зумовило появу так званої "стихії буржуазності", що визначила не лише характер і стиль внутрішньостанових взаємин, але й відносини буржуазії із владою, старою аристократією, політиками, і основне – простолюдом, із якого вона створила новий стан – ***пролетаріат,*** який уже в наступну епоху виявив свою і політичну, і економічні, і соціокомунікаційну силу в суспільстві.

Соціокомунікаційна визначеність буржуазії як класу відбулася в часи "бурі й натиску", коли вона змагалася за свій життєвий простір. Нова "буржуазна" хвиля суттєво вплинула на комунікаційну модернізацію суспільства та на генезис зв'язків із громадськістю.

Видавничий центр "Університетський" Електронне видання

4.5.2. Реклама – технологія комерційних ЗзГ XVI–XVIII ст.

У Ранній Новий час ***реклама*** поступово *набувала масового характеру* й орієнтувалася на різні верстви суспільства. Реклама чимдалі активніше втрачала становий характер, притаманний їй у Середньовіччі, що було наслідком демократичних тенденцій розвитку раннього буржуазного суспільства.

На межі XV–XVI ст. з'явилися нові форми реклами: ***друкований летючий аркуш*** (аркушик паперу формату А5 із виділеним великим шрифтом першим рядком замість заголовка, інколи з ілюстрацією); ***друковане оголошення*** (замінило рукописні *si quis*; одне із перших зробив типограф Генріх Егштейн у Страсбурзі 1466 р.); ***каталог, проспект*** (1470, Майнц, перелік 21 книги з анотаціями, видання Петера Шеффера) і ***прейскурант*** (1498, перелік 15-ти книг із цінами Альда Мануція). З'явилися ***титульні аркуші книг*** (1476, Венеція, Ерхард Ратдольт), що також виконували рекламну функцію: вони ідентифікували видання й викликали до них інтерес.

Друковані афіші (початок XVII ст.) від летючого аркуша відрізнялись лише тим, що містили текст із одного боку і клеїлись на стіни; формат, шрифт, ілюстрації афіші летючого аркуша були однакові. Найчастіше такі афіші розміщувались у місцях скупчення людей, тобто були засобом впливу на громадську думку.

Продовжували розвиватись й інші види зображальної реклами: ***гравюра, настінний живопис, вивіска***. Найпопулярнішою була ***живописна вивіска,*** що вражала колоритом: неприродні кольори і властивості тварин, предмети вжитку. 1762 р. після нещасного випадку, пов'язаного із падінням однієї з таких вивісок, їхній розмір було обмежено.

Логічним наслідком розвитку книгодрукування стала поява ***типографських емблем*** та ***екслібрисів*** (особистих знаків власника книги). Вони виконували рекламно-демонстративну функцію, ставши правонаступниками геральдичних зображень, а також уособлювали відповідно *знаки авторства* та *знаки власності*. Першим типографським знаком авторства вважається подвійний щит Йоганна Фуста й Петера Шеффера, що з'явився

1462 р. на виданій ними латинській Біблії. Найвідомішим таким знаком є зображення дельфіна, що "обіймає" якір, із девізом "Festina lente" ("Поспішай повільно") Альда Мануція. Серед відомих екслібрисів – роботи художників ***Альбрехта Дюрера*** (родовий герб із девізом "Собі та друзям" для В. Піркгеймера, 1500) та ***Лукаса Кранаха Старшого***.

1631 р. з'явилося ***перше рекламне оголошення в газеті*** Теофраста Ренодо, відтоді й почалася *історія реклами у пресі*.

Перша *англійська реклама в газеті* датується 1652 р., з'явилася на сторінках газети Д. Нідхема. Активізація конкуренції торгових компаній у боротьбі за покупців сприяла тому, що із середини XVII ст. у газетах з'являлися приватні оголошення, які належали окремим торговим фірмам. Наприкінці XVII ст. преса почала боротьбу за рекламодавців.

Оскільки торговельні компанії продовжували використовувати ефективні "догазетні" форми реклами: рекламні листівки, вивіски, афіші паралельно з газетними об'явами та поєднували їх із іншими заходами просування товарів, можна говорити про ***проведення перших комплексних рекламних*** чи ***protoPR-кампаній.*** Прикладом такої ефективної кампанії може бути діяльність англійця ***Едвардса,*** який 1652 р. опублікував у газеті ***"The Public Adviser"*** ("Громадський консультант") рекламну статтю про властивості кави. Одночасно з цим у місцях продажу "чудодійного напою" він поширював інформаційні аркуші рекламного характеру, наклеював афіші на стіни приміщень, організовував дегустації. У результаті ***кав'ярні*** до середини XVIII ст. були популярними громадськими місцями лондонців, де вони спілкувалися, обмінювалися враженнями та судженнями, отже, це були *місця активного формування громадської думки*.

Приватний характер повідомлень у пресі наприкінці XVII ст. досягнув апогею: із 1693 р. на сторінках англійських газет почали з'являтися шлюбні оголошення.

XVIII ст. можна вважати століттям розквіту ***газетної реклами***, що вже стала звичною та сприймалась як невід'ємна частина підприємництва. У газетах публікувались різні оголошення – від приватних об'яв (репетиторство й астрологія) до повідомлень про банкротство компаній і пошук ділових партнерів. Почали з'являтись навіть суто ***рекламні газети***: наприклад, "Affiche" у

Видавничий центр "Київський університет"
Версія для друку

Франції. В Англії газети загалом багато місця відводили рекламним повідомленням, особливо "Morning Post" і "The Times".

Цей час став і епохою ***"дутої реклами"***: зниження популярності тих чи інших товарів змушувало їхніх власників удаватися до маніпулятивних методів. Торговці кавою, які проводили вдалі кампанії із просування своєї продукції в XVII ст., у наступному столітті задля підтримки та збільшення чисельності споживачів почали використовувати оголошення в газетах та афіші, в яких перераховували цілющі властивості кави, обіцяли зцілення хворих тощо. З'являлась і інша фальшива реклама, яка вже тоді отримала назву "пастки для марновірних". Маніпулятивні прийоми загалом були поширені у тодішній рекламі.

В "Енциклопедії" у статті "Мануфактура" д'Аламбера зазначалося, що, якщо дрібні торговці мають можливість торгувати із перервами, дочекавшись підвищення попиту, то великі підприємства мають працювати постійно, для чого їм самотужки слід створювати цей попит. Це дає підстави припустити, що вже в середині XVIII ст. *зароджувалися перші ідеї маркетингу*.

Реклама вже на початку Нового часу була потужним засобом комунікацій, впливу на споживчий попит, активізацію конкуренції в умовах зародження ринкових відносин, формування громадської думки щодо тих чи інших товарів та послуг. У цьому виявились комунікаційні властивості й ефективність реклами як соціальної комунікації, її потенціал не лише як бізнес-комунікації, а й у іміджетворенні та брендингу, що реалізувалося у подальшому.

4.5.3. Інформаційні бюро – інноваційний рушій ЗзГ

Першими спробами впорядкованого збору й розповсюдження новин та інших актуальних відомостей стали ***інформаційні бюро***. Перша згадка про діяльність інформаційних бюро в Європі – Венеція, 1530 р.: у кварталі Ріальто, поруч із крамницею, було розташоване особливе бюро, мета якого полягала в тому, щоб збирати політичні й торговельні новини, данні про рух кораблів, ціни на товари, безпечність доріг, про політичні події, та продавати збірки но-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Замовлення для друку

вин зацікавленим особам. Сформувався цілий цех "*переписувачів новин*" – "*нувелантів*", які невдовзі з'явилися і в Римі.

Паралельно з інформаційним сплеском в Італії, намагалася налагодити впорядковану доставку оперативної інформації до своїх філіалів заможна торговельно-промислова компанія німецьких підприємців ***Фуггерів***. *Вони зробили інформацію товаром, поставили її виробництво (спеціальний штат зі збору інформації, її перепису) на постійну основу, налагодили реалізацію. Така стратегія утримувала тривалий час попит на інформацію як товар, зробила його конкурентним і сформувала його репутаційний імідж.*

Загальноєвропейські тенденції розповсюдження інформації мали своєрідний вияв в Англії. Багато чиновників, міністрів, заможних купців мали власних збирачів новин, що створювали для них рукописні *інформаційні бюлетені.* Отримуючи такі інформаційні огляди щотижня, вони поширювали їх серед своїх друзів та знайомих, роблячи невеликі брошури, і залишали одну–дві сторінки, призначені для внутрішніх новин.

Уперше впорядкувати інформування населення в Англії запропонували ***Артур Джордж*** і ***Вальтер Коуп.*** 1611 р. вони отримали перший у світі патент від короля Якова I на відкриття офісу під назвою ***"The Publicke Register for Generall Commerce".*** Проте задум не реалізувався – протидія "охоронців традицій" від аристократії та комерційно не зацікавлених підприємців нової генерації виявилась занадто сильною.

У Франції ідею підхопив славнозвісний ***Теофраст Ренодо***, який 1612 р. отримав патент від Людовика XIII на відкриття інформаційного бюро. Хоча протидія в підприємницьких колах Парижа була не меншою, ніж у Лондоні, 1629 р. за підтримки впливового духовенства "Адресне бюро" усе ж було відкрите. 1630 р. після особистого знайомства з діяльністю бюро, кардинал Ришельє видав офіційний дозвіл поширювати інформацію на території всієї Франції. Це стало поштовхом для видання відомої "La Gazette". Видавалися й ***"Feuilledu Bureau d'adresse"*** ("Аркуші адресного бюро"), що виходили зазвичай щодекади, але нерегулярно.

Між тим, в Англії відновились спроби створити інформаційно-рекламне бюро. 1637 р. необхідний патент отримав ***Роберт Інніс*** від короля Карла I, але громадянська війна, що розпочалася невдовзі, не дала можливості реалізуватися цій ініціативі. Третя

Видавництво Національного університету "Київський авіаційний інститут" Версія для друку

спроба датується 1648 р., але лише 1657 р. ***Мерчмонт Нідхем*** за підтримки Олівера Кромвеля зміг відкрити своє інформаційне бюро під назвою ***"Office of Public Advice"***. Британське бюро, наслідуючи свого французького попередника, почало видавати щотижневий журнал "***The Public Adviser"***, про який згадувалось.

Безперечно адресні бюро стали інноваційною локацією, де закладався потенціал формування актуальної громадської думки, і були каталізаторами впливу на колективну свідомість. Циркуляція інформації, якій вони не лише сприяли, а активно здійснювали, пожвавило інтелектуальні процеси в суспільстві, інспірувало прагнення до пізнання, інтерес до громадського життя в усіх його виявах. По суті, адресні бюро стали потужними комунікаторами, поширюючи серед населення Європи актуальні відомості та новини; потік комунікації був асиметричним, проте не зовсім однобічний, і гіпотетично можна припустити, що рефлексії широких верств на ті чи ті повідомлення – промовисте свідчення зворотної комунікації, відтак, це був початок її двосторонньої моделі.

Цілком очевидно, що систематичне та впорядковане інформування широких верств у XVII–XVIII ст. стало ініціативою, яка мала сприяти якісному розвитку колективного свідомого, відтак формувати громадську думку як у політичному, так і економічному й культурно-естетичному аспектах. Контент інформаційних бюро, що стали результатом цієї ініціативи, був різноманітним, формувався на комерційній основі та мав певний рівень громадської відповідальності, адже йшлося про громадськість, яка все більше набувала ваги в суб'єктно-об'єктних взаєминах ЗзГ.

4.6. Роль науки, філософії та літератури Просвітництва у ґенезі ЗзГ

4.6.1. Наука як інтелектуальний складник ЗзГ XVIII ст.

У XVII ст. в Європі остаточно склалися національні держави, здійснилася централізація влади, формувалися національні економіка, культура, наука та мистецтво. Активна національна роз-

Видавничий центр "Київський університет" Розсіяне для студії

будова в умовах Модерної епохи, однак, не призвела до ізоляції держав та етноцентризму, а навпаки, між європейськими країнами налагоджувались більш тісні зв'язки, і до характерних для більш раннього часу політичних і торгових контактів додалися ще й наукові, мистецькі.

XVIII ст. називають періодом Просвітництва. Місце релігії в громадській та індивідуальній свідомості в цей період відходить на другий план, його посідають ***наука*** та ***філософія***.

Просвітницькі ідеї на тривалий час визначили розвиток усієї духовної культури Європи, стали суспільним надбанням. Ці ідеї передавались у вигляді ***філософських творів***. ***Природничі знання*** поширювались у вигляді теорій, постулатів, гіпотез, концепцій, висвітлених і оприлюднених у різноманітних жанрах ***наукової літератури,*** яка стала загальнодоступною завдяки модерній пресі. Завдяки появі журналів, із одного боку, та відсутності цензури – з іншого, змогли своєчасно бути надрукованими праці найвидатніших мислителів.

Своєю репутацією "епоха перемоги науки над сліпою вірою" багато в чому завдячує зусиллям науковців, як виявилося – ефективних професійних комунікаторів. Вони володіли не лише мистецтвом слова і новітніми знаннями, а й мистецтвом переконання, що в PR має одне із першорядних значень.

Наука *стрімко входила в життя європейців як особливий* ***соціальний інститут,*** природна та необхідна умова нормального функціонування і розвитку всієї системи модерного суспільства. Держава приймала на себе все більшу частку турбот про цей вид діяльності. Із відлюдника-одинака, яким був учений у часи доктора Фауста (XV ст.), натураліст XVII ст. став вже persona grata (*бажана особа)* у суспільстві, хоча його відносини з державою і церквою нерідко залишалися складними. Наукове знання піднімало на якісно інший рівень систему суспільної свідомості в цілому.

Наука виступала як носій і виразник у духовному світі людини, її культурі об'єктивного, загальнозначущого змісту, однаково обов'язкового для всіх – незалежно від класово-станових, національно-расових або яких-небудь інших відмінностей.

Наукові кола, що раніше були замкненими осередками та наближеними до еліти суспільства, почали вживати заходів для залучення громадськості в наукове життя. Прикладом таких дій є про-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ведення 1750 р. Діжонською академією публічного конкурсу на тему "Чи сприяє відродження науки та мистецтва очищенню моралі?". Конкурс зацікавив багатьох учасників, а переможцем став Жан-Жак Руссо. Цим він створив собі гарний імідж, крім того, це був *ефективний самоPR*. Згодом подібні конкурси стали доволі поширеним засобом популяризації наукових ідей і зацікавлення громадськості до обговорення наукових проблем.

Однією із форм *міжнародної співпраці* (відтак і комунікацій) стали публікації для широкого загалу наукових та публіцистичних праць учених в інших країнах – там, де не було цензури. Найбільша свобода друку була в Нідерландах, тому не дивно, що в цій країні були опубліковані твори авторів із Англії, Франції, які на їхній батьківщині цензура заборонила друкувати. Одним із найяскравіших прикладів стало видання в Нідерландах французьким емігрантом Ж. Леклерком праці англійського мислителя Джона Локка "Дослідження про людський розум". Ця праця виходила частинами у випусках журналу "Bibliotheque universelle et historique" і тільки завдяки цьому дійшла до широкої громадськості, викликавши бурхливе обговорення.

Наукові контакти як комунікація інтелектуальної еліти стрімко розвивалися.

Завдяки поширенню можливостей інтелектуального спілкування, – висловлення ідей, концепцій, гіпотез, обміну думками, обговорення наукових проблем, дискутуванню, полеміці, іншим формам комунікацій, – Просвітництво стало початком розквіту світської науки та філософії. Науковців більше не стримували релігійні обмеження і вони отримали можливість більш-менш вільно викладати свої думки, доносити їх до громадськості.

Розвиток природничих наук, філософії у Ранній Новий час став дуже своєрідним етапом розвитку соціальних комунікацій: уплив носіїв передової думки та креативного модерного мислення – учених, філософів, тобто інтелектуальної еліти, був настільки потужним на громадськість, що вона не змогла таїти мовчання і лише рефлексувати, а вступила у діалог – публічне обговорення тих чи тих концепцій, гіпотез, висловлюючи судження, враження, емоції, а значить комунікація поступово ставала двобічною, – активною та продуктивною. Громадськість виявляла комунікаційний хист на публічних виступах, відкритих лекціях, у кулуарах

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

театрів, світських салонах, на вечірках у вузькому дружньому колі, кав'ярнях та інших локаціях, де було зручно й доречно спілкуватися, приміром обговорювати наукову статтю, книгу чи публічний виступ. Суспільство завирувало комунікаціями, почався т. зв. "обмін розумами". Судження обростали новими смислами, плодили нові версії, продукували чутки. Комунікація набирала обертів, її вплив на колективне свідоме активно зростав. Серед чуток і переказів, суджень та перетрактувань народжувалася громадська думка про те чи інше явище, подію, факт, стан. Суспільство генерувало розвиток громадської думки, її еволюцію, удосконалення. Роль наукового дискурсу в цьому процесі в епоху Просвітництва була першорядною.

4.6.2. Зміна пріоритетів ЗзГ під впливом філософських концепцій Просвітництва

Зміна вектора "інформаційного голоду" та використання друкованого слова як способу впливу на опонентів, розвиток гуманітарних знань і *увага до "третього стану"* з боку філософів, літераторів, художників спричинили вихід на комунікаційну авансцену представників *простолюду*. Філософська думка того часу відобразила глибинні ідеї періоду Просвітництва, концептуальні особливості яких сприяли:

– підвищеній увазі до людини;

– заглибленню у багатство її духовного світу;

– вивченню діалектики еволюційних процесів формування особистості;

– вихованню людини як гідного громадянина суспільства;

– інтересам до "третього стану", його представників, які не лише створювали добробут суспільства, а й володіли цілою низкою моральних чеснот, що до тих пір уважалося прерогативою вищих верств суспільства.

Митці, які стояли біля витоків Просвітництва, підтримували ідею принципово вмотивованого пізнання, уважаючи *усвідомлення людиною свого призначення та досягнення ідеальної системи суспільства* – досяжною метою. Філософське, раціональ-

Видавництво Українського державного університету "Київський університет"

но-інтелектуальне усвідомлення людиною себе як суспільного індивідуума, становило сутність епохи Просвітництва.

Утвердження високих гуманістичних ідей вплинуло на чітке розуміння громадянського обов'язку; моральне виконання задуманого, внутрішнє погодження індивідуального й суспільного визначались цілеспрямованим *вихованням*, у результаті якого і відбувалося становлення людини як особистості. *Питання освіти та виховання* стали предметом філософських дискурсів; наукові, моральні, релігійні проблеми в тій чи іншій формі обговорювалися на сторінках художніх і публіцистичних творів.

Апофеозом європейських просвітників уважається ***критицизм***, що виявився у висвітленні недосконалості суспільного устрою, деспотизму абсолютиської держави на етапі, коли церква все ще грала значну роль у духовному житті суспільства.

Ідейно-філософські погляди просвітників радикально вплинули на стратегії та технології зв'язків із громадськістю. Якщо раніше простолюд, який згодом отримав високе звання "народ", не вважався за об'єкт суспільних, політичних, культурних чи будь-яких інших інтересів, то від часу Просвітництва людина із низів, тобто незаможних верств, стає об'єктом уваги філософів, природознавців, літераторів, митців, а відтак і об'єктом спрямування зусиль ЗзГ як технології. Така зміна стратегічного вектору ЗзГ є чи не найвизначнішою характерологічною домінантою XVII–XVIII ст.

Стратегії ЗзГ будувались із розрахунку на людину з народу, звичайного жителя міста чи сільської місцевості, із колом його інтересів, рівнем інтелекту, здебільшого особу неосвічену чи малограмотну, проте вмілу та вправну, здатну в повсякденній праці реалізувати себе і примножити суспільний добробут, із доволі високими духовними запитами та рівнем етнокультури. Свідченням останнього є дуже диверсифікована в жанрах і видах народна творчість, а об'єкти ЗзГ часто були не лише її інтерпретаторами, але й співтворцями.

У часи Просвітництва *людина з народу здобула пріоритетне становище як об'єкт соціальних комунікацій*, натомість представники привілейованих верств – аристократія, духовенство, – відійшли на другий план.

Разом із тим людина з народу поступово позиціонувалася й в іншій іпостасі в системі соціальних комунікацій, і в суб'єктно-

Видавництво Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі

об'єктній дихотомії *набувала функцій суб'єкта*. Вона поступово ставала самодостатньою, прагнула до суспільного самоутвердження та засвідчувала своїми вчинками ідею здобуття істинного людського щастя, а отже і добробуту в усіх його виявах. При цьому критерій побутової (матеріальної) достатності відігравав несуттєву роль – людина, задоволена духовно, почувалася цілком щасливою, задовольняючись незначними світськими благами. Цю динаміку відслідковували тодішні митці й відтворювали у своїх творах, зобразивши *людину з народу, не заможну, але щасливу, оскільки її духовний світ був багатий і розмаїтий*.

Водночас зміна об'єкта цілеспрямування та стратегій ЗзГ як соціальних комунікацій вимагали змін технологічних, адже комунікація з аристократією істотно відрізнялася від тих завдань і цілей, що відтоді постали в умовах *формування комунікаційного простору із простолюдом* (*"третім станом"*). Потрібно було живе, зрозуміле й дохідливе слово, що виражало прості, але змістовні ідеї, чим і прислужилась жива *народна мова*, яка на зміну схоластичній латині вийшла на авансцену комунікаційного середовища. Необхідні були *короткі та зрозумілі жанри комунікацій,* що помітно відобразилося насамперед у літературі, мистецтві й архітектурі, які стали для прийдешніх поколінь своєрідними *артефактами ЗзГ*. Літературу наповнили байки, оповідки, новели, міські повісті – фабліо, хоча жанр роману продовжував існувати, адже мав свою елітну (аристократичну) аудиторію. *Героями художніх творів також усе частіше ставали представники* ***"третього" стану***.

Із настанням епохи Просвітництва кардинально змінилася цільова аудиторія ЗзГ, що вплинуло на їхню суб'єктно-об'єктну парадигму, стратегії та технології. На авансцену ЗзГ вийшла людина з народу і виявила красу душі та моральні чесноти, що в подальшому – у XIX ст. – стали критеріями суспільно-етичних якостей громадськості.

4.6.3. Художня література XVIII ст. у формуванні громадської думки

Дієвим способом формування світогляду людини епохи Просвітництва стала художня література у різноманітних жанрово-

стильових виявах. Найвпливовішими діячами, які формували громадську думку, були видатні ***письменники*** того часу. В Англії кінця XVIII ст. – початку XIX ст. був популярним ***Річард Шерідан***. Написана ним 1777 р. "Школа лихослів'я" – одна із кращих англійських "комедій звичаїв", що наблизила англійську драматургію до реалістичної літератури.

"Комедія звичаїв" або "комедія характерів", в якій джерело комічного – внутрішня сутність характерів та звичаїв вищого світу, смішна й потворна однобокість, гіпертрофована недолугість або пристрасть, дуже часто була сатиричною комедією, яка висміювала людські вади. Із демократизацією світоглядних устоїв Модерного часу все більше висміювались вади привілейованих верств, а простолюд наділявся різними чеснотами, як це постало у п'єсі "Тартюф" (1664) ***Мольєра***, – комедії, що характеризується соціальним критицизмом і напруженістю сценічної дії.

Жанр комедії у цей період мав великий успіх у зв'язку з тим, що він був найприйнятніший для простолюду, оскільки продовжував давні традиції сміхової культури Європи, найкраще знадобився для показу нового героя Модерного часу: кмітливого веселуна, схильного до авантюр, розумного, вигадливого, привабливого ззовні. Такими є герої комедій ***Бомарше*** "Одруження Фігаро" (1784) і "Севільський цирульник" (1775), що зробили його найулюбленішим письменником Франції тих часів: в обох п'єсах Бомарше виявив себе як провісник революції, і овації, які влаштовувались йому після вистав, свідчили, що народ це чудово усвідомлював. Недарма Наполеон відгукувався про них: "Це вже була революція в дії!"

За півтора століття до того цю традицію започаткував відомий іспанський драматург ***Лопе де Вега***, діяльність якого належить до так званого "золотого століття" іспанської літератури. Театр цього драматурга розігрував тривіальні сюжети, доводячи напругу переживань до трагізму, щоб пізніше ввести це схвильоване море пристрасті та свавілля в русло законності й суворої католицької моралі. Проте гумор і сатира на стосунки в сім'ї та в тогочасному суспільстві насичувала його численні комедії, зокрема "Собака на сіні" та "Овеча криниця" яскравою, іноді плакатною веселістю, виявляючи його тонкий талант комічного письменника. Особлива роль у них відводилася служкам, історія яких створювала пара-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Безоплатно для ЛНУ ім. І. Франка

лельну інтригу п'єс. Передусім вони, – гострі на язик, лукаві, – сипали влучними прислів'ями та приказками, виявляючись осередком комічної стихії твору. Поняття честі із категорії дворянських почуттів переходило в загальнолюдську. Драматург уважно працював над лінією кожного персонажа, і його герої зі звичайних, пересічних людей виростали в народних героїв та героїнь. Лопе де Вега був ідеалістом і шукав причини єдності народу та держави, але увага до героя із простолюду, звеличення його до етичного ідеалу модерного суспільства вписуються в загальну мистецько-філософську концепцію Просвітництва.

*Соціальним комунікаціям було надано новий об'єкт і суб'єкт застосування та дії – **"людина з народу",** і просвітники зуміли показати багатий духовний світ простолюду, його стійкість і витривалість у життєвих випробуваннях, природний розум, кмітливість, безжурність, оптимізм, але основне – красу людської душі. Це було одне з найголовніших морально-етичних і соціальних досягнень літераторів Просвітництва на шляху до гармонізації суспільства та формування його громадянської позиції.*

Не менш вагомим досягненням просвітників було звернення до проблем *етичного та громадянського виховання особистості*, що стали концептуальними в духовній культурі Модерного часу. На цьому ґрунті з'явився новий жанровий різновид художньої прози – ***"роман виховання"***, обумовлений інтересом до того, як суспільство формує характер і який конфліктний механізм цього формування. За формою до цього жанрового різновиду подібні ранні французькі філософські романи *"Кандід" Вольтера* й *"Еміль" та "Наївний" Ж.-Ж. Руссо,* а також твори провідних німецьких просвітників *К. М. Віланда "Агатон", Й. К. Вецеля "Історія життя Тобіаса Кнаута";* у цьому переліку і роман *Г. Філдінга "Історія Тома Джонса, знайди"*.

Звертаючись до проблем виховання особистості, ***Вольтер*** ставив практичні цілі: *впливати на колективне свідоме за допомогою мистецтва і, створивши нову громадську думку, сприяти здійсненню соціальної перебудови*. У своїй кращій із повістей – утопії ***"Кандід, або Оптиміст"***, що стала одним із перших європейських бестселерів, критикуючи феодальні порядки із позицій раціоналізму, філософ писав, що замість деспотичного правління постане царство розуму і свободи, в якому кожній людині буде

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

надано природні права: на особисту недоторканність, приватну власність, свободу, рівність і т. п. Цим Вольтер хотів надати найвищого авторитету найважливішим для нього політико-юридичним цінностям, якими наділена людина природою. Вольтер вірив у вдосконалення людини та всіх її інститутів. Філософська повість ***"Наївний"*** оповідає про поневіряння серед негараздів житейського моря прихильника "теорії природного права" і уроки, які він із цього отримав. Звичайна для його творів тональність гнівного сарказму розбавлена ліричної стихією. "Наївний" – гібрид лірико-епічної філософської повісті з "романом виховання".

Ж.-Ж. Руссо вважав сучасне йому суспільство аморальним, таким, у якому неможливо зберігати доброчесність. Свою концепцію він викладав у творі ***"Еміль, або Про виховання"*** – трактаті, який уважав найкращим і найважливішим із своїх праць, де його педагогічні погляди на ідеал виховання виражені через художні образи. На думку Руссо, дитину треба виховувати без примусу, без покарань, не мучити книгами, і вона, навіть без особливих здібностей, усе зрозуміє та засвоїть. При цьому Руссо покладав на людину вагомі громадянські обов'язки й зобов'язання заглиблюватись у проблеми суспільного життя. Уплив цієї книги був особливо відчутний у Німеччині.

Особливої уваги заслуговують погляди філософа й письменника *Мішеля Екема де* ***Монтеня*** на педагогіку та виховання людини, висловлені в книзі "Досліди" (розділ "Про виховання дітей"). Монтень виступав новатором і розвивав принцип усебічного природного розвитку. Він уважав, що дитячі риси характеру, погляди та індивідуальність мають стати основою для діяльності вихователя. Цей філософ критикував тогочасну схоластичну школу. На думку Монтеня, *мета виховання полягає в тому, щоб виростити людину гармонійно розвинену фізично й духовно.* Головною ідеєю в теорії навчання Монтеня є те, що воно немисливе без установлення гуманного ставлення до дитини. Для цього навчання має проходити без покарань, примусу й насильства. Монтень уважав, що розвивальне навчання можливо тільки при індивідуалізації освіти та виховання.

Філософ зазначав, що людина існує не для того, щоб створювати собі моральні ідеали й намагатися до них наблизитися, а для того, щоб бути щасливою. Уважаючи досягнення особистого щас-

Видавництво Західноукраїнський національний університет Бібліотека для студентів

тя природною метою людського життя, він цінував моральний обов'язок перед суспільством і громадянські чесноти; проте будь-яке насильство над природою людини в ім'я абстрактної ідеї громадянського обов'язку здавалося йому безплідним: "Я живу з дня на день і, кажучи по совісті, живу тільки для самого себе". Згідно з цим, Монтень уважав найважливішим обов'язком людини ті зобов'язання, що стосуються її особисто; на його думку, щоб бути успішним, потрібно вивчити свій характер, свої нахили, можливості своїх сил і здібностей, власну силу волі, загалом – пізнати себе. *Людина має виховувати себе для особистого щастя* і лише потому дбати про рідних, друзів, суспільство. За обов'язками людини стосовно себе ідуть обов'язки щодо інших і суспільства.

Багато думок Монтеня були сприйняті педагогами XVII–XVIII ст. Зокрема, ідея пріоритету морального виховання перед освітою докладно розвинена Локком, а висока оцінка виховного впливу природного середовища і відмова від примусу в навчанні стали основою "теорії природного виховання" Руссо.

Проблема людської природи – основна проблема для всього Просвітництва XVIII ст. – посідає центральне місце і у творчості ***Г. Філдінга***, особливо в ***"Історії Тома Джонса, знайди"***, наповнюючи його романи морально-філософським змістом. "Том Джонс" відображає основні просвітницькі погляди автора на виховання людини: характер є щось, чим індивідуум обдарований при народженні, є частиною природного стану життя або системи. "Природа людини по суті далеко не погана", – говорить один із персонажів Філдінга, – погане виховання, погані звички та звичаї розбещують нашу природу і ведуть її до ганьби. За вади суспільства відповідальні державці й духовенство". Із усім запалом молодості герой "Тома Джонса" висловлює глибоко оптимістичну віру в людську гідність. Неокласична апеляція від розуму до почуття, від розсудливості до добросердості у творчості Філдінга змушує передчувати майбутню критику буржуазного суспільства у творах сентименталістів.

"Том Джонс" Філдінга – яскраво уособлений "роман виховання", де життєвий шлях героя (від дитинства до зрілості) постає як процес становлення особистості, а деякі теоретико-естетичні розділи твору – справжній маніфест просвітницької естетики. Завдання художника – черпати свій матеріал із "великої книги Природи";

правдиве наслідування природі – єдине джерело естетичної насолоди. Уява письменника має бути суворо зосереджена в межах можливого; "за вкрай рідкісними винятками, найвищим предметом для пера істориків і поетів є людина" ("Том Джонс"). Виховально-публіцистичне значення літератури – з точки зору Філдінга – величезне; боротьба із соціальними зловживаннями, людськими вадами і лицемірством – завдання, яке Філдінг ставив собі особисто в кожному своєму романі. Сміх, із його позиції, одне з наймогутніших засобів художника в цій боротьбі.

На думку історика і публіциста К. Деліструя, "роман виховання" учить можливості раз і назавжди знайти своє "я", приховане усередині, тоді як це "я" змінюється постійно. Віра у знахідку свого істинного "я" при досягненні повноліття помилкова, оскільки розуміння "я знайшов себе" не є стійким на все життя. Сучасна психологія підтримує *ідею поетапного розвитку особистості та її мінливості мірою дорослішання й накопичення особистого досвіду*.

"Роман виховання" у соціокомунікаційному контексті вагомий тим, що він дидактично навчав, як треба виховувати людину, як треба впливати на неї, розвивати її природні вроджені здібності, щоб вона стала особистістю, якій притаманна гідність і моральні чесноти, почуття громадського обов'язку й гуманне ставлення до життя.

Письменники епохи Просвітництва, використовуючи живе літературне слово як комунікацію через книги, публікації в пресі, прагнули активізувати громадську думку, вселити в колективну свідомість оптимізм і віру в гуманізм, показували у своїх творах шляхи досягнення суспільного ідеалу людини через освіту та виховання й робили велику ставку на простолюд, який, на їхню думку, мав влити у суспільство нові сили для духовного та морального оновлення й удосконалення.

4.6.4. Ґенеза осмислення феномена громадської думки у філософських концепціях на початку Модерної епохи

Нові ідеї про ***феномен громадської думки*** в контексті взаємозв'язку держави та громадянського суспільства у соціальному й політичному житті вніс ***Н. Макіавеллі***, який визначив *роль по-*

Видавничий центр "Київський університет" Електронний архів

чуттів народу у формуванні громадської думки, – вважає О. О. Стариковська, розглядаючи розвиток філософського та соціально-гуманітарного трактування феномена громадської думки. У своєму трактаті "Державець" Макіавеллі вказував на користь страху для управління державою, наводив характеристики динамічності й мінливості громадської думки. Філософ зазначав таке: "народи за своєю природою вкрай непостійні, і якщо часом і легко буває переконати їх у чомусь, то утримати їх у цьому переконанні надзвичайно важко". Зважаючи на це, він рекомендував державцеві надавати своїм діям зовнішній відбиток величі, щоб його рішення здавалися непорушними.

Практичні рекомендації філософа зумовлюють існування механізму соціально-психологічного впливу на сукупність уявлень соціальних суб'єктів про навколишній світ, хоча і не розглядають методи протидії соціально психологічному маніпулюванню громадською думкою. Таким чином, на ранньомодерному *етапі розвитку уявлень про громадську думку* в контексті зародження конфлікту між державою і суб'єктами громадянського суспільства відбулися структурні зміни в суспільстві. Зріс рівень насильницьких дій щодо тих соціальних суб'єктів, які є незгодними з позицією привілейованих суб'єктів формування громадської думки (носіїв релігійних ідей) [33].

Прискорення темпів обміну інформацією в індустріальному та постіндустріальному суспільстві руйнували систему відносин панування й підпорядкування. Це сприяло розвитку громадянського суспільства та вияву конфліктних відносин із державою. У цей період набувала актуальності проблема самоідентифікації та соціалізації соціальних суб'єктів, індустріалізації, інформатизації, глобалізації суспільства, пошуку співвідношення між означуючим і означуваним, тим самим та іншим, реальністю та фантазмами, істинним і хибним.

Цей період характеризується інтересом до ліберальних ідей просвітителів. Одним із основоположних запобіжних засобів *протидії маніпуляції громадською думкою стає принцип свободи та рівності*. Він служить концептуальною основою для виявлення природи громадської думки, що ми знаходимо у працях Ж. Руссо, Дж. Лока, І. Канта та інших філософів.

Новий час пов'язаний із переосмисленням сутності понять "держава" та "громадянське суспільство", які в цей період отримують

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Вересня не друкує

остаточну автономію в соціально-гуманітарних і філософських дослідженнях. Виділена Ж. Боденом та підхоплена його послідовниками ідея про підпорядковану роль держави стосовно громадянського суспільства протиставлялася теоретичній моделі, за якою саме держава служить пріоритетним способом суспільного життя на відміну від інших форм, а отже і громадянського суспільства [33]. Філософ наголошував на недоторканості приватного життя, що в подальшому служитиме важливим підґрунтям для розвитку ідей щодо утвердження прав і свобод більшості й розвитку концепції громадянського суспільства, зокрема в роботах Ж. Ж. Руссо.

Ж. Руссо побачив *у вияві громадської думки існування співвідношення волі народу та легітимності влади,* а також звернув увагу на те, що несвідомий процес формування громадської думки може породжувати в суспільній свідомості соціальних суб'єктів хибну думку.

Про вплив хибної думки на соціальне буття розмірковував ***Ф. Бекон***, який виводив поняття людської свідомості із зовнішнього світу. Його дослідження підштовхнули до твердження, що вияв громадської думки не здатний відповідати реальній картині дійсності.

Т. Гоббс також наполягав на тому, що люди не знають істинності буття та причин дійсності, тому вони схильні до припущень і звернення до авторитетної думки [33]. Філософ зазначав, що без влади, яка змушує всіх підкорятися, соціальним суб'єктам стає складно прийти до спільної думки, тому виникає необхідність в узгодженні людських дій за допомогою створення громадського договору. У цій концепції *суспільний договір постає як результат формалізації громадської думки.*

У концепції ***Дж. Лока*** *громадська думка розглядалася як судження соціальних суб'єктів, що формуються на основі здорового глузду та є засобом громадянського суспільства для контролю за діями держави*. Філософ зауважував, що люди утворюють єдину спільноту, де кожен зрікається своєї виконавчої влади, яка йому належить за законом природи, і передає її суспільству. Таким чином звільняється місце для розвитку громадянського суспільства [33].

Раціоналісти вважали єдиним джерелом пізнання – розум, на основі якого пізнається світ, однак для цього необхідний відповідний метод [33]. ***За Р. Декартом,*** *знання про світ набува-*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсторінка для друку

ються саме із людського мислення. Сумнів, як його методичний науковий пошук, повертає спектр уваги до самого суб'єкта, а відтак рушить віру в авторитет більшості.

У цьому напрямі визначних результатів дослідження набув ***Б. Спіноза***, який звернув увагу на процес пізнання та формування суджень, спираючись на геометричний метод. Він доводить, що *кожен громадянин має власну думку*, незалежно від того, які закони приймаються владою. Водночас цей мислитель наполягав на тому, що вияв громадської думки може включати спотворену дійсність, адже згідно з його теорією, пізнання, сформоване з ознак через думки, не вчить відрізняти істинне від хибного [33]. Людина усвідомлює свої дії, але не причини, якими вони визначаються. Тому це ***підтверджує*** ідею про те, що у суспільній свідомості соціальних суб'єктів існує не тільки конструктивна, а й деструктивна думка, яка породжена хибами, які є вродженими або набутими.

Таким чином у цій фазі підкреслюється, що *хиби, які виникають у громадській думці, мають природний характер*, тому їх можна свідомо долати. На цьому будував свої концепції засновник класичної німецької філософії ***І. Кант***, адже аналізував *проблему формування думки через поняття свободи волі*. І. Кант виводив проблему взаємозв'язку індивідуального й суспільного з позиції визначення ролі та природи розуму. Він зазначав, що умовою порозуміння є звернення до суспільних відносин і цінностей, що постають у формі ідей та концепцій. За І. Кантом, думка є "свідомим визнанням чогось істинним, недостатньо як із суб'єктивного, так і з об'єктивного боку" [33]. Вона виступає певним щабелем на шляху до набуття знань. Зі свого боку можна вважати, що судження цього філософа щодо природи громадської думки є перехідним від ідей Просвітництва до філософії XIX ст.

4.6.5. Зародження основ теорії ЗзГ у працях учених Просвітництва

В "Енциклопедії" Дідро і Д'аламбера можна знайти статті, в яких багато уваги приділяється взаємовідносинам людей і громадських інститутів. Зокрема, у статті "Суспільство" розглядаються питання спілкування людей та груп, у "Політичній владі" – загальні питання

Видавничий центр "Київський університет" Версія не для друку

відносин різноманітних урядових структур із громадськістю. Ці та інші ідеї епохи Просвітництва стали науковим підґрунтям суспільствознавчих дисциплін, що набували розвитку із XIX ст.

М. Монтень розвивав свої погляди в особливих суспільних умовах, породжених соціально-політичною кризою, яка охопила Францію. Він жив у складні часи – варфоломіївська ніч, епідемія чуми, релігійні війни, – він називає своє століття *"настільки свинцевим, що не тільки сама доброчесність, але навіть поняття про неї – річ невідома"*.Незважаючи на це, у Монтеня були власні критерії, якими він керувався в питаннях честі та справедливості. Він був справжнім філософом, а його філософія – живою, реальною, ясною й життєствердною.

Основу філософії Монтеня становить *гуманістичний індивідуалізм*, що передбачає першочергове право людини на особисте життя та втілення особистого буттєвого проєкту.

Монтеня відносять до тих філософів, які сенс життя вбачали в самому житті. Індивідуальне життя людини, на думку Монтеня, передбачає виконання певних видів *суспільної діяльності й забезпечення власних життєвих потреб. Кожна людина повинна знати свої обов'язки, виконувати свою роль і дотримуватися звичаїв та загальнолюдських пріоритетів і цінностей*. Кожна людина самотужки має знайти оптимальні шляхи, які приведуть її до щастя й добра. Найбільшим благом та найвищим виявом мудрості Монтень уважав життєрадісне сприйняття життя й гідне виконання свого людського призначення, оскільки життя – найвища цінність для людини. Щасливе, гідне й доброчесне життя можливе лише на засадах справедливості, свободи, любові, релігійної толерантності, міри в усьому та передбачає позбавлення від нездійсненних ідей, штучних задоволень, честолюбства, брехні, заздрощів, жорстокості.

Загалом Монтень посідав виважену, поміркована життєву позицію у розв'язанні суспільних проблем, яка полягала в тому, що він намагався уникати крайнощів, тобто прагнув не бути занадто задіяним у соціальному житті й водночас відстоював свою особисту позицію, не впадаючи в егоїзм. Мислитель уважав, що людина прийшла у світ діяти й жити щасливо, тому обрав ту *форму громадянської позиції*, яка, на його думку, була найбільш прийнятною та властивою для мудрих і виважених людей – творчу діяльність.

Видавництво Національного університету "Київо-Могилянська академія"

Погляди Монтеня багато в чому посприяли зародженню етичних аспектів у теорії соціальних комунікацій.

Шарль Луї Монтеск'є – відомий філософ, історик і письменник, автор статей до "Енциклопедії". Його твір "Перські листи" викликав справжню сенсацію. Книга одразу ж потрапила до заборонених, що, утім, не заважало їй регулярно перевидаватися за кордоном. У своїх роботах Монтеск'є викривав феодально-станову монархію, виступав проти реакційних династичних воєн, нещадно критикував абсолютистську Францію передусім за те, що в ній важко і погано жилося селянам та ремісникам, а панівні класи "благоденствували" за їхній рахунок: "Щоб одна людина жила насолоджуючись, потрібно щоб сотня інших працювала без відпочинку". Тому він убачав порятунок для Франції в конституційній монархії за англійським зразком.

За Монтеск'є першим природнім законом був *закон миру*. Суспільство неминуче зруйнується, якщо йому не буде притаманна *справедливість*. Він розписав поняття та форми правління держави, пояснюючи вигоди суспільства при кожній із них.

У творі "Про дух законів" Монтеск'є доволі детально розглянув те, що сьогодні називають *"менталітетом"* (у філософа – "дух нації"): на його думку, кліматичні умови, історичні традиції та економічне становище території обумовлюють свідомість населення, реакції на ті чи інші владні рішення та дії. Знання і врахування всіх цих чинників, на думку Монтеск'є, дозволить налагодити взаємодію всіх прошарків суспільства і, як результат, забезпечить ефективне управління й організацію суспільства.

Важливим аспектом *формування громадської думки на користь держави*, із позиції Монтеск'є, були *виховання та освіта, характер і зміст яких визначає влада з урахуванням інтересів нації.*

Суть *політичної свободи*, за Монтеск'є, полягає в тому, щоб робити не те, що хочеш, а те, що дозволяють закони. Звідси його відомий вислів: *"Свобода дає право робити все, що дозволено законами",* в якому відслідковуються *початки політичного консалтингу*. Мислитель наголошував, що *політична свобода* можлива лише за поміркованих форм правління. Його політичним ідеалом була англійська конституційна монархія.

Томас Гоббс у своєму відомому трактаті "Левіафан" стверджував, що *держава є результатом згоди людей*, які обирають

Видавничий центр "Київський університет" Вступ до публічних комунікацій

когось гідного влади і погоджуються підкорятися йому, вимагаючи навзамін забезпечення ладу в суспільстві та захисту від ворогів. В ідеях Гоббса схожість із думками Арістотеля, який також розглядав державу як форму "спілкування людей".

Концептуальним для теорії та емпірики ЗзГ було *вчення просвітників про природне право*. Гоббс визначав *природне право* як свободу будь-якої людини використовувати свої сили на власний розсуд для особистого добробуту. Людина – істота розумна, тому її метою є *пошук миру і дотримання його*, що і виступає як фундаментальний природний закон. Мир у суспільстві, за Гоббсом, може забезпечити спільнота людей, які дійшли згоди.

Аналогічні до Гоббсових ідеї щодо ролі громадськості в розбудові держави висловлював і ***Дж. Локк***, який у праці "Досвід про людський розум" усебічно обґрунтував учення сенсуалізму про походження знань та ідей із чуттєвого досвіду. Свою основну педагогічну працю "Думки про виховання" присвятив питанням сімейного виховання, етикету й моральності.

Суттєвим є внесок Локка і в розвиток *політичної теорії*. Він справедливо вважається *творцем політичної доктрини лібералізму*. Основні твори, у яких викладені політичні погляди Локка – "Досвід про людське розуміння" (1686) і "Два трактати про державне правління" (1689).

Клод Гельвецій 1758 р. написав книгу "Про розум", яка була спрямована проти основ феодального порядку, релігійної ідеології. Гельвецій продовжив традицію Дж. Локка, коли погодився із критикою *теорії "вроджених ідей" Декарта.* Гельвецій стверджував, що все в людині можна звести до відчуттів. Звідси він робив висновок, що всі люди від народження мають різні розумові здібності, різні можливості до вдосконалення, тому і підхід до них треба шукати по-різному. Гельвецій розумів під цим *стратегічне планування індивідуального підходу для кожного громадянина.*

Жан-Жак Руссо 1762 р. опублікував трактат "Про суспільний договір-угоду, або принципи політичного права". Як людина, що належала до "третього стану", Руссо *активно формував буржуазну ідеологію.* Природність, репрезентована в усіх виявах людського буття – головна умова позитивного розвитку суспільства. Руссо називають апологетом рівності, оскільки головним зацікавленням його життя і творчості була *проблема нерівності між людьми та*

пошук шляхів її подолання. Основою суспільного життя Руссо вважав матеріальні потреби людей, а духовні – наслідком.

У своїх роботах Руссо обґрунтував *поняття природної людини* – цілісної, доброї, біологічно здорової, морально чесної та справедливої. *Природний стан*, а не історична реальність, став робочою гіпотезою, яку Руссо створив, бажаючи зрозуміти, яка частина цього людського багатства була пригнічена або згасла в процесі історичного розвитку суспільства. Причину виникнення соціальної нерівності він убачав у приватній власності, проте не виступав за цілковиту її ліквідацію, а висунув утопічну теорію зрівняльного розподілу приватної власності як засіб знищення поділу суспільства на заможних та бідних. Водночас, в економіці Руссо вбачав основу розвитку суспільства.

У політичних працях Руссо активно розвивав *"концепцію суспільного договору"*, яка уособила його ідеалістичні уявлення про державу та право. Основна думка полягає в тому, що тільки *встановлення держави, політичних відносин і законів,* які відповідають концепції суспільного договору, може виправдати перехід від природного стану до суспільного. На думку Ж.-Ж. Руссо, будь-які дії "сильних світу цього" успішні, тому що вони можуть переконати інших у розумності та обґрунтованості своїх дій.

У своїх творах *"Думки про дослідження природи", "Філософські принципи матерії та руху"* французький філософ та енциклопедист ***Дені Дідро*** відстоював *ідеї матеріальності світу*. Дідро ближче інших матеріалістів XVIII ст. підійшов до ідеї саморуху матерії та бачив у цьому найпереконливіший аргумент проти існування Бога. Центром концепції Дідро була природа, яка виступала як єдина реальність і природне благо. Усе, що не є природою, згідно з його світоглядом, є лише зло й обман: Бог, суспільство, спекулятивна філософія попередніх століть. Вельми оригінальна у Дідро *концепція людини*: людина є частиною природи, природна істота, тому не слід протиставляти її природі, шукати якихось вищих сил, законів і цілей, які керують її життям; як природна істота вона підпорядковується тим самим законам, мотивована тими самими чинниками, що і вся природа, у природному середовищі знаходить свої цілі та засоби їхнього досягнення. Як і Руссо, він уважав, що *найважливіше з усіх знань – це наука про людину.*

Вольтер як представник *школи природного права* визнавав за кожним індивідом існування невідчужуваних природних прав: свободу, власність, безпеку, рівність. На їхній основі Вольтер виводить основну думку своєї моралі: завдання людини взяти свою долю у власні руки, покращити умови свого існування, забезпечити себе, прикрасити життя суспільства наукою, виробництвом, мистецтвом і таким чином самореалізуватися. Вольтер визначив, що *громадське життя неможливе без принципу справедливості, що прописаний у законах*.

Вольтер був прихильником ідеї освіченого абсолютизму, тобто монархії, яка спирається на "освічену частину" суспільства, "філософів". Політичний ідеал, який Вольтер утілив у низці образів, – освічений монарх, наприклад, в особі "чутливого" царя-філософа Тевкра (трагедія "Закони Міноса"), який ставив своїм завданням "просвітити людей, пом'якшити звичаї своїх підданих, цивілізувати дику країну".

Ідеї Просвітництва створили фундамент для виникнення наук про суспільство, що зародилися в XIX ст. і стали філософською та гуманістичною основою для сучасної теорії соціальних комунікацій. Думки просвітників про суспільство і роль особистості в історії, рушійну силу освіти та виховання, мораль, етику та шляхи досягнення суспільної згоди зробили неоціненний внесок у сучасне суспільствознавство, соціологію, піарологію та комунікативістику. А постаті видатних просвітників – Руссо, Дідро, Вольтера, – одухотворений PR епохи, персоніфікований імідж її інтелекту, культури, моральності.

Висновки до розділу 4

1. Огляд історико-суспільних умов, чинників та рушіїв розвитку зв'язків із громадськістю у Ранній Новий час виявив, що умови, які складалися у країнах Європи, не лише кардинально, але й концептуально змінили сутність, технології та форми соціальних комунікацій, вплинули на їхню ґенезу прогресивно та плідно. Основними подіями, що позначилися на розвитку протоPR, були: великі географічні відкриття, події державно-політичного характеру, зокрема буржуазні революції, досягнення природничих наук, революційні зміни в інформаційних технологіях, урбанізація, активізація між-

Видавничий центр "Київський університет" Друкується для роботи

народних зв'язків, технізація ремесла та поява мануфактур, пожвавлення й розширення ринків, торгівлі. Нова епоха створила новий тип особистості, почалася демократизація суспільства, релігія стала поступатися філософії, а церква, давши взірець одноровневої та двобічної комунікації в періоди Реформації й Контрреформації, утратила свою вагу в суспільстві та вплив. Престижне місце лідерів думок посіли просвітники, які дали людині нові можливості пізнання світу.

Ранньомодерний період був часом небувалих революційних зрушень, які були каталізатором протоPR, ставили перед ними нові завдання, висували нові пріоритети, переформатували технології впливу, актуалізували старі й апробували нові засоби впливу на колективне свідоме. Вісім типів революцій відбулося в ту епоху і це було небувалим ідейним, технологічним, стильовим, формотворчим стимулом для генези протоPR.

Основні чинники, які сприяли розвитку ЗзГ за Нових часів: суспільно-еволюційні, що змінили світоглядну концепцію людства; цивілізаційні, які вплинули на життєдіяльність населення Європи; наукові й науково-технічні, що змінили побут населення, виробництво та світогляд людей; соціально-економічні, що привели до зародження ринкових відносин, появи буржуазії, монополізації капіталу; політичні, що змінили погляди на династичні монархії, церкву й інші державні інститути; демографічні, які вплинули на якісний (класово-становий) склад населення як цільової аудиторії ЗзГ; світоглядні, що відбулися під впливом Реформації та Просвітництва, і змінили ментальні концепти людства; культурно-естетичні, що підвищили рівень культури суспільства. Усі ці чинники трансформували якість соціальних комунікацій, покликали до життя нові технології, засоби методики впливу, адже з'явилися чи виокремилися із суспільного середовища нові цільові аудиторії, представлені новими становими пріоритетами і цілями – буржуазія, незаможне дворянство, протопролетаріат і селянство, які чітко заявили про свою суспільну позицію та мету.

2. На відміну від попередніх часів церква вже не була ідеологічним, політичним, економічним, інтелектуальним лідером суспільства. Ними стали нові, революційно створені чи цілком переформатовані інститути держави, влади, права, господарства, науки, осві-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатне для студентів

ти, культури, мистецтва. Протягом XVI–XVIII ст. церква як інститут утратила свою вагу та авторитет у суспільстві, свідченням чого є поява англіканської церкви, натомість релігія посіла в духовному житті європейця вагоме й почесне місце.

Однак Реформація та Контрреформація, що виникли в церковному середовищі, стали рушіями формування ЗзГ нового типу. Протистояння між засиллям церковних догматів і прагненням вивільнити віру із лабет релігійних канонів і засилля духівництва привели до реформації на рівні особистісному, духовному, суспільному. Але основне те, що вони виявили потенціал однорівневої двобічної комунікації. У цьому процесі виявила свої пріоритети інформаційна політика М. Лютера як стратегія ЗзГ, що реалізувалася в полеміках, проповідях, публічних виступах, памфлетах, трактатах, гравюрах, народних баладах, піснях; її технології та засоби були варіативні та в цій комплексності була її новизна. Релігійні течії протестантизму – лютеранство, кальвінізм, цвінгліанство, англіканство, пресвітеріанство, знайшли та ідейно налаштували нові цільові аудиторії, здійснили духовно-релігійний вплив на світоглядні концепції й суспільство раннього Нового часу.

Основна увага у філософсько-правових питаннях епохи Реформації акцентувалась на релігійному обґрунтуванні прав людини. Проте Реформація, як у своєму вихідному пункті, так і в результатах свого існування, вийшла за межі релігійно-теологічних проблем. У результаті жорстких суперечок про таїнства, догмати та символи віри відбулося перетворення моральних, соціальних і правових орієнтацій. Ідеї політичної свободи, свободи совісті, прав людини і громадянина були засновані Реформацією.

3. У політичному житті Європи XVII–XVIII ст. виник політичний консалтинг, засновником якого був Нікколо Макіавеллі. Будучи передовою людиною свого часу, Макіавеллі знайшов шляхи практичної реалізації попередньо набутих технологій і задав їм стратегічно нового вектора. Його започаткування не лише має певну актуальність донині у первісному чині, а й у другій половині XX ст. розвинулося, поширилося світом, здобуло апологетів і стало необхідним елементом політичного життя.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Безоплатно для студентів

ПротоPR державців ранньої Модерної доби активно використовував іміджетворення з метою політичного лідерства, при цьому такі явища, як фаворитизм і авантюризм посіли істотне місце серед комунікаційних технологій. Серед найвиразніших іміджетворців Європи раннього Нового часу "чорна королева" Катерина Медичі, "король-сонце" Людовик XIV, Генріх VIII, "синя борода", "королева-діва" Єлизавета I, "червоний кардинал" Ришельє, "кардинал із глиняним серцем" Мазаріні – всі вони яскраві, колоритні, сильні особистості, непересічні політичні лідери, творці історії, які й донині вражають різнобічністю виявів і здібностей до самоPR.

Якщо в період абсолютизму XVI–XVII ст. політичний протоPR успішно формувався на засадах парламентаризму, але в доволі традиційному напрямі, то в умовах буржуазних революцій він став інструментом кардинальних суспільних змін і поновив стратегії, технології, засоби. Поряд із традиційними з'явилися нові (преса, друковане слово), або давні стали використовуватися по-новому, наприклад, ораторське мистецтво як технологія політичних ЗзГ.

4. У XVII–XVIII ст. було закладено основу найпотужнішого засобу PR – преси, яка донині є його рушієм. Розвиток журналізму сприяв формуванню професійного PR. Преса XVII ст. стала не лише засобом, а й каталізатором ґенези протоPR. При цьому свою комунікаційну функціональність виявили періодичні газетні видання, незважаючи на засилля політизації та ідеологізацію, з одного боку, і цензуру – з іншого. Від початку свого існування преса, як і донині актуальний ЗМІ, стала і засобом, і інструментом впливу на громадську думку, засобом зростання громадянської свідомості, політичної поінформованості, урешті – суспільної компетентності широких верств і каталізатором інших ментальних, духовних та інтелектуальних рушіїв суспільства.

Модерним інструментом впливу на громадську думку стала журнальна періодика, особливо наукового спрямування. Наукові журнали зробилися локацією, де вчені Європи могли спілкуватися в адекватному професійному середовищі, обмінюватися думками, гіпотезами, ідеями, концепціями, дискутувати, полемізувати, знаходили однодумців і опонентів. Для науковців преса

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт не для друку

була єдиною можливістю комунікувати професійно, адже наукові конференції на той час ще не практикувалися, а географічна віддаленість позбавляла вчених інших можливостей спілкуватися. Тож періодична преса забезпечила публічність наукової думки. Остання набула таким чином характеру двобічної комунікації.

На хвилі популярності газетно-журнальної періодики в епоху Просвітництва склалося ключове поняття європейського життя – "громадська думка". Воно виникло у Франції в середині XVIII ст. Спочатку це поняття мало визначення як публічно представлені думки освіченої еліти, що апелює до універсального розуму як до критерію оцінки соціальних явищ. Словосполучення "громадська думка" не було синонімічним до словосполучень "народна думка", "думка широких соціальних верств". Лише після Французької буржуазної революції поняття "громадськість" і "громадська думка" стали набувати сучасного значення.

5. Історія ЗзГ на етапі протоіндустріального суспільства – це історія їхньої ролі в перемозі промислового капіталу над торговим. Відбувалися зрушення у сфері обігу та розподілу. Просте товарне виробництво переростало в ринкове, розвивався міжнародний поділ праці, формувалися національні, європейський і світовий ринок товарів і грошей, соціальні комунікації здобули нову вагому роль. Цьому сприяли умови та рушії, зокрема поява і розвиток нових капіталістичних відносин, буржуазного суспільства та його нових класів – буржуазії та протопролетаріату. Утвердження в суспільстві третього стану переформатувало поняття народ у поняття громадськість, а буржуазні революції каталізували цей процес.

Істотну роль у комунікаційних процесах загалом і формування бізнес-комунікацій відіграла модерна реклама, яка збагатилася в цей час унаслідок інформаційної революції новими можливостями, що відобразилося на появі друкованої реклами. Остання побутувала насамперед у сфері інтелектуальних послуг – книгодрукуванні та просуванні книжкової продукції (каталоги, проспекти, прейскуранти, типографські емблеми й екслібриси, титульні аркуші), у пресі – оголошення, оповістки, анонси, з'явилися рекламні газети, наприклад "Affiche". Нові можливості отримала комерційна торгівля (поява друкованих летючих аркушів, оголошень, афіш). Колоніальні товари й потреба в їхній по-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт не для друку!

пуляризації спричинили перші рекламні кампанії. Але одночасно з активізацією рекламних процесів виникли маніпулятивні технології, зокрема поширилася "дута" реклама.

Інноваційним для широких верств стали інформаційні бюро в Англії та Франції, які заклали основи інформаційної культури і вивели ЗзГ на новий рівень, адже із поінформованою цільовою аудиторією працювати потрібно було більш вправно й технологічно, використовуючи модерні засоби та інструментарій. Інформаційні бюро XVII–XVIII ст. стали локацією інформування. Їхня діяльність істотно вплинула на колективну свідомість. Циркуляція інформації, якій вони сприяли, пожвавила інтерес до суспільного життя. Потік комунікації був асиметричним, проте не однобічний, і рефлексії на неї свідчать про зародження її двобічної моделі.

6. Наука, філософія та література XVII–XVIII ст. посіли вагоме місце у формуванні теоретичних основ ЗзГ завдяки просвітникам, їхнім демократичним ідеям і генеруванню нових перспектив розвитку суспільства. Наукова думка будила інтелектуальний потенціал суспільства, генерувала комунікаційний хист, удосконалювала еволюцію громадської думки. Сутність суспільства, його законів у цю епоху розглядалася із позиції антропоцентризму. Філософське, раціонально-інтелектуальне усвідомлення людиною себе як суспільного індивідуума підготувало інноваційне підґрунтя для розуміння феномена "громадськість".

Праці учених Просвітництва заклали підвалини для створення наук про суспільство. Зокрема, із епохи Просвітництва постала *соціологія* як системно-критична наука соціального та зайняла проміжне місце між природничими й гуманітарними науками. Соціологія стала однією з основ для сучасної теорії public relations. Філософія та художнє мистецтво Просвітництва зробило неоціненний внесок у формування громадянського суспільства і громадськості як його феномена, адже виявило духовний і моральнісний потенціал широких верств та розкрило велич духу й суспільну самосвідомість народу як рушійної сили історії людства.

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Вебсторінка для друку

ХРОНОЛОГІЯ ДАТ І ПОДІЙ,

що вплинули на історію зв'язків із громадськістю у Ранній Новий час: XVI–XVIII ст.

Дата/рік-століття	Подія
XV–XVI	Поява летючих аркушів із відомостями про політичні події в Німеччині
1448–1455	Винахід друкарського верстата Йоганном Гуттенбергом; третя інформаційна революція, винахід і поширенням книгодрукування
1462	Перший друк Біблії в єдиному достовірному латинському перекладі під назвою "вульґата" у м. Майнц, Німеччина
1482–1488	Початок епохи Великих географічних відкриттів: португальськими мореплавцями (Д. Кан, Б. Діаш) досліджено узбережжя Африки, що мало революціонізуючий вплив на суспільну свідомість європейців
1492	Відкриття Америки Христофором Колумбом
1500–1710	Комерційна революція – період економічної експансії, колоніалізму, меркантилізму
1519–1522	Перша навколосвітня подорож Фернана Магеллана
1517, жовтень	Виступ Мартіна Лютера із 95-ма тезами Початок епохи Реформації в країнах Північної Європи
1521	Вормський рейхстаг. Осудження М. Лютера як єретика і злочинця
1524–1526	Селянська війна на території Священної Римської імперії (Німеччина)
1509–1547	Початок Реформації в Англії – при Генріху VIII
1529	Зародження протестантизму
1534	Реформація в Англії. "Акт про супрематію"
1536	Реформація в Швейцарії, кальвінізм
1545–1563	Контрреформація. Триденський собор
1543–1687	Науково-технічна революція – створення принципово нових наукових теорій, докорінні зміни в уявленнях про світ
1562–1598	Реформація у Франції. Релігійні війни
1568–1648	Визвольна війна в Нідерландах (Нідерландська революція) або Восьмидесятилітня війна. Реформація в Нідерландах
1572	Варфоломіївська ніч у Франції
1582	Упровадження Григоріанського календаря на католицьких землях

Видавничий центр "Київський університет"
Вірослав Антонович Друкує

Дата/рік-століття	Подія
1588	Розгром Англією Непереможної Армади
1609	Поява першої друкованої газети у Німеччині; зародження періодичної преси в Європі
1615	Вихід газети "Frankfurter Jurnal" у Німеччині
1618–1648	Тридцятилітня війна – перша загальноєвропейська війна
1621	Вихід першої газети в Англії під назвою "Weekly News"
1624–1652	Діяльність кардинала Ришелье на посту першого міністра Франції
1630	Засновано "Адресне бюро" Теофаста Ренодо, Франція
1631	Вихід першої газети у Франції – "La Gazette" Теофаста Ренодо, в якій було опубліковано перше рекламне оголошення
1636	Перший часопис в Італії
1640	Початок Буржуазної революції в Англії
1641	Початок діяльності Довгого парламенту в Англії, початок Англійської буржуазної революції
1641	Прийняття англійським парламентом Великої Ремонстрації (акт, прийнятий Довгим парламентом)
1642–1651	Громадянська війна в Англії
1643	"Акт про свободу друку" в Англії
1643	Випуск брошури "New England's First Fruits", що поклала початок спонсорським та інвестиційним пропозиціям
1643–1715	Правління французького короля Людовіка XIV
1646	Виникнення урядової пошти в Німеччині; згодом у Франції, Швеції, Англії утворилася централізована королівська пошта
1648	Вестфальский мир
1648–1653	Громадянська війна у Франції – Фронда
1649, січень	Страта англійського короля Карла I – було засуджено за "злочинні вчинки проти англійського парламенту і народу"
1649, березень	Парламент оголосив про скасування англійської монархії як "непотрібної, обтяжливої та небезпечної для блага народу". Було скасовано також палату лордів
1649, травень	Проголошення Англії республікою – після страти Карла і скасування монархії. Акт, урочисто прийнятий парламентом
1650–1750	"Золота доба піратства"
1653–1659	Протекторат О. Кромвеля

Видавничий інформаційний центр "Київський університет" Версія для друку

Дата/рік-століття	Подія
1653	Людовик XIV в образі Короля-Сонця виконав партію в "Балеті ночі"
1657	Створення "Office of Public Advice", вісім відділень якого відкрились у Лондоні та Вестмінстері. Поява рекламного журналу "The Public Adviser"
1660	Реставрація династії Стюартів в Англії
1662	"Акт про друк", виданий королем Карлом II, Англія
1665	Вихід першого у світі журналу "Journal des Savants" у Франції
1666	Започаткування "The London Gazette", Англія
1688	"Славна революція" в Англії, переворот, у результаті якого було скинено короля Якова Стюарта
1689	"Білль про права" Вільгельма Оранського, що визначив громадянське право на усне й письмове висловлення думки
1712	Перший закон про оподаткування друкованих видань
1715-1774	Правління Людовика XV у Франції, із династії Бурбонів: "Галантна доба"
1733	Початок промислової революції в Англії
1740–1786	Правління Фрідріха II Великого у Пруссії
1751–1780	Видання "Енциклопедії" під орудою Дені Дідро та Жана Д'аламбера
1763	Перша виставка модерного взірця – "École des beaux-arts" у Парижі
1760-і	Промисловий перелом – перехід від мануфактурного виробництва до фабричного, від ручної праці до машинної
1771	Початок регулярних публікацій текстів парламентських дебатів. Засідання англійського парламенту стали відкритими для преси
1773	"Бостонське чаювання" – акція протесту американських колоністів
1776, червень	Прийняття Декларації незалежності США
1785	Заснування газети "Daily Universal Register" (із 1788 р. – "Times")
1787	Прийняття конституції США
14 липня 1789	Початок Великої французької революції
1798	Перша французька промислова виставка, організована в Парижі
II пол. XVIII – I пол. XIX	Рух луддитів в Англії

Видавничий відділ "Київський університет" Всесвітньої історії

Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції

Авантюризм – поведінка, діяльність, що характеризуються ризикованими безпринципними вчинками заради досягнення легкого успіху, вигоди; схильність до авантюр.

Аграрна революція – зміни в сільському господарстві в XVIII ст., основним змістом яких є встановлення капіталістичних виробничих відносин.

Англійська революція, відома як **Англійська громадянська війна** (1640–1660) – процес переходу Англії від монархії до буржуазної республіки, із елементом національної боротьби.

Англійська республіка, або **Англійська співдружність** – історична форма правління в Англії 1649–1660 рр., уведена після страти короля Карла I і скасування монархії. 1660 р. монархію в Англії було відновлено.

Англіканство – третя гілка протестантизму, яка зародилася в Британії та потім поширилася в країнах колишньої Британської імперії.

Антиклерикалізм – суспільно-політичний рух, скерований на ослаблення політичного впливу духовенства, приводив до секуляризації (звільнення від диктату церкви) суспільства, поширював ідеї свободи віросповідання.

Афіша – ізографічне видання, що містить інформацію про певну подію; також це рекламне або довідкове аркушеве видання з повідомленням щодо певного культурного заходу, призначене для розклеювання. Функція афіші – передавання повідомлення, її важливі ознаки – великі розміри й доступність широким масам населення. Афіша як засіб масової комунікації використовує риторичний уміст (метафору), який може розшифрувати цільова аудиторія у специфічному контексті.

"**Балет ночі"** – придворний балет у чотирьох частинах на лібрето Ісаака де Бенсерада; музику створив Жан-Батист Люлі. Поставлений у Парижі в Отель дю Петі-Бурбон 1653 р. Балет тривав майже 12 год, Людовик XIV грав Аполлона (Сонячне Божество). Після цієї ролі його нарекли "Королем-Сонце".

Бароко – напрям у мистецтві та ідейних пошуках Європи XVI–XVIII ст.

Буржуазія – соціальна верства або суспільний клас індустріального суспільства, який володіє інструментами контролю над інвестиціями або грошовим капіталом, фізичними засобами виробництва (земля, фабрики, установи), робочою силою. Відповідно до розміру капіталу, буржуазію в суспільствознавстві традиційно поділяють на дрібну, середню та велику.

Буржуазна революція – стрибкоподібний перехід від традиційного суспільства, заснованого на феодальній ієрархії, до приватновласницького, яке ґрунтується на рівності всіх громадян перед законом, визнанні принципу суверенітету народу та демократичних свобод.

Видавництво Національного університету "Київський університет імені Т.Г. Шевченка"

Велика Ремонстрація – акт-заперечення, прийнятий Довгим парламентом 22 листопада 1641 р., один із найзначніших документів першого етапу Англійської революції. Документ складався із 204 статей, що перелічували зловживання королівської влади, і був спрямований проти абсолютизму. Виражаючи інтереси буржуазії та нового дворянства, "Велика Ремонстрація" вимагала забезпечити захист приватної власності від домагань корони, свободу торгівлі й підприємництва, припинення релігійного переслідування та фінансового свавілля, відповідальності королівських чиновників перед парламентом тощо.

Великі географічні відкриття – умовний термін для позначення історичного процесу, що розпочався на межі XV–XVI ст. і був пов'язаний із розширенням західноєвропейською цивілізацією свого життєвого простору.

Вестфальський мир – завершив Тридцятирічну війну 1618–1648 рр. Підписаний у Мюнстері 24 жовтня 1648 р. Деякі принципи Вестфальського миру (суверенних держав) діють і донині, хоча системи в її первісному вигляді вже давно нема.

Виставка – публічна демонстрація досягнень у галузі науки, техніки, культури, мистецтва та інших сферах суспільного життя; один із найкращих способів просування товару на ринок, місце зустрічей колег і однодумців; відвідувачі заходу є потенційними партнерами. Походять виставки від французьких музеїв, початок яким поклали Мазаріні та Кольбер. Першою, що нагадує сучасні, була виставка École des beaux-arts 1763 р. Поняття може позначати як власне захід, так і місце його проведення.

Війни трьох королівств – серія взаємопов'язаних конфліктів в Англії, Шотландії та Ірландії в період 1639–1651 рр., коли ці країни вважались окремими королівствами під особистою унією Карла I. Часто в це поняття включають повстання та конфлікти 1650-х років до Реставрації 1660 р. Конфлікти були спричинені як релігійними (чи може монарх установлювати релігію чи це особиста справа кожного), так і громадянськими (співвідношення прав Парламенту і короля щодо встановлення податків і рекрутингу) розбіжностями, але в той самий час мали національну специфіку.

Газета – періодичне видання з постійною назвою, що виходить через певні, короткі проміжки часу (щодня, щотижня) у формі складених аркушів. Містить новини, оперативну інформацію й матеріали з актуальних громадсько-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературні твори, фотографії, рекламу і коментарі.

"Галантна доба" – період європейської історії, що охоплює більшу частину XVIII ст. Частково збігається в часі з добою Просвітництва, але на відміну від неї визначається не стільки за ідейними, скільки за культурними ознаками, способом життя, модою й мистецькими смаками сучасників. У Франції терміном "галантна доба" зазвичай позначають час правління Людовика XV (включно з добою Регентства). Під галантністю у XVIII ст. розуміли не лише бездоганні манери, але й вміння отримувати насолоду від життя без праці й турбот.

Гугеноти – назва французьких протестантів, які надихалися працями Жана Кальвіна, схвалювали Реформатську традицію. Їхня боротьба з католиками вилилась у так звані релігійні війни XVI ст., по закінченні яких за Сен-Жерменським миром 1570 р. гугеноти отримали свободу віросповідання. Ставлення до гугенотів французької держави неодноразово змінювалось, однак лише Велика французька революція прирівняла їх у правах із католиками.

Деїзм – віра в Бога-Творця світу, але невіра в його подальше втручання в життя; родоначальником уважається лорд Едвард Герберт Чербері (1583–1648). Найбільшого розквіту досяг в епоху Просвітництва; великий унесок у розповсюдження зробив орден ілюмінатів. Один із найвідоміших прихильників деїзму – Вольтер.

Екслібрис – книжковий знак, невелика художньо виконана етикетка, де зазначено, кому належить книжка.

Енциклопедисти – група французьких мислителів, науковців, письменників і митців XVIII ст., які співпрацювали над виданням "Енциклопедія або Тлумачний словник науки, мистецтва й ремесел" під редагуванням Д. Дідро та Ж. д'Аламбера. Робота над Енциклопедією тривала 1751–1772 рр. У формуванні цього просвітницького довідкового видання активно брали участь Ж. Бюффон, Вольтер, К. Гельвецій, П. Гольбах, Л. де Жокур, Е. Кондільяк, Г. Рейналь, Ж.-Ж. Руссо, А. Тюрго і багато інших.

Єлизаветинська епоха (друга половина XVI – поч. XVII ст.) – період в англійській історії правління королеви Єлизавети I, під час якого відбулися розквіт мистецтва та поезії, музики й театру, англійської економіки: створення компаній, що вели торгівлю з іншими країнами, організація заокеанських колоній, зростання торгового флоту країни, розвиток суконної мануфактури, поширення фермерства; перелом у гірничодобувній промисловості та металургії.

Жива мова – будь-яка розмовна мова, різновид усної літературної мови, який обслуговує повсякденне побутове спілкування й виконує комунікативну та імперативну функції.

"Журнал вчених" ("Journal des sçavans") – найстаріший науково-літературний журнал Європи, уперше опублікований у Парижі 1665 р.

"Золота доба піратства" – термін, що позначає період із середини XVII до середини XVIII ст., коли відбулося декілька спалахів піратства. Герої періоду – англо-французькі моряки, які базувались на Ямайці та Тортузі й атакували іспанські колонії та судна в Карибському морі, східній частині Тихого океану. На межі XVIII ст. з'явилося *Піратське Коло*. Унаслідок війни за іспанську спадщину англо-американські моряки були безробітними до кінця війни, тому піратство масово виявилося в Карибському морі, американському східному узбережжі, узбережжі Західної Африки та в Індійському океані.

Індульгенція – молитва, якою відпускаються гріхи, відпущення тимчасових покарань Церквою за гріхи, які були раніше прощені Богом в таїнстві примирення

Видання підготовлено в рамках проекту "Кращі університетські підручники"

Кальвінізм – один із напрямів протестантської церкви, що виник у XVI ст., засновником якого був Жан Кальвін.

Класицизм – напрям в європейському мистецтві, який уперше заявив про себе в культурі XVI ст. Для класицизму важливим був принцип свободи вибору – необмеженість власного, суб'єктивного трактування історичних форм.

Контрреформація або **Католицька Реформація** – рух 1560–1648 рр. за оновлення й реформування католицької церкви. Виник як реакція на протестантську Реформацію та поширення протестантизму. Тривала до кінця Тридцятирічної війни.

Ксилографія або **дереворит** – поєднання чіткої графіки з короткими текстами, надрукованими у формі листівок або плакатів, доносило ідею і до неписьменних або малограмотних, а також служило наочним посібником для проповідників.

Лідерство – це становище в суспільстві, яке характеризується здатністю особи, що це становище займає, скеровувати й організовувати колективну поведінку деяких або всіх його членів.

Лютеранство – напрям протестантизму, названий на честь засновника – Мартіна Лютера, який заклав у віровчення ідеї реформування церкви та свій власний духовний досвід.

Мануфактура – форма промислового виробництва, характеризується поділом праці між найманими працівниками й використанням ручної праці. Мануфактура передувала заводам і фабрикам. Передумови: зростання ремесла, товарного виробництва, поява майстерень із найманими працівниками, накопичення грошових багатств у результаті первинного накопичення капіталу. Виникла внаслідок об'єднання в загальній майстерні ремісників однієї спеціальності, кожен із яких виконував безперервно одну і ту саму операцію.

Мілітаризм – державна ідеологія, політика та масова психологія, що мають на меті самоцінне нарощування військової потужності держави й загарбницькі війни як головний інструмент зовнішньої політики.

Наукова революція – назва для позначення докорінних змін наукового пізнання, що відбулися в європейському інтелектуальному житті із середини XVI – до кінця XVII ст.

Науково-технічна революція – якісний стрибок у структурі та динаміці розвитку продуктивних сил, корінна перебудова технічних основ матеріального виробництва на основі перетворення науки у провідний чинник виробництва.

Памфлет – невеликий за обсягом літературний твір публіцистичного характеру на злободенну тему, призначений для прямого впливу на громадську думку.

Піратство – явище морського розбою, широковідоме ще зі стародавніх часів. У минулому його роль була доволі вагомою; у сучасності піратство вже не грає колишньої ролі, однак досі збереглося в деяких регіонах.

Видавництво "Навчальний центр"

Поштова регалія – виключне, привілейоване право уряду в політичних або суспільних інтересах утримувати в межах державної території поштові служби.

Пресвітеріанство – один із напрямів протестантської конфесії й особлива форма церковної організації. Пресвітеріанство спирається на вчення Жана Кальвіна і, таким чином, розглядається як одна з гілок кальвінізму та, у ширшому розумінні, реформатської церкви.

Промислова революція в Англії – події, пов'язані з переходом економіки Англії від аграрно-феодальної до промислово-капіталістичної. Епохальне в історії промисловості значення мав винахід механіка Т. Н'юкомена 1769 р. – перша парова машина. 1782 р. Дж. Ватт удосконалив її, відтоді вона стала основним джерелом енергії британської промисловості.

Просвітництво – потужна ідейна течія, яка відображала антифеодальний, антиабсолютистський настрій освіченої частини населення у другій половині XVII–XVIII ст. Її апологети були прихильниками теорії природного права; своїм завданням проголошували утвердження свободи, розвиток природних здібностей людини, громадянське виховання й поширення освіти.

Протекторат Кромвеля – Англійська революція, що охоплює період 1647–1660 рр. Владарем (лордом-протектором) Англії, Шотландії та Ірландії на початку цього періоду був Олівер Кромвель; після його смерті (1658) протягом року правив його син Річард.

Пуританізм – в Англії та Шотландії XVI–XVII ст. – релігійно-політичний рух буржуазії, спрямований проти абсолютизму англіканської церкви; суворе (часто надмірно) дотримання чистоти звичаїв, високої моральності.

Ранній модерний період – період усесвітньої історії XVI–XVII ст.; характерними особливостями є зростання політичної ваги Європи, поява абсолютистських монархій, націоналізму та перших національних держав.

"Революція цін" – процес значного підвищення товарних цін унаслідок падіння вартості благородних металів, що виконують функцію загального еквівалента (грошей); різке підвищення цін на товари, яке спостерігалося в країнах Європи (XVI ст.) у зв'язку з відкриттям золотих і срібних родовищ Америки та надходженням великої кількості дорогоцінних металів у Європу.

"Республіка учених" ("La Republique des Lettres") – наднаціональне об'єднання вчених, яке з'явилось в епоху Ренесансу й активізувалося в часи Просвітництва. Комунікація здійснювалася, здебільшого, через листування (як латиною, так і живими мовами – італійською і французькою), рідше – особисто під час мандрів.

Реставрація Стюартів – відновлення 1660 р. на території Англії, Шотландії та Ірландії монархії, раніше скасованої указом англійського парламенту від 17 березня 1649 р.

Реформація – революційне переосмислення суті християнської релігії та церкви як конфесійного інституту.

Рококо – реверсивний стиль щодо бароко; творчим рушієм культури був розум, розсудливість ("esprit") на противагу чуттєвості бароко чи раціональності класицизму.

Свобода віросповідання – право сповідувати, практикувати будь-яку релігію або не сповідувати жодну з них. Свобода віросповідання закріплена в багатьох правових документах, міжнародних та національних.

Свобода світогляду – право мати власну позицію сприйняття світу, навколишнього середовища, сповідувати будь-яку релігію, або не сповідувати взагалі. Вільно, на власний розсуд виховувати своїх дітей і прищеплювати їм те світобачення, яке батьки вважають найкращим. Це право забезпечується охороною держави, оскільки ніхто немає права нав'язувати іншій людині свою точку зору, примушувати до певного світогляду і релігії.

Право на свободу світогляду та віросповідання є складовою системи конституційних прав і свобод людини. Воно класифікується як особистісне, немайнове право, спрямоване на конкретизацію свободи і вільний розвиток особи.

В демократичній державі наявність таких прав і свобод є важливим компонентом, який забезпечує реалізацію правової політики саме при такому політичному режимі. Саме це право дозволяє громадянину обирати, а не підкорятись тому, що вже запроваджено або що визнається більшістю.

Сенсуалізм – напрям у теорії пізнання, згідно з яким відчуття і сприйняття – основна й головна форма достовірного пізнання, протиставляється раціоналізму. Основний принцип сенсуалізму – "немає нічого в розумі, чого не було б в почуттях".

"Славна революція" – прийнята в історичній літературі назва державного перевороту 1688–1689 рр. в Англії, унаслідок якого короля Якова II Стюарта було скинено із престолу. Новими владарями Англії 1689 р. були проголошені Марія II Стюарт та її чоловік, голландський штатгальтер Вільгельм III Оранський. Головним підсумком "Славної революції" була остаточна ліквідація англійського абсолютизму та встановлення конституційної монархії; вищою владою в країні став парламент.

Спектейтор (з англ. *The Spectator* – "Спостерігач", "Глядач") – суспільно-політичний і сатиричний журнал, який видавався в Лондоні Дж. Еддісоном і Р. Стілом у 1711–1714 рр.

Ініціатива створення журналу належала Еддісону, який бачив завдання видання в тому, щоб "вивести просвіту з комірок і бібліотек, шкіл та університетів і поселити її у клубах і асамблеях, кав'ярнях і за чайними столиками". Цей модний журнал, що виходив практично щодня, представляв читачам не тільки політичні новини, літературні новинки, огляди останніх віянь у світі моди, але і серйозні критичні матеріали. Видавці прагнули не стільки потурати смакам публіки, скільки піднімати їхній просвітній рівень. Перед читачами "Спостерігача" проходили галереї модних диваків, супроводжувані кумедними карикатурами. Особливим успіхом користувалися щотижневі есе Еддісо-

на. Щодня Лондоном розходилося до 3000 примірників "Спостерігача", що на ті часи було рекордом, а після закриття журналу його 555 номерів були перевидані в семи книжках. 1714 р. Еддісон за сприяння двох помічників склав і видав ще 80 номерів "Спостерігача". Протягом всього XVIII ст. це видання Еддісона і Стіла залишалося зразком суспільно-публіцистичного журналу – його наслідували у Франції, Росії та інших куточках Європи.

Татлер (з англ. *The Tatler* – "Базіка") – британський літературний і громадський журнал, заснований Річардом Стілом 1709 р., що видавався протягом двох років з періодичністю три рази на тиждень. Він являв новий підхід до журналістики і був взірцем до наслідування. Р. Стіл у своїх публікаціях використовував псевдонім "Ісаак Бікерстафф, есквайр". У журналі всі розповіді велись від першої особи. Ідея Стіла (втілена в назві "Tatler") полягала в тому, щоб публікувати новини та плітки, почуті в різних лондонських кав'ярнях. До видання згодом приєдналися Джонатан Свіфт і Джозеф Еддісон. "Татлер" публікувався всього два роки: із 12 квітня 1709 по 2 січня 1711. Збірник видання було опубліковано в 1710–1711 рр. під назвою "Люкубації Ісаака Бікерстаффа, есквайра". 1711 р. Стіл і Еддісон вирішили ліквідувати "The Tatler" і стали співзасновниками журналу "The Spectator".

Трикутникова торгівля – тип торгівлі між трьома пунктами призначення, до кожного з яких поставляється необхідний товар. Класичним випадком була трансатлантична работоргівля між Британією, Африкою й Карибським басейном у XVI–XVII ст.

Урбанізація – зростання значення міст у розвитку суспільства, що супроводжується ростом і розвитком міських поселень, збільшенням питомої ваги міського населення, поширенням міського способу життя в регіоні, країні, світі.

Утрехтська унія – військово-політичний союз спочатку п'яти, а потім семи провінцій (Голландія, Зеландія, Утрехт, Гелдерн, Оверейсел, Фрісландія, Гронінген) Північних Нідерландів, укладений 23 січня 1579 р. в Утрехті проти Іспанії. Статті Утрехтської унії передбачали спільне ведення революційної війни, нерозривність союзу, ведення спільної зовнішньої політики, створення спільної армії, єдиної монетної системи тощо.

Фаворитизм – заступництво високопосадовців, надання їхнім улюбленцям високих посад, титулів, привілеїв; набув поширення за епохи абсолютизму.

"Філософські нариси Королівського товариства" ("Philosophical Transactions of the Royal Society") – найстаріший науковий англомовний журнал Лондонського королівського товариства.

Видавничий центр "Київський університет"

Іменний покажчик персоналій

Аретино, П'єтро (1492–1556) – італійський письменник-гуманіст кінця епохи Відродження; боровся проти феодально-католицької реакції; один із засновників публіцистики в Італії та Європі; у комедіях "Двірцеве життя" (1526), "Лицемір" (1542), трагедії "Горацій" (1546), пародійній поемі "Орландіно", у віршах і публіцистичних творах (памфлети, листи, "бесіди", сатиричні "пророцтва") викривав аморальність аристократії й духівництва.

Бомаше, П'єр-Оґюстен Карон (1732–1799) – французький драматург і публіцист епохи Просвітництва. Автор комедій, де концептуальну увагу звернув на героя із простолюду та пропонував зробити театр виразником інтересів народу; гостросоціальні твори "Севільський цирульник" і "Весілля Фігаро" поклали початок у французькій літературі новому жанру – політичній комедії.

Вольтер (Марі Франсуа Аруе, 1694–1778) – один із найбільших французьких філософів-просвітників XVIII ст. Поет, прозаїк, сатирик, трагік, історик, публіцист, який відомий своєю дотепністю, нападками на устої Католицької церкви, а також пропагандою свободи віросповідання, свободи слова.

Гельвецій, Клод Адріан (1715–1771) – французький літератор і філософ-матеріаліст утилітарного напряму; ідеолог французької буржуазії епохи Просвітництва.

Генріх VII (1457–1509) – король Англії, засновник династії Тюдорів. Увів безжалісно великі податки, які реабілітували Королівство Англія після важкого часу банкрутства через криваву громадянську війну Червоної та Білої троянд.

Генріх VIII (1491–1547) – король Англії із 1509 р. Правив як представник європейського абсолютизму. Найбільше відомий особистою участю в Англійській Реформації та незвичайною для християнина кількістю шлюбів (шість).

Гете, Йоганн Вольфганг (1749–1832) – німецький поет епохи Просвітництва, прозаїк, драматург, мислитель і натураліст. Уважається засновником сучасної німецької літератури, лідер романтичного руху "Буря і натиск".

Гоббс, Томас (1588–1679) – англійський філософ-матеріаліст, один із засновників теорії громадського договору і теорії державного суверенітету.

Гуттенберг, Йоганн (бл. 1397–1468) – німецький ювелір і винахідник, засновник типографського процесу. У 1440-х роках створив європейський спосіб друкарства рухливими літерами. 1452 р. розпочав друк Біблії. Його новаторством було створення першого великого видавництва; серед досягнень – модифікація готичного рукописного шрифту, створення основних правил верстання.

Д'Аламбер, Жан ле Рон (1717–1783) – французький учений-енциклопедист. Широковідомий як філософ, математик і механік.

Видавництво Державного університету "Київський університет імені Бориса Грінченка"

Дефо, Даніель (1660–1731) – англійський письменник і публіцист; один із основоположників європейського реалістичного роману. Відомий у першу чергу як автор "Пригод Робінзона Крузо". Засновник нової англійської журналістики.

Дідро, Дені (171–1784) – французький філософ та енциклопедист епохи Просвітництва. Один із авторів "Енциклопедії".

Дрейк, Френсіс (бл. 1540–1596) – англійський капер або пірат, навігатор, работорговець, політик та інженер ери Єлизавети I, яка надала йому титул лицаря. Перший англієць і другий у світі командир корабля, що здійснив навколосвітню подорож.

Еддісон, Джозеф (1672–1719) – англійський письменник-есеїст, публіцист, драматург та політичний діяч партії вігів. Автор трагедії "Катон" (1713). Разом зі своїм другом і колегою Річардом Стілом уважається основоположником англійської журналістики. У журналах "Базіка" ("The Tatler", 1709–11), "Глядач" ("The Spectator", 1711–14), "Опікун" ("The Gueardian", 1713) Еддісон культивував жанр стислого сатиричного нарису, що прокладав шлях до англійського реалістичного роману XVIII ст.

Єлизавета I (1533–1603) – королева Англії та Ірландії 1558–1603 рр., відома також як королева-діва, Глоріана й Добра королева Бесс; за часів її правління Англія перетворилася із другорядної держави на периферії Європи на володаря морських просторів. Єлизавету I вважають національною героїнею Англії. За стилем правління вона була стриманішою, ніж інші Тюдори. Один із її девізів – "бачу, але мовчу".

Кальвін, Жан (1509–1564) – релігійний реформатор, засновник кальвінізму, протестантський проповідник, "женевський Папа"; основні його ідеї були викладені у творі "Настанова в християнській вірі".

Карл I (1600–1649) – король Англії, Шотландії та Ірландії із 27 березня 1625 р. Із династії Стюартів. Його політика абсолютизму й церковні реформи викликали повстання у Шотландії та Ірландії, а також Англійську революцію. Під час громадянських воєн Карл I зазнав поразки. За рішенням парламенту його було засуджено і страчено 30 січня 1649 р. у Лондоні.

Карл II (1630–1685) – король Англії та Шотландії із 1660 р. Автор "Акту про друк" (1662).

Кеплер, Йоганн (1571–1630) – німецький філософ, астроном, астролог, математик; удосконалив телескоп, відомий відкриттям законів руху планет навколо Сонця, поширював логарифмічне числення, заснував оптику як науку.

Кольбер Жан Батист (1619–1683) – французький державний діяч, фактичний голова уряду Людовика XIV після 1665 р., міністр фінансів. Прибічник політики меркантилізму, сприяв розвитку національного флоту, торгівлі та промисловості. Заклав економічні передумови формування Французької колоніальної імперії.

Коперник, Миколай (1473–1543) – астроном і математик, фізик, правник, дипломат, економіст, канонік і лікар польсько-німецького похо-

Видання підготовлено
"Комп'ютерним центром"
Не для продажу

дження. Найбільш відомий як автор геліоцентричної системи світу, що поклала початок першій науковій революції.

Кромвель, Олівер (1599–1658) – англійський державний діяч і полководець, вождь індепендентів, керівник Англійської революції, один із організаторів і полководців парламентської армії. Здійснював радикальну політику, сприяв страті короля Карла I та проголошенню республіки 1649 р. Установлена Кромвелем військова диктатура отримала назву "протекторат".

Лейбніц, Ґотфрід Вільгельм (1626–1716) – передбачив принципи сучасної комбінаторики. Зробив вагомий внесок у логіку й філософію. Через кодування намагався створити універсальну числову дескриптивну платформу для всіх наук – прообраз сучасних формальних систем. Мав надзвичайно широке коло наукових кореспондентів, багато з ідей викладено в рукописах і листуванні.

Локк, Джон (1632–1704) – англійський педагог і філософ, представник емпіризму та лібералізму. Сприяв поширенню сенсуалізму. Його ідеї справили величезний вплив на розвиток епістемології та політичної філософії.

Лопе де Вега (1562–1635) – іспанський драматург, діяльність якого належить до так званого "золотого століття" іспанської літератури. Найбільш відомий як автор п'єс: "Овеча криниця", "Учитель танців", "Собака на сіні".

Людовик XIV Бурбон (1663–1736) – король Франції (1643–1715). Кредо: "Держава – це я". Відомий як заступник мистецтв і наук. Був законодавцем придворного етикету та моди.

Людовик XV Бурбон (1710–1774) – король Франції із 1715 р., офіційне прізвисько – Улюблений. Його правління – одне із найтриваліших в історії, характеризується розквітом французької культури – "епоха рококо", але і поступовим занепадом економіки та наростанням напруженості в країні. За легендою, йому належить фраза "Після мене хоч потоп".

Людовик XVI Бурбон (1754–1793) – король Франції, останній монарх Старого порядку, сучасник Великої Французької революції; спочатку прийняв конституцію 1791 р., відмовився від абсолютизму і став конституційним монархом, проте незабаром почав нерішуче протидіяти радикальним заходам революціонерів. 1792 р. позбавлено влади, віддано під суд Конвенту і незабаром страчено на гільйотині. Республіканська влада позбавила його титулу короля і дала прізвище Капет, на честь предка Гуго Капета, засновника династії Капетингів (гілкою якої є династія Бурбонів).

Лютер, Мартін (1483–1546) – католицький священник, ініціатор руху в Церкві, пізніше названого Реформацією, прибив до дверей Замкової церкви в Віттенберзі свої легендарні "95 тез". Доклав чималих зусиль до пропагандистської діяльності та протоPR. Використовував для пропаганди трактати, карикатури й демонізацію опонента чи супротивника.

Видання кафедри "Комп'ютерні системи та мережі" ВНТУ

Мазаріні, Джуліо (1602–1661) – кардинал, церковний і політичний діяч, перший міністр Франції (1643–1651; 1653–1661), меценат та ініціатор оперного мистецтва; власним зібранням книг започаткував публічну бібліотеку, нині – Бібліотека Мазаріні.

Макіавеллі, Нікколо (1469–527) – державний секретар Флоренції, політичний діяч, мислитель, гуманіст, поет і драматург епохи Відродження, перший теоретик політичного PR, основоположник політичного консалтингу, сучасної політичної філософії та політології.

Медичі, Катерина (1519–1589) – французька королева-матір, дружина короля Франції Генріха II, одна із найвпливовіших осіб Франції періоду війн між католиками й гугенотами.

Мільтон, Джон (1608–1674) – англійський поет, прозаїк і політичний діяч; автор промови до англійського парламенту "Агеопатика", більш відомої як "Про свободу преси", що є взірцем використання історичних фактів та ідей християнських богословів для більшої переконливості.

Монтень, Мішель (1533–1592) – французький письменник і філософ, автор книги "Досліди".

Монтеск'є, Шарль Луї (1689–1755) – французький правник, письменник і політичний мислитель. У творі "Про дух законів" доволі детально розглядав те, що сьогодні називають "менталітетом".

Мор, Томас (1478–1535) – англійський політичний діяч, письменник, філософ, автор утопічного соціалізму, представник ідейної течії гуманізму.

Пуасон, Жанна-Антуанетта (**маркіза де Помпадур**, 1721–1764) – із 1745 р. – офіційна фаворитка Людовика XV, яка протягом 20-ти років мала величезний вплив на державні справи, протегувала наукам і мистецтвам.

Ренодо, Теофаст (1586–1653) – французький лікар і видавець, один із творців сучасної журналістики. Із 1631 р. видавав газету "La Gazette", яку прийнято вважати першою європейською газетою в сучасному розумінні цього слова.

Ришельє, Арман Жан дю Плессі (**кардинал Ришельє** або Червоний кардинал, 1585–1642) – кардинал Римсько-католицької церкви, аристократ і державний діяч Франції: був державним секретарем (1616–1617), главою уряду із 1624 р. до смерті. Допоміг королю Людовику XIII зробити Францію могутньою державою. Його метою було зробити монархію абсолютною. Жорстоко розправився з опозицією знаті та придушив політичну владу гугенотів, проте зберіг релігійну свободу. Увів у обіг поняття "Європа" замість застарілого "християнський світ".

Руссо, Жан-Жак (1712–1778) – французький філософ-просвітник, письменник, композитор; основоположник романтизму у філософській науці. Автор трактату "Еміль, або про виховання". Деякі дослідники вважають, що Жан-Жак Руссо деякою мірою спровокував Велику французьку революцію.

Свіфт, Джонатан (1667–1745) – англо-ірландський письменник-сатирик, публіцист, філософ, поет, громадський діяч, священник, редактор партійного тижневика "Observer", відомий як автор "Мандрів Гулівера" та памфлетів, написаних як відгук на актуальні питання суспільно-політичного життя.

Стіл, Ричард (1672–1729) – ірландський письменник, журналіст, політик; один із родоначальників літератури Просвітництва в Англії; апологет реалістичного родинно-побутового й повчального роману. Деякий час був членом парламенту, обіймав посаду директора театру, а 1715 р. був удостоєний лицарського звання.

Філдінг, Генрі (1707–1754) – англійський письменник, видатний представник англійського реалізму, один із засновників європейського реалістичного роману, автор роману "Історія Тома Джонса, знайди".

Фуггери (торговий дім) – у XV–XVII ст. – найбільший німецький торговельно-лихварський дім, який відігравав важливу роль в епоху становлення нових господарчих відносин у Європі: давав позики у вигляді грошей монархам і впливовій шляхті, за що отримував право на експлуатацію золотих і срібних рудників; провадив світову торгівлю металами; увів монопольне об'єднання й технічне забезпечення видобутку, збагачення та металургії кольорових металів. Видавав рукописні відомості, що містили інформацію про політичні, економічні, світські, конфесійні справи Європи; мав спеціальний штат зі збору інформації, її перепису й торгівлі.

Цвінглі, Ульріх (1484–531) – діяч Реформації у Швейцарії, теософ, християнський гуманіст і протестантський пастор; перебував під впливом філософії стоїків і платонізму епохи Відродження; прихильник поглядів і вчення Еразма Ротердамського, а також суворого детермінізму.

Контрольні запитання та завдання

1. Роз'ясніть історико-суспільні умови, чинники та рушії появи і розвитку зв'язків із громадськістю у Ранньомодерну добу. Якою була роль революцій?
2. Якими були новації конфесійних ЗзГ-технологій у Ранньомодерні часи?
3. Схарактеризуйте політичний протоPR державців ранньої Модерної доби як іміджетворення лідерства
4. Проаналізуйте роль ЗзГ у політичному житті країн Європи протягом XVII–XVIII ст. У чому була національна своєрідність політичних ЗзГ на засадах парламентаризму?
5. Яку роль у процесі розвитку ЗзГ XVII–XVIII ст. відіграла преса? Які інновації ЗМІ мали особливий вплив на громадську думку?
6. Яким чином ораторське мистецтво як технологія ЗзГ сприяло розвитку соціальних комунікацій у країнах Західної Європи XVII–XVIII ст.?
7. Поясніть роль модерного журналізму у формуванні поняття "громадськість".

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

8. Схарактеризуйте місце ЗзГ-технологій у розвитку ділової комунікацій у Нові часи. Як ЗзГ використовували рекламу?
9. Опишіть історію появи та впровадження в Європі інформаційних бюро. З'ясуйте, у чому їхня комунікаційна інноваційність.
10. Обґрунтуйте значення науки та філософії Просвітництва у формуванні соціальних комунікацій. Якою була роль учених-енциклопедистів?

Завдання для самостійної роботи

1. Використовуючи інтернет-ресурс, скласти доповідь-презентацію про роль учених-енциклопедистів у формуванні теоретичних основ PR.
2. Написати реферат на одну із тем:
   - "Визначні PR-персони XVII–XVIII ст.: діалектика лідерства";
   - "Образ людини з народу у літературі XVIII ст. як об'єкт ЗзГ";
   - "Роль "роману виховання" у ґенезі ЗзГ XVII–XVIII ст.";
   - "Феномени ЗзГ XVII–XVIII ст.".

Список використаних джерел

1. Айзенштат М. П. Парламентские прения на страницах британской прессы [Електронний ресурс] / М. П. Айзенштат. Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/parlamentskie-preniya-na-stranitsah-britanskoy-pressy-xviii-stoletiya (дата обращения: 25.08.2020)
2. Балух В. О. Ранньомодерна Європа : підручник / В. О. Балух. – Чернівці : Наші книги, 2016. – 704 с.
3. Беликова Д. В. Буржуазные Революции XVII–XVIII вв. : сравнительная характеристика [Електронний ресурс] / Д. В. Беликова, О. Е. Шевнина. – Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/ burzhuaznye-revolyutsii-hvii-hviii-vv-sravnitelnaya-harakteristika (дата обращения: 28.09.2020)
4. Бондаренко В. Лики истории и культуры. Европа: первая половина 17 столетия [Електронний ресурс] / В. Бондаренко. – Режим доступу: http://www.library.ru/2/liki/sections.php?a_uid=94 (дата обращения: 2.09.2020)
5. Бондаренко В. Лики истории и культуры. Европа в 16 веке [Електронний ресурс] / В. Бондаренко. – Режим доступу: http://www.library.ru/2/liki/sections.php?a_uid=93 (дата обращения: 15.09.2020)
6. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм XV–XVIII в. : в 3-х т. Т. 2: Игры обмела / Ф. Бродель. – М. : "Прогрес", 1988. – 632 с.
7. Вебер М. Избранные произведения. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения / М. Вебер ; пер. с нем. и общ. ред. Ю. Н. Давыдова. – М. : "Прогресс", 1990. – С. 44–271.
8. Всемирная история: учебник для студентов вузов / под ред. Г. Б. Поляка, А. Н. Марковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 887 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://new.znanium.com/catalog/product/1028870 (дата обращения: 25.08.2020)

Видавничий центр "Київський університет"

9. Герцог де Ришелье Арман Жан дю Плеси. Политическое завещание кардинала Герцога де Ришельё Французскому Королю. Пространство и Время [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsclk&AN=edsclk.14493840 (дата обращения: 20.08.2020)
10. Джеджора О. Історія європейської цивілізації / О. Джеджора. – Л. : Львівська Богословська Академія, Інститут історичних досліджень Львівського держ. ун-ту ім. Івана Франка, 1999. – 447 с.
11. Длугач Т. Б. Три портрета эпохи Просвещения. Монтескьё. Вольтер. Руссо (от концепции просвещенного абсолютизма к теориям гражданского общества) /Т. Б. Длугач. – М. : ИФ РАН, 2006. – 251 с.
12. Ивонин Ю. Е. Властители судеб Европы: императоры, короли, министры 16–18 вв. / Ю. Е. Ивонин, Л. И. Ивонина. – Смоленск: Русич, 2004. – 464 с.
13. Савельев В. Н. История экономики зарубежных стран : учеб. пособ. [Електронний ресурс] / В. Н. Савельев. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 311 с. – Режим доступу : http://znanium.com/catalog/product/446864 (дата обращения: 25.08.2020)
14. Калініченко М. М. Модернізація владних відносин від Нового часу до XXI століття / М. Калініченко // Нова парадигма: журн. наук. пр. – 2005. – Вип. 43. – С. 130–142.
15. Кенигсбергер Г. Г. Европа раннего Нового времени. 1500–1789. / Г. Кенигсбергер. – М. : Весь Мир, 2006. – 320 с.
16. Козьякова М. И. История. Культура. Повседневность. Западная Европа: от античности до 20 века: учебник / М. Козьякова. – М. : "Весь Мир", 2002. – 360 с.
17. Ленотр Жорж. Повседневная жизнь Версаля при королях / Ж. Ленотр. – М. : Изд. дом : Молодая гвардия, 2003. – 240 с.
18. Лильо Т. Ідеологізація преси: історія, особливості та універсальність засад / Т. Лильо // Вісн. Львівськ. ун-ту. Журналістика. – 2016. – Вип. 41. – С. 67–75.
19. Литературная энциклопедия : в 11-ти т. / гл. ред. А. В. Луначарский, В. М. Фриче. – Т. 1–9, 11. – М., 1929–1939 ; Т. 10. – München, 1991.
20. Мелещенко О. К. Журналістика Франції [Електронний ресурс] / О. К. Мелещенко, Б. І.Черняков. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1597 (дата звернення: 21.08.2020)
21. Мисюров Н. Н. История западноевропейской литературы. Классицизм. Просвещение. Романтизм : учеб. пособ. [Електронний ресурс]. – М. : Изд-во "ФЛИНТА", 2017. – Режим доступу: https://e.lanbook.com/book/105180 (дата обращения: 15.08.2020)
22. Митфорд Н. Франция. Придворная жизнь в эпоху абсолютизма / Н. Митфорд. – Смоленск: Русич, 2003. – 560 с.
23. Мустафін О. Справжня історія раннього нового часу / О. Мустафін. – Х., 2014. – 416 с.
24. Найчук А. В. Політична філософія Н. Макіавеллі: динаміка співвідношення моралі й державної політики / А. В. Найчук // Нова парадигма: журн. наук. пр. – 2010. – Вип. 95. – С. 35–48.

Видається згідно з рішенням Вченої ради "Київський університет імені Бориса Грінченка" (протокол № 1 від 29.09.2020 р.)

25. Найчук А. В. Владні відносини у державах традиційного суспільства: соціально-філософський аналіз / А. В. Найчук // Вісн. нац. авіаційн. ун-ту. Серія: Філософія. Культурологія : зб. наук. пр. – Київ : НАУ, 2011. – Вип. 2(14). – С. 34–39.
26. Найчук А. В. Філософські передумови формування світоглядної парадигми модерну / А. В. Найчук // Нова парадигма: журн. наук. пр. – 2012. – Вип. 106. – С. 97–105.
27. Найчук А. В. Модернізація як суспільно-історичний процес / А. В. Найчук // Нова парадигма: журн. наук. пр. – 2012. – Вип. 106. – С. 65–74.
28. Пименова Э. Очерк истории развития английской журналистики [Електронний ресурс] / Э. Пименова. – Режим доступу: http://evartist.narod.ru/text2/34_9.htm (дата обращения: 25.08.2020)
29. Попов Ю. Теофраст Ренодо – основатель французской журналистики / Ю. Попов // Вестник МГУ. Сер. "Журналистика". – 1978. – № 4. – С. 37–52.
30. "Распалась связь времен". Духовная жизнь раннего нового времени [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.sgu.ru/archive/old.sgu.ru/files/nodes/9128/03.pdf (дата обращения: 25.08.2020)
31. Руженко Л. М. Демократичні механізми формування громадської думки як складова політичного розвитку// Актуальні проблеми політики. – 2013. – Вип. 48 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/2919/Rujenko.pdf?sequence=1&isAllowed=y
32. Саламон Л. Всеобщая история прессы. История печати / Л. Саламон. – М. : Аспект-Пресс, 2001. – 420 с.
33. Стариковська О. О. Феномен громадської думки: взаємозв'язок держави і громадянського суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://phd.znu.edu.ua/page/dis/05_2020/disstarikovs--ka.pdf
34. Суриков И. Е. Политики в контексте эпохи. Година междоусобиц / И. Е. Суриков. – М. : Русский фонд содействия образованию и науке, 2011. – 328 с.
35. Трыков В. П. История зарубежной журналистики: от истоков до Второй мировой войны / В. П. Трыков. – М. : Инфомедиа Паблишерз, 2007. – 440 с.
36. Фукс Э. Галантный век. Иллюстрированная история нравов / Э. Фукс / пер. с нем. В. М. Фриче. – М. : Республика, 1994. – 479 с.
37. Шоню П. Цивилизация классической Европы / П. Шоню. – Екатеринбург: У-Фактория, 2005. – 608 с.
38. Эрланже Ф. Эпоха дворов и королей. Этикет и нравы в 1558–1715 гг. / Ф. Эрланже. – Смоленск: Русич, 2005. – 432 с.
39. McKinney D., & Shepard K. 2018. Western Civilization Since 1648 (EGA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsbas&AN=edsbas.E09146FC (Last accessed: 2) (дата звернення: 30.11.2021)

Видавничий графічний центр "Київський університет" Друкується



РОЗДІЛ 5

Зв'язки із громадськістю у Модерні часи: "довге" XIX ст.

Огляд історико-суспільних умов розвитку зв'язків із громадськістю у країнах Західної Європи XIX ст. Загальна характеристика історичної доби: ідеї, здобутки, виклики XIX ст. Чинники формування ЗзГ економічного, суспільно-трансформаційного, політичного, соціального характеру. Промисловий злам. Становлення індустріального суспільства, його цінності. Внутрішнє функціонування підприємств. Перші прессслужби та пресагенти. Процес урбанізації. Збільшення витрат на освіту, науку, охорону здоров'я в індустріальних країнах. Інформаційна трансформація суспільства. Види інформаційного впливу на громадську думку. Поява інформаційних бюро. Зміни в демографічній сфері. Гендерні рушії. Емансипація. Фемінізм. Чинники геополітичного характеру, культурологічного, технічного, технологічного, наукового.

Інституалізація інформаційного середовища як рушій розвитку ЗзГ: тенденції до виокремлення професійної сфери діяльності. Ера маніпулювання. Розвиток паблісіті. Нові механізми соціальної комунікації.

Професіоналізація ЗзГ. Професійні комунікатори в органах державної влади. Поява професійних комунікаторів у бізнесі. Пресагенції. Перші інформаційні агенції Шарля Луї Гаваса, Бернхарда Вольфа і Пола Рейтера, їхня картельна угода про розподіл "сфер впливу".

Політичний протоPR та ЗзГ у країнах Європи XIX ст. Політична преса як носій державної ідеології. Зростання ролі громадськості в управлінні та політичному розвитку держав. Криза у взаєминах влади й суспільства. Поява дешевих газет.

Особливості інформаційної політики та преси Франції у розвитку ЗзГ. Директорія зі справ друку. "Le Moniteur universel" – єдина офіційна газета Франції. Цензура в друкованих виданнях. Польові друкарні та військова преса, імператорські відозви та бюлетені. Особливості преси у період Реставрації (1814–1848). Поява масових недорогих масових періодичних видань. Проєкт Еміля де Жирардена. Роман-фейлетон. Газети періоду Другої імперії (1852–1870).

Роль преси у політичних ЗзГ вікторіанської епохи Англії. Епоха правління королеви Вікторії як середовище розвитку політичних ЗзГ. Масштабні перед-

Видання Навчально-методичний центр "Київський університет" Рекомендовано до друку

виборчі кампанії англійських парламентарів. Активізація робітничого руху. Інформаційна політика Англії, діяльність лорда Г. Пальмерстона. Дешева преса як дієвий інструмент маніпулювання громадською думкою. Перші медіаімперії та їхні засновники: А. та Г. Гармсворти, А. Пірсон.

Специфіка розвитку політичних ЗзГ у Німеччині, роль преси в їхній генезі. Створення загальнонімецької газети "Norddeutsche Allgemeine Zeitung", офіційного друкованого органу уряду та трибуни для висловлення політичних поглядів влади. Міністерське газетне бюро, із 1862 – Літературне бюро королівського державного міністерства. Пресвідділ німецького МЗС. Закон про пресу яскраво вираженого ліберального характеру. Маніпулятивні технології преси (введення в оману й віроломство) у розв'язанні Першої світової війни.

Усна комунікація як засіб політичних ЗзГ у Франції. Роль ораторського мистецтва у публічних дебатах державних діячів. Риторські новації у промовах Леона Гамбетта та Жуля Фавра, Гюстава Ше-д'Есте-Анжа. Акцент на болючих проблемах суспільства, створення атмосфери довіри, продуманість, чітка композиція, логічність – основні риси французького стилю.

Оратори Великої Британії XIX ст. як комунікатори, їхня роль у формуванні ЗзГ. Ораторська майстерність британських державних діячів Бенджаміна Дізраелі, Вільяма Гладстона, Джозефа Чемберлена, драматурга й політика Річарда Брінслі Шерідана. Ораторський талант і орієнтація на добробут пересічного англійця Джозефа Остіна Чемберлена; його іміджеві ознаки – невимушеність, увічливість, зовнішній спокій, вишукана інтелігентність.

Новаторство німецької риторики; Бісмарк – оратор: стильові особливості промов, афоризми.

Інформаційно-психологічні війни (далі – ІПВ***) як технологія ЗзГ урядових структур країн Європи XIX ст.*** ІПВ Наполеона. Паризька комуна (1871) – PR-парадокс інформаційного контенту. Перший канцлер Німецької імперії Отто фон Бісмарк – утілення ідеології німецького імперіалізму. Інформаційне замовчування та маніпуляція. Франко-прусський конфлікт. Роль PR-технологій у стратегічному плануванні Отто фон Бісмарка (Німеччина, 1870) інформаційно-психологічної війни XIX ст. і роль комунікацій під час англо-бурських війн. Високий рівень організації інформаційного висвітлення бойових дій. Антианглійська кампанія на сторінках преси. Політика "подвійних стандартів". Г. Р. Гаггард, Р. Кіплінг, А. Конан Дойль – письменники, у творах яких прославлялася місія Британії та виправдовувалися дії англійців проти бурів. Масові заходи: мітинги, зібрання, дискусії, суперечки. Вінстон Черчилль – людина, яка змінила Велику Британію.

Новації політичних технологій ЗзГ у впровадженні та використанні зображальних засобів впливу. Літографія як засіб комунікації. Виникнення майстерень літографів. Унесок графіка-карикатуриста Оноре Дом'є. Засоби зображального впливу – листівки й буклети – як характерні інструменти впливу на громадськість за часів Наполеона Бонапарта. Бюлетені Великої Армії – своєрідне продовження донесень про бої Італійського походу, які Наполеон регу-

лярно надсилав членам Директорії. Батальні полотна, що прославляли епізоди з наполеонівських кампаній. Роль мініатюри у побудові ЗзГ. Географічні карти як складник пропаганди.

Визначні PR-персони на політичній арені Європи XIX ст.: діалектика прав і свобод. Джузеппе Гарібальді – один із ватажків руху за об'єднання Італії, парламентар і полководець. Формування іміджу та фірмового стилю особистості. Значення чартистського руху. В. Ловетт – один із лідерів чартизму, британський громадський і політичний діяч. Чартизм – нова організація народу. Едуард О'Коннор – майстерний організатор масових подій та один із найпопулярніших ораторів чартистського руху.

Зв'язки із громадськістю як PR-технологія в комерційній сфері та бізнесі. Засоби й технології упровадження PR у комерційних колах Франції. Преса як рушій комерційного PR Франції XIX ст. Стрімкий розвиток корпорацій, у першу чергу акціонерних товариств. Еміль де Жирарден. Відверті ілюстрації в газетах та журналах.

Зв'язки із громадськістю в комерційній сфері та бізнесі на теренах Великої Британії. Формування перших корпорацій та акціонерних товариств. Спроби уряду Великої Британії установити контроль над розвитком бізнесу. Власна корпоративна культура, корпоративне право і методи діяльності. Різноманіття корпоративних методів роботи з окремими категоріями громадськості. Рекламні кампанії, які відображали систему цінностей споживачів. Нові сегменти споживачів і нові комунікаційні методи впливу на кожний сегмент громадськості.

Своєрідність розвитку комерційних зв'язків із громадськістю на теренах Німеччини. Повільне упровадження методів просування товарів за допомогою періодичної преси. Методи формування іміджу компаній завдяки періодиці. Прагматична орієнтація німецької споживацької аудиторії. Преміальна торгівля. Різноманіття методів просування періодичних видань. Вітрина як технологія просування товарів.

Династія Ротшильдів як наймогутніший бізнес-бренд XIX ст. Іміджевий стиль Ротшильдів. Вплив лідерів думок на економічну й політичну ситуацію через психологічний чинник наслідування, що притаманний громадськості. Гра на довірі. Основоположники міжнародних великих фінансових операцій у період індустріалізації Європи.

Зв'язки із громадськістю як активний провідник міжнародного співробітництва. Роль міжнародних виставок у розвитку ЗзГ. Процес формування світових брендів. Бурхливий розвиток німецького бізнесу. Орієнтованість на споживача. Пересувні експозиції. Перша Всесвітня виставка. Кришталевий палац. Розподіл виставок на національні та спеціалізовані. Комерційні й культурно-просвітницькі цілі міжнародних виставок. Еволюція виставкових процесів. Значення торговельних виставок і ярмарок.

Інновації іміджетворення засобами протоPR. Технології й засоби іміджетворення Наполеона Бонапарта.

Видавництво "Університетський центр" Університет для друку

PR-образи вікторіанської епохи. Королева Вікторія як бренд. Вікторіанські часи – епоха високих моральних принципів. Роль етикету, дипломатії королеви Вікторії. Вікторія як уособлення "сімейної монархії". Ім'я королеви Вікторії як бренд, ознака стилю, моральності, чесності.

Дендизм – колоритний спосіб самопрезентації соціокультурної моделі суспільства. Мода як невіддільна складова суспільного життя. Передумови розвитку стилю денді. Внесок Джорджа Браммела. Дендизм як самостійна естетика й філософія життя.

Політичний шлях іміджетворення Отто фон Бісмарка

Вплив письменників і художників країн Європи на розвиток PR-комунікацій. Освіта для розвитку письменників. Майстри пера на полі бою. Роль букіністів у рекламних і PR-кампаніях. Еволюція афіші. Майстерність багатобарвного художнього плаката. Внесок у розвиток ЗзГ європейських карикатуристів Оноре Дом'є, Теофіля Стейнлена, Жуля Шере та інших діячів.

Початок регулювання ЗзГ як соціокомунікаційної діяльності: державні та громадські ініціативи. Поява перших асоціацій і некомерційних організацій, що встановлювали морально-етичні принципи й підходи в комунікаційній сфері. Асоціація плакатистів. Комітет цензури. Національна спілка з питань контролю за рекламними зловживаннями. Розповсюдження списку розпоряджень і законопроєктів щодо соціальної комунікації та зв'язків із громадськістю серед графств. Роль міжнародних виставок у формуванні регулювання ЗзГ.

Зародження теоретичних і методологічних досліджень соціальних комунікацій: здобутки західноєвропейських науковців XIX ст. Політична гра Наполеона Бонапарта як практичне підтвердження теоретичних основ. Навчальний посібник "Як писати рекламні оголошення". "Курс позитивної філософії" Оґюста Конта. Поява посібників для професійних комунікаторів. Формування основ методології комунікації. Основні чинники інституалізації "public relations". Теоретико-методологічні дослідження ЗзГ як соціальних комунікацій XIX ст. в інтерпретації науковців XX ст. "Психологія народів та мас" Гюстава Лебона. Основи психоаналізу Зигмунда Фрейда. "Капітал. Критика політичної економії" Карла Маркса. Теоретико-методологічний доробок Герберта Спенсера. Роль соціальних фактів у поведінці людей у працях Еміля Дюркгейма. Теоретичне поняття "колективних уявлень". Соціально-політичні концепції Жана-Габрієля Тарда. Теорія позитивізму Оґюста Конта.

Видавничий центр "Київський університет" Версія для друку

5.1. Огляд історико-суспільних умов розвитку зв'язків із громадськістю у країнах Європи XIX ст.

5.1.1. Загальна характеристика історичної доби: ідеї, здобутки, виклики XIX ст. як чинники ЗзГ

"Довге" XIX ст. – це умовна назва періоду історії, який розпочався Великою французькою революцією кінця XVIII ст. (1789–1799) і завершився у другій декаді XX ст. із початком Першої світової війни. Для нього характерні *особливості, що відділяють цей період світової історії від усіх інших епох*. Насамперед унаслідок Французької революції відбулися радикальні соціально-політичні зміни в європейському суспільстві. Французька революція вважається ***головним переломним моментом в історії західної демократії*** як епоха переходу від доби абсолютизму й аристократії до доби *демократії та участі широких верств населення в суспільному житті*. Ця подія значуща для історії PR тим, що наслідком її стало остаточне ***утвердження поняття "громадськість" і формування її соціальної сутності. Громадськість стала самодостатнім суб'єктом суспільно-політичного життя і поступово вчилася генерувати комунікації.***

У XIX ст. у провідних державах світу відбулося ***становлення індустріального суспільства***, завдяки чому змінився їхній *соціально-економічний устрій: прискорився процес урбанізації, збільшилася кількість найманих робітників, працюючих на промислових підприємствах, та буржуазії*.

Процес формування індустріального суспільства поряд із демократичною перебудовою був найдієвішим рушієм розвитку ЗзГ на новому еволюційному етапі. Тому чинники становлення індустріального суспільства стали фактично і чинниками істотних процесів, що відбувалися на теренах соціальних комунікацій, зокрема ЗзГ, у Європі.

Процес демократичного формування індустріального суспільства тривав понад півтора століття. Його утвердження су-

Видавничий центр "Київський університет"

проводжувалося ***чинниками суспільно-трансформаційного характеру:*** *ліквідацією феодально-абсолютистських інституцій, знищенням станової нерівності та спадкових привілеїв, проголошенням громадянського рівноправ'я і поступовим обмеженням соціальної нерівності*.

Проте провідну роль у розвитку індустріального суспільства відігравали ***економічні чинники:*** *випереджальне зростання промисловості, упровадження у виробництво нових технічних засобів і джерел енергії*. Ці процеси зумовили докорінні *зрушення в соціальній структурі суспільства* та справили вирішальний вплив на *еволюцію громадсько-політичного життя.*

Формування основних економічних ознак індустріального суспільства у провідних європейських країнах завершилося в основному на початку XX ст. Підґрунтя структурних зрушень у господарстві та якісних змін у формах виробництва було закладено під час промислового зламу й подальшої індустріалізації економіки.

Промисловий злам становив собою перехід від мануфактури до фабрично-заводської системи машинного виробництва. Він зводився до витіснення машинною індустрією попередніх форм виробництва та завершився тоді, коли фабрично-заводська промисловість стала панівною в більшості галузей.

Індустріалізація полягала в *подальшому випереджальному зростанні машинної промисловості та створенні на цій основі індустріальної структури господарства.* Із завершенням індустріалізації *промисловість переважала над сільським господарством.* Промислове виробництво стало панівним в економіках держав, частка сільського населення та виробництво сільськогосподарської продукції значно скоротилися.

Почали з'являтись *нові галузі виробництва*, пов'язані з науково-технічними відкриттями, використанням нових технологій, нової техніки. Поява перших електродвигунів, винаходи телефону, телеграфу, радіо, нагрівальних і освітлювальних приладів, розбудова мережі залізниць суттєво змінили рівень життя населення Європи, вплинули на його інформаційну обізнаність, інтелектуальний рівень і культуру побуту. Сформувалась *індустріальна цивілізація,* що безпосередньо й опосередковано вплинула на характер та еволюцію ЗзГ.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Цінності індустріального суспільства. Складний механізм промислово розвиненої системи вимагав не тільки відповідної соціальної структури, що поділялася на різні категорії, але і *пріоритету цінностей, притаманних буржуазному індустріальному суспільству.* Серед них: досягнення, успіх, приватна власність, індивідуалізм, право, активність і праця, споживча культура, універсалізм, віра у прогрес, повага до науки й технології.

Велике значення для переоцінювання моральнісних пріоритетів індустріального суспільства мало *зменшення ролі церкви та релігії в житті людини*.

Вагому роль у формування ЗзГ XIX ст. відіграли ***чинники політичного характеру.*** Для "довгого" XIX ст. *характерні дві тенденції* у розв'язанні суспільно-політичних проблем: *революційна* (притаманна Франції, де відбулися три революції) та *еволюційна* (характерна Великій Британії, де завдяки реформам і діяльності профспілок та інших громадських організацій було вирішено більшість соціально-економічних і політичних проблем).

У XIX ст. у провідних країнах Європи відслідковуються такі *тенденції політичного характеру:зміцнення конституційного ладу, розширення виборчих прав, розвиток принципів демократії та парламентаризму.* Ці тенденції на початку XX ст. стали характерними і для країн Східної Європи.

У XIX ст. у Європі також *з'явилися й поступово оформилися у політичні партії нові ідеологічні течії*: консерватизм, лібералізм, соціалізм і марксизм. Значних масштабів набули *демократичні рухи*: боротьба за емансипацію жінок, міські реформи, світський характер закладів освіти, за соціальне законодавство, пацифізм тощо.

Розвинувся і зміцнів новий потужний клас – *пролетаріат,* що став політичною силою, яка врешті призвела до кризи держави й суспільства, кризи у взаєминах влади та громадськості. Починає зароджуватися *кризовий протоPR.*

На основі формування нових класово-станових засад виникли *профспілки,* зокрема *тред-юніони*, які відразу стали рушієм якісного зростання громадської думки та засобом впливу на неї. Профспілки сприяли й появі *корпоративної культури.*

Виникнення великих корпорацій і фінансово-промислових груп привело до монополізації економіки. Новий ступінь розвитку

Видавничий відділ навчальний центр "Київський університет" Всеукраїнська друкарня

промислового виробництва вимагав і нових форм організації індустрії. Будівництво велетенських фабрик та заводів потребувало значно більших, ніж раніше, фінансових вкладень. На зміну одноосібним підприємствам, які належали одній людині, приходять корпорації або акціонерні товариства. Випуск акцій дозволяв залучити для виробництва кошти багатьох людей, сприяв дедалі більшій централізації капіталу й концентрації виробництва на великих капіталістичних підприємствах. Вони поділилися на *синдикати, трести, концерни та картелі*.

Гостра конкурентна боротьба, що посилювалась у періоди частих економічних криз, призводила до розорення не тільки дрібних підприємців, а й власників середніх і великих підприємств. Їхнє майно, як правило, переходило до рук нових господарів, у результаті на ринку залишалося лише декілька найбільших і наймогутніших компаній, яким легко було домовитися між собою. З метою уникнення зайвих витрат на конкуренцію вони *почали укладати міжкорпоративні угоди, утворювати спілки*, що дозволяли їм установити повний монопольний контроль над ринком. *Уміння домовлятися й досягати економічної та суспільної згоди – практична реалізація однієї з головних функцій PR, що має, насамперед, соціальний та етичний ефекти*.

Внутрішнє функціонування підприємств також сприяло розвитку ЗзГ. *Взаємини між власниками капіталу, їхнім управлінським апаратом,* з одного боку, і з *працівниками* – з іншого також *вимагало гармонізації,* особливо за умов, коли соціальне становище останніх погіршувалося. Швидкий промисловий розвиток наприкінці XIX ст. і поява нових галузей індустрії призвели до збільшення чисельності найманих робітників. Важкі умови праці й низька заробітна плата, характерні для початкового етапу індустріалізації, соціальна незахищеність викликали різні форми протесту робітників. Усе це сприяло поширенню в їхньому середовищі соціалістичних ідей, тому "акули капіталізму" шукали шляхів налагодження взаємин із робітниками. Патерналістська модель управління, характерна для раннього етапу розвитку капіталізму, уже була неактуальною та неефективною, тому що власник величезної компанії не міг особисто спілкуватися з найманими робітниками, бути в курсі їхніх проблем, вирішувати їх тощо. Виникла необхідність у посередницькій діяль-

Видавництво Політехнічний університет "Київський університет імені Бориса Грінченка"

ності між капіталістами й робітничими верствами. Відтак почали з'являтися *пресагенти*, які становили інтереси промисловців і делегували їхні управлінські рішення робітникам, а також транслювали підприємцям настрої та прагнення працівників. Також з'явилися і перші *пресслужби* внутрішньокорпоративного призначення. Згодом почала формуватися *внутрішньокорпоративна культура* й *відповідні PR*.

Для розвитку та вдосконалення ЗзГ мали істотне значення також ***чинники соціального характеру.***

Індустріальний розвиток прискорив і процес *урбанізації* в розвинених державах світу. Дедалі більше населення зосереджувалося у великих промислових містах. Більшу частину містян становили робітники. На кінець XIX ст. їхня чисельність перевищувала понад 40 млн осіб. Становище робітників залишалося доволі важким. Вимагати підвищення зарплатні й обмеження тривалості робочого дня доводилось у протестних акціях, масових зіткненнях із власниками бізнесу, що посилювало напругу в суспільстві.

В останні десятиріччя XIX ст. європейські держави почали приділяти більше *уваги соціальному законодавству*. Під тиском профспілок прийняли закони про обов'язкове страхування від нещасного випадку та травмування на виробництві, пенсійне законодавство тощо. *Ці соціальні процеси сприяли розвитку ЗзГ як низхідного, так і висхідного типу (причому такі ЗзГ у комунікаційному контексті набули більшої ваги та сили, диверсифікувалися).*

Усі індустріальні країни збільшили витрати на *освіту, науку, охорону здоров'я*. На вищезазначені цілі витрачалося приблизно 2–2,7 % від валового внутрішнього продукту. Унаслідок цього в індустріальних країнах Європи письменними були 9–10 % дорослого населення. Упровадження обов'язкового загального безкоштовного навчання відбувалося в такій хронологічній послідовності: 1763 р. – Пруссія, 1842 – Швеція, 1876 – Велика Британія, 1882 р. – Франція. ***Освітня революція***, унаслідок якої підвищився рівень письменності, дала можливість широким верствам населення безпосередньо сприймати інформацію із друкованих джерел. Завдяки цьому підвищився попит на ЗМІ, що *стимулювало розвиток преси та становлення інформаційних інституцій у формі бюро й агенцій*. Це *розширило канали ЗзГ та їхні можливості впливу загалом*.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Інформаційна трансформація суспільства стала рушієм *активізації громадськості*, що вплинуло на становлення самосвідомості мас, підвищення політичної та економічної обізнаності, соціальної зрілості населення тощо.

Інформаційна політика урядів провідних держав Європи стала дієвим рушієм розвитку технологій *протоPR на міжнародному рівні*. Підтвердженнями цього є інформаційні новації Наполеона, інтриги кабінету міністрів королеви Вікторії, маніпуляції канцлера Отто фон Бісмарка. Такий інструментарій ставав дедалі досконалішим, більш дієвим та успішним.

Активно розвивалися вже традиційні види інформаційного впливу на громадську думку, які озброювалися новітнім інструментарієм: *інформаційні війни,* їхні стратегії та засоби зазнали диверсифікацій, набули популярності *публічні спецзаходи масового характеру*, але вже не лише споглядально-розважального контенту (народні святкуваннями), а соціального, політичного – *збори, мітинги, демонстрації*, що сприяли розвитку громадянської свідомості.

Істотну роль у розвитку інформаційного середовища відіграли ***журналістика*** та ***преса:*** газетні й журнальні видання виконували і політичну, і комерційну, і культурологічну функції. Нові публіцистичні жанри – *фейлетон, політична карикатура*, *нарис* – сприяли активізації сприйняття й аналітичній переробці інформації. *Газетні війни* загострювали конкурентну боротьбу в інформаційному середовищі, сприяли його якісному покращенню. *Цензура* хоча і мала дискримінаційний вплив на ЗМІ, все одно відіграла свою конструктивну роль в інформаційному контенті. *Інформаційне протистояння* внаслідок цього ставало більш довершеним, майстерним, професійним.

Інформаційне середовище, маючи потребу в упорядкуванні, вдавалося до *структурування* та *інституалізації*, згодом – до *професіоналізації* як окремої сфери суспільства.

Зростанню *поінформованості населення* істотно сприяла *поява інформаційних бюро* Шарля Луї Гаваса (1835), Бернхарда Вольфа (1848), Пола Юліуса Рейтера (1851).

Великі зміни відбулися й у ***демографічній сфері*:** населення Європи тільки за 1870–1914 рр. збільшилося із 300 до 450 млн осіб. Значно *зріс життєвий рівень* окремих верств населення. Водночас

певна частина працездатного населення, яка була "виштовхнута" із сільського господарства і не знайшла собі місця на промисловості, змушена була *емігрувати*, у більшості випадків за океан – до США та Канади. За зазначений період із Європи виїхали 26 млн осіб. Як активні та підприємливі люди, вони *закладали основи економічної могутності* північноамериканських держав.

Гендерні рушії у зв'язку з політичними, економічними й соціальними трансформаціями також сприяли комунікаційній активізації суспільства та розвитку ЗзГ. У цей період набув широкого розголосу *жіночий рух*. Панівне становище в суспільстві, як і раніше, займали чоловіки. Представники жіночої статі залишалися юридично безправними громадянами своїх країн. Їхні права на володіння майном і успадкування суттєво обмежувалися. Вони отримували нижчу платню, ніж за аналогічну роботу чоловіки, не могли брати участі в парламентських виборах. У 1830-х рр. у Великій Британії сформувалися перші *жіночі політичні групи*, метою яких була боротьба проти рабства в усьому світі. У 1840-х рр. з'явилися більш радикальні організації, що вимагали суспільного й юридичного зрівняння чоловічих і жіночих прав. Цей рух отримав назву *руху за емансипацію*. Згодом 1868 р. було засновано *Товариство жіночого виборчого права* під керівництвом Лідії Беккер. Активістки товариства почали видання *"Жіночого суфражистського журналу"*. Уже за рік товариство нараховувало понад 5 тис. членів. Невдовзі виникло багато жіночих політичних і соціальних організацій та об'єднань. *Суфражистський рух* набув широкого розмаху через включення жінок до політичної й управлінської сфери. Їхні вимоги частково були задоволені на початку XX ст., але рух не припинився. Під тиском руху парламент прийняв новий закон, що надавав право голосу незаміжнім забезпеченим жінкам у місцевих виборах.

Чинники геополітичного характеру також мали у XIX ст. певну своєрідність. У другій половині XIX ст. збільшилися масштаби процесів *колонізації європейськими* країнами народів Азії та Африки. До 1880-х рр. лише десята частина території африканських країн потрапила до рук колонізаторів, а станом на 1900 р. уся територія Африки була поділена між сімома європейськими державами. Найбільші колоніальні володіння мала Велика Британія, далі йшли Франція, Італія, Бельгія, Португалія, Іспанія, Німеччина. Остання на початку XX ст. розпочала бо-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ротьбу "за місце під сонцем", що призвело до зародження переділу колоній. Більшість країн Азії, за винятком Японії, теж були колоніями або напівколоніями європейських держав.

Чинники культурологічного, технічного, технологічного, науково-методологічного аспектів, що вплинули на розвиток ЗзГ, виокремлюються комплексно у контексті вищезазначених і мають безпосередню дотичність до питань *морально-етичного контенту*. XIX ст. характеризується не лише такими явищами, як демократизація, індустріалізація, урбанізація, інформатизація, фемінізм, а також *значними досягненнями мистецтва, техніки й науки*. Культура Західної Європи XIX ст. складалася як *культура індустріального суспільства* з усіма притаманними їй характеристиками, що суттєво впливало на процес формування зв'язків із громадськістю.

Після перемоги Великої французької революції ***демократія*** утвердилася як загальна життєва основа європейських країн. Вона виступала не лише формою правління, але й *певним стилем у суспільній моралі, моді, рекламі* тощо. *Тенденції до спрощеності, народності значно розширили аудиторію зв'язків із громадськістю.*

XIX ст. – період активного розвитку *науки, винахідництва, появи різних технічних і технологічних інновацій.*

Наука XIX ст. продовжувала сприйматись як класична система знань, основні ідеї та принципи якої вважаються остаточно встановленими й непорушними. Відбувалася *диференціація* окремих галузей наукових знань на більш *вузькі спеціалізовані* (у самостійні науки виділилися експериментальна психологія, соціологія, культурологія) та, водночас, *інтеграція* наук (виникли астрофізика, біохімія, фізична хімія, геохімія), сформувалася й нова галузь знань – технічні науки.

Розвитку громадських взаємин у контексті інтелектуального прогресу суспільства XIX ст. істотно сприяло й *міжнародне наукове співробітництво*. Почали реалізовуватися *міжнародні наукові проєкти*. Крім *державних національних академій,* створювалися численні незалежні *наукові товариства й установи*. Вони випускали *періодичні видання*, які надавали свої сторінки ученим різних держав. Учені стали збиратися для обміну думками та результатами наукових досліджень на міжнародні *з'їзди*,

симпозіуми, *конгреси*. У XIX ст. виникла *особлива система обміну науковою інформацією, взаємодія вчених різних країн,* що сприятливо позначилося на формуванні єдиної світової науки з експериментальною базою й теоретичними узагальненнями.

У XIX ст. на новий рівень вийшов *розвиток мистецтва*, зокрема *образотворчого, театрального, літератури*. *Класицизм*, *романтизм*, *реалізм* і *декаданс* – художньо-стильові течії, що суттєво вплинули на масову культуру європейського суспільства. Підвищення культурного рівня населення Європи, розширення світогляду, розвиток естетичних смаків і вподобань, і, водночас, рівноцінна самодостатність аристократів, буржуазії, інтелігенції, пролетаріату сприяли розвитку *аматорства в мистецтві та культурі* – театрального, образотворчого, мистецько-прикладного, народних промислів. Коло інтересів і *сфера комунікаційної взаємодії* людей розширились і вдосконалювались.

Протягом XIX ст. в індустріальному суспільстві відбувається вироблення *спеціалізованих ціннісних орієнтацій* і впровадження в суспільну свідомість ***престижу підприємництва***. В ідеологічних установках затверджується *імідж успішної людини, що втілює дух завзятості, рішучості, прагнення до ризику, поєднаного з точним розрахунком, а єдність духу підприємництва з національним духом виявилася важливим засобом згуртованості суспільства.*

Бурхливі суспільно-політичні та економічні перетворення континентального масштабу, світоглядні зміни, підвищення рівня культури, освіченості суспільства спричинили необхідність формування соціальних комунікацій, які б могли задовольнити потреби різних верств населення і спонукали б їх до взаєморозуміння та згоди. В умовах трансформації суспільних взаємин змінювалася сутність і роль громадськості як суб'єкта соціуму й виникла потреба у громадських комунікаторах. На початковому етапі сферою їхнього застосунку виявилися "зв'язки із громадськістю" як професійна сфера діяльності. *Основним завданням перших фахівців із ЗзГ була інтенсифікація дій різних політичних інститутів у державі; комунікації при цьому, як правило, були однобічно спрямованими. Установлення діалогу із громадськістю не передбачалося, а вся робота зводилася до інформування електорату про діяльність уряду. 1830–1840-ті рр. відомі появою перших невеликих фірм і контор, що спеціалізувалися на консалтингових послугах,*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

так званих пресагенцій. Їхня діяльність була спрямована на взаємодію із ЗМІ та створення корпоративного іміджу суб'єктів соціуму. У подальшому розвиток ЗзГ у XIX ст. будувався на пріоритеті цінностей індустріального суспільства і був обумовлений тенденціями до демократизації, активним розвитком періодичної преси та інформаційної сфери загалом.

5.1.2. Інституалізація інформаційного середовища як рушій розвитку ЗзГ

Перша третина XIX ст. стала епохою інституалізації ЗзГ, перетворення їх на самостійний вид діяльності, окрему професію. Говорити про її престижність на даному етапі не доводиться, скоріше, навпаки – діяльність попередників PR-спеціалістів (у першу чергу ***пресагентів***) викликала осуд і нарікання, але факт появи цілеспрямованої *діяльності з формування репутації та привернення громадської уваги* був справжнім проривом. Цей час можна охарактеризувати як період побудови ***паблісіті***: компанії прагнули популяризувати себе, зацікавлювати, підтримувати громадський інтерес. Тому комунікація на цьому етапі була *односторонньою (асиметричною)*. Поки ще суб'єкти ЗзГ обмежувались тим, що намагалися залучити прихильників, впливали на настрої певних верств, формували пасивну громадську думку. Публічної відповіді як зворотної комунікації не очікувалось і не передбачалось.

Насамперед *професійні комунікатори з'явилися в органах державної влади*. На початку 1800-х британський уряд поклав на Д. Доуна обов'язки "спілкування із пресою" з метою управління потоком інформації про серйозну хворобу короля Георга III, що могла завадити його діяльності. 1809 р. Британське казначейство вперше призначило посаду ***прессекретаря***. 1854 р. було створено посаду прессекретаря у Британській поштовій службі.

Бурхливий розвиток газетної справи сприяв появі сотень, навіть тисяч видань різної політичної спрямованості, спеціалізації та вартості. З'явилася потреба у спеціалістах, які б допомогли споживачам зорієнтуватися у цьому різноманітті преси та обрати ті газети, які б найбільше відповідали їхнім інтересам і упо-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

добанням, а відтак якнайкраще сприяли формуванню контактів із певними групами громадськості.

Період із 1820 до 1830-х рр. став часом появи професійних комунікаторів у діловій сфері. Попередниками сучасних PR-фахівців уважають ***пресагентів*** – осіб, що займалися посередництвом між рекламодавцями та власниками рекламних площ (насамперед, газетами). Нерідко пресагенти починали свою професійну діяльність на посаді журналіста, тому добре знали специфіку роботи ЗМІ. Журналісти охоче брали участь у створенні паблісіті й намагалися побудувати на цьому власний бізнес.

Пресагенти намагалися забезпечити популярність не тільки тим закладам та організаціям, на які працювали, але й собі особисто. Згадування їхніх імен у пресі, а також широка публічна відомість були гарантією того, що подібний спеціаліст був потрібним і міг просити за свої послуги високі гонорари. Відтак спеціалісти у сфері ЗзГ від початку професійної діяльності усвідомлювали себе самостійним цінним ресурсом, а не лише "гвинтом великого механізму".

1830–1840 рр. ознаменувалися появою перших ***пресагенцій*** і невеликих організацій, що спеціалізувалися на консалтингових послугах. Їхня діяльність була націлена на встановлення й *підтримання взаємовигідних колегіальних відносин із засобами масової інформації на засадах взаєморозуміння*. Крім того, наприкінці XIX ст. з'явилися *перші рекламні агенції, збільшилася інтенсивність виборчих кампаній*. Важливою комунікаційною інновацією стала поява ***інформаційних агенцій***. Перша у світі інформаційна агенція з'явилася 1835 р. у Парижі. Її засновником став ***Шарль Луї Гавас*** – колишній постачальник амуніції для армії Наполеона. Коли французькі війська зазнали поразки під Ватерлоо, він збанкрутував. Усе, що залишилося у Гаваса на той момент, – знання іноземних мов, журналістики й торгівлі. Він почав свою діяльність із *"Бюро перекладів Гаваса"*, завданням якого було оперативне забезпечення місцевої періодики перекладами іноземної преси. Діяльність бюро була успішною: через декілька років Гавас відкрив *власну інформаційну агенцію*, яка отримувала новини із закордонних газет, а також від широкої мережі власних кореспондентів. Гавас продавав отриману інформацію паризьким газетам, пізніше – провінцій-

ним і зарубіжним виданням. Для швидкого одержання інформації в період, коли залізниці були єдиним засобом передавання повідомлення, агенція Гаваса успішно використовувала *голубину пошту*. Офіс "Бюро перекладів Гаваса" містився на одній вулиці з головним паризьким поштамтом, що прискорювало можливість швидкого надсилання листів. Проте винахід ***телеграфу*** 1834 р. назавжди змінив уявлення про швидкість передавання даних. Гавас був першим, хто скористався цією технологією.

У цьому бюро отримали перші навички роботи майбутні засновники власних інформаційних агенцій – ***Бернхард Вольф*** і ***Пол Юліус барон фон Рейтер***. Протягом 1848 р. три найвідоміші в Європі "інформатори" працювали пліч-о-пліч. Наприкінці того самого року, здобувши посаду виконавчого директора берлінської газети *"National Zeitung"*, Вольф відкрив власну агенцію. Він під'єднав до редакції телеграф і почав розміщувати в газеті короткі повідомлення з Лондона та Франкфурта, отримані за допомогою нового засобу зв'язку. Ціна за послуги телеграфу була високою, тому Вольф уклав угоду про продаж біржових новин, отриманих із Парижа, Лондона, Штеттіна, Гамбурга і Франкфурта-на-Майні видавцям інших газет і приватним особам. Таким чином виникло ***"Telegrafisches Korrespondenz buero B. Wolff)"*** (Телеграфне кореспондентське бюро Б. Вольфа). Спочатку новини були лише біржовими, але незабаром стали доповнюватися політичними. Коли між містами Німеччини та Віднем було налагоджено телеграфний зв'язок, бюро новин стало поширювати внутрішньополітичну інформацію.

Пол Рейтер розпочав самостійну *інформаційну діяльність* 1850 р., переїхавши до Німеччини в місто Аахен, яке через своє географічне розташування було найважливішим *"комунікаційним перехрестям"* між Бельгією, Нідерландами й Німеччиною. У цьому місті Рейтер відкрив свою першу інформаційну агенцію, використовуючи новини, які він одержував через телеграфні лінії "Берлін-Аахен" і "Париж-Аахен". Телеграфна лінія між Брюсселем та Аахеном ще не була прокладена, і головним завданням бюро Рейтера була ліквідація комунікаційної відстані довжиною в 90 км. Навички, набуті в бюро Гаваса, стали у пригоді: Рейтер використовував голубину пошту, що було набагато швидше, ніж передавання інформації залізницею. Більшість німецьких і бель-

Вид.ЗВІЧНО ПРИЗНАЧЕНИЙ ЧЕРТІ
"КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ"
ЗВІЧНО НА ДУМКУ

гійських газет прагнули отримувати інформацію від бюро Рейтера – це була перша перемога нової інформаційної агенції.

Улітку 1851 р. Пол Рейтер переїхав до Англії та 4 жовтня заснував компанію під назвою ***"Submarine Telegraph"*** (Підводний телеграф). Рейтер підписав контракт із Лондонською фондовою біржею, за яким бюро отримувало доступ до інформації біржі й постачало дані з європейських країн. Агенція Рейтера, користуючись послугами телеграфного кабелю, прокладеного через протоку Па-де-Кале, двічі на день забезпечувала біржовиків і торговців найсвіжішою інформацією про ціни та котирування. Навіть фінансова імперія Ротшильдів прагнула співпрацювати із Рейтером.

1855 р. Рейтер змінив назву своєї компанії на "Континентальний телеграф" і спробував вийти за межі суто біржової інформації. Довгий час йому не вдавалося вийти на газетний ринок, багато в чому через протидію надзвичайно впливової "The Times", головний редактор якої бачив у німцеві єврейського походження агента іноземної розвідки. Проте коли "The Continental Telegraph" випередила "The Times" в інформуванні про події Кримської війни (1853–1856), відбувся прорив у світі політичних новин. Англійські газети одна за одною стали укладати договори з агенцією Рейтера. А 1858 р. "здалася" і "The Times", яка через скасування гербового збору 1855 р. утратила монопольне становище в англійській пресі та була вимушена публікувати телеграми не лише від власних кореспондентів, але й від агенції "The Continental Telegraph". Агенція розширювала охоплення тем і згодом отримала *репутацію найоперативнішого новинного агрегатора*. "Рейтер" стала першою агенцією, що повідомила про вбивство Авраама Лінкольна.

Проте з розвитком телеграфного зв'язку між агенціями почалася гостра *конкурентна боротьба* за клієнтуру, у результаті якої 1865 р. Вольф змушений був продати свою агенцію континентальній телеграфній компанії, контрольованій німецьким урядом. Боротьба агенцій і створених ними філій на території інших країн призводила до великих збитків, тож 1870 р. три найбільші агенції Старого світу уклали *картельну угоду про розділ "сфер впливу"*. Рейтер розповсюджував свою інформацію у Великій Британії та Східній Азії, Гавас – у франкомовних країнах, а Вольф – у Північній і Східній Європі, Німецькій імперії та її колоніях.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

Відтак у першій третині XIX ст. з'явилися особливі інституції з метою інформування та формування громадської думки. ЗзГ поступово перетворювалися на постійну цілеспрямовану самостійну діяльність. Почали з'являтись окремі посади у владних органах і діловій сфері, які були направлені виключно на комунікаційні й іміджеві цілі. Остаточним утвердженням професіоналізації цієї діяльності стала поява інформаційних агенцій, що відкрила нові шляхи співпраці між засобами масової інформації та суб'єктами соціуму, зацікавленими у ній.

5.2. Політичні ЗзГ у країнах Європи XIX ст.

5.2.1. Політична преса – чинник державної ідеології та засіб модерації ЗзГ

Соціально-політичні процеси в першій третині XIX ст. наочно демонструють зростання *ролі громадськості* в управлінні та політичному розвитку держав. При цьому враховувалася думка не класу, стану в цілому, а кожного окремого представника нації, який мав право голосу. Оскільки нерідко думка більшості населення схилялася аж ніяк не в бік державних заходів чи політичних ідей, державі та партіям необхідно було агітувати на свою користь. Таким чином, головною передумовою розвитку державних і політичних ЗзГ у країнах Європи стала *криза у взаєминах влади й суспільства*.

На попередніх етапах свого існування зв'язки із громадськістю насамперед виявили себе у політичній і соціально-суспільній сферах. *Основним завданням новочасних пресагентів було інформування про дії різних державних чи політичних інститутів*. Зауважимо, що комунікації при цьому, як правило, були *односторонньо спрямованими*. *Установлення діалогу із громадськістю не передбачалося, а вся робота зводилася до інформування населення або електорату про діяльність уряду або партії.*

Риса, що раніше відрізняла лише окремі верстви суспільства, стала в епоху владарювання буржуазії загальною. *Культ імовірності* (не бути, а здаватися) міцно вкоренився в усіх візуальних засобах зв'язків із громадськістю: газетах, книгах, картинах, фо-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

тографії, кіномистецтві, плакаті, ілюстрованій рекламі, листівці. Усі вони стали *носіями, посередниками*, а часто *засобами пропаганди* певних поглядів.

До початку XIX ст. газети залишалися доволі не дешевими й доступними тільки заможним представникам суспільства: аристократам і буржуазії. Наклад таких газет сягав 1500 примірників, формування громадської думки в широкому масштабі вони здійснювати не могли. Газети, по суті, були органами політичних партій і суб'єктів бізнесу, які їх фінансували, та створювалися для вузького кола читачів. Тобто працювали на обмежену цільову аудиторію. Але з 1830-х років *з'явилися* ***дешеві газети***, *розраховані на масову аудиторію*, які були доступними навіть для найбідніших верств населення й виходили багатотисячним накладом. Із цього часу *преса стала головним засобом ЗзГ, чим активно скористалися і органи влади, і суб'єкти сфери бізнесу.*

Газета цілком зайняла місце летючого листка. Зображення стало її складником, спочатку – у вигляді самостійного додатка, потім як коментар, доповнення чи ілюстрація до тексту. *Періодичний характер газети, що несла детальну інформацію за допомогою як ілюстрації, так і тексту, зробив її активним чинником впливу на маси.* Це значною мірою було обумовлено фотографією, що, починаючи із 60-х рр. XIX ст., значно полегшувала роботу художників. ***Фотографія*** стала своєрідною формою контролю громадськості за документальною точністю газетних свідчень і художніх зображень. Таким чином, сфера суджень, отриманих за допомогою уяви, значно зменшилась, утратила свою цінність, уявлення про людей і явища стали, безперечно, більш точними та змістовними.

Також інтерес до газет посилився із *розвитком майстерності* ***репортерів*** і *зростанням суспільної свідомості публіки*. Наприклад, велику цікавість у громадськості викликали репортажі із залу суду. Шляхом об'єктивної судової хроніки періодична преса досягла високого рівня респектабельності. Важливою частиною газет стала *рубрика об'яв*. Не передплата, а ***оголошення*** стали головним джерелом прибутку для видавництв. Великі підприємства розміщували постійні та змістовні об'яви: це служило для них певною гарантією того, що в тексті їхню діяльність не буде висвітлено з негативного боку. Почався процес

Видавництво-поліграфічний центр "Київський університет" Вересень не для друку

розмежування власне газети й оголошень, що мало для видавців вигідні наслідки. ***Періодика ставала комерційною справою.***

Журнали в цей період розвивалися не так активно. Періодично з'являлися нові ***галузеві видання*** (напр., *"Machinery Market"* (1872, Англія), що були виразниками інтересів компаній певної галузі. Проте більшість журналів (за винятком наукових) не мали ніякої ідеології, намагаючись "сподобатися всім", і приваблювали барвистими ілюстраціями, а не інформативністю. Зазначимо, що в цей час журнали також почали публікувати ***рекламу*** – раніше вони обмежувалися публікаціями про книжкові новинки в межах співпраці з видавництвами.

5.2.2. Друковані ЗМІ країн Європи – інструмент політичних ЗзГ

5.2.2.1. Особливості преси в політичному житті Франції

До Великої революції преса у Франції не мала суттєвого ідеологічного впливу на суспільство. Вольтеру преса нагадувала "повідомлення про державні та громадські справи". Руссо на запитання "Що таке періодичне видання?" зневажливо відповідав: "Ефемерний, позбавлений будь-якої гідності, некорисний витвір, читанням якого зневажають серйозні освічені люди й призначення якого тішить марнославство дурнів і жінок, нічому їх не навчаючи".

На думку Т. Лильо, "ситуація кардинально змінилася 1789 р., під кінець якого в Парижі виходило понад 140 газет із дуже широким спектром ідеологічного плюралізму. Фактично всі вони були пов'язані з партійними ідеологіями – від роялістської до егалітаристської. Журналіст жирондистських поглядів і видавець ***"Le Patriote français"*** ("Французький патріот") Жак П'єр Брісco де Варвіль першим за кілька місяців до взяття Бастилії сформулював *роль газети як знаряддя політичного впливу на маси та їхнього ідеологічного виховання:* "Газета – це єдиний спосіб перетворення численної, обмеженої у своєму розвитку нації, що не звикла до читання і хоче вийти зі стану неуцтва і рабства". Найпопулярнішими газетами початкового етапу Вели-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

кої французької революції були видання Жана-Поля Марата ***"Ami du peuple"*** ("Друг народу"), Каміля Демулена ***"Les Révolutions de France et de Brabant"*** ("Революції Франції та Брабанта") та Жан-Рене Ебера ***"Le Père Duchesne"*** ("Татусь Дюшен"), які позиціонували себе як прихильники лівих поглядів.

Після призупинення повноважень короля в серпні 1792 р. настав період різкої *політизації французької преси*, вплив якої на суспільство ілюструвала постанова генеральної ради Паризької комуни: "Нехай ті, хто отруює громадську думку…, будуть ув'язнені в тюрмах, а їхні верстати та інструменти передані видавцям-патріотам".

Ідеологічно зумовленою, маркованою була й *риторика революції, яка запропонувала "лінгвістичну ідеологію", що стала базовою для подальших періодів тотальної ідеологізації ЗМІ.* Як зазначає В. Сергеєв, *риторика виробила особливу культуру управління внутрішніми механізмами мислення й переконаннями людей. По-перше, було міфологізовано абстрактні поняття, надано їм суб'єктивні повноваження*, перетворено в ідеологічні псевдосуб'єкти, за допомогою яких "можна було виправдати і пояснити такі дії, які по-іншому не можна було б пояснити". У такий спосіб було уможливлено "володарювання справедливості" та "деспотизм свободи". У їхніх тогочасних парадигмах визначалися ідеологічні вороги і друзі народу. *Другим прийомом революційної риторики була підміна змісту*. Наприклад, згідно з Декретом про створення "Надзвичайного революційного трибуналу", злочином було оголошено "антигромадську поведінку". Як наслідок, зміст слова "злочин" свідомо розмивався, підмінявся, аби можна було проводити репресії над якомога більшою кількістю ідеологічних опонентів. *Третій прийом – використання універсальних схем пояснення,* які стали важливим елементом революційної політичної культури. Відповідно до цих схем усі труднощі й невдачі визнавалися результатом підступності ворогів революції, зокрема вони дозволили Ж.-П. Марату звести призначення його журналістики не тільки до пошуку ідеологічних ворогів і друзів, а й до їхнього моделювання за маніхейською схемою, що становила основу спрощеного розуміння дійсності. Таким чином боротьба ідей перетворилася на боротьбу з "ворогами революції".

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Генерал ***Наполеон Бонапарт*** практично без опору захопив владу 9 листопада 1799 р., оголосивши себе першим консулом Франції. Поспіхом складена "Конституція VIII року" (1799) проголосила *консулат*. У Конституції не було визначено ролі й методів регулювання газет, але вже 17 січня 1800 р. вийшов "Консульський указ про газети", що призвів до закриття 60 із 73 газет, які видавалися в Парижі. Крім того, на міністра поліції було покладено обов'язок стежити, щоб на території Парижа та Сенського департаменту не з'явилося жодної нової газети, а "редактори газети були непідкупними в питаннях моральності й патріотизму".

На початку свого правління Бонапарт не мав бажання відновлювати *цензуру, проте прагнув контролювати всі друковані видання*. Чудово розуміючи силу преси, він якось сказав: "Одна ворожа газета небезпечніша за тисячі багнетів, а чотири газети можуть заподіяти більше зла, ніж тисячна армія". Ця позиція Бонапарта пояснює подальший розвиток періодики у Франції.

1810 р. Наполеон створив особливу ***Директорію зі справ друку***, що підпорядковувалася Міністерству поліції. У такий спосіб *на державному рівні почалося регулювання інформаційно-комунікаційної діяльності*.

Політика постійного скорочення кількості періодичних видань призвела до того, що 1811 р. у Парижі були дозволені лише чотири щоденні газети: ***"Journal de Paris"*** ("Паризька газета"), ***"Gazette de France"*** ("Французька газета"), ***"Journal de I'Empire"*** ("Газета Імперії") і ***"Le Moniteur universel"*** ("Наставник"). У цей період виходила ще одна газета, цензурована владою, але вона видавалася англійською мовою, щоб ввести людей в оману та справити враження, наче це видання оминуло цензуру. Газету "Le Moniteur universel" Наполеон зробив єдиною офіційною газетою Франції, надавши їй безліч привілеїв, найважливіший із яких – монопольне право на публікування політичних новин. Вона фактично виконувала *пропагандистську функцію*. Імператор особисто стежив за змістом цієї газети, брав участь в її редагуванні та встановив над нею особисту цензуру. Наполеон позбавив газети права самостійно порушувати будь-які питання, пов'язані з політикою, зобов'язав обмежуватися прямими передруками та витягами з "Le Moniteur universel" у всьому, що стосувалося політичної тематики.

Видавництво "Київський університет" Версія для друку

Одночасно застосовувався *метод підкупу іноземної преси*. 1802 р. англійська розвідувальна служба з Парижа повідомила про те, що агент Наполеона Ф'єв поїхав до Англії зі спеціальною місією – налаштувати вплив на населення через місцеву пресу, скориставшись довірою редакторів газет.

Луі-Франсуа Бертен був одним із видавців, які чинили опір інформаційній блокаді Наполеона. Його шлях у видавничій справі розпочався 1800 р.,коли він придбав у друкаря Бодуена право на видання ***"Journal des Débats politiques et litteraires"*** ("Газета політичних і літературних дебатів"), що існувало з 1789 р. і став видавати його під назвою ***"Journal des Débats"***. Це була одна з небагатьох газет, які продовжували існувати після державного перевороту 9 листопада 1799 р., що став кінцем Французької революції й початком правління Наполеона I Бонапарта. Однак як майстерно не ховалася між рядками роялістська тенденція газети, вона все-таки налаштувала проти себе уряд Наполеона, а коли той проголосив себе імператором (18 травня 1804 р.), газета Бертена змушена була змінити назву на "Journal de l'Empire", щоб відстояти своє існування.

Під час "великої чистки", якої зазнала французька журналістика 1807 р., цензора Ф'єве у бертенівській газеті було замінено на цензора Ет'єнна. Але Наполеону і цього здалося мало і 1811 р. наклад газети, який досяг 32 тис. примірників, був конфіскований на користь держави.

Подальші жорсткі заходи проти газети "Le Journal des Debates politiques et litteraires", перейменованої на ***"Le Journal de L'-Empire"***, були пов'язані із запровадженням 1810 р. імператором відразу двох декретів про пресу, які поставили її під цілковитий контроль "головного управління справами книгодрукування та книжкової торгівлі" (при Міністерстві внутрішніх справ). За висловом В. Гюго, французька періодика дізналася про "цензурний кляп". Як наслідок жорсткої цензури, фактично до початку 1811 р. у Парижі виходили лише чотири щоденні газети ***"Le Journal de Paris"*** ("Паризька газета"), ***"La Gazette Francaise"*** ("Французька газета"), ***"L'Monituer"*** ("Наставник") і ***"Le Journal de L'Empire"*** ("Газета Імперії").

Незабаром вийшов у світ і журнал під назвою ***"Journal de Bonaparte et des hommes vertueux".***

Видавничий центр "Київський університет" Безоплатно для студентів

1814 р. Бертен повернув своїй газеті первинну назву й відкрито перейшов на сторону роялістів, за що під час "Ста днів" у нього відібрали видання та передали більш поступливому журналісту. Газета Бертена була цікавою не лише своїм протистоянням режимові Наполеона, але й запровадженням нових журналістських форм і жанрів, – наприклад, ***фейлетону***, який сатирично висміював суспільні проблеми, сприяючи *масифікації громадської думки.*

Наполеонівська політика щодо преси позначилася і на зарубіжній журналістиці. Дія французьких декретів про пресу 1810 р. не лише поширювалась на окуповані території Рейнського союзу, а й впливала на сусідні держави. Зокрема, уряд Пруссії заборонив щоденну газету ***Генріха фон Клейста "Berliner Abendblatter"*** ("Берлінські вечірні листки") за політичні коментарі. У Німеччині всім газетам було наказано передруковувати політичні новини тільки з офіційної французької газети "L'Monituer". В Італії, яка також перебувала під французькою окупацією, могли діяти лише проурядові видання типу ***"Monitore di Roma"*** ("Римський наставник"), скопійовані із французьких зразків. Під кінець Італійського походу 1797 р. він заснував газету ***"Le Courrier de l'Arm d'Italie"*** і ***"La France vue de l'Arm d'Italie"***.

Як відомо, у французькій армії діяли ***польові друкарні***, що видавали ***імператорські відозви*** й ***військову пресу***. Вони випускали також такий популярний засіб поширення інформації, як ***листівки,*** причому доволі значним на той час накладом – до 10 тис. примірників за добу. Особливим попитом користувались у армійському середовищі ***бюлетені*** *– відривні аркуші від газет,* які містили короткий огляд основних новин на батьківщині та у світі. Вони були зручними у використанні й зазвичай оприлюднювались уголос офіцерами перед військом, яке поспіль було неписьменним. Згодом бюлетені після остаточної правки передруковувалися й поширювались по всій Франції серед цивільного населення та у союзних чи окупованих країнах. Із 1811 р. бюлетені щороку видавались окремим збірником. Наполеон публікував те, що вважав важливим і потрібним.

Після поразки Наполеона під Ватерлоо до Франції повернулися Бурбони. Період Реставрації (1814–1848) "подарував" французам "право публікувати та друкувати їхні думки" в умовах "свободи преси", проте лише "відповідно до законів, які запобігали

вільнодумству й придушували зловживання новою свободою". Після падіння режиму Наполеона Конституційна хартія відновила ***свободу слова***, яку невдовзі перекреслив закон від 21 жовтня 1814 р., що вводив цензуру для всіх періодичних видань і творів, обсяг яких не перевищував 20-ти друкованих аркушів. Але навіть ці жорсткі обмеження порівняно з антижурналістською політикою Наполеона вважалися послабленням, і до 1824 р. у Парижі виходило 12 щоденних газет. Загалом у 1814–1830 рр. французький уряд сім разів змінював *цензурні правила*. Отже, Бурбони, які повернулися до влади 1814 р., скасували цензуру Бонапарта, але незабаром відновили її майже в повному обсязі.

Цікавою була у Франції першої третини XIX ст. ***політика урядів щодо регіональної преси***. І Наполеон, і Бурбони всіляко скорочували кількість паризьких газет і, навпаки, стимулювали розвиток *провінційної преси*. Щоправда, усі регіональні газети перебували під наглядом департаментів і висловлювали урядову точку зору. *Таким чином, вони виконували функцію організатора громадської думки на користь чинних влади та ладу*, фактично були "місцевими філіями" "Le Moniteur universel".

У липні 1830 р. вийшло *п'ять указів*, у яких король Карл X особисто, без участі палат, змінив правила проведення виборів, а також увів дуже *суворі цензурні правила стосовно книг і газет*. Згодом журналісти під проводом Армана Карреля заявили, що не будуть підпорядковуватися указам Карла X і випустили газети без цензурного дозволу. Париж піднявся на барикади. Карл X поквапився скасувати свої укази, але було запізно. Тимчасовий уряд вирішив передати корону Людовику Філіппу Орлеанському, який не претендував на абсолютну владу. Почався період Липневої монархії. У цей час було прийнято нову ***Конституційну хартію***, у якій йшлося, що *"цензура ніколи не може бути відновлена"*. Незважаючи на цензурні послаблення, у 1831–1832 рр. у Франції було розпочато 411 судових справ проти преси та її діячів. Широко практикувалися ув'язнення журналістів і редакторів, система застав, штемпельних зборів та штрафів (приміром, газета ***"La Tribune"*** ("Трибуна") за сукупністю була засуджена до... 49-ти років в'язниці та 160 тис. франків стягнення).

Технологічні новації у видавничій справі, інформаційних технологіях і поширення в європейських країнах початкової осві-

ти сприяли появі *"масових", недорогих періодичних видань*, розрахованих на смаки *малоосвіченої*, але *численної аудиторії*. *Ініціатором французької* ***"масової" преси*** став ***Еміль де Жирарден***. Він почав журналістську діяльність із випуску журналу мод "La Mode" (1829–1854), що спочатку виходив як суто елітний ілюстрований журнал, який згодом поповнився сторінками політичного змісту, враховуючи інтереси читацької аудиторії.

Найуспішніший проєкт Жирардена – заснована ним 1836 р. політична газета ***"La Presse"*** ("Преса"), передплатна ціна якої (40 франків) була вдвоє нижчою, ніж у решти газет. Е. Жирарден слушно зауважив, що "газета створюється не редакторами, а передплатниками" (тобто цільовою аудиторією, власне громадськістю). У редакції "La Presse" працював чудовий колектив журналістів: газета Е. де Жирардена приваблювала читачів не тільки низькою ціною, а й блискучими журналістськими іменами (напр., Теофіля Готьє, вів розділ художньо-критичного фейлетону).

Для фінансування видання Жирарден активно використовував *рекламні публікації*, що здешевило ціну газети для споживачів, – плата за рекламні оголошення перекривала низьку ціну на видання. У рік заснування газета налічувалося 10 тис. передплатників, а реклама принесла до 200 тис. франків. Проте ідеї Жирардена щодо економічних реформ у видавничій справі не отримали визнання й поширення. *Ні контроль з боку держави, ні соціально-економічні умови на той момент ще не сприяли прогресу масового друку*. Рівень економіки у Франції в середині 30-х років не дав можливості платним оголошенням стати основою функціонування газети.

Але можна говорити про те, що *преса* на той час *уже стала більш демократичною й популярною.* Жирардену вдалося перетворити свою газету на незалежне видання, публікації якого часто не задовольняли і дратували уряд. 1848 р. за опубліковане висловлення "ми знову потрапили під деспотизм шаблі" Жирардена заарештували, а газету на деякий час закрили. Опинившись на волі, де Жирарден помстився генералу Кавеньяку, відчайдушно борючись проти його кандидатури на посаду президента республіки. Як народний депутат, де Жирарден постійно *виступав на захист повної свободи преси*.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія не для друку

З іменем Жирардена пов'язується і *поява* в європейській періодиці *першої* ***"прихованої реклами".*** У XVIII ст. подібні повідомлення приватних осіб було легко відрізнити від редакційного тексту (за місцем публікації в газеті та за спеціальними позначками-маркерами типу N. B. чи P. S.). Проте на початку XIX ст. почали з'являтися такі повідомлення рекламного характеру, які важко було відрізнити від редакційного тексту. Оскільки до редакційної частини публіка ставилась із більшою увагою та довірою, ніж до відділу оголошень, такі повідомлення для рекламодавців мали велику цінність. Де Жирарден ураховував це і брав за рядок прихованого повідомлення значно дорожче, ніж за рядок оголошень. Ці повідомлення були або у вигляді замітки, цікавої по суті, де наводилася фраза чи кілька фраз рекламного характеру, в інших не було навіть натяку на рекламу, хоча фактично вся замітка публікувалася з метою реклами.

Французька "масова" преса дала початок і такому газетному феномену, як ***"роман-фейлетон"***. Його поява пов'язується з ***Луї Вероном*** і його виданням "Constitutionnel". Він зробив газету популярною, запропонувавши читачам роман із продовженням. 1837 р. ним став твір Ежена Сю "Вічний жид". У період публікації роману кількість передплатників газети збільшилося із 3 до 40 тис., у читальних залах люди ставали в чергу, неписьменним його читали вголос сусіди. Верон знав читацькі смаки і зробив правильну ставку на новий роман Е. Сю. Так само були використані романи Оноре де Бальзака ("Стара діва"), Жорж Санд ("Мельник із Анжибо"), О. Дюма-батька ("Королева Марго") та Е. Сю "Агасфер" і "Таємниці Парижа". Газети платили шалені гонорари авторам романів із подальшим продовженням. Дюма-батько отримав за "Графа Монте-Крісто" у "Constitutionnel" понад 33 тис. франків, а Ежен Сю за "Вічного жида" близько 100 тис. Романи із продовженням залишалися вірним способом привабити читачів і розширити їхню аудиторію і тоді, коли були створені всі інші передумови для виникнення справді масових газет.

Звернення до масового читача, необхідність протягом кількох місяців тримати його в постійному очікуванні продовження, поспішність самого процесу написання створили характерну для роману-фейлетону техніку: спрощеність психологічних мотиву-

Видавничий центр "Київський університет" Вступ до журналістики

вань, сентиментально-мелодраматичний добір персонажів, складність інтриги при безлічі кульмінаційних пунктів, які подекуди зводили виклад до монтажу розрізнених ситуацій, зрештою, емоційність і недбалість у стилістиці.

На зламі 30–40-х рр. посилились реалістичні тенденції, що приходили на зміну романтизмові. Це суттєво впливало на формування *проблематики і жанрів періодичної преси.* Набув розквіту ***"фізіологічний" нарис,*** одним із засновників якого вважається ***А. Брійа-Саварен*** – автор широковідомого твору "Фізіологія смаку" (1825). Пік популярності жанру – 1841 р.

Під впливом *суспільного й науково-технічного поступу* французька журналістика зазнавала великих змін. Винайдення фотографії (1839) спричинило прискорення розвитку ***зображальної журналістики***, сторінки друкованих газет і журналів стали більш різноманітними та привабливими для читачів. Стрімко розвивалися ***ілюстровані журнали***, наприклад "Magazin Pittoresque". Лише чотири роки знадобилось, аби з'явився журнал ***"La Illustration"*** ("Ілюстрація", 1843), в якому текст посів другорядне місце щодо візуального ряду. Цей тип видання стрімко поширився Європою, але саме Франція та її провідні журнали надовго стали еталонними в ілюструванні преси.

Також відбувся синтез творчості ***художників-публіцистів*** *із* ***нарисовою літературою***. Найвищим досягненням цього періоду став дев'ятитомний альманах "Les Francais peiats par eux-memes: Encyclopedie morale du XIX siecle" ("Французи у їх власному зображенні: Енциклопедія моралі XIX ст.", Париж, 1840–1842).

Це був початок *нової ери в журналістиці* – ери, де основний *акцент ставився на уподобання та смаки читача, тобто насамперед важили інтереси громадськості*. По суті, з'явилося таке явище, як ***цільова аудиторія***, хоча до його появи у сучасному сенсі було ще далеко.

Преса Франції відіграла важливу роль у підготовці так званої європейської "Весни народів" – Лютневої та Червневої революцій 1848 р. У цей період спостерігався широкий розвиток демократичної преси, кількість читачів якої була значно більшою, ніж кількість передплатників, зміцнювався і множився її живий зв'язок із народом та практикою політичної боротьби. Серед них виділялися республіканські газети ***"La Reforme"*** ("Реформа"),

Видавництво Національного університету "Київський авіаційний інститут"

"Le Journal Respublicaine" ("Республіканська газета"), ***"La Tribune"*** ("Трибуна"), ***"La National"*** ("Національна"), ***"Les Temps"*** ("Часи"), особливо щотижневик ***"La Carricature"*** ("Карикатура") і щоденна газета ***"Le Charivari"*** ("Суміш") Шарля Філіпона, ***"L'Uvinale Carricature"*** ("Карикатури Ювенала") і ***"Napoleon Satire"*** ("Сатира Наполеона"), близькі до революційного руху. У лютому – червні 1848 р. журналістика у Франції мала майже повну свободу: за кілька тижнів у Парижі виникло 200 нових періодичних видань.

Після придушення Червневої революції у Парижі преса зазнала жорстоких репресій. Приміром, 25 червня 1848 р. "тимчасово" були закриті 11 газет.

Арешт Еміля де Жирардена, а також прецедент масового закриття газет стали приводом для претензій до уряду й дебатів, що розгорнулися слідом за цим. Активну участь у них узяв письменник, поет і публіцист Віктор Гюго, виступивши з кількагодинною промовою на захист свободи преси 9 липня 1850 р., що стала сміливим викликом суспільству. Його промову "За свободу преси та проти арешту письменників" Установчі збори не підтримали, а переважна більшість його колег була настільки налякана "жахом революції", що прийняла новий закон про пресу, який посилив репресії: *підвищував суму грошової застави*; *відновлював скасований* 1848 р. штемпельний збір, *забороняв друкувати політичні, філософські, релігійні статті під псевдонімами* тощо. Цей закон черговий раз завдав "удару" пресі, фактично *ліквідуючи її свободу*, проголошену в лютому 1848 р. і записану в конституції Другої республіки (1848–1851).

Тож цілком очевидно, що вже наприкінці 1840-х – на початку 1850-х рр. Франція стала справжнім *полем інформаційної боротьби,* коли в результаті революції 1848 р. було повалено династію Бурбонів. Почалася справжня *війна ідеологій* між легітимістами (прихильниками поваленої королівської династії) і бонапартистами, причому перші з більшою ефективністю використовували засоби масової інформації та привернули на свій бік населення багатьох французьких провінцій. Президентом став Луї-Наполеон Бонапарт, племінник Наполеона І, який зумів зіграти на недовірі населення до щойно скинутої династії та чотири роки потому проголосив себе імператором – Наполеоном ІІІ. Він

одразу почав *переслідувати й цензурувати вільну пресу*. Критики того часу зауважили, що в епоху Другої імперії (1852–1870) *газети перетворилися на поєднання інформаційних бюлетенів і афіш*. У такий спосіб нащадок доволі чудернацьким чином продовжив починання свого славетного попередника. Про демократичні ідеї своєї молодості Наполеон III більше не згадував. Фактично свобода преси була офіційно скасована. Декрети від 17 і 23 лютого 1852 р. регулювали стан преси у Франції аж до 11 травня 1868 р., коли було прийнято ліберальний закон про пресу й публічні збори.

У середині 1850-х років у Парижі залишилося 13 газет, головною серед яких, як і раніше, була урядова ***"Le Moniteur Universel".*** Проте, не дивлячись на політичні переслідування й економічні перешкоди, Наполеон III при всьому бажанні вже не міг повернути пресу до того цензурованого стану, в якому вона перебувала при Наполеоні Бонапарті.

Унаслідок утисків свободи слова, посилення цензури та репресій у період Другої імперії *В. Гюго*, як і багато інших прихильників демократичної республіки, змушений був піти у вигнання, в якому не припиняв політичної боротьби. Його уїдливі памфлети ***"Наполеон Малий"*** та ***"Історія одного злочину"*** зробили ім'я публіциста славетним не лише на батьківщині, а й в усій Європі.

Практично всі письменники, які становили славу Франції XIX ст. безпосередньо займалися публіцистикою: Оноре де Бальзак, Олександр Дюма-батько, Жюль Верн, Гюстав Флобер, Гі де Мопассан. Останній присвятив цілий роман "Любий друг" журналістові, детально описавши практику роботи тодішніх редакційних працівників.

Проте, не дивлячись на цензурні утиски, преса шукала нові шляхи до читача й нові цільові аудиторії. Її засоби налаштування зв'язків із громадськістю були дуже різними: *технологічні* як у ***"Le Figaro"*** (заснована 1826 р.) – шестишпальтність, рубрикація матеріалів, періодичність і регулярність, *тематичні* – сенсаційність повідомлень, фактично поява "жовтої" преси, зокрема таким шляхом пішла щоденна французька газета М. П. Мілло – ***"Le Petit Journal"*** ("Маленька газета"), заснована 1861 р. Вона завоювала аудиторію завдяки ставці на описи моторошних убивств. Чим жахливішими були описувані злочини, тим стрім-

Видання підготовлено Навчально-методичним центром "Київський університет імені Бориса Грінченка"

кіше зростав наклад. Засвоївши *прийоми ілюстрованих видань,* ця преса *доповнила сенсаційність відповідним візуальним контентом*. Той самий Мілло на початку 1870-х років практично скупив усі паризькі ілюстровані видання, щоб створити *першу* у Франції ***щоденну ілюстровану газету***. Для порівняння: перша щоденна ілюстрована газета в Англії "Daily Graphic" ("Щоденна графіка") з'явилась лише 1890 р.

На початку 1870-х рр. суттєво *збільшились наклади* французької періодики. Закон, прийнятий 1 липня 1868 р., *відміняв попередню цензуру, але зберігав можливість конфіскації газет після їхньої публікації в разі порушення цензурних норм*. Скасування цензури сприяло виникненню в Парижі близько 140 газет, причому не тільки опозиційних, а й нових урядових видань. 1 січня 1869 р. почала виходити газета ***"Journal Officiel"*** ("Офіційна газета"). Вона стала офіційним урядовим органом, замінивши, таким чином, консервативну "Le Moniteur Universel". До кінця 1870 р. у Парижі налічувалося ***34 політичні щоденні газети***. Комерційної періодики було ще більше.

4 вересня 1870 р. у Парижі відбулася революція, що повалила Другу імперію і привела до проголошення Третьої республіки у Франції. Група соціалістів на чолі з ***Огюстом Бланкі*** негайно почала випускати газету ***"La patrie en danger"*** ("Вітчизна в небезпеці"), в якій закликала до єдності всіх політичних партій. До влади прийшов тимчасовий уряд, який очолив Адольф Т'єр (1797–1877), активний учасник Липневої революції 1830 р., що в той час працював журналістом у газеті ***"National"*** ***Армана Карреля***. Новий республіканський уряд, створений у процесі вересневої революції 1870 р., став новим етапом на шляху *демократичних перетворень країни*, початих 1789 р. За короткий термін свого перебування при владі він намагався *полегшити становище преси*. Низкою декретів уряд Т'єра *скасував гербовий збір і грошову заставу, передав розглядання справ про друк із кримінального суду до суду присяжних, скасував монополію книжкової торгівлі й оголошень.* Однак реакційні Національні збори відхилили ці декрети, відновивши для преси режим 1852 р.

28 січня 1871 р. німецькі війська зайняли Париж, і Т'єр від імені Франції змушений був підписати капітуляцію – принизливий для країни *Версальський мирний договір*. При цьому *уряд оголосив про*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

закриття газет, які виступили проти договору. Багато журналістів, які не згодні були з політикою тимчасового уряду, виїхали з Парижа. Серед них був, наприклад, Еміль Жирарден. Ще під час облоги німцями французької столиці він переселився в місто Бордо і там видавав газету ***"Liberte"*** ("Свобода"), в якій пристрасно критикував республіканський уряд Т'єра.

Однак справжній патріотизм виявили найширші верстви французького населення, і "уряд національної оборони", що намагався вести таємні перемовини із представниками німецького уряду, викликав гнівне обурення мас. Незадоволені антинаціональною політикою влади парижани вийшли на вулиці зі зброєю в руках. Почалося загальне повстання. Т'єр не зміг зламати опір народу і 18 березня 1871 р. змушений був тікати до Версаля. У той самий день у Парижі до влади прийшла ***Комуна*** – *перший у світі робітничий уряд, перша в історії диктатура пролетаріату*.

72 дні правління ***Паризької Комуни*** – від 18 березня до 28 травня 1871 р. – дуже важливий етап розвитку французької журналістики. 20 березня комунари захопили редакцію урядової ***"Journal Officiel"*** і перетворили її в головний орган влади, назвавши ***"Journal Officiel de la Commune"*** ("Офіційна газета Комуни"). ***Центральний Комітет національної гвардії***, нічого не змінюючи в зовнішньому оформленні газети, зробив її своїм органом. У газеті публікувались ***прокламації, маніфести, відозви*** Центрального Комітету, ***повідомлення та рішення різних органів Комуни, декрети, постанови*** і т. п., але в ній також були і великий розділ ***хроніки*** (паризької, департаментської й зарубіжної) та відділ ***різноманітної інформації, нариси, нотатки***. Регулярно за підписом "Делегат" з'являлися ***полемічні статті на політичні теми***.

20 квітня 1871 р. газета опублікувала ***один із основних програмних документів Паризької Комуни – декларацію "До французького народу"***, в якій підкреслювалися, що Комуна не хоче "зруйнувати єдність Франції", а домагається лише знищення "мілітаризму, бюрократизму, експлуатації, монополій, привілеїв – усього того, чому пролетаріат зобов'язаний своїм рабством, а батьківщина – своїми лихами і стражданнями". У такий спосіб формувалися зв'язки із громадськістю.

Вірні ідеалам свободи, комунари проголошували в першому номері "Journal Officiel": "Республіканська влада столиці хоче

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

змусити *поважати свободу друку так само, як і всі інші свободи.* Комунари сподіваються, що всі газети зрозуміють, що їхній головний обов'язок полягає в безумовній повазі Республіки, у правді, справедливості та щирості, які будуть перебувати під цілковитим захистом". У відповідь на провокаційний заклик до непокори, з яким звернулися 28 буржуазних реакційних газет до населення Парижа, Центральний Комітет обмежився "попередженням" про суворі заходи в разі повторення подібних дій. У цілому було випущено 65 номерів "Journal Officiel de la Commune", останній номер побачив світ 24 травня 1871 р.

Із популярних паризьких газет особливий успіх мали: "***Le Cri du peuple"*** ("Крик народу"), яку видавав письменник і політичний діяч Жюль Валлес, ***"Le Vengeur"*** ("Месник") – редагував письменник і публіцист Фелікс Піа, ***"Le Pere Duchene"*** ("Татусь Дюшен"), яку відновив поет і журналіст Еміль Вермеш (виходила в роки Великої французької революції), "La mere Duchene" ("Матінка Дюшен"), "Le Fils du Pere Duchene" ("Син татка Дюшена"), теж відновлені після 1848 р.

Відсутність професійних редакторів – одна з особливостей газет Паризької Комуни. Оскільки комунари не заборонили опозиційні періодичні видання, існувала жорстка конкуренція. Але керівництво Комуни поблажливо ставилось до опонентів і обмежувалося лише попередженнями на адресу найрадикальніших газет. Урешті були заборонені: ***"Journal des Debats", "Paris Journal" і "Constitutionnel"***. І лише в останні тижні свого перебування при владі комунари закрили 20 газет. Однак більшість опозиційних періодичних видань, помінявши назву, буквально через кілька днів відновились.

Після поразки Паризької комуни республіканські газети були відразу ж закриті, а журналістів, причетних до їхнього видання, було страчено або репресовано. Буржуазна преса повернулася до Парижа, закликаючи до розправи з комунарами, оплакуючи "жертв кровожерливих бунтарів".

Після 1871 р. *боротьба за відновлення свободи друку перейшла в законодавчу сферу*. Необхідно було підготувати єдиний закон, оскільки існуюче на той час французьке законодавство про пресу складалося із 42 законів, декретів і ордонансів, прийнятих у різний час і часто суперечливих. Підготовча робота розпоча-

Видавництво та друкарня "Вища школа" при Київському національному університеті імені Тараса Шевченка

лася 1878 р. і закінчилася 29 липня 1881 р., коли було прийнято довгоочікуваний ***Закон про свободу друку***. Він продовжив і розвинув ідеї *Декларації прав людини і громадянина 1789 р.*, у якій ішлося, що вільне вираження думок є одним із найдорогоцінніших прав людини. Закон назавжди скасовував цензуру, гербовий збір і багато інших обмежень для преси. Однак *пресі заборонялося: підбурювання до злочинів і правопорушень; прямі або непрямі заклики до бунту й заколоту; тяжкі образи на адресу президента, уряду та парламенту, а також дипломатів і керівників держав; публікація неправдивих відомостей, які порушують порядок і громадський спокій; тяжка образа моральності; наклеп.* У розробці Закону активну участь брав Жирарден, якому належить немало ідей, що лягли в його основу.

Закон про свободу друку 1881 р. виявився одним із найдосконаліших у світі та, ставши зразком для відповідних законодавств багатьох країн, діє до сьогодні. Із його прийняттям у Франції настали "золоті часи" преси.

Демократичний характер нового закону, загалом розширення прав і свобод громадян, активізація політичного життя, поширення освіти, дешевизна газет – привели до надзвичайно швидкого зростання кількості та накладів газет. Якщо 1882 р. у країні видавалося близько 3800 періодичних видань, то через 10 років – уже 6 тисяч. У Парижі тільки за три роки (1881–1884) кількість щоденних газет збільшилася у два рази, а до кінця XIX ст. – утричі. Багато газет свідомо зробили наголос насамперед *на сенсаційність, а потім уже на правдивий виклад інформації.*

У 1890-ті роки найпопулярнішими французькими газетами (їх називали ***"великою четвіркою"***) були ***"Le Petit Journal"*** ("Маленька газета"), ***"Le Petit Parisien"*** ("Маленький парижанин"), ***"Le Journal"*** ("Газета") і ***"Le Matin"*** ("Ранок"). Особливо прислужився справі друку журналіст, юрист і державний діяч ***Жан Дюпюї***, головний редактор "Le Petit Parisien", який активно використовував у видавничій діяльності досвід, отриманий у кранах Європи й Америці, залучав до співпраці відомих французьких письменників, використовував різні ефективні маркетингові прийоми для розширення читацької аудиторії. Рекордна популярність дала право газеті вийти 4 квітня 1904 р. із підзаголовком "Найбільший тираж у світі". Цей підзаголовок зберігався протягом 30-ти років, до серпня 1944 р.

Газета ***"Le Matin"*** ("Ранок"), заснована 1884 р. журналістом ***Альфредом Едвардсом***, на відміну від переважної більшості паризьких газет свідомо відмовилася від вираження своїх політичних симпатій і антипатій та прагнула надавати свої шпальти представникам різних політичних течій. Таке розмаїття думок приваблювало читачів і робило "Le Matin" несхожим на інші періодичні видання. Тому тираж газети неухильно зростав. Її рейтингу сприяло й те, що редакція "Le Matin" із перших днів була оснащена за останнім словом техніки, навіть мала власний телеграф.

На строкатому тлі французьких газет у "золотий вік" помітно було певне пожвавлення *політичної преси* і якщо так звану інформаційну пресу представляла "велика четвірка", то у пресі з яскраво вираженим політичним забарвленням виділялася лідируюча "п'ятірка": ***"L'Echo de Paris"***, ***"Le Cri du Peuple", "L'-Humanite"*** ("Людство"), а також близька до уряду ***"LeTemps"*** ("Час) і націоналістична ***"LaPresse"***. Кожна з них мала наклад понад 100 тис. Утім кожна мала і свій особний імідж. "L'Echo de Paris" була найбільшою та найвпливовішою газетою правого політичного спектру. Вона представляла інтереси консерваторів і правих націоналістів. ***"L'Humanite"*** із підзаголовком "Щоденна соціалістична газета", заснована відомим політиком ***Жаном Жоресом***, мала на меті надати всім вільно мислячим громадянам можливість зрозуміти світові події та мати про них власну думку. Елітна ***"Le Temps"*** – своєрідний феномен французької преси в період Третьої Республіки (1870–1940), оскільки її зміст, репутація за кордоном і здатність визначати політичний курс робили її найвпливовішою газетою країни, із її престижем не могло зрівнятися жодне видання Франції.

У 1890-ті роки остаточно склалася ***типологія*** французьких ***газет: політичні партійні***, ***політичні безпартійні***, ***комерційні;*** був попит і на ***бульварні газети***. Найпопулярнішою і масовою була політична преса, що свідчить про високий рівень громадянської свідомості суспільства: вдумливий читач, бажаючи ближче дізнатися про програми політичних партій, що висували своїх кандидатів на вибори, не міг задовольнятися інформацією із "жовтої" преси. Він звертався в першу чергу до політичної, яка була зацікавлена у пропаганді своїх ідей і збільшенні аудиторії. Уряд теж прагнув до впливу на французьку громадськість

Видання підготовлено в рамках проекту "Університетські версії для України"

через пресу. Наприкінці XIX ст. у Франції виходили періодичні видання практично всіх основних політичних партій і течій.

Незважаючи на очевидний зліт журналістики, на "золотий вік" припадала і низка криз преси. Найбільша з них була пов'язана з так званою справою Дрейфуса, яка тривала у 1894–1906 р., активну участь у якій узяв Еміль Золя. Справа Дрейфуса з усією наочністю показала, яку силу має преса, як вона може розбурхати всю країну і добитися правди, незважаючи ні на які перешкоди.

На межі XIX–XX ст. значну частину періодики становили ***спеціалізовані видання***. У ***"Щорічнику французької преси"*** за 1914 р. їхній перелік займає 300 сторінок: це були газети для авто- і авіалюбителів, для відвідувачів іподромів, юристів, військових усіх рангів, фінансистів, торговців, комівояжерів тощо. Рух жінок за рівні права сприяв поширенню ***феміністських видань,*** найвідоміше з яких – "***La Fronde***". Видавались тижневики, щомісячники та листки різної періодичності, для різних вікових груп, статей, смаків, професій.

Зростала кількість ілюстрованих видань: цю частину преси із 250 назв очолював ***"L'Illustration"*** ("Ілюстрація") – тижневик із накладом у 100 тис. примірників.

У пошуках аудиторії паризькі газети активніше стали звертатися до ***провінційного читача***. "Le Petit Parisien" і "Le Petit Journal" налагодили спеціальні випуски (вечірні) для провінції.

Напередодні Першої світової війни Париж і провінція випускали щодня понад 8 млн газет, кожен із яких, імовірно, прочитувався в середньому п'ятьма читачами. Цей рекорд поширення щоденних газет не був подоланий у Франції, не дивлячись на зростання населення в подальшому,.

Війна 1914 р. викликала як різке скорочення преси, так і зміни в оформленні та змісті видань. Труднощі воєнного часу: мобілізація значної частини службовців, обмеження паперу, проблеми із транспортом, скорочення рекламних надходжень, нарешті, сувора цензура інформаційних повідомлень – усе це відбилося на становищі преси з перших днів війни.

Щодо *французької преси XIX ст. як чинника формування зв'язків із громадськістю, то вона повсякчас у будь-яких історико-суспільних ситуаціях і політичних подіях, серед яких чимало було у цей період революцій, перевертів, реформ, незважаю-*

Видавничий центр "Київський університет"
Версія не для друку

чи на утиски цензури, гоніння й економічні труднощі, активно шукала та знаходила шлях до читача, формувала цільові аудиторії, їхні думки, судження і настрої, чим сприяла становленню демократичного, громадянського суспільства.

5.2.2.2. Роль преси у політичних ЗзГ вікторіанської Англії

Політичний та економічний розвиток Великої Британії XIX ст. був відносно стабільним. На відміну від Франції, Німеччини та багатьох інших країн континентальної Європи, тут не відбувалося революцій і соціальних потрясінь. Більше того, в Англію зазвичай емігрували революціонери, публіцисти й політики, які конфліктували із владою у своїх країнах. Наприклад, 1848 р. сюди прибув скинутий революцією французький король Луї Філіпп; тут у 1898–1899 рр. жив Еміль Золя, рятуючись від несправедливих утисків влади через справу Дрейфуса. В Англії жили й померли вигнані з Німеччини Карл Маркс і Фрідріх Енгельс; у Лондоні – російський емігрант А. І. Герцен (1812–1870). Він відкрив 1853 р. Вільну російську друкарню, де видавав газету "Дзвін" і альманах "Полярна зірка".

З 1837 до 1901 р. королевою Великої Британії була Вікторія (1819–1901). При ній монархія остаточно втратила функції виконавчої влади та придбала символічний, церемоніальний характер. Але водночас епоха її **правління вважається часом найвищого розквіту британської держави, піднесення її економічного розвитку, технологій, культури й мистецтв. З**апорукою процвітання англійського суспільства стало *органічне поєднання традиційних цінностей із необхідними нововведеннями*. В англійському суспільстві в умовах стабільності, процвітання, прогресу *стала налагоджуватися гармонія у відносинах* між різними верствами населення.

До другої половини XIX ст. англійська журналістика розвивалася в руслі традицій, що склалися ще в кінці XVIII ст. З одного боку, *свобода друку*, проголошена у Біллі про права 1689 р., сприяла швидкому розвитку преси – у першу чергу, *політичної, партійної журналістики*. З іншого боку, зберігалося більшість *податків, які перешкоджали створенню дешевих га-*

Видавничий центр "Київський університет"

зет, наприклад, штемпельний податок, що стягувався з кожного примірника періодичного видання залежно від його накладу і навіть кількості смуг; податки на публікацію реклами, папір. Через високі податки британські газети й журнали в середині XIX ст. коштували дорожче, ніж, наприклад, у Франції, і, відповідно, були *менш доступними читачам і менше впливали на громадську думку*.

1832 р. унаслідок виборчої реформи у Великій Британії різко зросла кількість виборців, і кандидати в парламент уже не мали можливості займатися масовою "купівлею" голосів – їм доводилося приваблювати думку широкої громадськості. *Подальший розвиток ЗзГ виявився нерозривно пов'язаним із побудовою системи владних відносин, контактів органів влади різноманітних рівнів з різними громадськими групами (в американській традиції: "public affairs", "public information" або "public communication").* Почалося *формування й диверсифікація ЗзГ як по горизонталі, так і по вертикалі, причому це мало двосторонній характер у кожному з векторів.*

Незабаром англійські парламентарі вирішили позбавитися своїх попередніх прізвиськ "торі" та "віги", обравши більш "пристойні": стали відповідно консерваторами й лібералами. Партійні діячі почали *масштабні передвиборчі кампанії*, у рамках яких вони популяризували платформу своєї партії, виступаючи *на мітингах, у клубах*, організовували *публічні дискусії тощо*. Широко використовувалися для агітації *газетні публікації*, а також *плакати, листівки, брошури* й *буклети*. У вищих колах великий *вплив на громадську думку* мали *журнали*, які висвітлювали позицію того чи іншого політичного клану або партії.

Внутрішні проблеми суспільно-політичного життя Британії призвели до появи в середині 1830-х років ***чартизму*** – соціального руху робітників. Їхні вимоги були викладені 1838 р. у вигляді законопроєкту, який отримав назву ***"Народна хартія".*** Чартисти виступали за введення загального виборчого права для чоловіків, скорочення робочого дня, щорічне переобрання парламенту, що, на їхню думку, сприяло б до соціальній справедливості та поліпшенню становища робітників. Утім парламент відкинув усі їхні основні пункти "Народної хартії".

У своїй боротьбі *чартисти активно використовували пресу*. Головною газетою чартистського руху була щотижнева ***"The***

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Northern Star" ("Північна зірка"). Її заснував 26 травня 1838 р. у Йоркширі один із лідерів чартизму, оратор і публіцист ***Фергюс Едвард О'Коннор***. Газета мала *низку власних кореспондентів* в основних європейських столицях. Пік популярності "The Northern Star" припав на 1848 р., коли на її сторінках регулярно з'являлися ексклюзивні матеріали з охоплених революційним рухом Франції, Німеччини, Австрії. У ті місяці наклад газети доходив до рекордної цифри у 50 тис. примірників.

У середині XIX ст. користувалися популярністю також чартистські видання: газета ***"The People's Paper"*** ("Народна газета"), журнал ***"The Laborer"*** ("Трудівник"). Їх редагував видатний аналітик, політик і публіцист ***Ернс Чарльз Джонс***, добре знайомий із Карлом Марксом і Фрідріхом Енгельсом. У "The People's Paper" неодноразово публікувалися політичні статті Маркса. Журнал "The Laborer" помістив на своїх сторінках написаний Марксом і Енгельсом ***"Маніфест Комуністичної партії"***. Криза чартизму кінця 1840-х років призвела до падіння популярності чартистських газет і журналів. Зокрема, у грудні 1851 р. тираж "The Northern Star" упав до 1200 примірників, і О'Коннор 1852 р. продав газету. Незабаром її було закрито.

Проте в Англії не згас ***робітничий рух***. Спілки робітників, які спочатку не були прийняті як легальні та наявні громадські об'єднання, у боротьбі за свої права також доволі широко використовували *друковані засоби: публікації у пресі, поширення брошур і листівок, звернення до парламенту, а ще більшою мірою – проведення масових акцій: мітингів і маніфестацій*. Їхня думка, бажання й вимоги вивчалися консервативною та ліберальною партіями, які намагалися залучити робітників на свій бік, обіцяючи захистити їхні інтереси в парламенті. *Таким чином вибудовувалася комунікація та взаєморозуміння між різними верствами населення Англії.*

Із 1870-х років *прямі контакти керівництва британської влади та політичних партій із громадськістю стали нагальною потребою*. 1871 р. у Великій Британії офіційно дозволили діяльність ***профспілок*** (***тред-юніонів***), які до цього існували лише підпільно. Вони стали важливим учасником політичної системи, тим паче профспілки вже мали багаторічний досвід у громадській роботі та впливали на урядові структури. Оскільки головним методом їхньої

роботи залишалися прямі контакти з населенням (незважаючи на наявність навіть власних друкованих органів), їхнім супротивникам доводилося працювати у тому самому полі. Відтак *профспілки використовували різні засоби та види комунікації для ЗзГ.*

Інформаційна політика Англії в нові часи нерозривно пов'язана з ім'ям лорда ***Г. Пальмерстона*** – міністра закордонних справ, а потім і прем'єр-міністра Великої Британії. Крім традиційних форм політичної боротьби – *парламентських виступів і розміщення публікацій у пресі* – Пальмерстон використовував *агентів* (таємних і відкритих), які всією Європою в різний спосіб *формували громадську* думку. Їхнім основним завданням було *видання газет* та інших друкованих матеріалів, проведення *прямих антиурядових акцій*, *організація замахів* і навіть підготовка *народних повстань*, у результаті чого в 1840–1850-х рр. Європою пройшла хвиля революцій і масових заворушень, тоді як Британія була взірцем спокою, а її позиції на світовій арені лише зміцнювалися.

Європейські політики, які використовували не дуже агресивні методи формування громадської думки, прекрасно усвідомлювали необхідність роботи із громадськістю та вели активну роботу щодо залучення населення на свій бік. Основу цієї діяльності становили *публікації* на сторінках преси, яка приймала бік тієї чи іншої політичної сили. Британська газета ***"Daily News"***, що виникла 1846 р., декілька десятиліть не могла домогтися популярності серед населення, усупереч тому, що першим її редактором став ***Чарльз Діккенс***. Справи цієї газети пішли вгору тільки після того, як британський прем'єр-міністр *Вільям Гладстон* зробив її фактично своїм партійним органом. Ще більшу популярність "Daily News" отримала, коли стала публікувати свіжі новини з театру Франко-прусської війни 1870–1871 рр., що сприяло значному зростанню читацького інтересу до її матеріалів.

У середині XIX ст. в Англії почала з'являтися ***дешева преса***, призначена для широких верств населення країни, а отже, для широкої громадськості преса стала дієвим інструментом зв'язків із громадськістю. До кінця XIX ст. ***"однопенсовики"*** уже остаточно витіснили більш дорогі видання і набули популярності серед усіх верств населення. В Англії вони стали репрезентаторами думки певних прошарків суспільства, хоча формально не були друкованими органами тієї чи іншої політичної організації. ***"Daily***

Видавництво Національного університету "Київський університет ім. Бориса Грінченка"

Telegraph", створена 1855 р., на довгі роки стала прихильною до ліберальної економіки та імперіалістичних настроїв водночас. "Standart", яка з'явилась на два роки пізніше, відрізнялася реакційністю поглядів і трактувань. Разом із тим, видавці й журналісти розуміли, що читача більше приваблювали власне новини, а тільки потім – будь-які політичні матеріали. Завдяки цьому навіть у газетах, що видавалися політиками та громадськими діячами, які прагнули через пресу донести свої погляди до громадськості, перші шпальти відводилися найсвіжішим новинам, і тільки після них розміщувалися суспільно-політичні матеріали.

Звичайно, якісна періодика використовувала у своїй практиці й *маніпулювання громадською думкою*. Провідна англійська газета ***"The Times"*** активно залучала громадськість до підтримки тієї чи іншої політичної реформи. 1831 р. у газеті на першій шпальті з'явилася стаття, написана редактором Томасом Барнсом, в якій він закликав читачів активно підтримувати Білль про парламентську реформу. "Силою грому *громадської думки* ми повинні переконати владу і прийняти новий громадянський кодекс", – стверджувала газета. Проте "The Times" виявила свою ідеологічну "ангажованість" у позиціонуванні інформації стосовно зовнішньої політики.

Попри те, що Наполеон III був союзником Англії, "The Times" стримано відгукувалася про нього. Газета зайняла проурядову позицію під час висвітлення ірландського питання, подій на Балканах. Вона була найактивнішим учасником *"газетної війни"*, що розгорнулася у зв'язку з конфліктом Англії та Німеччини у Східній Африці. Водночас у газеті з'явилося чимало критичних антиурядових публікацій стосовно прорахунків у питанні ведення Східної війни (Кримська кампанія 1854–1856 рр.). Не кращою сторінкою в історії "The Times" стала її позиція в англо-бурській війні: вона замовчувала факт наявності концтаборів у Південній Африці, а для прикриття вторгнення англійців у Трансвааль опублікувала фальшивку, викриття якої викликало широкий громадський резонанс.

Англія була *новаторкою у журналізмі*, що забезпечило *дієвий вплив англійської преси на громадськість*. Саме Англією у період Кримської кампанії вперше в історії журналістики хід війни висвітлювався *спеціальними військовими кореспондента-*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ми, яких відряджали до Криму редакцій провідних англійських газет. Свої матеріали вони надсилали до редакцій телеграфом. Наприклад, військовий кореспондент газети "The Times" ***Вільям Рассел*** висвітлював у репортажах не тільки хід бойових дій, а й викривав бездарність військової та господарської адміністрації. Із його кореспонденцій англійці дізналися, зокрема, про холеру та інші інфекційні хвороби, що нищили англійських солдатів чи не більше, ніж російські кулі.

Оскільки в Англії не було цензури, репортажі Рассела публікувалися без купюр. Вони сприяли різкому посиленню впливу "The Times" і значному зростанню її тиражу. У той самий час британське суспільство зазнало шоку від отриманої інформації. У багатьох газетах звучали вимоги відставки уряду та припинення війни. Дійшло до того, що Рассела звинуватили в розголошенні військової таємниці та шпигунстві на користь Росії. Оперативність "The Times" у висвітленні подій Кримської війни була такою, що навіть російський імператор Микола I регулярно читав провідну британську газету, дізнавався багато військових новин з репортажів Рассела.

Кримська війна – перший е світі військовий конфлікт, відображений ***фотографами.*** З моменту винаходу фотографії пройшло всього півтора десятка років, і вже з'явилася технічна можливість робити батальні ***фоторепортажі.*** Особливих успіхів у військовій фотографії домігся румунський фотограф ***Карол Попп Сатмар***. Румунія зберігала нейтралітет у війні, тому Сатмар мав можливість фотографувати на передовій і в тилу представників усіх країн, що воювали. Багато з цих знімків збереглися до сьогодні.

У другій половині XIX ст. англійська журналістика кардинальним чином змінилася. Цьому сприяло поступове скасування різних податків, які стримували розвиток преси. 1853 р. було скасовано податок на публікацію реклами в газетах, 1855 – штемпельний податок, 1861 р. – податок на папір.

Усунення останніх перешкод до розвитку журналістики привело до різкого зростання кількості періодичних видань. Приміром, якщо 1861 р. у Великій Британії виходило 563 газети і журнали (у т. ч. 17 щоденних), то лише через шість років, 1867 р. – 1294 газети і журнали (у т. ч. 84 щоденних). З'явилося багато нових дешевих періодичних видань. Наприклад, 1855 р. вийшла

Видавничий відділ навчально-методичного центру "Київський університет" Бібліотека університету

друком щоденна газета ***"The Daily Telegraph"*** ("Щоденний телеграф"), що продавалася вроздріб за один пенс. Газета наслідувала кращі зразки французької масової преси. Редакційна лінія "The Daily Telegraph" полягала в підтримці політики партії ***лейбористів*** (вігів). У тому самому 1855 р. з'явилася щоденна газета ***"Standart"*** ("Стандарт"), яка стала головним конкурентом "The Daily Telegraph" і голосом ***консервативної партії*** (торі).

1870 р. британський парламент прийняв *закон про загальну початкову освіту*. У результаті, через десятиліття, з'явилася нова, величезна за чисельністю категорія читачів – ***потенційна аудиторія масової преси***. Тому в останні два десятиліття XIX ст. настала *епоха розквіту дешевих періодичних видань, розрахованих на невибагливого читача*. Тоді ж почали формуватися перші ***газетно-журнальні концерни***.

1881 р. манчестерський підприємець ***Джордж Ньюнес*** випустив у Манчестері тижневик ***"Tit-Bits"*** ("Ласі шматки") – перший в Англії ***дайджест місцевої*** та ***зарубіжної преси.*** На 16-ти сторінках журналу, що продавався за один пенс, Ньюнес друкував різноманітні новини, причому не тільки традиційні, але й не цілком звичні для англійців: наприклад, про різні скандали, випадки, спортивні події. Новини спорту в той час узагалі майже не публікувалися, та й саме поняття *спорт* тільки-но почало формуватися. Таким чином, Ньюнес одним із перших в Англії відчув те, що зароджується потреба у спортивній інформації.

На сторінках "Tit-Bits" регулярно публікувалися листи й кореспонденції читачів, організовувалися різні конкурси, розігравши призів серед читачів. Зокрема, 1884 р. щотижня протягом трьох місяців у "Tit-Bits" публікувалося по 10 запитань, адресованих допитливим і ерудованим читачам. 1884 р. "Tit-Bits" переїхав до Лондона, де Ньюнес випускав ще кілька розважальних видань, і став найбільш читаним тижневиком на Британських островах. Від нього в англійську мову міцно увійшов вираз ***"the penny press"*** ("копійчана преса"). Спеціально для видання Ньюнеса ***"The Strand Magazine"*** ("Пляжний журнал", видавався з 1891 р.) письменник ***Артур Конан Дойл*** писав в 1900–1902 рр. детективні історії про нишпорку-аматора Шерлока Голмса, які потім склали повість "Собака Баскервілів". Серед інших відомих авторів, що друкувалися у "Strand Magazine", такі: Агата Крісті,

Редьярд Кіплінг, Герберт Веллс, Жорж Сіменон, Пелем Вудгаус, Вінстон Черчилль. На початку XX ст. його наклад сягав 300 тис. примірників, видавався до 1950 р. Ідею дайджесту намагалися копіювати багато англійських видавців.

Брати ***Альфред*** і ***Гарольд Гармсворти***, кореспонденти "Tit-Bits", вивчили досвід Ньюнеса й доповнили його мудрощами американських газетних магнатів. Наприклад, Альфред Гармсворт проходив стажування в газеті *"The New-York World"*, яку видавав один із найбільших газетних магнатів США Джозеф Пулітцер. Брати вирішили створити мережу періодичних видань для людей різних професій і вікових груп з невеликим рівнем доходів.

Першим таким виданням став заснований 1888 р. Альфредом Гармсвортом тижневик ***"Answers to Correspondents"*** ("Відповіді кореспондентам"). Для залучення читачів Гармсворт придумував різні маніпуляції. Наприклад, газета оголосила, що виплачуватиме довічне утримання тим читачам, які вірно вгадають, які суми будуть фігурувати в балансовому звіті Банку Англії у призначений день. Редакцію буквально засипали шквалом листів – понад 780 тис. Через кілька місяців газета стала давати немалий прибуток, що дало можливість розширити бізнес.

Для жінок-робітниць брати ***Гармсворти*** видавали тижневик ***"Forget-me-not"*** ("Незабудка"), для домогосподарок – тижневик ***"The Home Chat"*** ("Домашня бесіда"), для дітей – ***"Comic Cats"*** ("Смішні коти") і ***"Union Jack"*** ("Британський Прапор").

Оскільки всі лондонські вечірні газети були елітарними, Гармсворти вирішили створити масове вечірнє видання і 1894 р. придбали газету ***"The Evening News"*** ("Вечірні новини"), яка швидко завоювала популярність і стала давати власникам суттєвий прибуток.

4 травня 1896 р. Гармсворти заснували щоденну ранкову масову газету ***"The Daily Mail"*** ("Щоденна пошта"), яка продавалася за півпенні. Це було у два рази дешевше, ніж коштували найдешевші столичні газети. Перша й остання шпальти газети були суто рекламними. Новини починалися із другої смуги. Для залучення читачів Гармсворти наймали письменників, які публікували в кожному номері "The Daily Mail" частини власних романів із продовженням.

Слоганами "Daily Mail" були "щоденник зайнятої людини" і "пенсова газета за півпенні". Прем'єр-міністр Роберт Сесіл, лорд Солсбері, сказав, що це було "написано службовцями для службовців".

Видавничий центр "Київський університет" Вечірній університет

За чотири роки наклад "The Daily Mail" із 200 тис. примірників піднявся до 989 тис. (до 1900 р.), що було абсолютним рекордом для британської преси. Але Гармсворти на цьому не зупинилися. Вони і тут організовували конкурси та розіграші призів. Наприклад, 1909 р., коли з'явилися перші літаки, газета оголосила, що перший, хто перелетить через протоку Ла-Манш, отримає у вигляді призу тисячу фунтів стерлінгів. За таким незвичайним змаганням журналісти і роззяви спостерігали з обох берегів протоки. З тих пір Гармсворти щорічно проводили такі конкурси, щоразу ускладнюючи умови: 1910 р. було потрібно перелетіти на аероплані з Лондона в Манчестер, 1912 р. – навколо Британських островів, 1914 р. – із Англії через Атлантичний океан до Канади.

Згодом Гармсворт перетворив недільну газету "Weekly Dispatch" у ***"Sunday Dispatch***", яка стала найбільш тиражною у своєму форматі. Він також заснував журнал ***"Harmsworth Magazine"*** (у подальшому ***"London Magazine",*** 1898–1915), використовуючи одного із кращих британських редакторів ***Беклз Вілсона***, який був редактором багатьох успішних публікацій, у тому числі "***The Graphic".***

1903 р. Альфред Гармсворт ініціював видання щоденної газети ***"The Daily Mirror"*** ("Дзеркало дня") – періодичного видання спеціально для жіночої аудиторії. Особливості цього проєкту полягали в тому, що вперше йшлося про щоденну газету, і працювати в ній повинні були тільки жінки. Перший номер "The Daily Mirror" побачив світ 21 листопада 1903 р. у Лондоні. У редакційній статті Гармсворт повідомляв, що газета "дійсно буде дзеркалом жіночого життя", а жінки-журналістки стануть писати про все на світі: від політики до вишивання та моди. Завдання "The Daily Mirror", за словами Гармсворта, полягало в тому, щоб бути цікавим і серйозним, а не легковажним і нудним. Але незвичайне починання зазнало поразки й успіх прийшов до видання із гендерними змінами – кадрів і цільової аудиторії 1904 р. Провал першої жіночої газети можна пояснити не тільки недостатнім професіоналізмом журналісток. Британське суспільство ще не було готове прийняти масову жіночу журналістику. Та й подальший досвід розвитку ЗМІ показав, що ставка виключно на гендерний аспект у становленні періодичного видання не може бути виправданою.

Гармсворт також врятував зневірених у фінансовому сенсі ***"Observer"*** і ***"The Times"*** у 1905 і 1908 рр. відповідно. 1908 р. він також придбав ***"The Sunday Times"***.

1910 р. Гармсворти мали шість щоденних і 14 щотижневих газет у Великій Британії, одну газету в Парижі. У Канаді брати купили фабрику лісу, дві залізниці – від фабрики до океану, кілька пароплавів для перевезення лісу й паперу. Таким чином, концерн Гармсвортів став багатогалузевим і вперше у світі містив весь процес виробництва та розповсюдження газети: від рубки лісу й виготовлення з нього паперу до продажу номерів читачам. Гаслуга Гармсвортів полягала не тільки у створенні дешевої масової преси, а й у тому, що вони створили відмінності всередині самої масової преси. До першої групи належали газети для чиновників, дрібних торговців, там публікувалося багато політичних матеріалів. Приклад такої преси – газети "***The Daily Mail", "The Daily Express".*** Друга група газет була розрахована на більш масову й невибагливу аудиторію, політичні матеріали тут зводилися до мінімуму. Приклад другої групи масової преси – газета ***"The Daily Mirror"***. Гармсворти першими розділили ринки читачів за смаками, прибутками, професіями, гендером і т. п.

За діяльність у справі розвитку журналістики брати Гармсворти були удостоєні дворянських титулів: Альфред став називатися лорд Нортклiф, Гарольд – лорд Ротермір. Альфред привів і інших своїх молодших братів у власну медіаімперію, і всі вони процвітали – Сесіл Гармсворт, перший барон Гармсворт, сэр Лестер Гармсворт, перший баронет і сер Гільдебранд.

Газетний магнат ***Артур Пірсон***, як і Гармсворти, був учнем Ньюнеса. 1890 р. Пірсон заснував свій власний журнал ***"Pearson's Weekly"*** ("Тижневик Пірсона"). Це було перше періодичне видання у Британії, назване за ім'ям його власника. У ньому Пірсон у першу чергу використовував усталені методи свого вчителя і його дітища "Tit-Bits": публікував шаради, ребуси, оголосив премії за кращі відповіді на каверзні питання. Але Пірсон не тільки копіював досвід Ньюнеса, але і знаходив більш витончені способи боротьби за читача: наприклад, проводив різні лотереї, конкурси, переможці яких отримували значні грошові призи. Його нововведення викликали серед публіки ажіотаж і здобули послідовників. Пірсона тією чи іншою мірою стали на-

Видавництво Графічний Центр "Київський університет" Версія для друку

слідувати більше 200 англійських газет, тираж яких також значно збільшився. Несподівано у справу втрутилися конкуренти Пірсона і він зазнав серйозних збитків. Тоді Пірсон пішов для залучення читачів іншим шляхом. Він уклав договір із власниками залізниць про продаж "Pearson's Weekly" на вокзалах, залізничних станціях і платформах. Щоб пасажири, сідаючи в поїзд, купували саме цей тижневик, Пірсон придумав незвичайний хід: він помістив оголошення про те, що сім'ї пасажира, який загинув на залізниці, у якого буде виявлено свіжий номер "Pearson's Weekly" у кишені або багажі, буде виплачена велика грошова компенсація в розмірі 2 тис. фунтів стерлінгів. Згодом тижневик став подібним чином платити родичам загиблих під час гри у футбол і велосипедної їзди. За 10 років такі компенсації отримали близько 500 спадкоємців нещасних читачів.

Приклад Пірсона взяли на озброєння конкуруючі видання, які уклали договори із власниками пароплавних контор, автобусних парків і т. п. щодо продажу преси на пристанях, автобусних зупинках. Вони також обіцяли здійснити виплати родичам потенційних жертв.

У 1896–1899 рр. Пірсон видавав щомісячний літературний і політичний журнал "Pearson's Monthly" ("Місячник Пірсона"). У ньому друкувалися такі видатні письменники, як Ептон Сінклер, Бернард Шоу, Герберт Веллс. 1900 р. Пірсон заснував масову газету "The Daily Express" ("Щоденний експрес"), яка і донині є однією із провідних британських газет.

Порівняно з іншими країнами в Англії поділ газет на якісні (елітарні) і масові (популярні) був виражений найбільш чітко. До початку XX ст. провідними елітарними англійськими газетами залишалися щоденні "The Times", "The Daily Telegraph", ***"The Guardian"*** ("Захисник", заснована 1821 р.), ***"The Financial Times"*** ("Фінансові часи", заснована 1888 р.). Із недільних газет найвпливовішою була заснована 1822 р. ***"The Sunday Times"*** ("Недільні часи") і ***"The Observer"*** ("Оглядач"), яка виходила з 1791 р.

Скасування "податків на знання" в англійській журналістиці та *формування системи періодичних засобів масової інформації* спільно із прийняттям закону про загальну початкову освіту для дітей і збільшення субсидій на навчання об'єктивно сприяли *виникненню нової та, головне, широкої соціальної аудиторії періодики.* Тому

наприкінці XIX ст. газетна діяльність пережила новий підйом і остаточно перетворилася на об'єкт великого бізнесу. Видавцям доводилося винаходити нові форми залучення читацької аудиторії, та вони з цим успішно впоралися. Інновацією стали видання, орієнтовані на примітивні читацькі смаки. Ці газети можна було схарактеризувати як *бульварні*: стиль відрізнявся вульгарністю, а *новини складалися з чуток, пліток і скандалів*. Проте своє завдання вони виконали: частина читацької аудиторії "однопенсових" і "півпенсових" була завойована новими газетами. Із появою бульварних газет коло читачів збільшилося завдяки залученню незаможних прошарків населення, які не переймалися політикою чи проблемами економіки, але мали потребу в регулярному чтиві.

Одну з найбільш новаторських ліній у рекламі та комунікації в Англії здійснювали видання, безпосередньо пов'язані з індустріалізацією країни. Одним із перших був "***The Mechanic's magazine"***, який вийшов у травні 1823 р. Він успішно формував громадську думку щодо підтримання технічних інновацій, індустріальних винаходів і тих корпорацій, що впроваджували винаходи у виробничий процес.

Такі видання, як ***"The Mining Journal"*** ("Гірнича справа", 1835) та ***"The Iron and Coal Trades Review"*** ("Огляд залізничного та вуглевидобувного підприємництва", 1866) робили перші кроки у розробленні спеціалізованих рекламних текстів інституціонального типу, які інформували виробників про поточну промислову й торгову кон'юнктуру, промислову техніку та ситуацію на ринках сировини. 1872 р. оперативні дані з цієї теми публікує ***"The Machinery Market"*** ("Ринок машин"), який, зокрема, підіймає питання доцільності організації на Британських островах міжнародних виставок досягнень промисловості.

Істотні суспільні зміни привели до розширення читацької аудиторії, підвищення попиту на періодику, збільшення кількості каналів масової комунікації та зростання їхньої ролі у громадському житті. Це позитивно вплинуло на подальший розвиток ЗМІ як засобу налаштування зв'язків із громадськістю.

Наприкінці XIX ст. розпочалася *соціальна диференціація видань*, пов'язана з популярністю у суспільстві комуністичних і соціалістичних ідей. Політична й радикальна журналістика Англії, зокрема органи торі, лейбористів, лібералів, а також чартистська

Видавництво Луцького національного технічного університету "Кафедра видавничої справи"

преса, періодика соціалістів, соціал-демократів, комуністів, по-своєму доповнювали строкату ідеологічну палітру друкованих видань, але все ж повторювала розроблені "якісною" і "масовою" журналістикою типологічні інновації, що були упроваджені раніше.

Найпомітнішим явищем у журналістиці можна вважати початок *ери "нового журналізму"*, пов'язаного з виникненням газети ***"Daily Mail"*** ("Щоденна пошта"), заснованої 1896 р. Альфредом Гармсвортом, а також традиції "малих журналів", що вийшли з пізньовікторіанського естетизму, – ***"Yellow Book"*** ("Жовта книга") чи ***"The Savoy"*** ("Савой") – з ілюстраціями ***Обрі Вінсента Бердслі.***

Згодом виникли перші *медіаімперії*, відбулися процеси *монополізації* та *концентрації преси*. Найвідоміші англійські ***медіамагнати*** того часу – ***брати А. і Г. Гармсворти, А. Пірсон***.

Таким чином, англійський газетно-журнальний ринок на початку ХХ ст. становив складну й розмаїту сукупність. Контрольовані магнатами масові газети, що мали великі тиражі й аудиторію, "копійчана преса", яка охопила найнижчі, але найчисленніші верстви населення, як і елітні видання, розраховані на заможну буржуазію та аристократію, посіли вагоме місце в суспільстві завдяки впливу, який вони чинили на різні цільові аудиторії, що представляли інтереси буржуазного суспільства вікторіанської епохи.

5.2.2.3. Специфіка преси у розвитку політичних ЗзГ Німеччини

Головна особливість розвитку німецької журналістики – регіональний характер преси. Із XIII ст. і до 1871 р. територія Німеччини була розділена на безліч великих і дрібних князівств. Після Тридцятилітньої війни (1618–1648) існувало близько 300 князівств і 80 вільних міст. До середини XIX ст. налічувалося вже 35 князівств (Пруссія, Саксонія, Баварія, Гессен-Дармштадт, Шлезвіг-Гольштейн і багато інших) та чотири вільних міста (Бремен, Гамбург, Данциг, Любек). Кожне князівство мало свою пресу, монету, законодавство, митниці. Об'єднувала німецькі землі тільки німецька мова. Природно, за таких умов не могла виникнути єдина загальнонімецька преса.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Не для друку

Деякі німецькі землі та князівства мали більш-менш ліберальні закони. Наприклад, на початку XIX ст. цензуру було скасовано в Баварії, Вюртемберзі, Ганновері, Гессені, Мекленбурзі й Нассау. 1818 р. конституція Баварії проголосила свободу друку. 1819 р. свобода друку була закріплена в конституції Вюртемберга. У той самий час цензура у Пруссії, Саксонії, Австрії, як і раніше, залишалася дуже жорсткою. Загалом у *Німеччині довше, ніж в інших провідних європейських країнах, зберігалася цензура, що, у першу чергу, відбилося на якості журналістики*. У результаті тривалої боротьби за свободу друку в країні виникла потужна ***політична преса***.

Час від початку XIX ст. і до закінчення Першої світової війни 1918 р. уважається німецькими історіками PR ***періодом "розвитку професії", що почався у сфері політики й державного управління.*** Найпершу організовану діяльність зі зв'язків із громадськістю, – зауважує німецький історик PR професор Г. Бентеле, – можна спостерігати у сфері політики (уряди, міністерства), економічній сфері (компанії), а згодом серед корпоративних чи професійних об'єднань (торгові спілки, профспілки тощо)". Колискою сучасного німецького PR стала Пруссія у часи реформ після 1807 р., а основоположниками – відомі в ті часи письменники, публіцисти, журналісти, які здійснювали зв'язки із громадськістю. Такі письменники, як ***Вільям Вехерлін*** і ***Джуліус Ланге***, відбулися як публіцисти ще в 1790-х роках, ***Фарнхаген фон Енсе,*** один із кращих стилістів тих часів, працював штатним ***пресофіцером,*** будучи на службі в австрійській та прусській арміях у період Наполеонівських війн. Одним із обов'язків Фарнхагена фон Енсе був *вплив на громадську думку*. Як ішлося про нього в енциклопедичних довідниках, "він став перехідним типом автора: науковця філософсько-політичного напряму до сучасного європейського журналіста, який писав на основі інтерв'ю, бесід з політичними діячами і власних вражень".

На початку XIX ст. німецькій періодичній пресі не були властиві швидкі темпи розвитку, порівняно з іншими країнами Європи. Практично всі матеріали піддавалися *суворій цензурі*. І хоча Велика французька революція дала серйозний поштовх для розвитку політичної преси в Німеччині, що виявлялося у появі нових газет і журналів, однак із 1810 р. цензура знову посилилася. Службовими обов'язками відділів цензури були: систематичне спостереження за

Видавничий центр "Київський університет"

пресою, написання статей і спілкування з журналістами з метою впливу на громадську думку від імені й заради прусського уряду; цензуру не було повністю скасовано до кінця Першої світової війни. Іншим важливим інструментом "політики преси" прусського уряду для впливу на громадську думку було створення офіційних газет, таких, як ***"Allgemeine Preußische Staatszeitung" (Загальна прусська державна газета).*** Вона була заснована одночасно із двома іншими приватними газетами в Берліні 1819 р. і мала на меті вплив на громадськість.

У 30-ті рр. XIX ст. відбувалася постійна боротьба між двома таборами німецької інтелігенції: консервативним і ліберально-демократичним. Аналогічно до Великої Британії, у кожного напряму були свої періодичні видання. У цей період друковані видання щоразу піддавалися цензурі, запроваджувалася заборона певних зображень, адже саме тоді виникли перші *ілюстровані журнали з карикатурами*.

1841 р. прусський король Фрідріх-Вільгельм IV зажадав, щоб усі *журналістські матеріали відповідали інтересам держави та посилив цензуру.* Тоді ж, 1841 р., у Пруссії було створено ***Ministerial-Zeitungsbüro*** (***Урядове бюро газет***) як політичну установу для "виправлення помилкових повідомлень преси", а слово "цензура" відверто уникали.

Зміни відбулись 1848 р. унаслідок Березневої революції. На вимогу революціонерів цензуру було скасовано, а пресу – оголошена вільною. Щоправда, остаточне рішення цього питання залишалося на розсуд князівств. Це спровокувало появу безлічі нових видань, які у більшості випадків мали *демократичну й ліберальну спрямованість*. Найпопулярнішим регіональним виданням у Німеччині тоді стала ***"Kölsch Zeitung"*** ("Кельнська газета"), заснована ще в дореволюційний період. Вона була не тільки німецькою регіональною газетою, що користувалася найбільшим попитом у другій половині XIX ст., а й виданням зі світовою популярністю. Жодна французька або британська регіональна газета не мала у своїй країні такий статус, як "*Kölsch Zeitung*". Вона була виразником настроїв і поглядів великої ліберальної німецької буржуазії, пропагувала ідею примирення з монархією, але й виступала на захист народу "у межах законності", "на правових основах". Тож не дивно, що газета не підтримала повстання паризьких робітників у червні 1848 р. У

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Репозитарій для друзів

1870–1890 рр. "*Kölsch Zeitung*" стала опорою Бісмарка і захисницею його імперської політики. Газета вважала за необхідне зміцнення військової могутності Німеччини, схвалювала колоніальні завоювання. Головними об'єктами її критики були німецькі соціал-демократи, робітничий рух, республіканська Франція.

Серйозним опонентом демократичної та ліберальної преси була ***"Neue Preußische Zeitung"*** ("Нова прусська газета", 1848). Це монархічне видання виражало інтереси прусського політичного класу, юнкерства й лютеранського духовенства, ідею австрійської гегемонії. Її гаслом були слова "Вперед! З Богом, за короля і батьківщину". Програма газети полягала в тому, щоб "якомога енергійніше боротися з умами, засміченими бунтарськими настроями", під якими розумівся не тільки робітничий і національно-визвольний рух в європейських країнах, але й реформаторські устремління ліберально-демократичної інтелігенції.

Особливе місце в німецькій політичній періодиці після березневих подій 1848 р. посіла щоденна революційно-демократична газета ***"Neue Rhein Zeitung"*** ("Нова рейнська газета"), яка виходила в Кельні в 1848–1849 рр. До складу редакційної комітету увійшли ***Фрідріх Енгельс***, талановиті німецькі поети ***Георг Веєр, Фердинанд Фрейліграт***. Ф. Енгельс керував усіма іноземними відділами газети, курирував її зовнішньополітичну стратегію, військові питання. Г. Веєр очолював відділ фейлетонів і сам їх часто писав на політичні теми. Ф. Фрейліграт публікував на сторінках газети свою політичну лірику. Найважливішим пунктом політичної програми газети було об'єднання Німеччини як необхідної передумова її швидкого соціально-економічного й культурного розвитку на демократичній основі. Ідеологи газети відкидали ідею об'єднання Німеччини як під прусським, так і під австрійським началом. Вони бачили Німеччину єдиною демократичною республікою, якою вона може стати лише після розпаду Пруссії та Австрії. У своїй зовнішньополітичній стратегії газета виступала з різкою критикою монархічної Англії, юнкерської Пруссії й царської Росії.

На сторінках газети були представлені різні жанри: стаття, інформаційна замітка, рецензія, кореспонденція, фейлетон, огляд преси. У ній було вироблено свій стиль, відмітними рисами якого стали ясність і стисліть викладу матеріалу в поєднанні

Видавництво "Граничний інтервал" Вересня на друк

з публіцистичної пристрасністю, іронією, сарказмом та іншими прийомами сатиричного зображення політичних супротивників. Часто авторами статей, міжнародних оглядів і літературних рецензій виступали ***К. Маркс*** і ***Ф. Енгельс***. Із значних праць на сторінках "Neue Rhein Zeitung" були опубліковані "Класова боротьба у Франції з 1848 до 1850 р." К. Маркса і "Селянська війна в Німеччині" Ф. Енгельса.

Газета регулярно друкувала матеріали про робітничий рух у Німеччині та революційний і робітничий рух в інших країнах. "Neue Rhein Zeitung" незмінно виступала за свободу преси, на підтримку переслідуваних демократичних видань та їхніх журналістів. Вона розкритикувала закон про пресу, підготовлений одним із керівників уряду Ганземаном. Проєкт передбачав, по суті, відновлення цензури для демократичної преси, посилення репресивних заходів проти опозиційних газет і журналів. Одним із найважливіших напрямів діяльності "Neue Rhein Zeitung" була критика консервативної та реакційної німецької преси.

19 травня 1849 р. газету було закрито за наказом прусської влади, незважаючи на лібералізацію преси. Увесь текст останнього номера було надруковано червоною фарбою. "Neue Rhein Zeitung" стала першою у Німеччині масовою газетою демократичного напряму.

Зміна політики й тактики "цензурування" у Німеччині в принципі виявляла досить вишуканий вплив на пресу і контроль за нею. Практика уряду для "утримання керма" над пресою продовжувалась і після лібералізації преси згідно із законом Німецького рейху про пресу. Тож очевидно, що, нібито скасувавши цензуру, уряд швидко відновив жорстке регламентування преси, і з великої кількості німецьких газет, що виникли після Березневої революції 1848 р., небагато проіснували довго, а ті, що "вижили", стали носіями імперської ідеології.

Після офіційного скасування цензури 1848 р. функції інституцій, таких як ***Literarisches Kabinett*** (Літературний кабінет) (1848–1859), ***Zentralstelle für Presseangelegenheiten*** (Центральний офіс у справах преси) (1850–1860) і ***Literarisches Büro*** (Літературне бюро) (1860–1920), звелись до *спостереження за пресою* та *внутрішнього інформування в уряду*. Ці інституції були підпорядковані міністру внутрішніх справ і готували щоденні огляди преси, а також виділяли субсидії для фінансування

Видавничий центр "Київський університет" Вибіркове для друку

офіційних (урядових) газет і журналів. У такий спосіб уряд постійно тримав пресу під контролем і використовував її як засіб впливу на громадськість на власний розсуд.

Суттєвий вплив на розвиток політичного протоPR через пресу здійснив перший райхсканцлер Німецької імперії ***Отто фон Бісмарк***. Насамперед це виявилось у тому, що об'єднавши країну, Бісмарк вирішив створити *загальнонімецьку газету, яка була б офіційним органом уряду та трибуною для висловлення його особистих політичних поглядів*. Зокрема, у нього з'явилась ідея створити консервативну газету на противагу ліберальній "Deutsche Zeitung". Бісмарк також широко застосовував періодичні видання для популяризації проведених ним державних реформ і ним створених урядових установ. Тобто це був доволі потужний ***урядовий і політичний самопіар***.

Бісмарк використовував пресу як інструмент політики, причому нерідко влаштовував через газети серйозні провокації. Так було, наприклад, у випадку з "емською депешею" – листом короля з німецького курортного містечка Емс на адресу керівництва Франції, опублікованим 13 липня 1870 р. у "Norddeutsche Allgemeine Zeitung". Бісмарк переробив звичайного дипломатичного листа у провокаційну ноту. Через неї і розпочалася 19 липня 1870 р. Франко-прусська війна, яка привела до остаточного об'єднання Німеччини й військової поразки Франції.

7 травня 1874 р. Рейхстаг прийняв новий *закон про пресу*, який мав яскраво виражений ліберальний характер. Перший параграф регламентував, що свобода преси підлягає лише тим обмеженням, які допускаються або пропонуються чинним законом. Попри жорстке регулювання журналістської діяльності, цей закон містив *основи реальної свободи друку* – скасування попередньої цензури, обмеження випадків судового розгляду.

1878 р. за ініціативою Бісмарка набув *чинності* ***Закон про боротьбу з небезпечними видами соціал-демократії***, або ***антисоціалістичний закон*** (*Gesetz gegen die gemeingefährlichen Bestrebungen der Sozialdemokratie*; скорочено: *Sozialistengesetz*). Заборона соціалістичних і соціал-демократичних організацій та відповідних партій у Німецькій імперії означала і заборону партійної преси та сприяла швидкому відновленню газет лівих політичних партій за межами Німеччини. Наприклад, до Швейца-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

рії "перебралася" з Берліна щоденна робоча газета ***"Vorwarts"*** ("Вперед"), у Велику Британію – газета "***Sozialdemokrat"*** ("Соціал-демократ"). Ці та інші видання таємно ввозилися до Німеччини. За 12 років дії ***антисоціалістичного закону*** до відставки Бісмарка (березень, 1890) німецька преса лівих партій набула цінний досвід підпільної роботи й боротьби.

Незважаючи на відхід від політичної діяльності, Бісмарк до кінця своїх днів ревно відслідковував внутрішню та зовнішню політику Німеччини. Він писав ***полемічні статті*** з критикою нових порядків у газету ***"Hamburger Nachrichten"*** ("Гамбурзькі новини") і журнал ***"Zukunft"*** ("Майбутнє"). Навіть будучи вже у відставці, Бісмарк відігравав помітну політичну роль через критику своїх наступників у пресі. Завдяки популярності мемуарів ("Gedanken und Erinnerungen") Бісмарку вдавалось тривалий час триматися на вістрі громадської думки.

У своїй політиці щодо преси Бісмарк багато в чому брав приклад із Наполеона Бонапарта. Він розглядав *журналістику як один із кращих засобів маніпуляції громадською думкою*. Але йому доводилося зважати на парламент. Тому на противагу властивій Наполеону прямолінійній політиці він *діяв хитрістю, улаштовував провокації, брав участь у газетній полеміці, активно використовував методи пропаганди*. Бісмарк не міг, як Наполеон, відразу заборонити 70 газет: процес накладення санкцій на періодичне видання став набагато складнішим, ніж на початку століття. Не було у нього реальних можливостей і вплинути на ситуацію, коли наклади консервативних та проурядових газет значно поступалися накладам неурядових і опозиційних видань. Неможливо уявити, щоб Наполеон судився з тим чи іншим періодичним виданням. *Бісмарк же регулярно порушував проти свавільних газет і норовливих журналістів судові процеси.*

З відходом Бісмарка із політики в Німеччині (пізніше, ніж в інших країнах Європи) став набирати обертів процес ***концентрації преси***. Першими ***медіамагнатами*** в Німеччині були ***Рудольф Моссе, Леопольд Ульштайн*** і ***Август Шерл***.

Рудольф Моссе (1843–1920) перший організував створення ***багатопрофільного видавництва,*** яке згодом перетворилося на ***медіаконцерн***. Його процвітання сприяло об'єднанню Німеччини. У грудні 1871 р. він заснував газету ***"Berliner Tagenblatt"***

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

("Берлінська щоденна газета"), яка наприкінці століття стала однією з найпопулярніших серед ліберальної громадськості із накладом у понад 300 тис. Серед її авторів були не тільки відомі столичні журналісти, а й такі письменники, як ***Курт Тухольских***, ***Роберт Вальзер***, ***Лео Кірш***, ***Еріх Кестнер***. Незабаром видавнича імперія Мосса налічувала близько 130-ти газет і журналів, а його статок був понад 40 млн марок.

Концерн Моссе незабаром об'єднав такі найбільші берлінські видання, як ***"Berliner Tagenblatt"*** ("Берлінська щоденна газета"), ***"Berliner Morgenzeitung***" ("Берлінська ранкова газета"), ***"Berliner Volkszeitung"*** ("Берлінська народна газета").

У той самий період, 1867 р., Р. Моссе відкрив у Берліні ***бюро рекламних оголошень***. У наступні три роки його філії були відкриті в Мюнхені, Гамбурзі та Відні. 1917 р. у берлінському бюро налічувалося близько 900 співробітників і ще близько півтисячі у філіях.

Після Першої світової війни *діяльність концерну Моссе набула міжнародного характеру*: були створені філії в Будапешті, Амстердамі, Бухаресті, Варшаві, Барселоні, Загребі, Мілані, Лондоні, Нью-Йорку, Парижі. Концерн Моссе видавав щомісячні журнали німецькою, англійською та іспанською мовами з метою укладення ділових і торговельних зв'язків між цими країнами.

Інформаційна служба в концерні Моссе була поставлена чудово. Він розумів, що успіх насамперед залежить від того, наскільки *газета може виконувати роль універсальної "енциклопедії" сучасного життя* та як швидко постачає читачам інформацію з потрібних питань. Концерн Моссе мав *широку мережу кореспондентів у всіх найбільших світових столицях і німецьких містах*. Кореспонденти Моссе проходили спеціальну підготовку в тій сфері, про яку вони, як передбачалося, будуть писати. Інформація повинна була подаватися коротко, але ємно. Від кореспондента була потрібна *швидка реакція на новини та сенсації, уміння постійно перебувати в гущині подій, у контакті із джерелами інформації*. Основними засобами передавання інформації були телеграф і телефон. Щорічно Моссе розсилав своїм клієнтам ***каталог газет і журналів.*** Це теж було його власною інновацією.

Леопольд Ульштайн (1826–1899) також був *засновником одного з перших німецьких газетно-журнальних концернів.* Най-

Видавничий центр "Університетська книга" Вебсайт: http://vcuk.com.ua

відоміші газети, що ним видавалися, – ***"Berliner Zeitung"*** ("Берлінська газета"), ***"Berliner Morgenpost"*** ("Берлінська ранкова пошта"). Концерн Ульштайна був схильний до *американізації преси*, зокрема зосередився на виданні дешевих недільних газет, розрахованих на масову читацьку аудиторію.

В обох найбільших німецьких концернах безумовно відбувалася *комерціалізація преси*, що служила корпоративним, а не загальнонаціональним інтересам. Однак, на відміну від американських газетно-журнальних трестів, орієнтованих на отримання прибутку, німецькі ставили собі за мету не стільки збагачення за рахунок монополізації преси, як *прагнули до розвитку підприємництва за новітніми технологіями із використанням індивідуальних особливостей і здібностей компетентних співробітників.*

Головним конкурентом Ульштайну став ***Август Шерл*** (1849–1921) – засновник концерну ***"Presse" ("General Advertiser Press")***. Його ***"Berliner Lokal-Anzeiger"*** ("Берлінська місцева газета оголошень") із початковим накладом 200 тис. примірників 1883 р. поклала *початок створенню німецьких газет нового типу*. Її основу становили *оголошення* пересічних німців. 1899 р. Шерл заснував ілюстрований тижневик ***"Die Woche"*** ("Тиждень"), 1900 р. – газету ***"Der Tag"*** ("День"). 1904 р. він взявся за видання журналу ***"Die Gartenlaube"***. У результаті його видавнича компанія мала найбільший наклад із усіх у Німеччині на той час. Секрет його успіху полягав у готовності до ризику, розумінні економіки, далекоглядності, новаторстві. Проте загальнонаціональну газетну імперію Шерла 1916 р., захопив ***Альфред Гугенберг***, а згодом ***Макс Аманн*** (Франц-Эгер-Ферлаг).

У 1880–1890-х рр., коли економіка й німецьке суспільство розвивалися набагато швидше завдяки різкому приросту населення, урбанізації та індустріалізації, а також концентрації промислових підприємств, знадобились і ***нові типи періодичної преси****, що фактично призвело до* ***"революції" у німецькій журналістиці.*** *Преса з елітної перетворилася на* ***масову***: *на шпальтах газет друкувалися обговорення актуальних не тільки суспільних проблем, а й побутового характеру, з'явилась бульварна преса*.

Періодична преса дійшла до розуміння свого соціального завдання – безупинного інформування. Незабаром утворилася й інша функція, уже пов'язана із *впливом на суспільну думку*. Цю

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

роль преси швидко усвідомили політики, створивши власну періодику. Наприкінці XIX ст. преса стала *залежною від держави, виступаючи на захист її економічних і політичних інтересів*.

Ідеологи правлячих кіл Німеччини високо оцінювали *роль преси*. Газети в Німеччині перед Першою світовою війною мали не менш важливе значення, ніж її армія та флот. Ідеологи пангерманізму могли приступити до здійснення своїх загарбницьких планів тільки за умови, що більшість німецького народу виявиться готовою підтримати їхні політичні устремління; саме цьому й служила *тогочасна преса, яка уміло формувала громадську думку.*

У зв'язку з тим, що німецькі газети одержували від інформаційних агенцій понад 90 % свого інформаційного матеріалу, уряд усіляко намагався перетворити існуючі агенції в офіційні, тобто зробити їх фактично залежними. *У результаті постійного повторення й нав'язування інформації через пресу у свідомості німців виникав бажаний хід думок і мільйони людей уважали їх своїми власними*.

Не тільки уряд, політики, а й німецька промисловість і фінансовий бізнес уважно стежили за розвитком преси. Вони також намагалися використати пресу і робили це розміщуючи в ній комерційні оголошення, баланси, запрошення на загальні збори акціонерів, звіти про стан справ, публікації, які перетворювались для кожної газети на важливу статтю прибутків, привертаючи в такий спосіб на свій бік пресу, частіше всього безпосередньою участю в газетному підприємництві. Ця тенденція привела до того, що деякі суб'єкти бізнесу запрагли перетворити певні ЗМІ у корпоративну власність і монополізувати пресу. Зокрема, уже 1872 р. газета ***"Die Post"*** належала банку "Diskonto-Gesellschaft". Того самого року "Bodenkreditbank" придбав газету, яка з 1874 р. стала називатися ***"Nazional-Zeitung"*** і була надзвичайно відданою уряду.

Перед Першою світовою війною німецька преса була дуже потужною. Але *через підготовку до війни* почався її *жорсткий контроль*. Вільгельм II надав юридичної чинності закону від 4 червня 1851 р., що забороняв пресі давати коментарі про воєнні дії та критикувати уряд. 31 липня 1914 р. набув чинності урядовий циркуляр із 26-ти пунктів, який визначав, що саме можна публікувати у пресі. До 1917 р. було введено понад 2 тис. цен-

зурних обмежень. *Цензура розглядалася владою як важливий засіб тиску на пресу.*

Готуючись до війни, німецькі мілітаристи навіювали народові впевненість, що він покликаний керувати всім людством, вести його до вищих ідеалів. Заснована 9 квітня 1891 р. Пангерманська спілка пропагувала крайній шовінізм, а також ідеї експансії, втручаючись у сферу зовнішньої політики. Керівні посади Пангерманської спілки посідали власники й головні редактори таких провідних національних газет, як ***"Tagliche-Rundschau", "Deutsche Zeitung", "Die Post", "Leipziger neueste Nachrichten", "Hamburger Nachrichten"***. Університетські професори, учителі гімназій, священники, чиновники та офіцери охоче брались за пропаганду ідей і мети цих видань.

Однією з найважливіших кампаній із ЗзГ кінця "довгого" XIX ст., проведених друкованими ЗМІ у Німецькому рейху, була ***"флотська кампанія" адмірала Альфреда фон Тірпіца*** 1900–1916 рр. Політично вмотивоване розширення флоту й посилення його бойової потужності маскувалося за економічними поясненнями та популяризувалося за допомогою *плакатів, лекцій і репортажів для преси*. Адже широкому загалу співвітчизників треба було пояснити намір створення могутнього вітчизняного флоту, що насамперед мало підвищити авторитет Німеччини на світовій арені. Завдяки реалізації "плану Тірпіца" до 1914 р. флот Німецької імперії за своїми розмірами посів друге місце у світі, поступаючись британському в обсягах на 40 %. Цей факт мав емоційно-психологічний вплив на патріотичні почуття німців і міжнародний публічний резонанс; останній спричинив занепокоєння Великої Британії, яка реалізувала високовартісну програму переозброєння свого флоту.

Проте фон Тірпіц розробив "теорію ризику", що теж стала складником воєнно-психологічного впливу. У ній адмірал твердив, що якщо німецький флот урівняється із британським у потужності, то Велика Британія уникатиме конфліктів із Німеччиною, аби не допустити збитків і не втратити панування на морі. Цю "багатокрокову комбінацію" треба було донести до широких верств, аби пояснити дії уряду та армії. Німецька преса із цим завданням успішно впоралася, виявивши одну з характерних національних рис: вона була *менш маніпулятивною* порівняно з іншими країнами, а оскіль-

Видавничий центр "Київський університет" Версія не для друку

ки була регіональною, то здебільшого зосереджувалась на комунікаціях із місцевими громадами. Локалізовані й більш конкретно націлені ЗзГ виявилися більш ефективними.

Відтак, головні риси політичних ЗзГ в європейських країнах можна чітко окреслити у пресі XIX ст. Основним представником зв'язків із громадськістю були саме ЗМІ. Головним завданням друкованих ЗМІ було інформування про дії різних державних чи політичних інститутів. У такий спосіб почав розвиватися політичний PR і сформувалися його завдання. Спочатку політичний PR визначився як особливий вид відносин між державними інститутами та громадськістю, а згодом – як вид управління, здійснюваний за допомогою комунікації з метою встановлення й підтримання взаємовигідних відносин із громадськістю. Газети, які почали креативно і технічно вдосконалюватися, стали активним чинником впливу на маси. Тому розвиток масової преси – потужний рушій розвитку політичних протоPR.

5.2.3. Ораторство як технологія політичних ЗзГ XIX ст.

5.2.3.1. Ораторське мистецтво в публічних промовах державних діячів Франції

Оратори Франції XIX ст. вписали свої сторінки до історії розвитку соціальних комунікацій. Нерідко вони виступали як політики: характерним прикладом можуть служити такі діячі, як ***Альфонс Ламартін, Леон Гамбетта, Віктор Гюго, Жуль Фавр, Гюстав д'Есте-Анж, Жан Жорес***. Їхні промови справедливо вважають невід'ємною частиною історії розвитку ораторського мистецтва і засобами впливу на громадськість.

Альфонс Марі-Луї Ламартін – поет, письменник і державний діяч. Аристократ і людина світу, поет і оратор, визнаний майстер "чистої поезії", людина, якій щастило в житті. Видані 1820 р. "Поетичні роздуми" принесли йому славу й популярність митця французького романтизму.

Ламартін із 1833 р. регулярно обирався членом парламенту. Він *озвучував ідеї "соціальної" групи депутатів, був проповідни-*

ком прогресу та релігійної терпимості, захисником свободи. Його блискучі промови хвилювали парламент і з жадібністю читалися публікою. "Чудовий Альфонс", як його називали, закликав повністю відмовитися від завойовницьких воєн та насильства. Будучи спочатку роялістом, пізніше він різко став на бік республіканців, але виступав проти революційних настроїв. 25 лютого 1848 р. Ламартін виголосив свою славетну промову, описуючи жахи революції та звеличуючи триколірний прапор (на противагу революційному червоному).

Поступово слава Ламартина зійшла нанівець. Як тоді говорили, він хотів усіх з усіма примирити, але нікого не задовольнив. Після поразки на виборах він пішов з політичної арени і 20 років, до кінця своїх днів, займався літературною діяльністю.

Леон Мішель Гамбетта – політичний діяч, прем'єр-міністр і міністр закордонних справ Франції. Слава прийшла до Гамбетта 1868 р., коли він, будучи адвокатом, захищав журналістів, які ініціювали збір коштів на пам'ятник депутата, убитого на барикадах під час бонапартистського заколоту (1851). Гамбетта закликав до відповіді уряд Наполеона III: *"Ви ризикуєте стверджувати, що врятували суспільство, тоді як здійняли на нього вашу злочинну руку?"* Не було такого дня, щоб він не виступав у якомусь із міст Франції з роз'ясненням республіканської програми. Вороги називали його "ярмарковим оратором" і "мандрівним популістом", на що він відповідав: *"Я популяризатор Республіки і пишаюся цим"*. 1869 р. Гамбетта було обрано до Законодавчого корпусу, де він вимагав скасування імперії й переходу до республіканського правління. *Запальні промови швидко зробили з нього буквально національного лідера.* Він був прихильником так званої "революції, яку здійснюють за допомогою виборчого бюлетеня". У переддень німецького нашестя на Францію, вийшовши на трибуну парламенту, Гамбетта виголосив свою *знамениту фразу*: "Луї Наполеон Бонапарт і його династія назавжди перестали панувати у Франції". За годину потому монархія впала, а на Ратушній площі було проголошено Республіку. У створеному Уряді народної оборони Гамбетта став міністром внутрішніх справ. Будучи членом парламенту, Гамбетта проводив серйозні реформи, яким він присвятив цілих *15 полум'яних промов.*

Головним *засобом впливу на аудиторію Гамбета вважав апелювання до патріотизму. Природна красномовність, упевненість у власних поглядах і переконливість сприяли створенню іміджу Гамбетта як справжнього захисника інтересів суспільства.* Усе зазначене в сукупності виявилося дієвими засобами ЗзГ.

Жуль Фавр – французький політичний діяч і оратор, багато часу відводив адвокатській практиці, яку розглядав як засіб захисту прав людини та її громадянських свобод. Його виступи були ретельно продуманими, ґрунтувались на глибокому вивченні матеріалу. Найкращою судовою промовою Фавра вважається виголошена у справі Феліче Орсіні (вчинив замах на Наполеона ІІІ), яка уособлює всі найкращі його якості як оратора: силу голосу, стисліть, простоту та щирість. Фавр, як і Гамбетта, стояв біля витоків Республіки. Акцентування на болючих проблемах суспільства, створення атмосфери довіри були головними засобами впливу Фавра на громадськість.

Гюстав Луї Ше д'Есте-Анж – відомий французький адвокат, почав професійну кар'єру ще юнаком: 1820 р. уперше виступив у політичному процесі захисником і звернув на себе увагу блискучою промовою. Відтоді його адвокатська слава почала рости, і незабаром Ше д'Есте-Анж став уважатися одним із найкращих французьких адвокатів. Його діяльність вирізнялася великою різноманітністю: він з однаковим успіхом виступав як у різних сенсаційних процесах загальнокримінального характеру (справа Ла Ронсьера), так і в літературних (проти Віктора Гюго і Бальзака) та політичних (Кошу-Лемер, Марра та ін.), проте особливої слави зажив участю в гучних кримінальних процесах. Ше д'Есте-Анж володів великим ораторським хистом і вважався непереможним у судових дебатах. Він умів заполонити увагу слухачів нестримним пафосом промов, які не готував заздалегідь. Ше д'Есте-Анж був неперевершеним оратором своєї епохи: його промови були *піднесеними, риторичними, багатими на ліричні відступи та емоційні пасажі в романтичному стилі*.

Віктор Гюго – письменник, поет і політичний діяч, член Французької Академії з 1841 р. Гюго є визнаним лідером романтизму, а його романи принесли йому всесвітню славу. 1848 р. його було обрано до Національних зборів. Гюго був противником державного перевороту та проголошення Наполеона ІІІ ім-

Видавництво Національний університет "Львівська політехніка" Версія не для друку

ператором. За цю позицію його заслали у вигнання, де він провів 18 років. 1870 р. Гюго повернувся до Франції, де брав активну участь в її суспільно-політичному житті. 1876 р. був обраний сенатором. *Його виступи в парламенті завжди відрізнялися яскравістю та відточеним красномовством.* У Сенаті він виступав за звільнення засуджених учасників Комуни. Він завжди за будь-яких умов доводив свою промову до кінця. Відомою є його фраза: "Скільки б мене не перебивали, це не завадить мені завершити думку". Певний інтерес у контексті його ораторської майстерності становить роман ***"93-й рік"***, позначений неабияким політичним темпераментом автора: більшість сторінок за стилем нагадують зразки парламентського красномовства Гюго. У цьому романі виявився Гюго-парламентарій і Гюго-оратор не меншим чином, ніж Гюго-літератор.

Так само і в романі ***"Людина, яка сміється"*** незабутніми є сторінки опису виступу Гуїнплена у парламенті, адже в цьому образі-символі відобразилися всі симпатії автора до демократії. Пристрасна промова Гуїнплена від імені тих знедолених, голодуючих народних мас, страждання яких він поділяв протягом усього свого попереднього життя, становить кульмінаційний пункт усього твору; вона повністю розкриває не тільки його задум, а й символіку образу головного героя. Ця патетична промова перетворює його на трибуна, який кидає в обличчя аристократичних верств всю гіркоту та гнів, що накопичилися в серці цієї людини – людини з народу.

Змушуючи Гуїнплена говорити від імені знедоленого люду, Гюго досягає часом справжнього революційного пафосу, незважаючи на те, що навіть тут йому не вдалося подолати свою обмеженість дрібнобуржуазного демократа й соціаліста-утопіста. Але за Гюго, виправляючи його помилки, промовляли метафори, порівняння, блискучі визначення, антитези і власне метод романтичної школи. Промова Гуїнплена в парламенті безумовно є одним із найбільших досягнень письменника і, так само як весь роман, звернена автором до сучасної йому дійсності.

Незважаючи на те, що письменник змусив свого героя покладатися головним чином на силу морального впливу, його заклики до знищення деспотизму й насильства, його пристрасні викриття суспільної системи та можновладців, його гнівні інвективи проти тих, хто користується привілеями багатства і наро-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

дження, – усе це і тепер не може не привернути співчутливої уваги читачів до промови Гуїнплена. Роблячи головного героя символом народних страждань, письменник проголосив його вустами непорушну віру в краще майбутнє людства, яке неминуче мала принести із собою прийдешня революція.

Проникливі слова Гуїнплена зустрілися злісним сміхом і диким виттям англійських лордів, які забули в ті хвилини про гідність і самоповагу парламентарів. Романтичний герой, який кинув виклик від імені народу регочучому натовпу аристократів, залишився на самоті. Перебуваючи під шквалом знущань і образ, Гуїнплен проте відчув за своєю спиною підтримку мільйонів, і це дало йому силу продовжувати свою промову. Але одного лише словесного викриття виявилося недостатньо для того, щоб виправити несправедливий суспільний лад, і Гуїнплен зазнав фіаско у своїй спробі переконати аристократів збагнути істину. Проте його промова, пройнята соціальним оптимізмом, звернена до майбутнього. Трагічний фінал роману не послаблює цієї віри звільнення пригноблених людей, оскільки на боці героїв залишається незламна сила моральної правоти. Полум'яний демократизм Гюго, який бачив у народі джерело всіх живих, творчих сил нації, його ненависть до всіх гнобителів народу – усе це визначає ідейний пафос і художню цінність роману "Людина, яка сміється", де кульмінацією є публічна промова головного героя.

Не можна оминути в романі і так звані "ліричні відступи автора", які є свідченням того, що В. Гюго чудово усвідомлював і *силу публічного слова, і те, як воно впливає на громадськість*. Він зауважував: "Ті, до кого звертається оратор, служать для нього як би п'єдесталом. *Він стоїть, так би мовити, на узвишші, утвореному людськими душами. Він відчуває у себе під ногами. як тріпочуть людські серця"*. І далі роздуми Гюго про те, як можна словом скеровувати юрбу, навертати в потрібне русло: "Спробуйте знову підпорядкувати собі натовп, коли він вирветься з-під вашої влади, адже будь-яке зібрання – це натовп. Красномовство – віжки; коли віжки лопнули, юрба встає дибки, як норовливий кінь, і буде брикатися до тих пір, поки не виб'є оратора із сідла. Деяким здається, що варто лише натягнути віжки, і лад відновиться. Однак це не так. Проте будь-який оратор несвідомо вдається до цього засобу".

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Особливий інтерес щодо визначення ролі ораторства у контексті ґенези PR та щодо феномену громадськості у суспільстві становить ***публіцистика Віктора Гюго***, зокрема його памфлет "Наполеон малий" (1852). *Народ для нього – не юрба, не натовп, а велика сила, що здатна до соціальних перетворень суспільства*. У книзі 5 "Парламентаризм", розділі "1789 рік" Гюго писав, указуючи на ***народ як на велику рушійну силу, тобто схарактеризував його як громадськість***:

"Одного разу, шістдесят три роки тому, французький народ, яким протягом восьмисот років володіла одна сім'я, якого до Людовика XI гнобили феодальні барони, а після Людовика XI – парламенти, або, якщо скористатися відвертим виразом одного вельможі XVIII ст., "спочатку гризли вовки, а потім воші"; якого тримали у стійлі, … запрягали, поганяли, доїли, стригли, голили, лаяли, шмагали, били і ображали, хто як умів; якого, на догоду його господарям, душили поборами, мучили, катували, топтали, сікли різками, таврували розпеченим залізом за одне тільки лайливе слово, гнали на галери за дріб'язкову крадіжку, за незначну провину вішали; цей народ, який віддавав свої мільйони Версалю, а свій скелет – Монфоконській шибениці, яка знемагає під тягарем усяких заборон, ордонансів, королівських указів, міських і сільських едиктів, законів, постанов, порядків; роздавлений данинами, цензовими і акцизними зборами, позбавленням спадкових прав, прямими й непрямими податками, повинностями, десятиною, панщиною, митами, заставами, державними банкрутствами; гнаний палицею, що носить назву скіпетра, обливається потом, стогне, страждає, але йде вперед, увінчаний лаврами, і хоча стоїть на колінах, більш схожий на худобу, ніж на націю, – раптом піднявся на ноги, побажав стати людиною і надумав вимагати звіту в монархії, звіту у долі, щоб покінчити з вісьмома століттями лих. Це було велике зусилля".

Цікавий *алегоричний* ***образ трибуни як символу гласності та свободи слова*** – уособлення концепції Віктора Гюго *про силу публічного впливу на маси, силу ораторського мистецтва*. Водночас велику роль письменник надавав *силі громадської думки в суспільстві, яку він називав "розумом людства"*. "Трибуна Франції – це протягом 60-ти років *відкриті вуста людського розуму, розуму*, який говорить про все, все міксує, об'єднує, за-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебтиражування для друку

пліднює – добро, зло, правду, брехню, справедливе, несправедливе, високе, низьке, потворне та прекрасне, мрії і дійсність, пристрасть і розум, любов і ненависть, матерія й ідеал; тим він робить гідну та безсмертну працю – творить тьму, щоб витягти з неї світло, творить хаос, щоб витягти з нього життя, творить революцію, щоб витягти з неї республіку". Гюго став справжнім республіканським патріархом, користувався величезною повагою і був захисником усіх пригноблених. Буквально вся Франція відзначала його 80-річчя, а через три роки, коли він помер, весь Париж вийшов його ховати.

Щодо *трибуни Франції* як утілення сили ораторського мистецтва, на прикладі комунікацій у парламенті, Гюго із запалом публіциста свідчив: "Там, на трибуні, билися один на один партії, билися з жорстокістю, деякі – зі славою. Там королівська влада образила народне право ..., яке цю образу уславило і вшанувало в історії; ... там єднались, стикались, боролись докази, як мечі. Там ... ненависть, злість, марновірство, себелюбство, святенництво волали, шипіли, завивали, шаленіли, скаженіли, намагаючись досягти мети…Там, на цій трибуні, ставили, вивчали, висвітлювали і майже завжди вирішували всі проблеми – проблеми фінансів, кредиту, проблеми праці, грошового обігу, заробітної плати, державні проблеми, проблеми території, проблеми миру, проблеми війни. Там вперше були вимовлені слова, що знаменували собою нове суспільство: "Права Людини". Там протягом п'ятдесяти років лунав дзвін кузні, де ковалі-суперлюди кували ідеї. Ідеї! Ці мечі народу, ці списи правосуддя, обладунки права!"

"Ця трибуна була обителлю сили і чеснот. Вона жила, вона надихала, бо дійсно можна було повірити, що все це виходило від неї, що вона поширювала навколо себе відданість, самозречення, енергію, безстрашність".

Примітно те, що Гюго надає неабияке міжнародне значення трибуні Франції, тобто підкреслює та возвеличує громадянську роль публічного слова французьких патріотів для європейського суспільства нині та в майбутньому. Застосовуючи притаманні його стилю, прозорі алегорії, він зазначає:

"Так, у світі, у людському суспільстві, в цивілізації визначилася певна кульмінаційна точка, осередок, фокус, вершина. І ця вершина була трибуна Франції. Прекрасний дороговказний маяк

для рухомих вперед поколінь, сяючий купол для мирних часів, сигнальний вогонь у темряві катастроф. Із усіх кінців мислячого світу люди спрямовували свої погляди на цю вершину, де сяяв людський розум. І коли раптова ніч огортала все кругом, звідти доносився могутній голос, який підбадьорював їх у темряві. Admonet et magna testatur voce per umbras. (Він перестерігає і гучним голосом говорить в царстві тіней). Голос, який лунав раптово, коли наступав його час, як крик півня, що сповіщає світанок, як клекіт орла, який закликає сонце, звучав немов литаври в битві, немов ріг архангела в день страшного суду; ... під час звуку цього голосу відкривався блискучий небосхил майбутнього; старезні тиранії, охоплені жахом, схиляли голову в темряві, і всі бачили, як, ступаючи по хмарах, торкаючись чолом зірок, із блискучим мечем у руці, широко розкривши свої потужні крила в блакиті, простувала Свобода, архангел народів!" Скільки пристрасті, емоцій, метафор!

"Ця трибуна була грозою тиранії фанатизму, надією всіх пригноблених на землі. Кожен, хто ступав на цю вершину, чув виразно, як б'ється *велике серце людства* (метафоричний образ громадської думки – Н. Г.). І якщо це була людина доброї волі, душа її виростала, ставала величною та випромінювала світло; він відчував, як щось всеосяжне опановувало його і сповнювало дух його, немов вітер, що наповнює вітрила. Варто було йому ступити на цей поміст з чотирьох дощок – він ставав сильнішим і кращим; у цю священну хвилину він відчував, що живе одним життям з народами світу, і у нього з'являлися слова, доступні всім і кожному. Далеко за межами парламентських пенатів він бачив зосереджений, принишклий люд, що слухав його, затамувавши подих, а там, далі, сівши в коло, його задумливо слухало людство. Такою була ця велика трибуна, з висоти якої людина говорила з усім світом".

І далі Гюго поширює свою концепцію щодо *ролі Франції та її світочів в особі публічних ораторів у демократичних зрушення суспільства та стосовно значення риторства у глобальному поширенні ідей і впливі останніх на думки та настрої (відтак, "душу") світової громадськості*: "З цієї трибуни, вібруючи, постійно розходилися як звукові хвилі, потужні коливання почуттів та ідей; вони потоками йшли від народу до народу, досягаючи найвіддаленіших куточків світу, усюди приводячи в рух ці мис-

лячі частки, які називаються *душами*. Нерідко, невідомо чому, який-небудь закон, установа, звичай раптом починав похитуватися десь далеко за межами Франції, за морями; так похитнувся папський престол по той бік Альп, царський трон здригнувся на іншому кінці материка, рабство – за океаном, в Америці, смертна кара – усюди. Це здригнулася трибуна Франціїі від цього пішов резонанс. Коли промовляла трибуна Франції, все, що тільки здатне мислити у нас на землі, слухало в побожному мовчанні; кожне вимовлене слово, прорізаючи морок і простір, летіло у далечінь, невідомо куди. Священна сила! Зі слова Бога виникло буття; зі слова людини виникне співдружність народів".

*Проте, визначивши неабияку суспільну роль ораторства у долі людства, В. Гюго не обмежився сказаним і у розділі "Що робила трибуна" визначив його місію у цивілізаційних процесах як засобу миротворення ("Трибуна – це мир!") та міжнародної взаємодії. Він риторично питав і тим стверджував: "*Кому потрібні завоювання мечем? Кому потрібні завоювання думкою?" *При цьому Гюго типологічно розрізнив дві національно відмінних стратегії ораторства у Франції та Англії щодо їхнього впливу на громадську думку і прогрес суспільства: "*Дві гучні трибуни очолювали народи: трибуна Англії, яка вершила справи, і трибуна Франції, яка породжувала ідеї". Будучи палким патріотом своєї вітчизни, Гюго наголошував, що саме Франції належать пріоритети у формуванні громадської думки серед народів Європи, адже "*починаючи з 1789 року, трибуна Франції виробила всі принципи, які є непорушним законом у політиці. А з 1848-го вона почала висувати і розробляти всі принципи, що становлять незаперечний соціальний закон. І виводила його в білий світ"* (тобто на міжнародну арену – Н. Г.). Гюго наполягає на пріоритеті французького впливу на європейську громадськість: "*Повільно і поступово французький дух на благо загального прогресу підпорядковував своєму впливу народи*".

Гюго зі знанням справи описує методи та способи поширення громадської думки, чітко виокремлює їх інструментарій, чим виявляє свій хист до теоритизування комунікативістики. Неабияку роль у цих процесах він відводить милозвучності та привабливості французької мови з її "напрочуд удалим співвідношенням приголосних, які легко засвоюються сіверянами, і голос-

Видавництво Державний університет "Київський університетський центр"

них, більш властивих мові жителів півдня, завдяки цій мові, яка є могутньою силою цивілізації та людяності. Трибуна Франції поступово завойовувала своїм світлом народи і залучала їх до Франції. Ось чим була для Франції ця трибуна, ось що вона робила для своєї країни!"

Трибуна Франції, за пристрасним переконанням В. Гюго, "чудова турбіна ідей, гігантська машина цивілізації, яка постійно піднімала розумовий рівень у всьому всесвіті і, перебуваючи в центрі людства, випромінювала на нього гігантські потоки світла".

"Три великі субстанції знаменувала собою трибуна для Франції. ***Це був спосіб поширення ідей, спосіб управління всередині країни, і це була слава"****,* – зауважував Гюго про суспільно-комунікаційну роль ораторства і риторства.

Гюго про ораторів, їхню роль, покликання й суспільне призначення пристрасно сказав, давши їм громадянську оцінку, у розділі "Що таке оратор", який як і інші, подібний до публічного виступу.

"Чоловік, що сходить на трибуну, вже не просто людина, він стає тим таємничим трудівником, який у вечірні сутінки широко ступає борозною і владною рукою кидає у простір насіння, майбутні сходи, жнива, достаток прийдешнього літа, хліб, життя.

Він іде, повертається, знову йде; він розтискає руку і кидає насіння – і знову бере повну жменю і знову кидає. Похмура рівнина глибоко зітхає, лоно природи розкривається, невідома безодня творення починає свою роботу. Опускаються вечірні роси, дика билинка тремтить і відчуває, що їй на зміну йде хлібний колос. Сонце, ховаючись за обрієм, радіє тому, що робить ця людина, і знає, що промені його не пропадуть дарма. Святе, дивне діло!

Оратор – це сіяч. Він черпає зі свого серця свої прагнення, переконання, почуття, свої страждання, свої мрії, свої ідеї і розкидає їх пригорщами серед людей. Будь-яка людина для нього – нова борозна. Слово, яке впало з трибуни, завжди де-небудь та пустить коріння і перетвориться на паросток. Ви скажете: "Що за дурниці, просто якийсь чоловік говорить", і потиснете плечима. Короткозорі уми! Це сходить майбутнє, це розпускається новий світ".

У розділі "Оратори" цей письменник ***возвеличив ораторів Франції, які були активними суспільними діячами.*** Назвавши їх поіменно, Гюго ***захоплено їх уславив***: "Скільки талантів, скільки різноманітних обдарувань, скільки великих послуг, на-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

даних народу, яка боротьба справжніх знань супроти усіляких схиблень, скільки умів за роботою! Скільки на користь прогресу вкладено тут філософії, науки, пристрасті, переконань, досвіду, співчуття, красномовства! Скільки плідного вогню! Який величезний потік світла!.

Публіцистика В. Гюго, присвячена ролі ораторського мистецтва у суспільстві та впливу публічного слова на громадську думку, – палка, пристрасна, емоційна, сповнена художніх тропів – свідчить про те значення, яке він надавав красномовству як засобу комунікації. Не тільки в сюжетах його неперевершених романів герої виступають публічними ораторами й обертають на свій бік громадську думку. У публіцистиці, зокрема у творі "Наполеон малий", драматург показав різні боки вияву красномовства, різні способи його дії на колективне свідоме, різні аспекти його суспільного буття, але в будь-якому разі за цим стоїть розуміння колосального значення публічного слова й уславлення його творців, які "сіють розумне, добре, вічне".

Не можливо услід за Гюго схарактеризувати ораторські здібності та творчі здобутки всіх тих, хто прислужився Франції своїми талантами і віддав сили на побудову громадянського суспільства. Але варто згадати хоча б одного з тих, хто був сподвижником у демократизації європейського соціуму. Це – ***Жан Жорес*** – політичний діяч, філософ, історик. Жан Жорес був блискучим оратором, людиною високої культури, гуманістом і пацифістом. 1885 р. його вперше було обрано депутатом, але невдовзі розчарувавшись у цій діяльності, він зосередився на філософії.

Поступово філософ перейнявся ідеями соціалізму і став борцем проти колоніалізму, війн та мілітаризму. Він палко захищав страйкуючих шахтарів, котрі обрали його своїм депутатом до парламенту, де Жорес зарекомендував себе як видатний оратор і прихильник соціальних реформ.

З 1893 р. Жорес був визнаний вождем усіх соціалістичних партій Франції та кращим оратором парламенту. Його виступів чекали, але й боялися. Безкомпромісний, чесний і пристрасний Жорес умів повести за собою. Він набув величезної популярності в середовищі робітників.1897 р. Жорес разом із Золя виступив на захист Дрейфуса, звинуваченого у зраді, якої той не скоював, що сприяло реабілітації останнього.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Жорес постійно виступав за об'єднання всіх французьких соціалістів в одну партію. 1904 р. заснував знамениту газету ***"L'Humanité"*** ("Людство"), яка виходить і до сьогодні. У травні 1914 р. французькі соціалісти під керівництвом Жореса здобули велику перемогу, завоювавши 102 мандата в парламент. У тому самому році, 25 липня, він виголосив промову на величезному мітингу в Ліоні, закликавши пролетаріат усіх європейських країн виступити проти війни. Та промова стала його політичним заповітом. Невдовзі Жан Жореса не стало, але його палке, полум'яне слово залишило слід у серцях людей і в історії Франції.

Загалом публічні виступи французьких ораторів були сповнені ясності викладу та витонченості форми. У них не було розбіжностей, суперечностей, антитез, довгих і важких фраз, думки висловлювались точно, логічно, послідовно й аргументовано. Для встановлення контакту з аудиторією у політичних промовах почали активно використовувати *комунікативні займенники* je, nous, vous (я, ми, ви). Такі звертання *сприяли довірі до політиків і громадських діячів, "скорочували дистанцію" між ними й аудиторією*. Ці особливості чітко виявили основну тенденцію французьких політичних промовців – *еволюцію у бік демократичності*. Виступи французьких політиків цього періоду як ніколи рясніли *художніми тропами*, серед яких особливу роль відігравали *індивідуалізовані розгорнені метафори*. Усе це було *запорукою успішності їхніх зв'язків із громадськістю.*

5.2.3.2. Оратори Великої Британії як комунікатори із громадськістю

Ораторське мистецтво протягом усього XIX ст. залишалося важливим засобом політичних комунікацій Великої Британії. Багато представників партійних верхів – вихідці з аристократичних родин або великої буржуазії – не вміли та не любили спілкуватися з масами, тому охоче доручали цей "фронт робіт" своїм більш "демократичним" колегам. На ораторську майстерність був попит. Але були серед еліти суспільства і ті, хто особисто умів майстерною риторикою завоювати публіку.

Протягом довгого XIX ст. у Великій Британії склалося *три основні тенденції розвитку ораторського мистецтва, безпосе-*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

редньо пов'язані із соціально-політичним перетвореннями суспільства. Перша характерна для демократичних перебудов європейського соціуму, що настали після Великої французької революції, але містила у залишках певні риси просвітницьких традицій. Її яскравим представником був Р. Б. Шерідан.

Річард Брінслі Шерідан – видатний англійський письменник, драматург, політик, у 1780–1812 рр. був членом парламенту, репрезентував радикальну групу партії віґів.

1780 р. Шерідан захопився політичною кар'єрою. Він відомий своїми полум'яними промовами під час процесу у справі В. Гастінґса, намісника Британії в Ост-Індії, в яких відкрито засуджував колоніальну політику Англії. Настрої цих виступів згодом набули віддзеркалення в його словах на захист Французької революції 1789–1793 рр. та проти загарбницької політики Наполеона.

Шерідан був видатним оратором свого часу. Його промови заслужено вважаються зразком риторства, вони були присвячені актуальним проблемам епохи, виражали його демократичні погляди. Часто оратори наступних часів використовували його промови як зразки та вчились у нього красномовству (наприклад, Бенджамін Дізраелі).

Друга тенденція розвитку ораторського мистецтва у Британії XIX ст. склалася в умовах подальшої демократизації суспільства, що вилилась у ***чартистський рух,*** активна фаза якого тривала протягом 1830–1840-х рр. Видатними ораторами в Англії за тих часів були ***Фергюс Едуард О'Коннор*** ті ***Вільям Ловетт*** – сподвижники чартистського руху. Їхнє *слово – палке і пристрасне – спонукало громадськість задуматись щодо демократичних прав та свобод і шляхів їх досягнення.*

Попри те, що його очільники чартизму дуже часто розходилися у методах упровадження "Народної хартії", вони сприяли усвідомленню населенням важливості загального виборчого права та стимулювали трудові верстви відстоювати свої права та свободи. *Красномовні промови, регулярні публічні заходи та просвітницькі статті – класичні PR-інструменти, які використовували для формування громадської думки й активної громадянської позиції британців.*

Вільям Ловетт – один із лідерів *чартизму*, британський громадський і політичний діяч, став надзвичайно популярним після

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вересня Для друку

створення кількох робітничих організацій, зокрема Лондонської асоціації робітників (1836). Його *гасла були простими та зрозумілими*, тому його вплив поширювався на широкі кола громадськості. 1831 р., під час агітації закону про реформу виборчого права, Ловетт допоміг сформувати Національну спілку робітничих класів із радикальними колегами Генрі Хетерінгтоном і Джеймсом Уотсоном. Після прийняття закону про реформу він виступив за скасування податку на газети, відомого як *війна без штемпеля*.

4 лютого 1839 р. В. Ловетта одноголосно обрали секретарем на першій чартистській конференції. Пізніше вона була перенесена до Бірмінгему, де зібралося чимало представників руху, однак місцева влада заборонила збори. Конференція засудила дії поліції, було проведено *масові демонстрації з антидержавними плакатами*. Ловетт як секретар узяв на себе всю відповідальність за вільнодумну риторику на конференції, та наступного ж дня його було заарештовано разом із Джеймсом Уотсоном. Ловетта згодом було визнано винним у наклепі та засуджено до 12-ти місяців позбавлення волі. Перебуваючи у в'язниці, Ловетт написав статтю "Чартизм – нова організація народу", яка пропагувала поширення освіти в широких колах населення.

Після звільнення В. Ловетт пішов із політики, і 1841 р. сформував Національну асоціацію, яка виступала за зміцнення політичної обізнаності й поліпшення соціального становища народу. Він прагнув здійснити новий крок освітньої ініціативи на допомогу бідним робітникам.

У кінці 40-х XIX ст. В. Ловетт майже відійшов від чартистського руху, беручи участь лише в деяких конференціях. Останні роки життя провів у "тіні", лише іноді з'являючись на публіці. Проте *авторитет його особистості ще довго мав вплив на широкі кола громадськості. У нього був достатній репутаційний капітал, щоб його імідж довго залишався в пріоритетах громадської думки.*

Одним із найпопулярніших ораторів чартистського руху був ірландський адвокат ***Фергюс Едуард О'Коннор***. Його *гучний голос, що перекривав гамір юрби, уміння обґрунтувати свої погляди, величезний зріст і фізична сила приваблювали слухачів. О'Коннор був майстерним організатором, його участь у чартистському русі була надзвичайно ефективною.* На конференції чартистів, що відбулася 1839 р., він на противагу Вілья-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

му Ловетту відстоював революційні методи боротьби за "Народну хартію". Крім того, О'Коннор видавав найвпливовіше видання з чартистських газет і журналів – "Northern Star" 1837–1852). 1847 р. О'Коннор став першим представником пролетаріату в англійському парламенті.

Таким чином чартизм став першим широким політично оформленим, пролетарсько-революційним рухом. *Очільники чартистського руху стали проповідниками ідей рівноправ'я та свободи у Великій Британії, сформували собі імідж борців за прогресивні суспільно-політичні реформи. Їхній PR був достатньо успішним і мав тривалий вплив на громадську думку.*

Талановитим оратором того самого періоду, проте представником урядових комунікацій, був ***Вільям Гладстон*** – британський державний діяч і письменник, який виголосив першу відому промову в парламенті 17 травня 1833 р. під час обговорення питання про скасування работоргівлі. Із того часу він став дієвим учасником дискусій у найрізноманітніших питаннях поточної політики й отримав репутацію *чудового оратора* та дуже *вправного дебатера*. Гладстон активно брав участь у дебатах про скасування хлібних податків, 1842 р. провів значну роботу щодо корегування митного тарифу. Поступово із протекціоніста він перетворився на палкого прихильника ідей вільної торгівлі.

Однією з найхарактерніших особливостей політичної кар'єри Гладстона була поступова зміна його політичних переконань та ідеалів, адже він розпочав свою діяльність у лавах торі, а завершив її на чолі передового крила англійських лібералів, у товаристві із крайніми радикалами й демократами. Розрив із партією торі стався 1852 р., але Гладсон ішов до нього упродовж тривалого часу. За словами очевидців, він "був відірваний не якимось довільним актом, а повільною та безнастанною роботою внутрішнього переконання". Також певні зміни у політичних поглядах та ідеалах Гладстона відбулися з ним у процесі ближчого знайомства із життям і потребами народу.

Поряд із незалежністю стосовно питань партійної організації необхідно зазначити іншу важливу рису політичного світогляду Гладстона. Це тверде переконання, що в основі політичних заходів передусім мають бути "розумні принципи". *Розум, інтелект, освіченість, ясність і логічність мислення розвинули в*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ньому цю характерну рису, що робила його "лідером думок" протягом усього життя. У своїй політичній діяльності Гладстон неодноразово зачіпав інтереси інших держав, втручався до іноземних справ, але це втручання набувало в нього своєрідної форми. Він не мітингував, не виступав із публічними промовами, а дізнавшись про ті чи інші безчинства за кордоном, висвітлював свої враження у пресі у формі листів. Опубліковані листи Гладстона справили величезне враження на всю Європу.

Своєрідністю політичної діяльності Гладстона було також те панівне становище, яке в ній завжди займали питання внутрішнього державного розвитку перед інтересами закордонної політики. Остання, у ті періоди, коли він очолював уряд, викликала особливі нарікання його опонентів. У цьому аспекті Гладстон виявився найбільш уразливим, але тільки тому, що ніколи не був схильним надавати міжнародним питанням першочергового значення і мав на них погляди, що надто різко відрізнялись від тієї точки зору, яка переважала в європейських державах. За своїми переконаннями він був ворогом війни й усілякого насильства, на вияви якого була багата міжнародна політика. У своїх промовах він наголошував, що завдання міжнародної політики насамперед – "збереження миру", а один із перших її обов'язків – "суворе застосування того кодексу великих принципів, який заповіли попередні покоління славетних і шляхетних людей". Ці рядки однієї із промов він завершив палким запрошенням визнати рівноправність сильних і слабких, незалежність малих держав, узагалі відмовитись від політичного втручання до справ інших держав.

Головним інструментом формування іміджу Вільяма Гладстона як видатного політика було застосування ораторського мистецтва в публічних дебатах і промовах. Увага до внутрішньої політики держави визначає його як великого патріота, який турбувався про долю й добробут своїх співвітчизників. Він вибудовував ЗзГ саме в їхніх інтересах, використовуючи ораторський хист як PR-технологію та засіб взаєморозуміння із громадськістю. Переконання щодо невтручання в політику і життя зарубіжних країн – свідчення його поваги до широких верств громадськості, яка мала право на політичне й суспільне самовизначення. Це один із найбільш моральних критеріїв ЗзГ як діяльності з метою суспільного блага.

Видавництво Тернопільського національного університету імені В. Гнатюка "Підручники і посібники"

Талановитими ораторами другої половини XIX ст. були британські державні діячі ***Бенджамін Дізраелі*** та ***Джозеф Чемберлен***, які не тільки писали *публіцистичні матеріали для преси та* виступали із *промовами в парламенті*, але і вміли *спілкуватися з масовою аудиторією*. Їхня ораторська практика визначила *основні риси третьої тенденції, що склалася у генезі красномовства у Нові часи. Для неї характерна логіка, аргументованість, виваженість, врівноваженість.*

Бенджамін Дізраелі – визначний британський державний і політичний діяч, консерватор, прем'єр-міністр, успішний письменник-романіст, уважається одним із найвизначніших та успішних політиків Великої Британії історичного періоду, що отримав назву "вікторіанська епоха".

Почавши ділову кар'єру як юрист, Дізраелі швидко зрозумів, що його справжнє покликання – це політика. На початку своєї політичної кар'єри Дізраелі виголосив у парламенті кілька гучних промов, захищаючи чартистів, і згуртував навколо себе земельну аристократію. *Політична красномовність, зухвалість і дотепність були дієвим прийомом ораторського мовлення* Дізраелі – *вирази чіткі, трохи недбалі, завжди просякнені тонким сарказмом*. Найбільшу славу Дізраелі здобув утрутившись у питання російсько-турецької війни (1877–1878), ставши в опозицію до лібералів та Гладстона. "Присутність цього великого творця життя перетворювала дебати на витвір мистецтва", – писав про нього Андре Моруа. Навіть вороги Дізраелі, розмірковуючи про його життя, говорили: "Ми вже не побачимо рівного йому: час титанів пройшов. Минуло лицарство, чарівність, які були у нас в політиці. Залишилася лише рутина".

Значну роль у формуванні стилістики ораторської прози Дізраелі зіграла його прихильність до великого англійського драматурга й державного діяча Річарда Шерідана, у якого він брав уроки. "Парламентські промови" Шерідана була настільною книгою Дізраелі.

Одна з визначних промов Дізраелі була виголошена у Манчестері 1872 р., під час якої політик із трибуни звернувся до аудиторії зі словами: "Енергія та ентузіазм консервативної партії можуть бути найкращим чином використані на користь держави". Він виступив із критикою лібералів, висвітлюючи негативні наслідки реформи 1832 р. Ця промова суттєво посприяла майбут-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ній перемозі консервативної партії на виборах. Того самого 1872 р. Дізраелі, як лідер консервативної партії, виступив у Кришталевому палаці перед членами Національного союзу консерваторів і підтвердив свою концепцію, окресливши широке коло проблем британського суспільства, як може вирішити їх партія: зберегти національну церкву, зберегти та зміцнити роль монарха й палати лордів і покращити становище народу. Віртуозне володіння Дізраелі ораторським мистецтвом забезпечили йому успіх як політику, а вправність його в публічних виступах привела до перемоги консервативної партії на виборах.

Дізраелі впливав на людей магнетизмом свого інтелекту. Він був неперевершеним у мистецтві агітації. Його активна зовнішня політика привела до підпорядкування Індії Британській короні, відтак королеву Вікторію було проголошено імператрицею Індії. Дізраелі не дав французам заволодіти акціями Суецького каналу 1875 р., що підготувало встановлення англійської влади в Єгипті.

Палке, пристрасне, емоційне, наснажене тропами слово Дізраелі засвідчило його потужну громадянську позицію, патріотизм і волю до перемоги.

Сер ***Джозеф Остін Чемберлен*** – британський державний і політичний діяч, розпочав свою політичну кар'єру 1873 р. на посаді мера у рідному Бірмінгемі. Він швидко здобув репутацію радикала, відстоюючи соціалістичні ідеали. Перші його промови були спрямовані на приборкання залишків дискримінації нонконформістів у різноманітних сферах громадського життя, передусім у царині освіти. Він розвивав ідеї про безкоштовну й обов'язкову освіту, які були закладені в основу загальнонаціональної кампанії за реформу шкільної освіти, розгорненої в Англії 1860–1870-х рр. Ораторський талант і орієнтація на добробут пересічного англійця забезпечили Чемберлену стрімку політичну кар'єру.

Однак Чемберлен приділяв увагу не лише формі та змісту своїх виступів: його поведінка й зовнішній вигляд зробили неабиякий внесок у формування іміджу майбутнього прем'єр-міністра Великої Британії. Елегантного Чемберлена завжди відрізняли невимушеність, увічливість і зовнішній спокій. Він був утіленням аристократичної гідності й завжди зберігав гідність.

Консервативна партія, яка перебувала при владі під час англо-бурської війни (1899–1902), напередодні парламентських виборів

Видавництво Національного університету "Київський університет імені Бориса Грінченка"

розпочала потужну агітацію серед населення. Зіркою пропагандистської кампанії став Джозеф Чемберлен, який особисто виступав перед виборцями й активно підтримував своїх однопартійців. Піддавшись загальному настрою, Чемберлен, промови якого зазвичай відрізнялися інтелігентною вишуканістю, у цей період демонстрував вульгарну шовіністичну демагогію та невластиве йому "загравання з юрбою", але він знав, що робив: якраз такого виду виступів чекала від нього загітована громадськість. "Унаслідок необхідності Англія веде справедливу війну", – стверджував Чемберлен, переконуючи у цьому співвітчизників. Його фраза "Кожен голос, відданий проти уряду, є голосом, відданим бурам" стала гаслом цієї кампанії, у результаті якої кабінет лорда Солсбері зберіг владу попри активну кампанію ліберальної партії.

Програма протекціонізму в торгівлі з колоніями була викладена Чемберленом у промові, яку він виголосив 15 травня 1903 р. у Бірмінгемі. Ця ідея була підтримана англійськими діловими колами. Проте агітація Джозефа Чемберлена та його прихильників щодо створення митної стіни, яка б зробила Британську імперію монопольним ринком для британської індустрії, після довгої й наполегливої боротьби провалилася. Усупереч невдачам із програмою протекціонізму, своїми виступами Чемберлен досяг піку популярності, відтіснивши лідера партії лорда Солсбері: "Колись дотепний і сміливий діяч, тепер пасивно йде за Чемберленом, повторюючи його політичні погляди та ідеї", – стверджував "Вісник Європи".

Публічними виступами Джозеф Чемберлен здобув собі не тільки прихильність громадськості: він на деякий час став уособленням держави для народу. "У словах і діях Чемберлена відчував щось близьке та зрозуміле для себе навіть найскромніший мешканець Великої Британії, – писав "Вісник Європи", – і тому невдачі цього міністра видавалися англійськими невдачами, його успіхи – англійськими успіхами". *Усні комунікації Чемберлена були спрямовані на всі верстви, але насамперед на пересічних англійців, що забезпечило політику широкомасштабну підтримку й можливість реалізовувати власні програми. Стратегія ЗзГ Чемберлена цілком виправдалася – він увійшов до історії як славетний державний діяч, патріот, що вболівав за долю Великої Британії та її населення.*

Вибрані матеріали з "Університетської бібліотеки" Університетський центр "Університет для дітей"

Загалом для публічного мовлення та ораторської практики у Великій Британії протягом XIX ст. характерні виваженість, чіткість і ясність висловлювання, логіка, лаконізм, аргументованість, співмірність раціонального та емоційного, в реалізації яких чільне місце займали ідейна переконаність оратора, твердість його принципових позицій, культура мовлення.

5.2.3.3. Новаторство німецької риторики

Отто фон Бісмарк як публічний діяч звернув на себе увагу *не блиском, глибиною або оригінальністю своїх промов, а виключно тією формою, якою він наділяв свої ідеї, сміливістю, відвагою, надзвичайною впевненістю у кінцевому успіху своїх переконань*. Із першої промови, виголошеної ним у ландтазі 1847 р., надзвичайно яскраво виявили себе всі особливості вербальних прийомів, до яких він удавався дебатуючи з опонентами: дивовижна *своєрідність його ораторського темпераменту, пристрасність, поєднана з надзвичайним самовладанням, властивості та якості його потужного, рішучого єства тощо*.

Бісмарк не був природжений оратор, але мало хто досягав публічними промовами такого впливу, як він. Цей діяч анітрохи не дбав про красу мовлення, для нього важливо було висловити у всій повноті власну думку і здолати своїх опонентів. Жива уява допомагала йому знаходити надзвичайно яскраві та влучні образи. Стислі, але сильні тропи впливали більше, ніж розлогі красномовні промови. *"Єдність Німеччини буде досягнено не промовами, а залізом і кров'ю"; "Наш зв'язок із Німецьким союзом – хвороба, яку рано чи пізно доведеться вилікувати вогнем і мечем"* .... Усі подібні вирази містили цілу програму, і врізалися у свідомість мас.

Промови "залізного канцлера" ніколи не були сповненні "палкою" любов'ю до народу, а тим більше до людства, проте жоден видатний державний діяч не викликав своїм словом таких емоцій у народу як він. Із надзвичайним мистецтвом Бісмарк умів користуватися мовним арсеналом, зокрема тим, що надавала художня література: порівняння, вихоплені із трагедії Шекспіра, вірші Гете або Шиллера перетворювалися у Бісмарка на дошкульні фрази, що психологічно деморалізували його політичних опонентів; доволі часто іронічні фрази із лібрето до опер чи

Видавничий відділ навчально-методичного центру "Київський університет імені Бориса Грінченка"

комедійних творів перевтілювалось у зле глузування над їхніми ідеями та переконаннями.

Бісмарк від початку своєї політичної діяльності був нещадний до ворогів і активно виступав проти них із трибуни. Слово його бриніло презирством і ненавистю до всіх тих, хто не поділяв його політичного ідеалу абсолютної монархії. Коли він був на трибуні, його ніщо не бентежило, його не можна було залякати. Вигуки, свистання, образливі крики не могли змусити його замовкнути або зійти із трибуни. Він залишався спокійним, повним самовладання, і замовкав, поки шум не стихав і він мав можливість знову продовжувати промову.

Його опоненти пропагували, агітували, різним іншим чином впливали на громадську думку, він робив те саме, не нехтуючи жодними засобами: *писав статті, з'являвся на громадських зборах, виголошував промови, вступав у палкі дискусії*. Як політик і дипломат Бісмарк не просто *представляв свої погляди, а "доводив їх до логічного завершення і виголошував з такою безстрашністю та одкровенням, що шокував своїх однодумців ..."*.

Відомо, що для успішної міжкультурної комунікації однаково значущі знання як культурологічного, так і лінгвістичного аспекту комунікації. *Тексти публічних виступів* у цьому контексті цікаві тим, що вагоме місце у їхній текстовій канві займали категорії модального плану, до яких належить і категорія оцінювання. Виявлення об'єктів оцінювання у структурі тексту й аналіз найбільш частотних мовних засобів для вираження оцінювального значення у результаті дає *уявлення про ораторське мистецтво автора, його майстерність публічного виступу*. Це допомагає з'ясувати, як на вербальному рівні політичному діячеві вдавалося ефективно впливати на аудиторію з метою досягнення бажаного успіху.

У композиційному плані промови Отто фон Бісмарка чітко структуровані. Відповідно до концепції Е. Н. Зарецької, вони містять усі суттєві компоненти: установлення контакту (звернення); обґрунтування головної думки (називання теми, розповідь, опис, доказ, спростування, відозва); висновок (підсумок, перспективи). Проте їхня наповненість могла варіюватися й набувати своєрідного вираження. Зокрема, типовим для його промов була відсутність традиційного звернення до аудиторії на початку виступу. Однак він *тримав постійний контакт із ауди-*

торією, звертаючись до неї під час виступу. Бісмарк доволі часто *ідентифікував себе зі слухачами*: "Ich und Sie" "Wir alle". Він постійно *використовував імперативні пропозиції, закликаючи аудиторію до активного осмислення змісту промови.* Цікавим прийомом установлення контакту з аудиторією на початку промови було *звернення Бісмарка до попереднього виступу, до попереднього оратора. Тим власне він використовував уже створене занурення аудиторії в подану проблему і виходив на прямий контакт зі слухачами*.

Аналіз структури та змісту політичних промов Отто фон Бісмарка загалом, свідчить, що практично в кожному композиційному компоненті його промов присутні *яскраві оцінні ситуації*, де суб'єкт оцінювання вважає, що об'єкту оцінювання притаманні певні якості. Категорія оцінювання, що реалізується в оцінювальній ситуації, служить для вираження ставлення мовця до реального світу, а також для емоційного опису фактів, подій, реалій навколишньої дійсності. Оцінне висловлювання націлене на залучення уваги аудиторії до ситуації (проблеми). Воно дозволяє зрозуміти позицію або реакцію промовця, якщо навіть той не дає достатньої інформації про це. До прикладу, темою публічного виступу "Die deutsche Einheit" – "Німецька єдність" (03.12.1850 р.) була Ольмюцька угода, на захист якої Бісмарк виступив, уважаючи за необхідне на той момент відмовитися від війни, залишивши на якийсь час ідею об'єднання Австрії та Пруссії, зберегти мир і стабільність усередині країни. Як об'єкти оцінних ситуацій виступили: воєнний час, війна, масштаби війни та її наслідки, прусська армія, честь армії тощо. Політична промова Бісмарка "Die europäische Lage" – "Загальний стан речей в Європі" (06.02.1888) була присвячена обговоренню законопроєкту щодо зміцнення військових сил Німеччини. Мета виступу – отримати підтримку з боку уряду. Як об'єкти оцінних ситуацій виступали: ситуація в Європі, взаємовідносини із Росією, Францією, преса Франції, договір між Австрією та Пруссією, військові сили Німеччини, імператори Росії, Франції, Німеччини.

Оцінні висловлювання в публічних політичних промовах Отто фон Бісмарка – яскраві, влучні, виразні. Вони становлять *контамінацію експресивно-лексичних і експресивно-синтаксичних мовних засобів.* Найбільшу частотність мають: *лексико-граматичний повтор; метафоричне словосполучення і пропози-*

ція; конструкції експресивного синтаксису: риторичні питання, антитеза. Завдяки цим конструкціям Бісмарку вдавалося яскраво виділити об'єкти оцінювання й надалі об'єднати їх в одну оцінну ситуацію для подання проблеми, що викладається у промові, уважає Л. Н. Балаганіна, із судженнями якої ми згодні і в подальшому щодо публічних політичних промов Бісмарка.

У політичних промовах Отто фон Бісмарка виявляється часте використання *лексико-граматичного повтору*, суть якого полягає у варіаціях як лексичних, так і граматичних конструкцій. Повтор є не тільки засобом вираження оцінного значення, а й прийомом акцентування оцінного сенсу з метою логічного та емоційного впливу на слухача. Повтор надає оцінним висловам більшої переконливості, набуває вагомості, сприяє осмисленню та сприйняттю тексту виступу, насиченню високою емоційністю. Оцінювання планованої війни у другому з вищенаведених прикладів виражена за допомогою лексичного повтору з різним синтаксичним поширенням, створює враження, що вся політична промова – це одна велика оцінна ситуація, об'єктом якої є війна. Бісмарку протягом усього виступу вдавалося утримати тим самим слухачів у межах незгасного інтересу до основної теми своєї промови.

Одиницями *повтору у промовах* Бісмарка були *слова, словосполучення, синтаксичні конструкції*. Зауважимо, що більшість повторів мали *анафоричну структуру*. Це надавало більшої переконливості його словам, поглиблювало смисловий бік промови, виділяло основне поняття. Цікавим у використанні Бісмарком повторів був *перехід до антитези*, коли в межах граматичного повтору протиставлялися лексичні одиниці, а також використання *синонімічних повторів*.

Бісмарк включав лексико-граматичні повтори і до складу *риторичних запитань*, що дозволяло йому зосередити й утримати увагу аудиторії на оцінюванні певного об'єкта.

До вживаних засобів вираження оцінного значення слід віднести і *метафору*, передусім, *метафоричні словосполучення та метафоричні пропозиції*. За твердженням І. М. Кобозевої, метафора в політичних текстах виконує "інтерактивну функцію згладжування найбільш небезпечних політичних висловлювань, які зачіпають спірні політичні проблеми, мінімізуючи відповідальність промовця за можливу буквальну інтерпретацію його думки адресатом". Ме-

Видавничий центр "Університетський"

тафора дозволяла Бісмарку експресивно уявити оцінну ситуацію і водночас пом'якшити суть оцінювання. Оформленню оцінних ситуацій у промовах Бісмарка служили і *парантетичні внесення*, які дозволяли йому обґрунтувати, поглибити оцінювання, донести його до аудиторії у правильній інтерпретації.

Метою обґрунтування й поглиблення оцінної ситуації служив і такий улюблений прийом Бісмарка, як *цитування*. Він часто цитував німецьку пресу без вказівки автора, обмежуючись заголовком статті. У таких випадках цитата була основою для подальших міркувань і оцінювань об'єкта промови.

Цікавим видається, на наш погляд і те, що Отто фон Бісмарк часто *цитував* свої *власні висловлювання*, розгортаючи їхню інтерпретацію у новій комунікативній ситуації.

Проведене дослідження публічних політичних промов Отто фон Бісмарка не претендує на вичерпний опис усіх мовних засобів, які засвідчили б цінність композиційно-змістовної структури їхніх текстів. Однак вони дають уявлення *про мовний і національний колорит політичних виступів Бісмарка та про його ораторську майстерність, володіння ним основами риторики тощо*.

Блискучі *афоризми цього діяча*, майстром яких він, безсумнівно, був – ще одне свідчення його ораторської майстерності. Короткі влучні оригінальні вислови Бісмарка, що виражали узагальнену думку у виразній, легкій для запам'ятовування формі, досягали найвищої концентрації безпосереднього повідомлення й того контексту, у якому думка сприймалася слухачами. Бісмарк збагатив світ фразами, що стали крилатими. Найвідоміші з афоризмів цього політика були і є популярними як у Німеччині, так і за її межами. Ось деякі з них: "Революцію готують генії, здійснюють фанатики, а плодами її користуються пройдисвіти"; "Політика є мистецтвом пристосовуватися до обставин і отримувати користь із усього, навіть з того, що не до вподоби"; "Свобода – це розкіш, яку не кожен може собі дозволити"; "Вчися так, ніби ти будеш жити вічно; живи так, ніби тобі доведеться померти завтра"; "Ніколи стільки не брешуть, як під час війни, після полювання і до виборів"; "За будь-яку доручену справу має відповідати одна і лише одна людина"; "Всі ми – народ, і уряд – теж"; "Дурість – дар божий, але не слід ним зловживати"; "Навіть переможна війна – це зло, яке має бути при-

Видання містить графічний цвір "Живе" Університет Вернадського

пинено мудрістю народів"; "Життя навчило мене багато прощати, але ще більше – шукати прощення"; "Дурні кажуть, що вони вчаться на власному досвіді, але краще вчитися на досвіді інших"; "Коли хочеш обдурити весь світ – говори правду".

Бісмарк як один із видатних політиків-ораторів залишив гідну уваги спадщину. Його промови – взірець того, як силою духа, розумом і цілеспрямованістю він став "головним винуватцем" створення могутньої Німецької імперії, зміцнив її економічне й політичне становище на світовій арені та міцно тримав у своїх руках протягом декількох десятків років. Ставлячи на перше місце інтереси своєї країни, він умів правильно визначати пріоритети й послідовно домагатися визначених цілей. Прекрасно усвідомлюючи масштаб власної особистості, "залізний канцлер" не дбав про миттєву популярність. Отто фон Бісмарк донині залишається одним з найбільш шанованих історичних діячів, який умів і словом і ділом впливати на публіку й формувати громадську думку.

5.2.4. Інформаційно-психологічні війни – технологія ЗзГ

5.2.4.1. Інформаційно-психологічна майстерність Наполеона Бонапарта

Поширення маніпулятивних технологій, що впливали на громадську думку в XIX ст., насамперед пов'язують із постаттю Наполеона Бонапарта, який виявився мистцем інформаційно-психологічних війн (далі – ІПВ).

Виступивши як політичний діяч і державець на тлі здобутків Великої французької революції, яка сприяла глибинним демократичним прагненням, збудила енергію та самосвідомість народних мас, Наполеон зрозумів, що умови ведення воєн докорінно змінилися передусім тому, що в політичному житті зросло значення морального духу народу та армії. Як жоден інший полководець минулого, Наполеон підпорядкував воєнно-стратегічним цілям буквально всі доступні тоді *способи апелювання до громадської думки, насамперед пропаганду*. Основна різниця між пропагандою періоду Революції та пропагандою

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт для друку

Консульства і Першої імперії полягала в тому, що перша робила акцент на ідеали Революції, боротьбу ідеологічного характеру, а друга служила інтересам лише однієї людини – Наполеона Бонапарта – і створеної ним держави.

Приймаючи командування армією Італії, Бонапарт не міг передбачити, що з часом він стане імператором Франції. Найімовірніше, перші думки про повалення Директорії у нього виникли під кінець Італійського походу після низки блискучих перемог. Він чітко розумів: на відміну від старих європейських династій, що сиділи на тронах "божою милістю", легітимізацією його влади були воєнні перемоги й підтримання французького народу, яка більшою мірою залежала від цих перемог. У червні 1813 р. Наполеон у розмові із Клеменсом Меттерніхом зауважив: "Ваші державці, народжені на троні, не можуть зрозуміти почуттів, які мене надихають. Вони повертаються переможеними у свої столиці, і для них це все не має значення. А я солдат, мені потрібні честь і слава, я не можу виглядати приниженим перед моїм народом. Мені потрібно бути величним і гідним. Це викликає захоплення".

Для зміцнення своєї диктатури він підніс *цілеспрямований вплив на громадську думку до рівня високої державної політики.* Щодо цього він не раз висловлювався у колі своїх однодумців. Зокрема, у квітні 1800 р. в одній із бесід Наполеон зазначив: "Громадська думка – це кінь, інколи вередливий, якого я намагаюся приборкати". У червні 1804 р. на засіданні Державної ради Бонапарт висловився стосовно інформаційно-психологічних намірів чітко: "Ми повинні керувати громадською думкою". Тобто він розумів, яку силу таїть громадська думка і що не можна процес її формування пускати на самоплив.

Блискучі якості полководця, лідера й організатора у військових і державних справах, воля та влада, а також розуміння ролі громадськості, які Наполеон уміло застосовував на всіх етапах своєї діяльності, дозволили йому досягти політичного та державного успіху. Наполеон Бонапарт уважав, що потрібно свідомо керувати громадською думкою і жорстко робив це за допомогою ***дезінформації, заборон, цензури, пропаганди,*** що були, як і нині є, ***потужними засобами інформаційно-психологічного впливу на суспільство***.

Уже на початку XIX ст. у французьких підрозділах логістики з'явилась перша у військовій історії ***штатна структура інфор-***

Видавництво Національний університет "Київський авіаційний інститут" Вернуться до друку

маційно-психологічної дії. Такою установою можна назвати ***мобільну друкарню армії*** Наполеона, що супроводжувала його штаб майже в усіх кампаніях. У цього полководця був значний ***досвід використання преси стосовно впливу на цільову аудиторію з метою маніпулювання*** нею у бажаному напрямі. Такі його методи не раз сприяли досягненню політичних, військових і власних цілей. У кожній із воєнних кампаній він створював осібний, *спрямований на певну цільову аудиторію орган преси.* Зокрема, під час складного, але успішного походу до Італії він, прийнявши головнокомандування над переможеною армією став видавати газету "Кур'єр італійської армії", а в наступній своїй кампанії – в Єгипті – Наполеон аналогічно заснував газету за назвою "Єгипетський кур'єр". (Детальніше про це йшлося у розд. 2.2.1.).

Преса та ***друк*** давали можливість оперативно та на широкі кола аудиторії поширювати ***прокламації, листівки пропагандистського змісту, звернення, відозви,*** які виправдовували перед співвітчизниками завоювання закордонних держав, перетворювали французів із загарбників на союзників або визволителів. Преса використовувалася, також, для поширення ***дезінформації, уведення в оману.*** Практикував Наполеон і ***випуск фейкових газет***, зокрема в Парижі випускав псевдоанглійську газету, яку сам і контролював.

Як уже зазначалось, незважаючи на те, що під час військових кампаній саме ***преса*** неодноразово сприяла перемогам, у мирному Парижі Наполеон упровадив ***нищівну щодо свободи слова політику.*** Після "Консульського указу про газети" від 17 січня 1800 р. 60 газет із 73 було закрито. Одна з них після цієї події опублікувала сатиричний "Некролог": "28 січня, об 11 годині ранку, різні газети, що страждали на запалення, померли у розквіті сил від небезпечної епідемічної хвороби… Оскільки небіжчики померли раптово, то не мали часу оформити заповіт; їхній спадок по праву переходить до тих тринадцяти, які залишилися живими". Редактори, типографи та журналісти переслідувалися, редакції й видавництва обкладалися 72 додатковими податками. Через 11 років у Парижі лишилося всього чотири щоденні газети і єдина офіційна – "Moniteur Universel".

Щодо ***цензури*** Бонапарт упровадив воістину ***фарисейську систему***: формально її не було і навіть стверджувалося, що це справа ганебна. Попри це ***переслідування редакторів газет*** були

Видавничий центр "Університет Дмитра Моторного"

настільки жорсткими, що вони самі боялися як про щось зайве сказати, так і про щось важливе змовчати. Посада ***редактора-цензора*** прирівнювалась за функціональністю до поліцiянта.

Преса стала для Наполеона потужним інструментом ведення ІПВ, фактично її ефективною зброєю.

Неабиякий інтерес становить загалом ***інформаційна політика*** Наполеона на вітчизняних теренах. Він уважав, що всією повнотою інформації про найзагальніші відомості стосовно подій, які відбуваються у країні, мають володіти лише представники вищих верств влади – особисто Бонапарт і порівняно невелике коло еліти. На його думку, правильно зрозуміти цю інформацію й розпорядитися нею можуть лише вони. Імператор Франції наголошував, що *інформаційні потоки необхідно контролювати та спрямовувати у потрібне річище*, без цього державець приречений на невдачу. Він розгорнув ***консолідуючу пропаганду***, тобто використав усі методи ідеологічного впливу і контролю для закріплення особистої диктатури й військових завоювань, зокрема створив розгалужену, *добре організовану поліцейсько-цензурну мережу, яка повинна була обмежувати поширення інформації.*

Наполеон уважав, що для широкої публіки *інформацію необхідно ретельно ревізувати*. Але робити це треба у такий спосіб, щоб створити у населення певні *стереотипи, в основному соціально-політичного характеру, які виправдовують чинний режим.* У межах цих стереотипів і формувалося мислення громадськості, відбувався її соціально-політичний розвиток.

Наполеон Бонапарт надзвичайно уважно ставився до ***питань організації ІПВ на супротивника і вороже населення***. "Моральний чинник співвідноситься із матеріальним як три до одного", – говорив він своїм маршалам. Для деморалізації та завоювання супротивника Наполеон насамперед використовував *можливості преси*, а побіжно – і інші *можливості друку*.

В італійській та австрійській кампаніях 1804–1807 рр. Наполеон уміло використав ***газети й кореспондентів нейтральних держав*** (Швейцарії, Англії) для *дезінформування* стосовно дислокації власних військ. Із цією метою він створив ***резервний корпус*** на швейцарському кордоні, де постійно "губилися" ***таємні документи***.

У воєнних кампаніях 1804–1807 рр. надзвичайно ефективно використовувалась така форма ІПВ, як ***розповсюдження фаль-***

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вечірня і заочна форми

шивих друкованих грошей *з метою порушення системи матеріального забезпечення* німецьких і австрійських *військ*. Заохочувався ***перехід у полон,*** поширювалися ***прокламації іноземними мовами,*** розраховані на ворожий контингент.

Для завоювання Росії Наполеон інтенсивно використовував не лише *економічні та військові ресурси підвладних йому європейських країн, але й можливості* ***зарубіжної преси***. Перед війною з Росією, коли Наполеону було конче необхідно виправдати свій похід, у Франції та інших європейських державах формувалася думка про Росію як агресора, а про російський народ – як варварів, що прагнуть знищення європейської цивілізації. Таким чином, Наполеон намагався подати свою агресію як превентивний захід щодо захисту західноєвропейської цивілізації від Росії у її прагненні панувати у світі. Цим він шукав собі підтримку в усій Європі, додавав війні загальноєвропейського характеру.

Велику увагу Наполеон приділяв ***удосконаленню прийомів дезінформування; досить часто він уводив в оману стосовно своїх задумів,*** або ***щодо чисельності його армії.*** Полководець навіть віддавав ***накази*** главам держав, щоб підвладна їм преса заплутувала ворога ***неправдивими відомостями***. Ось, наприклад, які розпорядження він давав із Москви австрійському, баварському та вюртембергському монархам: "Я не лише бажаю, щоб посилалися підкріплення, а я також бажаю, щоб відомості про ці підкріплення чимало перебільшувалися і щоб ви, як державці, змусили свої газети друкувати відомості про велике, удвічі більше, ніж насправді, число моїх військ". Звичайно, що така стратегія мала вплив на громадську думку у ворожому таборі, вселяла страх, деморалізувала.

Окрім наказів, важливу пропагандистську роль відігравали ***маніфести, звернення до місцевого населення***, а також різні ***листи*** та ***звернення до місцевих впливових діячів***.

Щоб впливати на громадську думку у стані противника, у період наполеонівських воєн широко застосовувався ***підкуп іноземної преси***. Відомо, що Наполеон намагався використати її у військових діях проти Англії. Зокрема, 1802 р. англійська розвідувальна служба повідомила з Парижа інформацію про те, що агент Наполеона Ф'єв вирушив до Англії зі спеціальною місією – знайти підхід до редакторів англійських газет для того, щоб вони бажаним чином

подавали інформацію, а з цією метою запропонувати їм постійні гонорари й тим забезпечити собі канали впливу на населення в інтересах Франції. Ця спроба Бонапарта створити психологічний плацдарм в англійській громадській думці зазнала поразки через пильність британських розвідувальних служб.

Ефективність засобів інформаційно-психологічної війни Наполеона була доволі високою. Це пояснюється не лише майстерністю й оперативністю впровадження методик і тактик, але використанням відверто ***маніпулятивних технологій неетичного контенту***. Однією з них була така, що нині має назву ***"чорний PR"***. Зокрема перед війною 1812 р. з метою виправдання походу на Росію французькому історику Лезюру було замовлено написання книги, в якій як програма завоювання сусідніх європейських держав описувалася ***історична фальшивка*** – так званий "заповіт Петра I". Відомо також, що під час російської кампанії через дипломатичні канали були поширені ***чутки*** про підкупність генералів російської армії німецького походження Барклая де Толлі, Вітгенштейна, Тотлебена, чим штаб Наполеона на стратегічному рівні успішно здійснив заходи щодо ***дискредитації*** найвищого командування російської армії в початковий період війни. У результаті усунення скомпрометованих генералів і старших офіцерів від командування на період розслідування було суттєво послаблено управління військами, на що вказує багато дослідників цього періоду.

Особливо активними були ***зусилля пропагандистського апарату*** Наполеона ***щодо тих країн, із якими йшла війна або які належало ще завоювати***. Підвладна йому європейська преса здебільшого замовчувала найважливіші події суспільно-політичного життя, натомість рясніючи повідомленнями, які перебільшували успіхи французів і спотворювали реальний стан справ у ворожому таборі. Деколи це були очевидні ***фальсифікації***, інспіровані особисто імператором. За його ж наказом у зарубіжних країнах поширювалися тисячі ***памфлетів, брошур, листівок***, а у "Великій армії" у кожній кампанії регулярно видавалися офіційні ***бюлетені*** – першоджерела військово-політичної інформації, які активно розповсюджувалися. І все це мало на меті ***підняти дух військ, деморалізувати та пригнітити супротивника, увести його в оману*** неправдивими новинами, привабити на свій бік мирних жителів, уселити їм уявлення про

велич французької армії і таким чином ще до завершення військових дій прокласти шлях до перемоги.

У ***зовнішньополітичній пропаганді***, розрахованій не лише на Францію, але й у цілому на Європу, він ***прагнув сформувати громадську думку, сприятливу для своєї держави***. Відразу після приходу до влади Наполеон зробив *низку* ***багатообіцяючих заяв*** *щодо найшвидшого припинення воєн.* 25 грудня 1799 р. він надіслав англійському королеві й австрійському імператорові звернення із пропозицією почати ***мирні перемовини***. Як зазначає авторитетний французький історик Альберт Манфред, "це був вірно розрахований крок", оскільки вся Європа прагнула миру. Населення Франції теж бажало цього: "Узявши на себе ініціативу мирних пропозицій, Бонапарт не лише вигравав у громадській думці своєї країни, а й у судженнях передових людей за межами Франції. Він перекладав відповідальність за все подальше на інших" [19]. Для Наполеона було дуже важливо, щоб у суспільстві вважали порушником миру перед кожною війною не його, а супротивника.

Наполеон ***ретельно й обдумано підходив до мотивації*** *в очах громадської як вітчизняної, так і зарубіжної, кожної воєнної кампанії*, утім як і кожного вчинку державно-політичного значення. ***Його інформаційно-психологічна стратегія була заздалегідь оптимізована на цілком конкретну аудиторію,*** яка була ключовою на той час на політичній арені в сенсі формування громадської думки. Тобто Наполеон часто діяв на випередження як цілком майстерний пропагандист, що доводить, зокрема, його налаштування до війни 1812 р.

Французька пропаганда стверджувала, що місія французької армії – врятувати Європу від "російських варварів". Готуючись до війни з Росією, Наполеон приділив велике значення ***ідеологічній підготовці*** до вторгнення. Він чудово розумів, що *правильно дібрані слова* можуть суттєво вплинути на бойовий дух солдатів, їхню вірність і відданість. Навесні 1812 р. у Парижі було видано книгу "Про зростання російської могутності від початку і до XIX століття". Її авторство приписується історику й публіцисту Шарлю Луї Лезюру, адже деякі дослідники вважають, що Наполеон особисто брав участь в її написанні. Книга активно поширювалися серед солдатів і офіцерів Великої армії, які *сприймали свій похід не як загарбницький, а як справедливий, навіть рятівний*. У книзі також була озвучена теза

щодо ворога: "Найбільш небезпечним є той народ, що загартований варварством і дисциплінований ярмом рабства. Він більше підходить для завоювань і спустошень, ніж для оборонних воєн, нечутливий до смерті і до нещастя…". Завдяки такому ідеологічному впливу у французів склалося уявлення про російське військо. Розпочинаючи війну, вони усвідомлювали свою істотну перевагу над супротивником, були впевнені у своїх силах та вірили у свою "місію". *Вплив Наполеона на суспільну думку* не *зменшився навіть після його поразки; образ імператора стали романтизувати.*

Надзвичайно потужним *засобом інформаційно-психологічного впливу*, до якого доволі часто вдавався Наполеон, були ***відозви – публічні заклики, звернені до широких мас населення.***

Ще на початку своєї першої кампанії в Італії Наполеон для піднесення духу своєї 45-тисячної армії, що значно поступалася за чисельністю противникові, відчувала гострий брак провіанту та обмундирування, опублікував низку ***відозв***. Їхніми адресатами були не лише війська, але й широка публіка як у французькому тилу, так і на завойованих територіях. Ось текст однієї з його перших відозв після завоювання Італії, в якій Наполеон *звернувся осібно до кількох цільових аудиторій*: "Солдати, з вершин Апеннін ви зринули, як потік, змітаючи на своєму шляху все, що намагалося вам протистояти. Хай тремтять ті, хто заніс над Францією зброю громадянської війни; година відплати настала. Але хай народи завойованих країн будуть спокійні. Ми – друзі всіх народів і особливо нащадків Брута та Сципіонів... Вільний французький народ, шанований усім світом, принесе Європі гідний мир". Це був лейтмотив усіх наступних наказів, маніфестів, відозв і газетних публікацій Наполеона, який би новий регіон він не завойовував.

Перший італійський похід Наполеона Бонапарта – надзвичайно важлива геополітична подія, яка стала одним із факторів формування карти сучасної Європи. І роль Наполеона у цьому питанні – неабияка. Ця кампанія, у якій Бонапарт виступав як генерал республіканської Франції, стала поштовхом до подальшого *розвитку* ***особистості та політичної позиції*** *майбутнього імператора*. Постать Наполеона мала виключне значення для освічених людей початку XIX ст.

П'ять відозв належать до періоду Першого італійського походу 1796–1797 рр., що був частиною війни, яку республіканська Фран-

ція протягом п'яти років провадила проти коаліції європейських держав. Ця війна значно послабила позиції Австрійської імперії. Саме тоді молодий генерал Бонапарт почав творити велику французьку армію, тоді повною мірою розкрився його дар як полководця, а власне кампанія згодом стала класичним зразком стратегічного мистецтва. Тогочасні *звернення Наполеона до армії прекрасно окреслюють його мету, що полягала у відновленні військової структури Франції та заохоченні солдат до нових завоювань*. Твердо переконаний у тому, що армія мусить годувати себе сама, він звернувся до неї перед початком походу на Італію знаменитими словами, які нерідко цитують і сьогодні:

"Солдати! Ви голі, вас погано годують, казна вам багато винна, але платити їй нема з чого. (…) Я прийшов вести вас на найплодючіші у світі долини…" Це – перше звернення Бонапарта, яке він випустив після прийняття командування Італійською армією наприкінці березня 1796 р. Далі один за одним ідуть ще *чотири звернення* Бонапарта до військ та італійського народу, які він виголошував протягом 1796 р.

Публічні звернення молодого генерала містили заохочення, пояснення, нарікання та подяки – прості інструменти спілкування полководця з армією, уміло володіючи якими Наполеон зміг створити краще військо в сучасному йому світі. Але відозви поширювалися не лише серед солдатів Великої армії, Бонапарт чудово розумів, наскільки важлива підтримка всього французького народу. Тому він доклав значних зусиль для того, щоб ***відозви*** *розповсюджувалися ще і серед цивільного населення*. Наполеон активно сприяв поширенню такого роду військової інформації за допомогою публікацій у газетах, листівок, які передавали з рук у руки.

Під час єгипетського походу він усвідомлював, що там йому буде дуже важко виступати в ролі полководця – місіонера революції, свободи й незалежності, як це було в Італії. Тож Бонапарт запрагнув ***визначити характер аудиторії***, до якої йому належало звертатися зі своїми ***закликами та відозвами***. З огляду на ситуацію та розташування місцевих сил, він зробив вибір і вирішив звертатися до феодальної верхівки єгипетського суспільства, маючи на меті впливати на неї як на носія націоналістичного духу. Також він намагався у своїх зверненнях ураховувати

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

інтереси релігійної верхівки, адже її роль у житті аутентичного населення з давніх часів була першорядною. Таким чином Бонапарт шукав союзництва із сильними світу на суто національних теренах, апелюючи до їхньої самосвідомості, при цьому врахувавши специфіку й особливості менталітету звойованого народу. Тож цілком очевидно, що *відозви і заклики Наполеона залежно від обставин були спрямовані на певну іноземну аудиторію, яка становила пропагандистський інтерес*.

Інформаційно-психологічна пропаганда Наполеона спрямовувалася *практично на всі цільові групи країн, що становили для нього стратегічний інтерес*. Слава щодо непереможності Великої армії, тобто її PR (!), летіла попереду війська. Наполеон увійшов до Вільно без жодного опору з боку місцевого населення, його з повагою зустріла польська шляхта. У місті було створено комісію для управління країною. Вона оприлюднила відозву, покликану переконати поляків перейти під прапори французів: "Поляки! Ви служите під російськими прапорами. Ця служба була вимушеною, доки у вас не було Батьківщини. Але тепер усе змінилося. Польща воскресла, і тепер треба воювати заради її повного відновлення, заради того, щоб змусити росіян визнати права, яких ви були позбавлені несправедливістю та силою. Генеральна конфедерація Польщі й Литви відкликає всіх поляків з російської служби. Польські генерали, офіцери, солдати, прислухайтесь до голосу Вітчизни: залиште знамена ваших гнобителів, поспішайте до нас, щоб стати під прапором Ягеллонів, Казимирів, Собєських! Про це просить вас Батьківщина, велять честь і релігія!". Його патріотично концептуалізований заклик був почутий. У липні 1812 р. у Литві було створено Тимчасовий литовський уряд, сформовано національну гвардію, жандармерію, гвардійський уланський полк, чотири піхотні та п'ять кавалерійських полків. У результаті в армії Наполеона воювали понад 120 тис. поляків.

Французи *приділяли увагу кожній відозві, зверненій до солдатів Великої армії, та обов'язково давали на неї свою* ***відповідь***. У такий спосіб вибудовувалася *двостороння комунікація, утворювався своєрідний діалог.* Подекуди він набирав форми ***полеміки.***

Не залишались поза увагою пропагандистів Наполеона звернення вороже налаштованих армій до ймовірних союзників. На-

Видавничий центр "Київський університет"

приклад, відозва російського командування справила яскраве враження на жителів Німеччини. Заклики до переходу під прапори російської армії та вступу до російсько-німецького легіону, а також плани звільнення німецьких земель та їхні об'єднання знаходили відгуки в серцях солдатів і німецьких патріотів.

Французьке командування відразу вступило у ***контрполеміку***. У невеличкій замітці з Лондона, передрукованій у російському журналі "Північна пошта", ішлося: "Паризькі відомості та французькі військові журнали наповнені *безліччю відповідей і заперечень на давно відому відозву* російського головнокомандувача до німців". За наказом Наполеона було складено *"Відповідь німця"*. Її автори прагнули нейтралізувати проголошену у відозві ідею політичної незалежності німецьких земель унаслідок союзу з Росією. На перший план вони висунули розбіжності між Німеччиною та Росією, союз із якою начебто і породив усі біди на німецькій землі. Викривалися кріпосницькі порядки у Росії як ганебні й негуманні. Французькі пропагандисти вказували на "жахи анархії", "факели розбійників", "мечі катів", які нібито були приведені в дію російською відозвою проти європейських династій.

Відозва до французьких солдатів також не залишилась непоміченою Наполеоном. Відповідь на неї, складена ймовірно Наполеоном особисто, була опублікована 25 липня 1812 р. у "Journal de I'Empire" під назвою *"Відповідь французького гренадера"*. Учасник війни 1812 р., російський історик Олександр Михайлівський-Данилевський, зазначав: "Наполеон велів *надрукувати в газетах відповідь на відозву, що містила низку невигідних на нашу адресу зауважень*". У своїй "відповіді" Наполеон кілька разів підкреслив, що солдат Франції – "вільний" і що "він кориться тільки честі й закону". Цьому протистоїть "кріпацтво та рабство" Росії, "скотиняче існування" російських солдат, основою дисципліни яких є "страх, але не честь і гідність". Солдати Великої армії повинні бачити свій обов'язок у тому, щоб знищити "рабство в Російській імперії", "відновити права її підданих, коли кожен селянин стане громадянином держави, паном своєї праці й більше не буде власністю свого господаря, подібно бику або коню". Ідея, якою Наполеон мотивував свій похід на Росію, була не загарбницька, як це описували по-

Видавничий центр "Київський університет"

над два століття в російській історіографії, а суспільно-визвольна, гуманістична, що мала соціально значущу мету.

До відозви росіян, яка була звернена до італійських солдатів, було вирішено також написати відповідь. Згідно зі свідченнями лейтенанта Ложе, складалася вона особисто офіцерами й була опублікована в кількох варіантах. Французькі солдати передавали її на передові позиції росіян. Ось як вона звучала: "Російські солдати! Італійські солдати дивуються, як ви могли хоча б на хвилину подумати, що їх можна спокусити будь-яким чином, адже вони завжди незмінно слухають голос честі та ніколи не втратять власної гідності".

Полеміка у відозвах *була потужним пропагандистським засобом, що формував громадську думку в цілеспрямовано вибраної аудиторії та мав бажаний PR-ефект.*

Ведучи мову про відозви як засіб інформаційно-психологічного впливу, активно використовуваний Наполеоном, варто згадати і про ті, що були складені, коли доля йому зрадила, але він не зрадив Велику армію, Францію, її народ. Прощаючись з Імператорською гвардією після зречення у Фонтенбло 20 квітня 1814 р., Наполеон звернувся до них такими словами: "Генерали, офіцери, унтер-офіцери і солдати моєї старої гвардії! Я прощаюся з вами. Перебуваючи у розлуці з армією, я тішитимусь надією незабаром побачитись з вами, у боротьбі проти нових небезпек. Ми завжди будемо утримувати те місце, яке уряд надає армії, будемо гідні свободи та йменння французів. (…) Останні двадцять років я був задоволений вами, я завжди знаходив вас на шляху слави. ……Зброя всієї Європи проти мене… Франція звертає на інший шлях. З такими хоробрими і вірними людьми я міг би провадити громадянську війну три роки, але зробити Францію нещасною – це не моя мета. (…) Не плачте через мій відхід; я завжди буду щасливий лише тому, що ви є. Я міг би померти, нема нічого простіше для мене, але я звик завжди йти дорогою слави. Я ще мушу описати все те, що ми зробили. Я хотів би обійняти усіх вас, але обійму вашого генерала… (…) Прощавайте, діти мої! (…) Збережіть пам'ять про мене…". Слова, сповнені болю й печалі, але скільки в них патріотизму та гідності! Цей текст було опубліковано у виданні "Nouvelle relation de l'intineraire de Napoleon de Fontainebleau a l'ile d'Elbe, rédigé par le comte de Waldburg-Truchsess" у Парижі 1815 р.

Наполеон – людина величезної політичної волі та стратегічного розуму – усвідомлював також ***інформаційно-комунікаційний потенціал образотворчого мистецтва*** й того, що сьогодні узвичаєно іменувати ***"персональне іміджетворення",*** чимало дбав про свій ***імідж*** і був чудовим майстром ***власного брендингу***. Це теж були своєрідні технології ІПВ, про що ітиметься далі.

Відтак Наполеон Бонапарт відіграв істотну роль у розвитку інформаційно-психологічних технологій та їхніх комунікацій. Серед його *інноваційних технологій* ІПВ, які варто вважати предтечею PR, виокремлюються такі: видавав *газети,* які виконували пропагандистську роль як на вітчизняних теренах, так і за кордоном; умів *раціонально визначити й оцінити цільову аудиторію*, що забезпечувало ефективність ІПс впливу; *орієнтував пресу на цільову аудиторію*; створив *бюро з контролю за громадською думкою*; поширював *відозви* в армії та серед цивільного населення; створив *мобільні друкарні*; використовував *бюлетень* як нову технологію інформування; започаткував *батальний живопис* і *монументальний портретний живопис*; організовував *військові паради* – публічні демонстрації могутності армії; займався *створенням власного іміджу*.

Очевидно, що Наполеон був не лише талановитим державцем, військовим стратегом і майстерно вдавався до ефективних політичних та воєнних тактик, але й умів побудувати ефективним чином інформаційну політику, удавався до пропаганди та інших інформаційно-психологічних засобів впливу на громадську думку, використовуючи їх як інструмент ЗзГ. Безумовно, постать Наполеона сильно змінила суспільну, політичну та військову думку всієї Європи. Історична персона Наполеона, вплив його особистості є актуальними і до сьогодні.

5.2.4.2. Паризька комуна – політичний переверт із сумнівним PR

Революційний уряд Парижа, що невдовзі після укладення перемир'я із Пруссією під час Франко-прусської війни установив самоврядування, яке тривало 72 дні, отримав в історії назву Паризька комуна. Також цим терміном називають події, які відбулися протягом цього нетривалого періоду в історії Франції.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

Постпіар Паризькій комуні створили марксисти, які оголосили її першим в історії прикладом диктатури пролетаріату, хоча насправді це був звичайнісінький військовий заколот. Проте Паризька комуна стала яскравим символом державної пропаганди в СРСР та інших соціалістичних країнах. У контексті нашого дискурсу важливий від'ємний досвід комунарів, які не зуміли побудувати належну інформаційно-пропагандистську політику, сформувати громадську думку щодо своїх дій та їхніх перспектив і належним чином здійснити інформаційно-психологічний вплив на широкі верстви населення Франції, що частково зумовило їхню поразку.

Події, що передували й підготували це збройне заворушення в Парижі свідчать, насамперед, про тривалий період визрівання цієї події, а також розкривають склад і основні цілі груп громадськості, які врешті зробили її PR-резонанс, не дивлячись на невиправдану кількість жертв – 20–30 тис. осіб.

Коли на початку 1860-х років проти другої імперії почала боротьбу буржуазія, робітники завоювали собі велику свободу. З'явилися *робітничі спілки*, що захищали економічні інтереси трудових верств, прагнули підвищення заробітної плати, скорочення робочого дня тощо, для чого влаштовували страйки. Одночасно з цим, у Франції організувалося представництво ***Першого Інтернаціоналу***. Засновниками та керівниками його французької секції стали люди, що прийняли програму Прудона: вони прагнули мирної соціальної революції. Поряд із цим утворилася радикальна революційна фракція "бланкістів" (за ім'ям свого лідера, Луї Бланкі), що проповідувала утопічний комунізм і відрізнялася радикалізмом у методах боротьби. Наприкінці 1860-х років великого поширення, особливо в нижчих верствах буржуазії, набув революційний радикалізм, який мріяв про ідеали Робесп'єра; певної програми він не виставляв, і принципи "justice éternelle" і "fraternité éternelle" кожним оратором розумілися по-своєму. Усі опозиційні елементи сходилися тільки в одному – у ненависті до імперії.

Заснування комуни бачилось як панацея від усіх бід і лих, що впали на Францію. Для одних комуна мала значення протесту проти нестерпної централізації управління, яка посилилася при Наполеоні III: для інших вона втілювала традиції першої рево-

Видавництво Українського Центру "Київський університет" Вересня 2011 року

люції, коли паризька комуна керувала переможною боротьбою з коаліцією держав. Прихильники Прудона мріяли про розмежування Франції на ряд автономних громад, кожна з яких була б самостійною й самодостатньою. Нарешті, ідея комуни зустріла велике співчуття і у революціонерів-комуністів, лідер яких, Бланкі, особисто з'явився тоді в Парижі.

Під час Франко-прусської війни було утворено *паризьку національну гвардію*: усі громадяни, які виявили на те бажання, були озброєні та несли службу під керівництвом вибраних ними офіцерів. За короткий період чисельність національної гвардії досягла 300 тис. осіб. Національним гвардійцям було призначено платню: служба в національній гвардії забезпечувала тих, які залишилися без роботи внаслідок облоги Парижа. На полегшення економічної кризи в Парижі спрямовані були й інші урядові заходи.

Тим часом Париж не міг більше триматися. Бісмарк вимагав, щоб усі без винятку війська, що перебували в Парижі, були розброєні. Жюль Фавр оголосив, що він не має можливості розброїти національну гвардію інакше, як за допомогою вуличного бою. Вирішено було, що більша частина регулярних військ складе зброю. У Парижі переважною більшістю голосів були обрані представники радикальної демократії – Віктор Гюго, Ледрю-Роллен, Флоке, Локруа та інші, які обіцяли виступити з вимогою децентралізації та свободи громад.

Провінція не підтримала цих починань і спрямувала до національних зборів здебільшого осіб, схильних до відновлення монархії тією чи іншою формою. Главою уряду було обрано Тьєра. Один із перших його декретів був спрямований проти національної гвардії: право на платню збережено було тільки за тими національними гвардійцями, які документально могли довести свою бідність і відсутність роботи. Водночас, 200–300 тис. робітників, ремісників, дрібних торговців, які витратили всі свої заощадження і ніякої роботи не знаходили, віддані були на волю та милість божу. За повного безробіття, пайок національного гвардійця для багатьох десятків тисяч був єдиним порятунком від голодної смерті. Тому знищення національної гвардії сприймалося як національне лихо. Це послужило причиною збройного протесту гвардійців, які здійснили військовий заколот.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Для протидії уряду національні гвардійці створили виборчі комітети і 18 березня 1871 р. фактично захопили владу в Парижі. Гвардійців підтримали солдати армійських частин, і вірні Тьєру війська вимушено залишили Париж. Фактичним господарем столиці Франції став Центральний комітет Національної гвардії, який підняв прапор комуни. Громадська Рада комуни була одночасно і законодавчим, і виконавчим органом.

У дійсності чіткої *політичної програми* у комунарів, які представляли різні ліві течії, не було. Про реалізацію серйозних *соціальних реформ* за 72 дні існування Паризької комуни також годі й казати: керівництво (Рада) комуни не мало певної програми, оскільки у раді виявилися три рівносильні, але істотно різні соціально-політичні течії: комуністи, прудоністи та якобінці. Доводилося також зважати на інтереси дрібної буржуазії, яка була представлена в Раді. Єдиний акт, в якому викладалася загальна програма комуни, її "***Декларація до французького народу"*** від 19 квітня, проголошувала республіку єдиною формою правління, гідною людини, а принципом політичного режиму – повну автономію комун на всій території Франції. Було скасовано привілеї посадовців і введено їхню виборність; церкву відокремили від держави, увели робітничий контроль над виробництвом, безкоштовну обов'язкову освіту, заборонили незаконні обшуки, арешти, реквізиції тощо; старий суд замінили народним судом.

Проте інтелектуально Рада комуни виявилася не на висоті свого покликання. Серед членів ради не було ні обдарованих воєначальників, ні випробуваних державних осіб; до того часу майже всі вони діяли лише як агітатори. Із ветеранів революції в раді комуни засідали Делеклюз і Фелікс Піа. Перший з них, якобінець, після всіх перенесених ним випробувань, став фактично руїною. Піа, обдарований публіцист, але суто теоретик, зовсім заплутався в суперечностях, збурений безмежним марнославством і в той же час боягузтвом, абсолютно не підходив до тієї великої ролі, яка випала йому на долю. Із усіх фракцій, представлених у раді комуни, найбільш серйозним елементом виявилися 19 членів міжнародної асоціації. Вони краще за інших розуміли соціальне питання, діяли найбільш розсудливо і, за небагатьма винятками, трималися подалі від злочинів комуни; з їхнього середовища вийшла більша частина найкращих адміністраторів комуни.

Видавничий центр "Київський університет" Репозитарій для ДЗН

Але були й ті, чия діяльність не кращим чином вплинула на справи та імідж комуни. Бланкісти – найрадикальніша соціально-революційна фракція того часу, не зупинялися ні перед яким насильством. Поряд з ними засідали в раді комуни і найпалкіші оратори паризьких клубів революційно-якобінського напряму. Серед них були обдаровані, але безпідставні мрійники: живописець Курбе, дотепний хронікер бульварної преси Валлес. Переважали в цій групі – і це визнавали навіть найвідданіші ідеї комунари – вуличні базіки, честолюбці без знання людей і історії. Деякі члени ради комуни належали до покидьків суспільства.

При такому строкатому складі Ради комуни її управлінська діяльність і організація захисту Парижа відбувалась в умовах ворожнечі й розбрату. У Раді утворилося кілька партій, які всіляким чином підтримували своїх, роздаючи їм вищі посади. Навіть члени Ради, які самовіддано служили справі комуни, відмовлялись від співпраці з людьми здібними, які мали досвід і могли суттєво їм допомогти, але не належали до їхньої партії. Тобто службова корупція та недалекоглядність завадили формуванню якісного складу Ради.

В економічних і військових справах Комуни теж не було порядку. Крім того, Рада комуни не мала ніякої підтримки у провінції, на яку покладала великі надії. *Рада комуни втратила зручний момент для звернення до країни. Тобто зв'язки із громадськістю у Комуни не були налагоджені належним чином, комунари не проводили інформаційно-пропагандистської роботи серед населення країни, тому й не отримали його підтримки. Громадська думка не була сформована, а отже і дій на підтримку комунарів не відбулося.*

Комуна діяла в умовах постійної боротьби з урядом Тьєра, який засідав у Версалі. 21 травня 1871 р. військо Тьєра вступило до Парижа і в місті почалась восьмиденна вулична різанина, нещадна з обох боків. Значною мірою серед пожарів і різанини постраждали мирні громадяни, які не створювали нікому ніяких труднощів. Паризьку комуну було знищено, комунарів розстріляно.

Утрати, яких зазнав Париж від комунарів, зробила їм відповідний *PR – руйнівників, у яких не було нічого святого у душі, не було поваги до історії, традицій, патріотизму.*

Комуна 1871 р. залишила на обличчі Парижа чимало потворних слідів. Першою ластівкою стала урочиста руйнація Вандом-

Видавництво Західноукраїнського національного університету "Волинський університет" Версія не для друку

ської колони, спорудженої 1810-го на честь перемог Наполеона I. Комунари вважали, що монумент, відлитий із бронзи трофейних гармат, є символом мілітаризму. Майдан, на якому він стояв, було перейменовано в Інтернаціональний. Революціонери дали зрозуміти, що перед ідеологічною доцільністю не встоїть жоден пам'ятник архітектури. Практика, добре знайома громадянам колишнього СРСР.

Коли у середині травня 1871-го до Парижа впритул підійшли версальські війська, у неоднорідному керівництві Комуни миттю взяли гору радикали. Вони запропонували вести війну *"науковим методом"* – підпалювати залишені комунарами міські квартали. Історична й культурна цінність будинків анітрохи не хвилювала революційних стратегів.

Увечері 23 травня до справи приступили спеціальні команди, які використовували смолу та порох. Окрім безлічі приватних будинків, були спалені Державна рада, будинок Почесного легіону, міністерство фінансів, три театри, побудована в XVI ст. ратуша (Отель-де-Віль). Загинув і один із найгарніших палаців Парижа – Тюїльрі. Серйозної шкоди було також завдано палацу Пале-Рояль, і тільки чудом уцілів Лувр. "Наукова війна" по-комунарськи глибоко шокувала європейську інтелігенцію. Фрідріх Ніцше написав своєму другу: "Коли я почув про паризьку пожежу, я був на кілька днів геть розчавлений і затоплений сльозами та сумнівами: все наукове і філософсько-художнє існування видалося мені дурницею, якщо виявилося можливим винищити за один-єдиний день найрозкішніші витвори мистецтва...". Проте, казали, Парижу ще й поталанило: весною 1871-го французька столиця могла бути повністю стерта з лиця землі. Технічних можливостей для цього вистачало, а фанатиків-виконавців – тим більше.

Заручники як антиPR. Із Паризькою комуною пов'язана й одна з перших резонансних спроб використовувати ***взяття заручників як інструмент політичної боротьби***. Це теж склало *негативний PR комунарам.*На початку квітня 1871 р. війська Комуни розпочали наступ на Версаль. Операція не увінчалася успіхом, і кількох командирів, які потрапили в полон до версальців, було розстріляно без суду. У відповідь Комуна видала декрет про заручників. Він наказував запроторювати до в'язниці всіх помітних громадян, "підозрілих у сенсі зносин із Версалем",

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Версія для друку

і оголошував, що розстріл кожного полоненого комунара спричинить страту трьох заручників.

Революційна влада розпочала арешти чиновників, поліцейських, священнослужителів. Потрапив до заручників і паризький архієпископ *Жорж Дарбуа*. Комунари вирізнялися різкою ворожістю до релігії; охоче *практикували реквізицію церковних цінностей і передавання церков під політичні клуби.* Несамохідь напрошується аналогія із більшовиками в СРСР.

Слід віддати належне поміркованим членам Комуни – тривалий час вони перешкоджали стратам заручників, чим викликали обурення радикальної преси. Наприклад, популярна серед комунарів газета "Татусь Дюшен", яка хизувалася навмисно грубою мовою, писала: "Чого ви панькаєтеся із заручниками? У вас є закон про заручників, то й застосовуйте його, чорт забирай! Ви хто – шлапаки чи боягузи, і боїтеся розстріляти заручників, відповідно до закону, який самі ж видали?"

Коли в останні дні Комуни ініціативу у "шлапаків і боягузів" перехопили екстремісти, долю заручників було вирішено. Почалися жорстокі й безглузді розправи над "класовими ворогами". 23 травня загинули перші заручники комунарів – троє поліцейських і заступник паризького мера Гюстав Шоде. Наступного дня у в'язниці Ла-Рокетт розстріляли архієпископа Дарбуа, суддю Бонжана і чотирьох священиків. 25 травня було знищено групу арештованих ченців-домініканців із коледжу Аркейль – нібито при спробі до втечі. 26 травня на вулиці Аксо юрба стратила ще півсотні заручників, в основному поліцейських і священнослужителів.

Апологети Комуни вказували, що загальна кількість розстріляних заручників була не такою вже й великою – близько 70 осіб. Однак значно важливішою за кількість загиблих виявилася власне технологія. Її ще буде поставлено на потік – у XX ст. Багато тисяч життів інститут заручників забере під час громадянської війни в Росії. Вдаючись до масових захоплень і розстрілів заручників, більшовики не приховували, що розвивають досвід Паризької комуни. Лев Троцький у своїх роботах усіляко розхвалював досвід комунарів, ставлячи риторичне запитання: "Як інакше можна діяти, як не захоплюючи заручниками улюблених або довірених людей буржуазії і ставлячи таким чином весь буржуазний клас під дамоклів меч кругової поруки?"

Видавництво Українського Центру "Об'єднання Університетів" Європи на Дніпрі

Щоправда, 1871-го кругової поруки як раз і не вийшло. Якщо комунари вчилися розправлятися із заручниками, то версальські діячі освоювали цинічне мистецтво кидати цих заручників напризволяще.

Уряд Тьєра мав реальну можливість врятувати життя найменитішого заручника, архієпископа Дарбуа. Комуна кілька разів пропонувала обміняти його на революціонера Бланкі, заарештованого версальцями. Тьєр відмовився – мовляв, із бандитами-комунарами ніякі перемовини не ведемо. Але, на думку багатьох істориків, у цієї відмови було таємне підгрунтя: Дарбуа вирізнявся дуже ліберальними поглядами, навіть критикував окремі папські догмати, тому був непопулярний серед ультраправих версальських політиків. Певно, вони розсудили: вигідніше буде не визволяти норовливого архієпископа, а пожертвувати ним і потім використати образ мученика, щоб "замочити" якнайбільше комунарів. Досить сучасний стиль мислення, чи не так? [15]

Фотографія на службі PR. Мабуть, важко утриматися від аналогії між подіями 1871-го і боротьбою червоних із білими 1918–1921 рр. І в тому, і в іншому разі симпатій не викликає жоден із противників. "Комуна так само безрозсудна, як є жорстоким версальський уряд. Безумство по обидва боки", – зазначав Віктор Гюго.

Підпалам і заручникам Комуни версальці, вступивши в Париж, протиставили безпрецедентну каральну операцію. "Кривавим тижнем" назвуть 21–28 травня 1871 р., коли версальська армія вела бої на вулицях столиці. Безліч захоплених у полон комунарів (а заодно і випадкових людей) було розстріляно без суду та слідства. Полонених убивали юрбами, іноді для цього застосовували скорострільні мітральєзи. За найскромнішими підрахунками, під час придушення Комуни загинуло більш ніж 20 тис. парижан, ураховуючи жінок і дітей.

Коли в Парижі нарешті запанував спокій, переможці вирішили виправдати власні злодіяння найпростішим способом – прикувавши увагу громадськості до злочинів ворога. Але як зробити таку пропаганду максимально дохідливою і виразною?

На допомогу владі прийшов винахідливий ***фотограф Ежен Аппер,*** чиє ім'я назавжди ввійде в історію PR-технологій. Він узявся відтворити сцени звірств революціонерів, виготовивши перші у світі ***пропагандистські фотомонтажі*** [15].

Видавництво Поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт університету друку

У процесі роботи Аппер знімав реальні місця загибелі заручників і активно вдавався до послуг професійних акторів. Головним же його коником стали обличчя членів Комуни та їхніх жертв, вирізані з інших знімків і вклеєні в макети оригінальних виробів – своєрідний *Photoshop XIX ст.* У такий спосіб було створено фотомонтажі "Архієпископ Дарбуа в тюремній камері", "Розстріл Шоде", "Розстріл заручників у в'язниці Ла-Рокетт", "Різанина аркейльських домініканців", "Розстріл заручників на вулиці Аксо" тощо. Зовні продукція мсьє Аппера нічим не різнилася від звичайних тогочасних фотографій. Публіка, не втаємничена в хитромудрі технології, сприймала ці світлини за оригінали. Тим часом метою автора була аж ніяк *не скрупульозна реконструкція трагічних подій, а обробка громадської думки.* Тому на архаїчних фотомонтажах нас зустрічають різні викрути, покликані забезпечити потрібний *піар-ефект*. Приміром, комунари, які стріляють у ченців-домініканців, розташувалися біля винного льоху – це важлива психологічна деталь. А серед натовпу, який розправляється із заручниками на вулиці Аксо, ледь не половину становлять озброєні до зубів комунарки. Таким чином благонадійний фотограф виправдував розстріли сотень жінок версальцями.

Зухвала спроба змоделювати віртуальну реальність на фотопапері, безумовно, обігнала свій час (подібно до інших "передових" методів, випробуваних 1871 р.). Можливо, Паризьку комуну слід розглядати як привид грізного майбутнього, який зазирнув у порівняно благополучне й наївне XIX ст? Покоління Карла Маркса і Жюля Верна мріяло про чудові часи, коли завдяки прогресу у світі буде встановлено соціальну справедливість. Простодушні оптимісти отримали шанс побачити, *як боротьба за справедливість може обернутися кривавим кошмаром, а технічний прогрес – опинитися на службі у варварства* [15].

На жаль, сучасники не змогли адекватно оцінити досвід Паризької комуни. Одні впевнилися в необхідності жорстокого революційного терору, інші – у безвідмовності каральних механізмів контрреволюції. А треті поспішили повністю викреслити жахи Комуни із пам'яті та зажити колишнім безтурботним життям. Розплачуватися за невивчений урок історії довелося наступним поколінням.

Події "Паризької комуни" виявились дуже показовим івентом і підтвердили своєю трагічною розв'язкою, що завданням будь-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Вебсайт: vpc.knu.ua

якого політичного інституту чи конкретного діяча є вибір і розролення PR-стратегії, за якої визначається тактика й конкретні технології її проведення. Але якщо керівні ланки чи діячі політичного утворення зазнали поразки у своїй діяльності, то можна впевнено стверджувати про недостатність чи недосконалість їхньої комунікаційної стратегії.

Проте слід визнати й інше: кривавий досвід Паризької комуни, її терористичні акції та вандалізм мали пролонгований постPR у подальші історичні часи, що спонукав до наслідування більш тривалий і потужний уряд більшовиків у СРСР.

ПостPR Паризької комуни не менш одіозний, ніж власне її історичний факт. Після Жовтневого перевороту 1917 р. у Росії більшовики сприймали повстання комунарів у Парижі як першу пролетарську революцію під червоним прапором, а керівництво комуни – як перший уряд робітничого класу, хоча робітниками там і "не пахло". Відповідно, після встановлення радянської влади вітчизняна пропаганда часто згадувала про революційні події 1871 р. як про диктатуру пролетаріату. Ще 1919 р., коли в зайнятому більшовиками Києві вперше проводилося офіційне святкування Першотравня, містом роз'їжджали відкриті агітаційні вантажівки з акторами. На платформах вантажівок розігрувалися революційні сцени, у тому числі "відтворення подій" Паризької комуни.

1923 р. за ініціативи Комуністичного інтернаціоналу (Комінтерну) в Москві дату 18 березня почали офіційно відзначати в СРСР. Наприклад, у Києві день Паризької комуни аж до 1929 р. був вихідним. До цієї дати були приурочені публікації у пресі, конференції, збори в робочих клубах, навіть театралізовані вистави з виконанням віршів і пісень. Одним із "хітів" святкового репертуару в УРСР була тоді поема українського поета Володимира Сосюри "1871".

Назва Паризької комуни з'явилася і на картах Києва. З 1926 до 1990 р. міські плани й довідники вказували під цим найменуванням історичну Михайлівську вулицю. Ім'я Паризької комуни було також присвоєно великому промисловому підприємству столиці України – заводу з ремонту та виготовлення засобів механізації будівництва. Ця фірма забезпечувала зведення багатьох видатних об'єктів, таких, як аеропорт "Бориспіль", Палац "Україна", статуя "Батьківщина-мати" і деякі інші.

Видавничий центр "Київський університет" Вересня для друку

Ось такий псевдославний постPR створили ідеологи "першої у світі держави робочих і селян" заколоту звільнених зі служби гвардійців спільно з марнославними бунтарями, базіками, мрійниками, честолюбцями, які прикривши ідеями громадянських і соціальних свобод, нічого не дали ані державі, ані своїм співвітчизникам, але увійшли до політичних ідеологем на 1/6 земної кулі протягом 1917–1991 рр. як герої демократії та жертви сваволі панівних верств. Парадокс історії, створений ***оманливими PR***!

5.2.4.3. Інформаційні війни Отто фон Бісмарка

У XIX ст. дипломатія стала важливим засобом здійснення імперіалістичної політики. Німеччина, яка "запізнилась" на розподіл колоній, зустріла сильну протидію у світовій політиці та була вимушена використовувати маніпулятивні технології ЗзГ, що часто базувалися на перекручуванні фактів, частковому замовчуванні інформації й подекуди відвертій брехні.

Живим утіленням німецького імперіалізму був перший канцлер Німецької імперії ***Отто фон Бісмарк***. Відвертий реакціонер і расист, він був прихильником грубої сили в міжнародних відносинах, шанувальником агресії та завоювань. Його вважають засновником німецької *імперіалістичної дипломатії*. У молодості він отримав прізвисько "шаленого Бісмарка". Ставши на чолі німецького уряду, він широко користувався методами буржуазної дипломатії у своїх цілях. Показовим є розв'язання Франко-прусської війни, що поклала початок створенню Німецької імперії.

Після перемоги у війні з Австрією поза Північнонімецьким союзом залишалися лише південні німецькі землі: Баварія, Вюртемберг і Баден. Франція робила все можливе, щоб не допустити об'єднання німецьких земель: Наполеон III не хотів бачити на своїх східних кордонах об'єднану Німеччину. Отто фон Бісмарк розумів, що без війни цю проблему вирішити неможливо, та вміло зіграв на існуючих у той час у Франції войовничих антинімецьких настроях.

Влітку 1870 р. між Францією та Пруссією виник конфлікт через спроби прусської царської династії посадити на іспанський престол одного зі своїх нащадків. Ворожнечу було ліквідовано, оскільки німецький принц, якого готували на роль іспанського короля, відмовився від престолу. Проте Франція хотіла

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

отримати гарантію відсутності нових аналогічних ситуацій у майбутньому, про що повідомив французький посол Вільгельму I у Берліні. Про свої бесіди із французьким послом Вільгельм повідомив Бісмарка телеграмою. Бісмарк передав її у друк, змінивши текст, щоб створити невигідний імідж Франції. Французький уряд, сприйнявши ці слова як образу, оголосив Пруссії війну, чого й добивався Бісмарк.

Детальніше ця ситуація виглядала таким чином. Бісмарк особисто лобіював кандидатуру Леопольда Гогенцоллерна, племінника Вільгельма I, прекрасно розуміючи, що Франція ніколи не погодиться на такий варіант і, у випадку утвердження Леопольда в Іспанії, неодмінно почне робити войовничі заяви на адресу Північнонімецького союзу, що обов'язково призведе до війни. Зазначимо, що *Бісмарк усіляко заперечував свою участь в інтризі,* говорячи про "сімейні" справи Гогенцоллернів. Насправді Бісмарк, а також військовий міністр Роен і керівник генштабу Мольтке, витратили чимало сил, щоб переконати Вільгельма I підтримати кандидатуру Леопольда.

Як Бісмарк і розраховував, заявка Леопольда на іспанський престол викликала хвилю обурення в Парижі. 6 липня 1870 р. міністр закордонних справ Франції герцог де Грамон заявив: "Цього не трапиться, ми в цьому впевнені... В іншому випадку ми зуміємо виконати свій обов'язок, не виявляючи ні слабкостей, ні вагань". Проте конфлікт було ліквідовано, тому що німецький принц, якого готували на роль іспанського короля, особисто відмовився від престолу. Це зруйнувало сподівання Бісмарка на те, що Франція сама розв'яже війну проти Північнонімецького союзу. Це було принципово важливо для Отто фон Бісмарка, який прагнув заручитися нейтралітетом європейських держав у майбутній війні, для чого потрібно було, щоб Франція сама виступила агресором.

Поки Бісмарк розмірковував над іншими *способами спровокувати Францію на війну,* французи самі надали чудовий привід. 13 липня 1870 р. до Вільгельма I, що відпочивав на емських водах, завітав французький посол Бенедетті й передав йому доволі нахабне прохання свого міністра Грамона – запевнити Францію, що він (Вільгельм I) ніколи не дасть своєї згоди на кандидатуру принца Леопольда, якщо той знову претендуватиме на іспанський престол. Король, обурений цією нахабною для дипломатичного етикету витівкою, відповів різкою відмовою та припинив

Вибірковий електронний документ
"Київський університет"
Версія не для друку

аудієнцію Бенедетті. Через короткий час він отримав лист від свого посла в Парижі, в якому розповідалось, що Грамон наполягає, аби Вільгельм власноручним листом запевнив Наполеона III у відсутності усіляких намірів шкодити інтересам та гідності Франції. Ця звістка остаточно вивела із себе Вільгельма I. Коли Бенедетті попросив нової аудієнції для розмови на цю тему, король відмовив йому у прийомі та передав через свого ад'ютанта, що сказав своє останнє слово.

Про ці події Бісмарк дізнався через депешу, надіслану вдень із Бад-Емсу радником Абекеном. Разом із Бісмарком депешу прочитали Роен і Мольке. Бісмарк запитав у міністра, в якому становищі на сьогодні перебуває пруська армія, на що Мольтке відповів, що "негайний початок війни вигідніший за її відтермінування". Після цього Бісмарк відредагував телеграму просто за обіднім столом і зачитав генералам: "Після того, як звістка про зречення спадкового принца Гогенцоллерна була офіційно повідомлена французькому імператорському уряду іспанським королівським урядом, французький посол пред'явив у Бад-Емсі його королівській величності додаткову вимогу: уповноважити його телеграфувати в Париж, що його величність король зобов'язується на всі майбутні часи ніколи не давати своєї згоди на повернення до кандидатури Гогенцоллернів. Його величність король відмовився ще раз прийняти французького посла і наказав черговому ад'ютантові передати послу, що його величність не може нічого більше повідомити". З метою посилення враження про неповагу французького посланця до Вільгельма I, Бісмарк не додав до нового тексту згадку про те, що король відповідав послу "доволі різко".

Нова редакція "емської депеші", підготовлена вмілим PR-технологом Бісмарком, викликала реакцію вибуху бомби. Навіть Мольтке вигукнув: "Так-от звучить інакше; раніше вона звучала як сигнал до відступу, а тепер – фанфарою". Особисто Вільгельм I, прочитавши відредагований текст Бісмарка в газетах, вигукнув: "Це ж війна!". Оприлюднення "емської депеші" викликало хвилю невдоволення у Франції. 15 липня 1870 р. голова французького кабінету Еміль Олів'є зажадав від парламенту кредит у 50 млн франків і повідомив про рішення уряду закликати до армії резервістів "у відповідь на виклик до війни". Нарешті кропітка закулісна робота Бісмарка з метою провокування Франції на оголошення війни здобула успіх:

французькі депутати схвалили всі пропозиції уряду, і 19 липня Франція оголосила війну Північнонімецькому союзу.

Щодо англійців – вони були обурені опублікованими за вказівкою Бісмарка проєктом договору про анексію Францією Бельгії. Але найважливішим було те, що Франція напала на Північнонімецький союз усупереч неодноразовим миролюбним намірам і дрібним учинкам Бісмарка (вихід прусських військ із Люксембурга 1867 р., заяву про готовність відмовитися від Баварії та створити з неї нейтральну країну).

Отже, Бісмарк *не імпульсивно імпровізував із соціальними комунікаціями, а керувався реальними досягненнями своєї дипломатії й тому вийшов переможцем в інформаційній війні.* Його авторитет, навіть під час відставки, був настільки високий, що в Німеччині нікому, крім соціал-демократів, не спало на думку нівелювати його досягнення, коли 1892 р. справжній текст "емської депеші" набув розголосу із трибуни рейхстагу.

Згодом брехня й віроломство, застосовані Німеччиною та Австро-Угорщиною, були головними методами для розв'язування Першої світової війни, що була зумовлена глибокими суперечностями капіталістичної системи, спричинена розвитком міжнародних відносин під час кількох попередніх десятиліть. Причиною війни була вся імперіалістична система, але безпосереднім ініціатором і провокатором була Німеччина, обігнавши своїх суперників у військових настроях.

Усе вищез'ясоване свідчить про ефективність комунікаційної політики урядів Німеччини протягом XIX ст. і про успішність їхніх ЗзГ у досягненні поставленої мети.

У контексті цього питання варто лаконічно схарактеризувати ***особисту політику*** щодо ***громадськості*** та ***постPR Отто фон Бісмарка***. Загалом перший канцлер Германської імперії був у політиці майстерним маніпулятором і умів бажаним чином створити та налаштувати громадську думку.

5.2.4.4. Прецеденти інформаційно-психологічних впливів у період англо-бурських війн

Ще одним характерним прикладом *інформаційно-психологічної війни* XIX ст. були соціальні комунікації під час ***англо-бурської***

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

війни, яку Англія вела в 1899–1902 рр. проти двох бурських республік у Південній Африці (Трансвааль і Помаранчева Вільна держава). Ця війна має доволі велике значення в політичній та дипломатичній історії, а також в історії військового мистецтва. Проте вона залишила відбиток і в історії соціальних комунікацій. Із самого початку хід військових дій коментувався представниками світової громадськості за допомогою всіх доступних на той час засобів масової комунікації: на публічних і офіційних заходах, у пресі, інформаційними агенціями, літераторами та, навіть, пересічними громадянами, які зверталися до ЗМІ із листами й заявами.

Інформаційне висвітлення бойових дій було організоване на такому високому рівні, як ніколи раніше, – при регулярних арміях були військові кореспонденти, які могли висвітлювати дії як англійців, так і бурів. Представники сторін, що воювали, особисто надсилали до інформаційних агенцій відомості про воєнні дії, плани та власні коментарі. Інтерес до подій цієї локальної війни не спадав до її закінчення.

Уже початок війни ознаменувався всеосяжною *антианглійською кампанією на сторінках преси.* Майже щодня німецькі, французькі, російські й американські газети публікували повідомлення, в яких запекло критикували англійців і засуджували агресію великої світової держави стосовно двох маленьких південноафриканських республік. Англійці порівнювалися із жорстокими хижаками, а бури, раніше зовсім не відомі в Європі, стали об'єктом захоплення: кореспонденти та громадські діячі оспівували їхню відвагу, мужність, військову майстерність, добропорядність, гідність. Англію звинувачували в тому, що війна почалася через родовища золота, які були знайдені в Трансваалі, спростовуючи офіційну версію – захист так званих "вітлендерів" (англійців, що проживали у бурських республіках і зазнавали дискримінації з боку місцевої влади). Крім того, англійські війська звинувачували в порушенні міжнародних конвенцій, оскільки у війні з бурами вони використали потужну вибухову речовину – "лідділт", а також розривні кулі – "дум-дум".

Характерним явищем антианглійської кампанії у світовій пресі була *політика "подвійних стандартів"*. Наприклад, отруєння води англійцями розглядалося як варварство, а бурами – як героїчний учинок; розстріли полонених англійцями вважалося злочином, але

коли те саме робили бури, їхні дії світова преса називала "воєнною необхідністю". За весь час війни офіційні відомості про результати бойових дій і втрати сторін повідомляла лише Англія, проте іноземні журналісти висловлювали сумніви щодо цих цифр, натомість уважали достовірними випадково отримані усні повідомлення з боку бурів (точніше, іноземців, які воювали на їхньому боці, оскільки самі бури ніяких коментарів не давали).

Англо-бурська війна припала на той період, коли весь світ охопила жага до *подвигів*. Люди прагнули виявити свою *відвагу*, продемонструвати хоробрість, героїзм. Публікації у пресі лише підкріплювали ці настрої, у результаті чого всюди створювалися комітети з підтримки бурів, а до Південної Африки вирушали сотні громадян інших держав, щоб воювати на боці бурів (зокрема голландці, французи, німці). Бурській війні присвячували свої твори видатні письменники та поети того часу – Е. Ростан, Р. Роллан.

В інформаційній кампанії, що базувалася на засудженні Англії, публіцисти неодноразово займалися *"перекручуванням" фактів*, висвітлюючи проблеми, які зовсім не були пов'язані з війною та зовнішньою політикою країни. Приміром, дізнавшись, що уряд Англії асигнував 100 млн фунтів стерлінгів на ведення війни та готовий виділити ще 200 млн, російські журналісти повідомили, що тільки в Лондоні голодують до 50 тис. дітей, і продемонстрували читачам "дві армії": солдатів, які вели бойові дії в Південній Африці, та школярів, що голодували в Англії.

Захоплюючись бурами, міжнародна громадськість заплющувала очі на багато фактів, що були здатні суттєво змінити їхній імідж. В Європі не знали (чи не хотіли знати) про жорстоке поводження бурів із африканськими аборигенами: про те, що вони закупили у Німеччини прекрасне озброєння, яке перевершувало за своїми характеристиками англійське (до речі, на першому етапі не англійці вдерлися на бурські землі, а бури тримали в облозі англійські міста – Кімберлі, Мафекінг, Ледісміт); про те, що бури, на відміну від англійців, неодноразово користувалися білим прапором, щоб неочікувано атакувати ворога. Звісно, такі відомості могли дещо зменшити громадський ентузіазм у підтримці бурів, тому обачно замовчувались ЗМІ.

Протягом довгого часу англійська влада та ЗМІ практично не реагували на напади іноземних колег і обмежувалися тим, що

надсилали в газети та інформаційні агенції офіційні звіти й коментарі щодо окремих подій. Ці логічні та неупереджені коментарі нерідко виявлялися ефективнішими, ніж гарячі екзальтовані твори журналістів і листи представників європейської та американської громадськості. Наприклад, у відповідь на докори в тому, що Англія застосовує проти бурів заборонену зброю, було зазначено, що заборона стосується лише країн, які підписали Петербурзьку конвенцію 1868 р., а бурські республіки такими не були. Коли ж англійців почали звинувачувати у використанні лідditу, англійська газета "Standart" заявила, що англійці не винні, якщо їхнє озброєння виявляється потужнішим за бурське, закуплене в Німеччини. Цим газета дала зрозуміти, що бури не були "нещасними та скромними", відірваними від усілякої цивілізації, а мали потужну іноземну підтримку й користувалися останніми новинками техніки.

Тільки на завершальному етапі війни, коли світові пристрасті дещо вщухли та перемога Великої Британії вже була беззаперечною, англійці завдали серію ударів "у відповідь". Це були не тільки газетні публікації, а й публіцистичні твори у формі відповідей на звинувачення, що сипалися на англійців упродовж війни. Прикладом такого твору є книга А. Конан Дойла "Війна в Південній Африці", в якій автор з використанням документів і свідчень учасників подій (у т. ч. і бурської сторони) пункт за пунктом відкинув усі звинувачення, які всі світові газети висували протягом трьох років. Найголовнішим із них було звинувачення англійців у розпалюванні війни з метою заволодіння родовищами Трансваалю, відкритими 1886 р. Доволі аргументовано Конан Дойл пояснив, що це звинувачення безпідставне: по-перше, родовища належали приватним особам (у т. ч. і англійцям), по-друге, навіть під британським прапором Трансвааль зберіг би автономію та мав би власну казну, до якої надходили б нарахування з родовищ; Англія ніяких нових джерел прибутку з цього не отримала.

Підхід виявився результативним: ближче до закінчення війни тон європейської преси істотно змінився. Наприклад, у російській пресі стали висувати думку, що бури воювали лише зі "злостивими" англійськими солдатами – покидьками суспільства, а не з великою державою, батьківщиною парламентаризму та центром світової культури (варто зазначити, що якраз тоді відбува-

лося активне зближення Англії та Росії, яке привело до утворення Антанти). Американський письменник і публіцист Марк Твен, який спочатку висловлювався проти англійців різко, зрештою заявив, що для блага цивілізації має все таки перемогти Англія, а не "грубі, неохайні та неосвічені бури, які навіть не знають такого слова, як "новини"!".

Інформаційна політика англійської влади стосовно бурської війни всередині країни сильно контрастувала з підходом, який використовувався в міжнародних відносинах. Якщо для світової громадськості в англійських комунікаторів були зважені аргументи, підтверджені документами та надані в потрібний момент, то в Англії протягом усієї війни здійснювалася доволі агресивна масова "внутрішня PR-кампанія" із забезпечення громадської підтримки прихильниками війни. Початок війни 1899 р. ознаменувався маніфестацією на Лондонській біржі, коли президент Трансвааля П. Крюгер був публічно оголошений неспроможним боржником, а його солом'яне опудало було повішено та спалено. У газетах з'явилися статті патріотичного змісту в стилі, більш характерному для американської чи французької революцій XVIII ст. Англійці оголошувалися найкультурнішою нацією у світі, призначення якої – нести цивілізацію іншим народам. Для демонстрації своєї "об'єктивності" англійські газети публікували листи, які начебто надіслали бури: ці повідомлення були агресивними посланнями із грубими нападами на британські уряд та армію. Зрозуміло, що таке оприлюднення налаштовувало населення Англії проти бурів.

Крім *газет,* розповсюджувалися *листівки* й *буклети*. Відомі автори ***Г. Гаггард, Р. Кіплінг, А. Конан Дойл*** та інші письменники публікували твори, в яких уславлювали місію Британії та виправдовували дії англійців проти бурів. Останні зображувались як повстанці проти законної влади англійської королеви. 1877–1881 рр. Трансвааль уже був анексований Великою Британією, і письменники намагалися переконати громадськість, що ця акція пройшла за повної підтримки бурського населення.

Не обмежуючись друкованим словом, прихильники війни організовували *масові заходи: мітинги, зібрання, дискусії, суперечки*, які доходили до побиття осіб, що співчували бурам, і вибивання шибок в їхніх будинках. Завзяті патріотичні акції сприяли появі серед англійців течії, відомої під назвою "джингоїзм" (сьогодні

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

вона ототожнюється з вищою мірою шовінізму й расизму). *Гасла, публікації, виступи, символіка* (дуже популярним став колір хакі, який щойно був уведений у використання у британській армії) сприяли тому, що більшість населення підтримувала війну.

Англо-бурська війна сприяла популяризації багатьох діячів першої половини XX ст. Англійці славили Р. Кіплінга, який озброїв за власні кошти загін волонтерів і надалі продовжував збирати кошти для південноафриканської армії; А. Конан Дойла, який був головним хірургом в одному із польових шпиталів; майбутнього організатора руху бойскаутів Р. Баден-Пауелла, який брав участь в обороні Кімберлі.

Значний політичний капітал на цій війні заробив собі ***Вінстон Черчилль***, якому 1889 р. виповнилось 25 років. Він вступив до лав регулярної армії воєнним кореспондентом, але брав участь у бою та потрапив у полон. Йому вдалося втекти та дістатися англійських володінь після численних пригод. Повернувшись до Лондона, Черчилль став справжнім героєм: його запрошували до найславетніших родин Англії, його ім'я не сходило зі сторінок газет, його "подвиги" суттєво перебільшувалися. У такий спосіб В. Черчилль ще замолоду зробив собі дуже виразний імідж і став популярним серед населення Британії.

Цікаво, що головною причиною такого галасу навколо його пригод стала не стільки його відвага, стільки той факт, що його втеча збіглася з так званим "чорним тижнем", протягом якого англійська армія зазнала низки поразок. *Навіть такий малозначущий успіх Черчилля давав англійській пресі підстави писати не про воєнні невдачі, а про героїзм молодого кореспондента, ототожнюючи його з героїчною британською армією. Черчилль із молоду відрізнявся прагматизмом і політичним чуттям, тож повною мірою використав неочікувану популярність.* По-перше, він написав двотомну книгу-дослідження про бурську війну та деякий час виступав із лекціями про ситуацію в Південній Африці (і те, й інше принесло йому немалі гонорари, а не лише славу). По-друге, здобувши *імідж героя на хвилі патріотизму, він зміг досягти обрання у парламент*, членом якого залишався понад 60 років.

Англо-бурська війна стала однією з перших подій, що викликала широке обговорення у пресі на світовому рівні. Зрозумівши необхідність формування громадської думки, зокрема в міжна-

Видавничий центр "Київський університет"

родних масштабах, Англія зуміла досягти більш-менш об'єктивного ставлення до своєї політики в Південній Африці. Враховуючи від початку негативне ставлення інших країн до англо-бурської війни, це можна вважати великим успіхом англійських комунікаторів. Відтак цю інформаційну війну вони виграли.

5.3. Зв'язки із громадськістю у комерції та бізнесі країн Європи XIX ст.

5.3.1. Технології впровадження ЗзГ у комерційне життя

У першій третині XIX ст. у *Франції* відбувся стрімкий розвиток промислових об'єднань, у першу чергу акціонерних товариств. Їхнє масове створення розпочалося 1804 р., коли Наполеон I прийняв ***Цивільний кодекс***, що регламентував цей процес, жорстко контрольований державою. Громадськість, у разі невдоволення, звертала своє обурення не лише на бізнес, а й на державу, якій доводилося спростовувати звинувачення, що здебільшого відбувалося через пресу.

Французький PR-консультант Жан-П'єр Бодуен (засновник і колишній директор галузевого органу Publiques Syntec Relations) зазначає: "Michelin, мабуть, була однією з перших великих організацій, що дала початок практиці PR у бізнесі Франції". Компанія почала постачати шини для велосипедистів 1898 р. 1900 р. компанія видала перший путівник для водіїв ("Michelin Guide"). 1910 р. було створено перші дорожні знаки з назвами міст, 1918 р. – виготовлено покажчики із зазначенням напрямків та відстаней.

"Michelin – це компанія, яка практично з моменту свого створення усвідомила важливість комунікації з потенційними клієнтами. Виробляючи засоби зв'язку, корисні для людей, які збираються купувати її шини, вона змогла утвердити свій бренд на певній території. Тож вони випускали карти, путівники, покажчики… і завдяки цим інструментам PR, бренд отримав свою територію і лояльність споживачів", – уважає Жан-П'єр Бодуен.

В Англії у першій третині XIX ст. аналогічно до Франції відбувалося *формування перших корпорацій та акціонерних товариств*,

Видавничий центр "Київський університет" Вибрані для друку

що викликало потребу в новому форматі ЗзГ. Проте порівняно із Францією, регулювання бізнесу державними органами Англії суттєво відрізнялося: держава намагалася встановити контроль над розвитком бізнесу, але це викликало опір ділових кіл, у результаті чого у британських корпораціях (особливо на біржах) почали складатися власні *корпоративна культура*, *корпоративне право* та методи діяльності; корпорації використовували різні методи роботи з окремими категоріями громадськості. Виникла потреба в сегментуванні цільових аудиторій і відповідній побудові чітко зосереджених на їхніх інтересах та потребах ЗзГ.

У комерційній сфері й бізнесовому житті *Німеччини XIX ст.* ЗзГ розвивалися завдяки активній індустріалізації та стрімкому завоюванню німецькими товарами міжнародних ринків. Видобуток вугілля та сталеливарна промисловість були основами важкої промисловості, тоді як електроніка та хімія стали інноваційними галузями, які активно зростали. Альфред Крупп, Еміль Ратенау та Вернер фон Сіменс одночасно стали провідними бізнесменами, а також архітекторами PR у XIX ст.

Яскравим прикладом застосування комунікаційних технологій і засобів у цілях ЗзГ був сталеливарний завод Круппа, заснований 1821 р. Альфред Крупп узяв на себе управління після смерті батька 1826 р. *Корпоративна комунікація компанії* почалася з *особистих листів і візитів до клієнтів.* Із 1820-х років компанія брала участь *у торгових виставках*. 1851 р. Альфред Крупп здійснив переворот у розумах громадськості, який забезпечив усесвітню славу, визнання й чудову репутацію виробника якісної сталі, представивши на виставці 2,5-тонний сталевий блок – найбільший блок литої сталі того часу. Після цього на підприємстві Круппа розпочалося використання інших засобів комунікації, таких, як *друковані візитки, фотографія, іміджеві статті, брошури, інша кореспонденція з* метою реклами продукції та компанії в цілому і т. п. 1866 р. Альфред Крупп запросив до співпраці фахівця, до обов'язків якого входило читання й огляд усіх газет, які вважалися вагомими для компанії. Цей факт свідчить про те, що Крупп створив перший *прес-офіс (прес-службу)* на промисловому виробництві. 1870 р. він уперше заснував *відділ роботи із пресою* у власній компанії: був найнятий перший штатний *"Literat"*, який відповідав за корпоративні комунікації, зокрема листування Круппа.

Історик німецьких PR Г. Бентеле вважає, що крім політичних змін XIX ст., економічний і технічний прогрес доволі активно стимулював розвиток ЗзГ. У процесі індустріалізації виник конфлікт між потужними підприємцями, включаючи заможні бізнес-династії, та робітничим класом, що розвивався. Поряд із індустріалізацією й урбанізацією з'явилися соціальні труднощі, які вимагали реакції політиків і бізнесу. У результаті, наприкінці XIX ст. було зроблено перші кроки до соціального законодавства та перші *зусилля у налагодженні відносин між різними верствами населення,* а також у залагодженні непорозумінь, що виникали на економічному ґрунті. Серед засобів ***соціально-економічних ЗзГ***, що використовувалися, були такі, як пенсійне забезпечення, соціальна підтримка працівників, фінансова підтримка родин з дітьми, дотації на заняття спортом, аматорським мистецтвом тощо.

Окрім практик внутрішньої комунікації, почали також з'являтися *інструменти зовнішньої комунікації* в таких компаніях, як AEG, Siemens, Krupp. Для *спостереження та впливу на пресу* працювали так звані "літератори" (Literaten). Зокрема AEG розпочала систематично аналізувати статті із преси.

Проте налагодження зв'язків із громадськістю за допомогою періодичної преси у Німеччині відбувалося дуже повільно. Процес, який спочатку був загальмований політичними й економічними причинами, в останній третині XIX ст. гальмувався "із середини" негативним ставленням представників бізнесу до публічної інформації. У суспільстві точилися серйозні громадські дискусії щодо її доцільності. Загалом методи та технології зв'язків із громадськістю не набули широкого втілення у комерційній сфері Німеччини XIX ст.

У XIX ст. з'явилися ***громадські професійні об'єднання***, що зробили перші кроки у ***формуванні принципів професійної діяльності в соціокомунікаційній сфері бізнесу.*** Вони були налаштовані *проти порушень етики бізнесу суб'єктами зв'язків із громадськістю, з метою чого здійснювали регулювання комунікаційної діяльності та розробляли законопроєкти з її впорядкування*. Прикладом може служити ***Асоціація плакатистів,*** що виникла у Великій Британії 1862 р. Її члени займалися регулюванням зв'язків із громадськістю у рекламній діяльності. 1890 р. усередині Асоціації було створено ***Комітет цензури***. Але цього виявилося недостатньо. Тож наступним кроком на шляху регулювання комунікаційних

Видавництво "Університетський центр" Вятського державного університету

процесів було заснування 1893 р. ***"Національної спілки з контролю за рекламними зловживаннями"***. Основною метою цієї некомерційної організації було розповсюдження розпоряджень і законопроєктів стосовно соціальної комунікації та зв'язків із громадськістю серед англійських графств. Беатріс Елліотт зазначає, що 1936 р. нараховувалося вже 250 вердиктів.

1889 р. потужний психологічний пресінг на громадськість рекламних повідомлень змусив уряд Великої Британії прийняти ***закон "Проти непристойної реклами".*** Також 1893 р. було створено ***Цензурний комітет***, який контролював стандарти комунікаційної діяльності на Туманному Альбіоні загалом.

Поява вищеназваних інституцій зумовила початок регулювання інформаційно-комунікаційної діяльності, зокрема і регламентацію її впливу на громадськість. Урядові кола держав Європи зробили перші зусилля щодо упорядкування інформаційної діяльності, хоча це інколи призводило до цензурування та обмеження прав і свобод. Бізнес та підприємництво надавали вагому роль налаштуванню зв'язків із громадськістю, зокрема з трудовими верствами населення й використовували з цією метою всі доступні на той час заходи та засоби, у тому числі соціального характеру. Етична домінанта цих заходів безперечно була позитивною. Вона допомагала формуванню патерналізму з боку підприємництва і створювала позивний клімат у його середовищі.

5.3.2. Династія Ротшильдів – бізнес-бренд XIX ст.

Династія Ротшильдів – європейська династія банкірів і громадських діячів, заснована в кінці XVIII ст. 1816 р. Ротшильди отримали від імператора Австрійської імперії Франца II баронський титул і ввійшли до вищого аристократичного кола австрійського дворянства. Британська гілка династії була прийнята до двору королеви Вікторії. Уважається, що Ротшильди були найбагатшими у світовій історії упродовж XIX ст. На їхньому гербі було зображено п'ять стріл, що символізували п'ять синів Майєра Ротшильда, нижче – родинне гасло латиною: "Concordia. Integritas. Industria" ("Згода. Чесність. Працьовитість").

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Друкується для тих

До початку Наполеонівських війн (1803–1815) Ротшильди мали значні статки. Вони координували ділову активність на всьому континенті, організували мережу з агентів і кур'єрів не лише для супроводу товарів, а й для інформування країн Європи, що перебували у стані війни. Мережа забезпечувала Ротшильдів політичною й фінансовою інформацією раніше за всіх, даючи їм переваги в часі на фінансових ринках, тим роблячи їхній "дім" стратегічно важливим для британського уряду. Одного разу ця мережа дала можливість отримати новини про перемогу Веллінгтона в битві при Ватерлоо на добу раніше офіційного повідомлення уряду.

Натан Ротшильд після отримання повідомлення відразу ж поспішив на біржу. Усі погляди були спрямовані на нього, оскільки знали, що в Ротшильдів неперевершена мережа інформаторів по всьому світу. Якби Наполеон переміг, фінансове становище Великої Британії похитнулося б. Ротшильд виглядав сумно й раптово почав продавати облігації. Побачивши це, інші учасники біржі могли подумати, що, напевно, Веллінгтон програв. Ринок стрімко впав, продавали облігації англійського уряду. Після значного зниження ціни Натан через своїх агентів почав таємно скуповувати облігації, які стали дешевшими, отримавши контроль над ринком облігацій. Цей факт свідчить про достатньо продумані маніпулятивні дії та введення партнерів із бізнесу в оману.

Натан Ротшильд мав таку фінансову міць, що у 1825–1826 рр. зміг забезпечити Банк Англії достатньою кількістю коштів, щоб запобігти ринковій кризі.

Сімейне банківське підприємництво Ротшильдів було основоположником великих міжнародних фінансових операцій у період індустріалізації Європи. Вони зробили свій внесок у прокладання мережі залізниць у Франції, Бельгії та Австрії, фінансування проєктів із великим політичним значенням, таких, як Суецький Канал. Починаючи з кінця 1880-х років, Ротшильди контролювали гірничорудне підприємство "Rio Tinto". Родина уславилася також меценатством.

Ротшильди усвідомлювали, що *інформація є одним із найцінніших нематеріальних активів, який дозволяє примножити капітал при її правильному використанні. Застосування методів стратегічної комунікації та інструментарію комерційних протоPR дали можливість Ротшильдам не тільки мати суттєві*

Видавництво Національного університету "Київський авіаційний інститут" Репозиторій університету

переваги у бізнесі, а і здобути славу владних, могутніх вершителів долі у світі капіталу, тобто сформувати власний бізнес-імідж і зробити собі PR.

5.3.3. ЗзГ – активний провідник міжнародного співробітництва; роль міжнародних виставок

У середині XIX ст. почався процес оформлення світових брендів. Європейські компанії, на відміну від американських, не займалися цілеспрямованим управлінням брендами, оскільки вважали, що багаторічна сумлінна підприємницька діяльність і належна якість продукції забезпечуватимуть їм популярність. Проте цей підхід, притаманний британському бізнесу, призвів до суттєвого послаблення європейських компаній на світовому ринку та дозволив американським товарам виграти перегони за міжнародного споживача.

Крім того, протягом 1880-х років позиції британської промисловості були підірвані бурхливим розвитком німецького бізнесу. Німецькі компанії швидко зайняли передові позиції завдяки успішній маркетинговій політиці. Вони уважно вивчали думку споживачів і намагалися випускати товари відповідно до їхніх вимог і потреб. Англійські виробники з незрозумілою впертістю продовжували робити те, що успішно працювало лише в попередні десятиліття. За цей період німецький бізнес зумів створити собі *імідж виробників відносно дешевої, але якісної продукції, шляхом оптимізації та автоматизації праці.* До того ж, німецькі виробники охоче бралися за невеликі замовлення, від яких відмовлялися британські фірми. Німецькі товари неодноразово ставали призерами ***міжнародних виставок***.

Виставки, які проводилися для демонстрації новинок продукції та служили майданчиками для перемовин, поступово ставали найефективнішим засобом взаємодії з колегами та спеціалістами. Із 1810-х років і до середини XIX ст. активно розвивалися пересувні експозиції, що дозволяли демонструвати продукцію в різних регіонах та інформувати ширше коло осіб, ніж стаціонарні. *Перша міжнародна виставка відбулася у Лондоні 1851 р.*

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет"

Для Всесвітньої виставки у столиці Великої Британії було збудовано ***Кришталевий палац,*** який спроєктував англійський архітектор Джозеф Пакстон і спорудив підприємець Луї Кубіт. Будівля виставкового павільйону була величезною, із терасами, тринефною спорудою, що мала ажурний залізний каркас, заповнений склом. Внутрішніх перегородок у палаці не було, його інтер'єр був однією величезною залою. Архітектор дуже дбайливо поставився до дерев Гайд-парку, рубати які було заборонено парламентом: два столітніх в'язи просто накрили будівлею палацу. Кришталевий палац збудували, щоб розміщувати там постійні виставки кращих досягнень світової культури, з якими могли познайомитися пересічні лондонці, розширюючи межі знань.

Незабаром відбувся розподіл виставок на *національні* та *спеціалізовані*, відвідувачам було надано можливість купівлі демонстраційних товарів. На таких виставках не лише оглядали товари й оцінювали досягнення, а й функціонувало спеціальне журі, яке обирало найкращі вироби. Підставою для рішення журі щодо фірм-переможців у різноманітних номінаціях було опитування відвідувачів виставки, їхні оцінки із книг для відгуків, особиста думка членів журі, їхніх колег, друзів і знайомих, а також підсумки експертних проб (у випадку харчових продуктів – дегустацій), тобто велику роль в оцінюванні відігравала думка громадськості. Нагородження золотими, срібними та бронзовими медалями переможців на тривалий час ставало гарантом якості відповідної продукції. Як відомо, ці медалі нерідко включались у товарний знак, зображувалися на етикетках – одержання нагороди на виставці стало ще одним ефективним засобом просування товару, його піаром. Уже в 1850-х роках відбулося кілька виставок, які мали статус усесвітніх, а наприкінці XIX ст. їхнє проведення стало систематичним: 1873 р. пройшла всесвітня виставка у Відні, 1876 – у Філадельфії, 1878 і 1889 – у Парижі, 1893 – у Чикаго, 1900 – знову в Парижі, 1903 р. – міжнародна виставка у Києві. ***Виставкова діяльність***, подібно рекламній, перетворилася на самостійну професію, організатори виставок почали працювати на постійній основі.

Еволюція виставкових процесів вплинула на культурно-просвітницьку сферу загалом. Неперевершені павільйони та присвячені виставкам будівлі стали справжнім відкриттям для архітекторів різних країн і відображали останні досягнення технологій бу-

Видавництво Національного університету "Київо-Могилянська академія" Вступ не для друку

дівельної справи й дизайну. Вони були *орієнтовані не стільки на вузько-прагматичні, скільки на перспективно-творчі цілі: продемонструвати, на що здатна творча сила людства і яких фантастичних результатів вона може досягти*. Найяскравішим прикладом є ***Ейфелева вежа***, присвячена Паризькій виставці 1889 р., яка невдовзі стала національним символом Франції.

Активізація виставкової діяльності сприяла становленню *ринкових відносин* в економіці країн, надала суттєву допомогу підприємствам, містам щодо розвитку інфраструктури, налагодженню економічних зв'язків, розширенню виробництва тощо. Виставки поступово стали дзеркалом технічного розвитку, біржею інформації, індикатором цін, економіко-політичним форумом прогнозування змін і особливим соціальним явищем з економічним, політичним та культурним змістом.

Значення торговельних виставок і ярмарків полягає у тому, що вони дозволили зекономити дорогоцінний час покупців, продавців та виробників, продемонструвати товари в їхньому натуральному вигляді, дали можливість порівняти однорідну продукцію за комерційними умовами її продажу, якістю, ціною тощо, сприяли налагодженню обміну інформацією, зокрема щодо нових досягнень у галузі науки й техніки. *Для розвитку комунікацій – створили передумови для знайомств і зустрічей з метою налагодження ділових зв'язків на міжнародному рівні, забезпечили прямим каналом комунікації й інформування потенційних можливих партнерів, сприяли обміну досвідом.* Крім того, *виставки стали локацією формування протоPR країн, їхніх товарів і брендів, тобто створили передумови для розвитку комерційного PR та бізнес-комунікацій.*.

5.4. Інновації іміджетворення засобами протоPR XIX ст.

5.4.1. Технології та засоби іміджетворення Наполеона Бонапарта

Наполеон Бонапарт – один із найхаризматичніших лідерів в історії. Він досі постає не тільки як реальний історичний персонаж, але і як міф, стихія, людина, про яку говорили й донині го-

Видавничий центр "Київський університет" Воєнна кафедра

ворять із величезним пієтетом. Література, присвячена Наполеону, величезна. Покоління намагалися зрозуміти загадку цієї людини. За цією, так званою, загадкою стоїть неабияка, ретельна *робота особисто Наполеона зі створення свого іміджу*. Історик Філі Дуаєр уважає, що *Наполеон Бонапарт був першим лідером, який використав власний образ для зміцнення влади.*

Він *віртуозно керував громадською думкою щодо власної персони*, і мільйони французів обожнювали його. Хоча Наполеон жив два століття тому, його прийоми створення власного іміджу та атракції використовуються політиками донині.

Особистістю Наполеона захоплювались навіть представники вороже налаштованих держав і свідчили про це. Зокрема, у російського поета Михайла Лєрмонтова є "Наполеонівський цикл", що налічує не менше десятка творів. Лермонтов укладає в уста ліричного героя в думі "Наполеон" самовизнання, що не потребує коментарів: "Я выше и похвал, и славы, и людей!..", відтак поет спостеріг схильність Наполеона до самоуславлення й самоPR у контексті особистого іміджетворення.

Імідж Наполеона Бонапарта – не випадковість, а наслідок активного творення ним власного образу. "*Він був людиною, яка створила сама себе, до того ж майстром красивого жесту, умів справляти враження. Він добре володів методами піару і першим їх застосовував. Хоча тоді не було інтернету або телебачення, про нього швидко дізналася вся Європа"*, – говорить професор Олександр Віхров.

Велич Наполеона як видатного завойовника, але не менш талановитого іміджмейкера влучно описав В. Гюго: *"Цей дивний чоловік зумів сп'янити історію: сліпе правосуддя зникло у променях його слави.* ***Сила та вплив цієї людини на народну свідомість*** *були настільки великі, що він зміг зберегти свою велич навіть після поразки в битві біля Ватерлоо"*.

Бонапарт багато в чому випередив свій час, і це стосується не тільки військової тактики й політики. Наполеон витратив не менше часу і зусиль на витворення ***міфу про власний геній*** – за допомогою офіційних *документів, виступів, відозв, друкованих видань, творів мистецтва*, ніж на військову стратегію. Він дуже *вдало користувався інструментами іміджетворення*.

Видавництво-поліграфічний центр "Основа" у вересні 2014 року

Наполеон Бонапарт протягом усього свого життя послідовно працював над ***власним іміджем***.

Він народився на о. Корсиці 15 серпня 1769 р. Зауважимо, що навіть цей банальний факт у подальшому мав вплив на сприйняття його іміджу. Адже необхідно враховувати, що кожен аспект життя імператора врешті перетворювався на легенду. Адже й досі існує багато міфів про те, що Наполеон узагалі не існував, а його образ є збірним. Проте навіть ті, хто визнає справжність Наполеона, сперечаються про його походження та дату народження: чи дійсно він був корсиканець, чи він походив від греків, карфагенян або бретонців, чи не позначились на його родоводі в IX ст. арабські загарбники, із цього погляду пояснюючи його надмірне марновірство й захоплення ісламом.

Військова політика – основа формування іміджу Наполеона

На початку кар'єри Наполеону складно було позиціонувати себе. Він був дуже молодим як для полководця, тож серед зрілих досвідчених генералів не мав авторитету, проте швидко зумів це змінити. Першим кроком до формування власного бренду Наполеона стало *завоювання прихильності доблесної військової верхівки Франції*. Закласти міцне підґрунтя для ***іміджу доблесного воїна*** йому насамперед допомогли численні перемоги та завоювання. Перша переможна операція Бонапарта була проведена в Тулоні, за що Наполеон був визнаний гідним звання *бригадного генерала*. Для амбіційної молодої людини одержати таке звання у 24 роки було великим досягненням.

Дослідник ***військової політики Наполеона*** Овен Коннеллі у своїй книзі "Blundering to Glory: Napoleon's Military Campaigns" наголошує на тому, що хоча Бонапарт і приділяв багато уваги бойовим тактичним ситуаціям, але й не забував про стратегічні маневри. Він ретельно планував битви, приділяючи особливу увагу розташуванню військ і воєнній техніці. Наполеон був майстром блискавичного бою, часто вдавався до неочікуваних маневрів (атак) і умів досягти перемоги із менш чисельною армією, ніж ворог. Він мав дивовижний інстинкт щодо вірних рішень, як стратегічних, так і тактичних, і в розпалі битви зберігав уміння тверезо мислити та змінювати свої плани. Таким був ***воєнний хист*** Бонапарта.

Героєм і улюбленцем армії Наполеон став після Аркольської битви. Французькій армії загрожувала поразка і, аби не потрапити

до ворожого оточення, потрібно було подолати міст через річку Адідже. Це було вузьке місце, яке обстрілювалось із усіх боків. Бій тривав три дні, ситуація була дуже критичною. Ніхто із солдатів не поспішав долати міст, оскільки це була вірна загибель. Наполеон зібрав офіцерів і особисто очолив загін: він схопив прапор, кинувся на міст і поставив його там. Багато людей із його оточення загинули, але солдати пішли в бій. Наполеон дивом вижив. У підсумку французи здобули перемогу, а розповіді про подвиг Наполеона біля Арколе дуже швидко поширилися країною, особливо жваві вони були в армії. Тож його *авторитет в армійському середовищі* виріс одразу до небувалих висот. Наполеон чудово розумів, що *думка армійського середовища багато важить і для його авторитету* як полководця, і для суспільства загалом.

Наполеон Бонапарт – це той державець, який прекрасно ***усвідомлював важливість політичної репутації***: "19 із 20 тих, хто править, не вірять у мораль, але вони зацікавлені в тому, щоб люди повірили, що вони користуються своєю владою не для зла, – ось що робить із них порядних людей"; "Є королі, які роблять вигляд, що піклуються про добробут народу, заради того, аби краще його обманювати, як той вовк із байки, який перетворювався в пастуха, щоб вправніше винищувати баранів", – писав Наполеон, розуміючи, що реальна дійсність учинків і громадська думка про неї – різні речі, іноді не зіставні. Але остання створює репутацію – було йому очевидно.

Усвідомлюючи важливість громадської думки, разом із тим Наполеон досить низько оцінював її *об'єктивність*: "Після моєї висадки в Каннах паризькі газети заряснiли заголовками: Заколот Бонапарта; через п'ять днів: Генерал Бонапарт вступив у Гренобль; 11 днів по тому: Наполеон вступив у Ліон; 20 днів по тому: Імператор прибув у Тюїльрі; шукайте після цього в газетах громадську думку!". Але, незважаючи на це, він прекрасно розумів *механізм управління нею і успішно цим користувався*. Він уважав, що найбільш далекоглядне в політиці – *уміти користуватися настроями народу, бути демагогом, де і коли потрібно вдаватись до лестощів, подекуди вводити в оману, але основне – говорити те, що людям хочеться чути.*

Трансформація образу успішного полководця, героя, завойовника в образ мудрого державця. Наполеон, один із найвиз-

Видавництво Національного університету "Острозька академія" Репозитарій для науки

начніших у світовій історії військових стратегів і державних діячів, розпочав свою військово-політичну діяльність, зробивши стрімку кар'єру у Французькій революційній армії в 1790-ті рр.: 1797 р. здобув перемогу у воєнній кампанії в Італії, 1801 р. повернувся до Парижу після Єгипетського походу. Тобто він був ***завойовник*** *і його перемоги створили йому такий образ.*

Потому він узявся до державно-політичної діяльності й позбавив влади уряд. Наполеон фактично врятував Францію від катастрофи, очоливши її уряд і ставши державцем. Він реально зробив французів нацією, а Франції повернув славу та авторитет європейського лідера.

Як перший консул, Наполеон Бонапарт отримав право призначати членів Державної ради та провести у Франції численні реформи в армії, цивільному законодавстві, освіті, адміністративному устрої й фінансовій системі країни. Він зумів закріпити *основні громадянські завоювання* Французької революції, *залагодити конфлікт із Католицькою церквою*, розправитися з якобинцями, що *поклало край революційній анархії*. Економічна політика Наполеона полягала в *забезпеченні першості французької промислової та фінансової буржуазії на європейському ринку*. У зовнішній політиці Наполеон прагнув забезпечити військово-політичну й економічну гегемонію Франції в Європі. *Успішні реформи, економічна стабільність і переможне завершення війни* із Другою коаліцією дали можливість Наполеону 1802 р. стати довічним консулом, а ще через два роки *змінити конституцію*, за якою його 18 травня 1804 р. було проголошено імператором Франції.

Як імператор Наполеон переміг Австрію та Пруссію, ліквідував Священну Римську імперію, оголосив морську блокаду Великій Британії. 1807 р. територія Франції простягалась від Ельби на півночі до середини Італії на півдні та від Піренеїв на заході до Далмації на сході, а на решті Західної Європи були створені залежні від Наполеона королівства, де правили члени його родини.

Тож цілком очевидно, що Наполеон був ***умілим і успішним державцем***, який діяв виключно в інтересах Франції й чимало зробив для цього. Він повернув їй велич і авторитет, які країна поступово втрачала від часів Людовика XIV. Патріотизм і самоповага французів до себе як нації і до своєї батьківщини зросли

Видавничий центр "Київський університет" Вебсторінка не для продажу

до небачених висот. Вони пишалися своєю країною та прагнули бути гідними її слави.

Тож окрім *образу героя* Наполеон прагнув створити й інші варіанти свого іміджу. Насамперед, це образ ***демократичного державця, патріота***, який *ретельно дбає про свій народ і державу*. Цей імідж він дбайливо вибудовував *через численні комунікації* та *різні поведінкові моделі*.

Публічний образ і поведінкові моделі Наполеона як технології іміджетворення

Наполеон ретельно дбав про свій ***публічний образ***. Він позиціонував себе як відданий батьківщині громадянин, переможний полководець, мудрий і далекоглядний державець, жорстокий до ворогів Франції, але милосердний до свого народу.

Його ***візуальний образ*** був продуманий і відшліфований. На відміну від генералів і ад'ютантів, прагнучи завоювати серця солдат і простолюду, він носив звичайний сірий сюртук і невеликий капелюх. На тлі офіцерських плюмажів і галунів це створювало контраст, на якому його постать одразу ж приваблювала увагу, створюючи ефект винятковості. Зовнішній вигляд був виразний і не схожий на інших, сприймався миттєво та спрацьовував як образ генерала, доступного для широкого спілкування. Навіть свій славетний капелюх він носив своєрідно – трохи не так, як всі інші офіцери вищого складу: під кутом, відкриваючи обличчя. Тобто цим усім Наполеон підкреслював свою нібито *демократичну налаштованість і відкритість до комунікацій.*

Будучи вже на чолі Імперії, Наполеон від випадку до випадку створював інший імідж своєю величною зовнішністю – у червоному мундирі чи в ошатній мантії, зі скіпетром, увінчаний лавровим вінком на фоні розкішних палацових інтер'єрів. Одяг і постава дещо нагадували найвеличніших із римських імператорів. Він особисто й ретельно обирав малюнок для свого герба. Серед пропозицій були зображення бджоли, лілеї, лева, слона, півня. Але він обрав зображення орла, посилаючись на герб імперії Каролінгів. Тобто цією символічною деталлю він хотів підкреслити належність до легендарної стародавньої династії королів і повагу до її традицій.

Його образ у військових обладунках теж зазнав змін – вишуканого крою мундир, еполети, білі рейтузи, елегантний діловий інтер'єр. Тож образ Наполеона-генерала в армійському середовищі

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

й Наполеона-державця як уособлення величі Імперії – дві полярні постаті, але перший образ повинен був здобути його носію народне визнання, а другий – утвердити й переконати Францію та весь світ у могутності влади Наполеона Бонапарта.

Наполеон, будучи чудовим іміджетворцем, *зважав на досвід уславлених історичних епох*. Особливо багато для нього важили набутки античних часів. Він, як і давні римляни, слушно вважав, що будь-яка перемога має бути оповита ***ореолом слави***. Тож здебільшого всі його повернення на батьківщину із великих воєнних походів були облаштовані у вигляді ***тріумфів*** на зразок видовищних і велелюдних тріумфів Цезаря. Його *уславлювали* як *видатного полководця, стратега, завойовника, "усесвітнього героя"*.

Для возвеличення свого іміджу Наполеон організовував ***публічні заходи державного значення***. Їх можна розглядати як ***спеціальні події***, *у сучасній термінології – івенти*, які є одним із дієвих засобів формування громадської думки. Такою подією, зокрема, стала ***коронація Наполеона***. Церемонії передувала серйозна підготовка до свята у стилі Цезаря – у всьому Парижі вікна були завішані знаменами й килимами, архітектори Персьє та Фонтень ліквідовували пошкодження, завдані революцією собору Нотр Дам, і декорували його в імперському стилі, ювелір Мартін-Гійом Бьенне виготовив для Нополеона золоту корону в середньовічному стилі замість утраченої під час революції корони Карла Великого і золотий лавровий вінок, а ювелір Марі-Етьєн Ніто – коронаційну тіару для дружини імператора.

2 грудня 1804 р. у Соборі Паризької богоматері Наполеона Бонапарта було проголошено імператором Наполеоном I, першим за тисячолітню історію. Спеціально викликаний для церемонії Папа Римський Пій VII вручив Наполеону корону, яку 35-річний завойовник Європи власноручно одягнув на голову. Після цього Наполеон коронував Жозефіну. Цей момент відображено на відомій картині Жака Луї Давида "Посвячення імператора Наполеона I і коронування імператриці Жозефіни", 1807 р., на замовлення Наполеона. Подія надовго врізалася в пам'ять сучасників, образ Імператора у лавровому вінку, подібно античному Цезарю, став *іконічним*.

Для підтримання свого ***політичного іміджу*** Наполеон чи не вперше у світовій історії вдався до ***військового параду як полі-***

Видавничий центр "Київський університет"

тичного ритуалу, що мав символічну дію. Він усвідомлював *консолідуючий потенціал військового параду для суспільства.*

Саме завдяки ініціативі Наполеона у першій половині XIX ст. в Європі розпочався розквіт мистецтва державного параду. "З подачі Наполеона ***парад перетворився на ідеологічний інструмент***, місія якого полягала у перманентному підтвердженні дієздатності армії та держави. Церемоніал масової ходи військ, злагодженість і синхронність їх рухів, чітка підпорядкованість командам, усе це повинно було демонструвати спостерігачам вишкіл армії та її бойову готовність, а власним підданим надавати приклад для наслідування військовій дисципліні й організації", – уважає Е. Мамонтова.

Наполеон уважав ***військові паради*** важливим пропагандистським методом впливу на населення. Тому регулярно щотижня, у неділю, стали проводити огляди гвардійців у паризькому Тюїльрі. У Булонському таборі, де вручали перший хрест Почесного легіону, парад зібрав кілька десятків тисяч солдатів. Починаючи з 1806 р., 2 грудня проходив щорічний парад на честь перемоги під Аустерліцем. *Ці заходи Наполеона генетично споріднені з давньоримськими тріумфами, відтак відігравали роль PR-івентів.* Барвисті мундири та відточене крокування тисяч армійців справляли враження на цивільних, особливо жінок, а їхнє захоплення, що виражалося в усмішках, вигуках і оплесках, наповнювало військових солодким усвідомленням того, що вони мали високе становище в наполеонівській системі влади. Подібні заходи, утім, не проводилися виключно для утвердження позицій військових у суспільстві. Паради з їхньою урочистою пишністю, маршовими мелодіями, бравими, добротно та яскраво вбраними армійцями, були і свого роду рекрутинговим заходом. Вони були імпульсом, який підштовхував патріотично налаштованих юнаків на службу в армії, стверджуючи думку, що тільки військова кар'єра гідна уваги людей сміливих і заповзятливих.

Спорідненість природи параду з ритмікою механізму слушно підмітив Ю. Лотман: "Парад строго регламентував поведінку кожної людини, перетворюючи її на безмовний гвинтик величезної машини. Ніякого місця для варіативності поводження людини він не залишав. Проте ініціатива переміщувалася в центр, на особистість командуючого парадом". Наполеон Бонапарт

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

власне і *прагнув того, щоб бути* ***центром уваги, об'єктом уславлення***. Паради, до влаштування яких він був дуже охочий, поряд із утилітарною функцією підтримання боєздатності армії та демонстрації спостерігачам готовності захистити суверенітет країни, були актом надзвичайної символічної сили, який вивищував образ Наполеона як ***героя нації.*** У наборі стереотипних дій парад як ритуально-процесуальний символ став для Наполеона відтворенням своєрідної ***поведінкової метафори***.

Інший образ, який дбайливо змоделював Наполеон, – це образ ***миротворця.*** Значні зусилля офіційної пропаганди Наполеона були спрямовані на те, щоб представити його принциповим супротивником воєн. Ще будучи першим консулом, він вельми майстерно використав заклики до миру, створюючи собі образ миротворця. Зокрема, у грудні 1799 р. він звернувся до державців Англії та Австрії із *пропозицією про якнайшвидше укладення миру*. І хоча можливість примирення в той момент була малоймовірною, ця *свідомо безрезультатна спроба була вигідна* Наполеону: *заявивши про свої мирні наміри, він вигравав у громадській думці країни, що втомилась від тривалої війни*.

Щодо того, як Наполеон *маніпулював громадською думкою* в подальшому, аби його не вважали ініціатором воєнної кампанії, завойовником чи загарбником, а навпаки – визволителем і добродієм для підкорених держав – ішлося вище у підрозд. 2.5.1. Варто лише це раз наголосити, що йому цілком удалося і виправдати свої дії в очах вітчизняної громадськості, і переконати армію у справедливості й гідності її місії та схилити населення країн Європи до думки щодо доцільності його вчинків.

Усі тогочасні періодичні друковані видання формували у громадській думці Франції ***позитивний образ нового героя***, а також дозволяли Наполеону *конкурувати з іншими політиками*. Безперечно Наполеон був щирим ***патріотом***, на підтвердження цього він із гордістю свідчив: "Переді мною тремтіли царі, в моїх скринях могли б зберігатися мільйонні кошти, я міг би претендувати на все, що завгодно, але я – громадянин Франції, я – перший генерал Великої нації".

Дуже бажаний для Наполеона в палітрі його іміджетворення був ***образ полководця***, ***який ретельно дбає про своїх солдатів.*** Ця поведінкова модель близька до ***патерналізму***. Загалом про

Видавництво Державний університет "Київський університетський центр" Вересня не для друку

те, як Наполеон спілкувався із солдатами, як поводив себе у військовому середовищі існує немало переказів і оповідок. Але всі вони засвідчують, що він був дуже доступним і демократичним в армійському середовищі. Зокрема, газета "La France vue de l'armée d'Italie" свого часу підкреслювала *скромність і демократизм командувача*: "Заглянувши в його душу, ми побачимо звичайну людину, яка в сімейному колі охоче забуває про власну велич. Він, зазвичай, був заклопотаний якоюсь важливою справою, думки про яку часто позбавляли його сну і апетиту".

Ще під час перебування звичайним генералом в Італії 1796–1797 рр. Наполеон умів *надихнути виснажені війська на майбутні битви*. Майбутній імператор розумів, що говорити треба не про самого себе, країну або місії, а про проблеми своїх солдатів. Він надрукував листівки й наказав поширювати їх серед солдатів як відозву: "Солдати! У вас немає ні чобіт, ні мундирів, ні сорочок. Вам майже не вистачає хліба, а наші обози порожні. Тим часом у ворога все є в надлишку. Вам лише потрібно це здобути. Ви хочете і можете це зробити!"

Навіть коли Наполеон почувався "вищим" за інших людей і здатним "здійснити великі справи", як це вперше трапилося з ним, на його власну думку в битві під Лоді, усе ж, знаючи, що йому потрібно заручитися підтримкою своїх солдатів, він навмисно *звертався до них як до "братів"* і *підвищував їхню зарплату та пайки.* Бонапарт *допомагав артилеристам заряджати гармати* під час бою, заохочуючи розповсюдженню історій про свою солдатську працю у війську. Протягом чотирьох років битви під Лоді Наполеон створив дійсно переконливий ***міф про себе як про героя, рятівника та людину з народу, що дбає про свою армію як батько***.

Єгипетський похід 1798–1801 рр. також засвідчив ***патерналізм Наполеона в армії.*** Завоювати Єгипет було стратегічно необхідно, щоб призупинити англійську експансію на Схід і перекрити шлях до Індії. Незважаючи на поразку, Бонапарт став ***легендарним воїном***, який повторив шлях Олександра Македонського. Однак загальновідомим є факт, коли під час походу Наполеон розстріляв близько 3 тис. бранців, яких уже не міг більше утримувати. Він уважав, що краще треба думати про своїх солдатів, ніж про полонених.

Одного разу під час війни в Єгипті імператор демонстративно відмовився від їзди верхи та йшов пустелею пішки, ведучи за собою армію. У такий спосіб він *прагнув показати, що готовий розділити довгий важкий похід разом* зі своїми солдатами. Це дозволило йому не лише підкорити країну, але вкотре завоювати любов своєї армії. Багато солдатів залишилися вірні йому в майбутньому, навіть після того, як він відрікся престолу.

Ще одним прикладом прийому ***патерналізму*** може бути ситуація, коли Наполеон, виявивши під час огляду табору солдата, який заспав на варті, замість того, щоб покарати його, забрав його рушницю і продовжив чергування, немов рядовий. Варта на чолі з капралом були вражені до глибини душі, а Наполеон попросив їх не шуміти і дати молодому солдату відпочити. Звісно, ця історія швидко поширилась серед армійців, що, безсумнівно, позитивно вплинуло на його імідж. *Багато французьких солдатів у боях умирали з ім'ям імператора на устах*, що свідчить про вдалий підхід Наполеона до впливу на свою ***репутацію як полководця і захисника інтересів вітчизни***.

Наполеон також чудово знав як застосовувати *патерналізм до завойованих народів і держав*. Прикладом також може бути вторгнення 1808 р. в Іспанію і зведення на іспанський престол брата Бонапарта, Жозефа. У зверненні до іспанського народу імператор говорив: "Ваша нація готова була загинути. Я бачив ваші лиха; я хочу допомогти їм... Ваш уряд застарів; мені судилося відродити його. Я наказав скликати генеральні збори депутацій від ваших провінцій і міст: я хочу *особисто довідатися про ваші бажання й потреби*. Тоді я відмовлюся від усіх своїх прав і покладу славну вашу корону на голову людини, яка стане другим Наполеоном... У теперішніх обставинах будьте сповнені надії й довіри, тому що я бажаю, щоб ваші нащадки зберегли спогад про мене, і говорили: "Йому наша Батьківщина зобов'язана своїм відродженням".

За словами секретаря Наполеона, Луї Антуан Фовель де Бурьенна, той ніколи не дозволяв, щоб "слава про нього хоч на секунду замовкала". Згадаймо як майже через півтора століття відомий метр американської реклами Девід Огілві писав про фатальність переривання промоції для успішного брендингу. Наполеон всіляко й безнастанно "вкладався" у самобрендинг, створюючи образ неперевершений у всіх аспектах. Немалу роль

Видавництво Національний університет "Київський університет імені Бориса Грінченка"

в успішності його дій відіграло розуміння та налаштування на конкретну цільову аудиторію й аналіз обставин, у яких він діяв. Це, безумовно, свідчило про його стратегічне мислення в усіх випадках, які презентувала йому доля.

Наполеон завжди чітко усвідомлював, хто постав перед ним, у якій він ситуації та з ким він має справу на даний момент. ***"Свій для кожного" – це був улюблений прийом Наполеона для самопрезентації та самопромоції.*** Наполеон розумів, що самопромоція неможлива без ***аналізу цільової аудиторії***, тому, перш ніж виступати із промовою або з'являтися на публіці, він аналізував, хто буде його слухати чи бачити і яким чином справити на аудиторію потрібне враження. *Із кожною групою аудиторії Бонапарт говорив на близькі їм теми. Із солдатами – про воєнні будні, платню та їхні сім'ї, із офіцерами – про перемоги, нагороди та славу, з політиками-конкурентами – про податки й корупцію.* Те саме стосувалося як вороже налаштованих супротивників Наполеона, так і мирного населення на завойованих територіях. Він *прагнув навернути кожного на свій бік або переконував зберегти нейтралітет.*

Наприклад, у Тільзіті, коли було укладено мир, відбувся огляд російських і французьких військ. Наполеон попросив Олександра I показати йому найсміливішого російського гвардійця. Привели солдата. Бонапарт зняв із себе орден Почесного легіону і нагородив хлопця. Олександр не зміг відповісти тим самим – у Росії орденами нагороджували лише представників дворянства.

Мистецтво Наполеона ***знайти мову з кожним, порозумітися*** навіть із супротивником і викликати навіть у *вороже налаштованих людях* ***атракцію*** засвідчила ***остання PR-акція Наполеона*** на борту корабля "Беллерофон", куди він потрапив у полон до англійців у липні 1815 р. Англія була головним ворогом Франції та Наполеона. Саме тому британська преса зображала Наполеона насамперед як тирана та вбивцю, який прагне лише воєн і мільйонів смертей. Саме англійці через карикатури, де зображували Наполеона низенького росту і товстим, породили міф про низький зріст імператора. Аби познущатися з Наполеона англійці навіть випускали нічні горщики із його зображенням.

Проте потрапивши до англійців у полон, Наполеон, не дивлячись на свою давню неприязнь до них, замість того, щоб лише

чекати вироку, організував справжню *PR-акцію*: він вирішив ***завоювати симпатії*** *народу, з яким він так довго воював.*

Щодня англійці приходили до порту, адже хотіли на власні очі побачити великого полководця. Набережною тинялися юрти роззяв і базік, цікавилися у моряків: у залізній клітці чи ні тримають "Боні", чи наділи на нього кайданки? Дівчата питали, чи червоні у Бонапарта руки від крові?

А той вдався до інтриги. Замість того, щоб з'являтися на публіці, Бонапарт попросив моряка регулярно з корабля виставляти чорні дошки із крейдяними написами, які повідомляли про те, що робить Наполеон. У такий спосіб британці дізнавалися про сніданок бранця, його сон, прогулянки по палубі. Якби пару століть тому у Наполеона був акаунт у Facebook або Instagram, то, напевно, він би викладав свої статуси в них.

Ще більший ажіотаж піднявся у Плімуті, коли туди прийшов "Беллерофонт". За вутлий човник платили золотом по 60 фунтів, тільки б наблизитися до військового судна з Наполеоном. І таких човників було безліч.

Наполеон не пропускав жодної дрібниці у своїй *продуманій піар-акції*. Він зрідка старанно виходив на палубу, махав рукою публіці й набережна вибухала оваціями. Бонапарт знімав капелюха, вітаючи жінок у човнах біля борту корабля. Йому було важливо завоювати симпатії народу, з яким він так довго воював.

Рішення покластися на милість британців прийняв Імператор не відразу, лише після довгих і зважених роздумів. 14 липня 1815 р. довірений посланець Наполеона оголосив капітану "Беллерофон" про рішення колишнього повелителя Франції довіритися англійській короні. У зверненні до недавніх ворогів Наполеон порівнював себе із грецьким полководцем Фемістоклом, який шукав порятунку в персів, вигнаний зі своєї батьківщини невігласами, які грали на пристрастях юрби.

Він припускав, що його довірливість британським офіцерам занепокоять уряд Англії. Атрактивність Наполеона здавалася урядовцям Великої Британії дуже небезпечною зброєю.

Вміючи поводитися із громадськістю, Наполеон зміг зробити диво і в Англії, перетворивши країну, що стала його в'язницею, на поле бою за виживання, а фактично на PR-локацію. Суспільні суперечності в той час в Англії загострилися. Робітники, зазнав-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ши принад індустріалізації, нарікали проти технологічних інновацій у виробництві, що позбавляли їх праці та змушували шукати інші способи заробітку, аби вберегтися від злиднів. Селянам не вистачало землі. Тож поки політики міркували в Лондоні, що робити із бранцем у непростій ситуації, яка склалася в країні й не викликати тим у вітчизні та закордоном небажаний політичний резонанс, Наполеон продовжив свою піар-акцію на "Беллерофоні". Він знайшов спільну мову з моряками й офіцерами. Із кожним він спілкувався на близькі тому теми. Одного разу навіть запитав інтенданта (інтендант відповідав за продовольче, фінансове, медичне, ветеринарне та речове забезпечення армії) про те, скільки всього було вкрадено за всю службу, чим завоював і його симпатію. На дозвіллі розважав охорону тим, що демонстрував рушничні прийоми відповідно до статуту Великої армії. Екіпаж намагався догодити бранцю. Для Наполеона готували французькі страви, подавали найкраще вино. Але він мало їв, зате багато жартував. Адже розумів, що гумор викликає позитивні емоції й атракцію, відтак користався цим.

Англія оцінила останню піар-кампанію Імператора гідно, збагнувши його могутній талант перетворювати ворогів у друзів силою слова, коли зброю вже було вибито з рук. 31 травня 1815 р. на корабель прибув урядовець, який оголосив рішення щодо подальшої долі Наполеона. Це був адмірал лорд Кейт, представник лондонського Адміралтейства, він оприлюднив декрет уряду: Наполеона відіслали на острів Святої Єлени – назавжди, тож він ставав довічним бранцем.

Заслання на острів Святої Єлени якнайкраще сприяло *перетворенню постаті Наполеона з легенди у міф*. Відтак неможливо оминути увагою, ведучи мову про ***самопіар*** Наполеона такий важливий момент, як "мучеництво" Імператора на Святій Єлені. "Кар'єрі моїй, – говорив Наполеон, – не вистачало нещастя! ... Якби я помер на троні, у магії всемогутності, для багатьох я створив би складності. Нині ж, завдяки цьому нещастю, про мене зможуть судити по-новому". Із цієї позиції стають більш зрозумілими безперервні скарги імператора на поганий клімат острова і на погане поводження з ним губернатора Гудзона Лоу: свої страждання Наполеон розглядав не тільки як випробування, через які йому судилося пройти, але і як необхідний елемент для створення власної "леген-

ди" і найдієвіший спосіб її вкорінення у свідомість мас. "Кожен прожитий тут день, – говорив він Лас Казу, – позбавляє мене клейма тирана, вбивці, безсердечної людини і робить великомучеником". Саме в ореолі мучеництва він пішов із життя і тим став ще більш цінний для французького народу. Він змінив золотий лавровий вінок слави на терновий вінок великомученика. Він здобув ореол жертви, яка так і не захистила до кінця ідеали Французької революції – свободу, рівність і братерство й поклала своє життя на вівтар щастя і процвітання вітчизни.

Безсумнівно, Наполеон *був* ***одним із перших творців власного міфу***. Активна та грамотно вибудувана пропаганда привела до створення ***культурного міфу*** про Наполеона, тим більше, що він прекрасно розумів, наскільки важлива ідеологічна робота зі створення власного іміджу для переконання юрби.

Феномен ***міфологічності образу Наполеона*** не лише у самопіарі та як нині доречно висловлюватися у персональному брендуванні, але й у налаштованій ним і його однодумцями ***пропаганді.*** З метою самобрендингу Наполеон використовував усі засоби, починаючи від преси й закінчуючи живописними полотнами та театральними виставами. Усі вони були ***рушіями іміджетворення Наполеона*** і зображали генерала Бонапарта видатним полководцем, який підняв меч з метою захисту народів і справедливості, мудрого державця, який дбав про свою країну та свій народ, звеличували героя, патріота, гідного сина уславленої ним Франції. Він розумів, що управління громадською думкою дозволяє формувати позитивний імідж, а, *оскільки люди зазвичай довіряють пресі, почутому з високої трибуни від промовця, підпадають під емоційно-психологічні враження від витворів мистецтва, – уважав зазначені засоби комунікації бездоганним інструментом для його персонального брендингу*.

Про роль преси у пропаганді Наполеона та її значення у формуванні ним громадської думки і веденні ІПВ уже йшлося, тож варто лише дещо додати і закцентуватись на вищезазначеному в контексті ***персонального іміджетворення*** Наполеона.

Відтак, Бонапарт розумів вагомість преси у формуванні громадської думки щодо ситуації у країні та стосовно державця особисто, тому преса стала одним із його основних інструментів і пропаганди, і персонального іміджетворення. Наполеон не-

одноразово говорив про те, що *"чотири газети можуть заподіяти ворогові більше зла, ніж 100-тисячна армія"*.

Усі періодичні друковані видання мали формувати у громадській думці населення Франції та Італії ***позитивний образ нового героя***, а також давали можливість Наполеону конкурувати з іншими політиками. Тобто *спрацьовував механізм порівняльного протоPRу*. А, як відомо, компаративізм завжди сприяє активізації конкурентного середовища, яке в разі успіху стає виграшним тлом. З метою підвищення ефективності самобрендингу Наполеона газети часто поширювалася безкоштовно, наприклад для армії. Інші політики й державці не мали таких можливостей.

Імператор Франції наголошував, що *видавничу справу необхідно контролювати та скеровувати*, адже без цього державець приречений на невдачу. Він використовував усі методи ідеологічного впливу й контролю для закріплення особистої диктатури та виправдання військових завоювань, а також увів *цензуру*, яка повинна була обмежувати поширення інформації й *ревізувати зміст текстів*. Із цією метою було введено у редакціях газет *посаду цензора-редактора*. Наполеон уважав, що для широкої публіки ***інформацію необхідно ретельно підбирати та перевіряти***. Але робити це треба у такий спосіб, щоб ***створити у свідомості народу певні стереотипи*** *соціально-політичного характеру, які б виправдовували чинний режим*. Доказом цього може бути те, що у Франції Наполеон повністю вилучив із преси інформацію про будь-яку внутрішню й зовнішню політику та вважав великою милістю дозвіл певним виданням публікувати коротенькі, суто інформативні замітки політичного характеру. Водночас він усіляко заохочував газети, призначені для підтримання його влади у країнах, які він завоював, адже розумів, що саме таким чином йому вдасться сформувати та зміцнити свій імідж у населення. *Пропагандою з метою формування іміджу Наполеона були охоплені всі форми комунікації: преса, книги, друковані листівки, відозви та прокламації, державні події, релігія, школи й мистецтво.*

Ставлення до свободи друку французький імператор висловлював чітко й однозначно: "Ах! Свобода преси, свобода друку! Зніміть же намордники з ваших паризьких журналістів і ви побачите справжню гризню! Всі ці Бадью постійно будуть утручатися в управління, а Карітіде будуть подавати свої думки. До біса весь

цей галас!" У такий спосіб раціональний практик Наполеон висловлював своє скептичне ставлення до свободи друку.

Він ще під час італійської кампанії прекрасно розумів, що таке преса. У червні 1797 р. Бонапарт заснував дві газети: "Кур'єр італійської армії" і "Вид на Францію з Італії". Фінансувалися газети з військових трофеїв і розповідали про подвиги ще невідомого генерала. Він уважав, що політична пропаганда має змушувати повірити навіть того, який не обов'язково спирається на факти. Саме в цей час з'явився *термін "газетна качка"* як протиставлення *імперському орлу*. Прийшовши до влади, Бонапарт скоротив кількість газет, поставивши їм завдання звичайного інформування. 1811 р. виходило у Франції лише чотири загальнонаціональні газети.

Цікаво, що Наполеон, усіляко скорочуючи кількість столичних газет, навпаки, *стимулював розвиток провінційної преси*. Правда, усі регіональні газети перебували під наглядом префектів департаментів і висловлювали урядову точку зору, виконуючи таким чином функцію організатора громадської думки на користь чинної влади та ладу, і, фактично будучи місцевими філіями "Moniteur Universel",– центральної газети Наполеона.

Бонапарт *активно співпрацював із газетами й особисто редагував статті, що стосувалися його політики*. Як людина, яка дбає про свій імідж, він багато разів *переробляв свої офіційні звіти про військові кампанії, щоб розумно піднести свої досягнення на полі битви, навіть і в тому випадку, коли вони зовсім не були схожі на перемоги.* Наприклад, 1796 р., під час битви біля Лоді, у невеликому містечку за межами Мілана, Наполеон вирішив узяти штурмом міст, утримуваний австрійською армією, а не чекати ймовірного відступу ворога. Це була незначна, непотрібна перемога. Наполеон завищив її важливість у своєму офіційному звіті, стверджуючи, що переміг удвічі більше вояків-противників. Ця версія подій Наполеона була поширена серед громадськості через дві італійські безкоштовні газети французькою мовою, про які було написано вище. Звітуючи з Італії, кожен орієнтувався на читачів з різними політичними ухилами. Хоча наклади видань були обмеженими, їхні статті були зревізовані паризькими газетами, і перемога Наполеона стала предметом публічних та приватних розмов у столиці Франції.

Маніпулювання Наполеона пресою з метою завоювання громадською думкою було частиною його стратегії іміджетворення. Замовні статті в газетах обходили стороною важливі для країни проблеми, а малозначні успіхи виставляли напоказ. Завдяки вдало обраним темам і сюжетам Бонапарт міг уміло керувати громадською думкою у критичні моменти. Як він сам казав: "Усілякий раз, коли відбувається подія, неприємна для уряду, не слід її публікувати допоки це не стане загальновідомо".

Для зміцнення власної репутації він підніс цілеспрямований вплив на громадську думку до рівня високої державної політики. Цю думку він не раз висловлював у колі своїх однодумців. Наприклад, у квітні 1800 р. у бесіді з М. А. Жульєном Наполеон сказав: *"Суспільна думка – це кінь, інколи вередливий, якого я намагаюся приборкати"*. У червні 1804 р. на засіданні Державної ради Бонапарт чітко висловив свою позицію: *"Ми повинні керувати суспільною думкою"*. Бонапарт прекрасно усвідомлював *вплив преси на громадськість*. Блискучі якості полководця, лідера й організатора військових і державних справ, а також розуміння ролі друкованого слова, зокрема засобів публіцистики, які він уміло застосовував на всіх етапах своєї діяльності для укріплення іміджу та репутації, дозволили йому досягти успіху у впливі на суспільну думку та створенні неперевершеного ***персонального бренду***.

Іншим потужним засобом створення образу Наполеона стало ***образотворче мистецтво.*** Взаємини з ним у Наполеона складалися не завжди однозначно. Тож він зробив усе від нього залежне, щоб змінити ситуацію на власну користь. Оскільки художні твори, що зображали Наполеона в юному віці, передавали його зовнішність не дуже презентабельно – блідим, худорлявим, невиразного зросту, що зовсім не в'язалося зі стереотипним образом військового чи політичного діяча. Тому в подальшому Наполеону було більш цікаво *представляти ідеалізований образ себе, ніж позувати для реалістичних портретів.*

Він дав доручення директору Лувра Домініку Віван Денону обрати 10 (!) найкращих художників для ***створення його образу в мистецтві***. Протягом шести місяців Наполеон доручив художникам писати картини на теми історичного контенту, які він хотів, щоб публіка бачила й пам'ятала. У той час, коли від художників очікувалося правдиве реалістичне представлення істо-

ричних подій, обрані Наполеоном митці формували та пропагували його образ, "*редагуючи історію" відповідно до його вимог і бажань*. Часто Наполеон сам придумував сюжети для картин, де було помітним прагнення ***підкреслити кращі якості свого характеру****: шляхетність, людинолюбство, сміливість, великодушність, гідність*. Картини регулярно виставлялися в Салоні, вхід куди для відвідувачів був безкоштовним.

Величезний внесок у формування *героїчного міфу про Бонапарта* зробив художник-академіст ***Антуан-Жан Гро***. Він був особисто знайомий із Наполеоном, супроводжував його протягом усієї Італійської кампанії і навіть брав участь у битві біля Арколе. Живописець бачив на власні очі як Наполеон очолив атаку на Аркольський міст і відобразив цей момент у трьох варіантах однієї картини. Масштабне полотно "*Наполеон* Бонапарт на *Аркольскому мосту*" (1796–1797) пензля А.-Ж. Гро – характерний взірець *формування* ***образу-легенди*** *у свідомості сучасників через живопис*. Художник уславив подвиг Наполеона: на полотні було зображено у романтичному стилі юнака із полковим прапором у руках, у парадному мундирі, прекрасного, як античний герой, а навколо нього – тіла убитих солдатів, включаючи його ад'ютанта Мюірона, який загинув, закриваючи Бонапарта своїм тілом від ворожих куль. Битва закінчилася для французів цілком невдало. На жаль, особистий героїзм і відвага Наполеона не увінчались успіхом і навіть не створили насправді бажаного ефекту: солдати, які вже були готові рушити за головнокомандувачем, побачили, що передовий загін полководця нещадно розстріляний австрійцями, а Бонапарт мало не загинув. Ряди армійців відступили. Наполеона було скинуто з мосту і він мало не потрапив до полону. Атака зазнала поразки (ось як було насправді!). Через два дні, коли Арколе все ж було взято, необхідності вже в цьому не було. На той момент австрійська армія змінила свої позиції, і першопочатковий план щодо виходу в її тил утратив сенс. Наполеон залишив Арколе. Але на полотні А. Гро події представлені зовсім інакше. Проте міф є міф. І він хоч і *спотворював історичну правду,* проте *формував образ непереможного полководця, героя*, що здатний повести за собою Велику армію, надихнути її на ратний подвиг.

В образі Наполеона художник утілив характерний для неокласицизму ідеал сильної, вольової особистості. Стрімкий порив

Видавництво Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна "Університетська бібліотека"

назустріч небезпекам, холоднокровне спокійне обличчя і напружений погляд підкреслюють рішучість і мужність героя. Темпераментна манера живопису, динаміка контрастних барв і світлотіней, чимало різноспрямованих діагональних рухів надали зображенню романтичного пафосу.

Епізод загарбницької війни в Італії поблизу міста Верона надав А. Гро шанс вислужитися перед Наполеоном, подавши того як хороброго героя без жодних вад. Картина художника мала успіх. Відтоді Антуан Жан Гро добровільно приєднався до *митців, що роками створювали легенду про* революційного генерала і героя, позбавленого недоліків, непереможного полководця, хоча це не завжди відповідало реальності.

Урешті Наполеон був настільки захоплений роботами А. Гро, що в Паризькому салоні зняв із власних грудей орден Почесного легіону і нагородив ним художника. Творчий шлях А. Гро за часів Наполеона – яскравий приклад *використання мистецтва з пропагандистською метою в цілях іміджетворення, створення пензлем митця* ***живої легенди, міфу****, які увійшли в анали світової історії та зробили своєму протогерою PR на всі часи.*

А. Гро збагнув схильність Наполеона до іміджетворення і став його портретистом. У період до повної поразки Наполеона в битві при Ватерлоо у червні 1815 р. Гро створив *низку* ***портретів Наполеона*** (портрет у Мілані, портрет Наполеона як першого консула, картину "Наполеон на Аркольському мосту" у двох інших варіантах).

Апофеозом ***самозвеличення*** стало замовлення А. Гро розписати купол національного Пантеону, де поряд із величезними постатями Хлодвіга, Карла Великого, святого Людовика мало бути зображення Наполеона Бонапарта. Гро у такий спосіб був залучений до звеличення Наполеона в контексті національної історії, адже кожна із постатей знаменувала певний етап вивищення Франції як світової держави.

Піднімаючись до влади, Наполеон почав формувати нову французьку еліту із власних родичів і відданих йому військових генералів. Аби надати блиск новій аристократії, Наполеон наполягав на порівняннях не з римлянами доби республіки, а з добою давньоримських імператорів. Таким чином народився офіціозний *стиль ампір*. Примусово на новий стиль перейшла більшість французь-

Вибрані сторінки електронний ресурс "Історія України" версія для друку

ких художників, скульпторів і частина архітекторів, що обслуговували консула Наполеона, а згодом – нового імператора.

Серед інших Антуан Жан Гро був залучений до *кампанії звеличення наполеонівської аристократії та створення численних* ***парадних портретів***. Він старанно відтворював військові мундири та ордени, золоте шитво й коштовну зброю, гордовиті постаті нових владарів життя тощо. Удалими виявилися портрети, коли йому позували дійсно яскраві індивідуальні особистості – Йоахим Мюрат або генерал граф Антуан де Лассаль.

Сповнені романтичної патетики портрети А. Гро подобалися усім – і їхнім прототипам, і публіці, і особисто Наполеону, самолюбування якого не мало меж. Але більше А. Гро цінувався як ***художник-баталіст***. Його пензлю належать такі величезні полотна з епізодами військових подій, як "Баталія біля Абукира" (1799), "Баталія біля Назарета" (1801), "Баталія біля Ейлау" (1808). Нова, не властива неокласикам патетична інтерпретація военної теми, а також правдивість окремих образів вражала.

1808 р. Гро створив одну із найвідоміших своїх робіт – "Баталія біля Ейлау". На цьому полотні імператор, звоювавши об'єднану російсько-прусську армію, постає як милосердний переможець, який наказує надати допомогу пораненим ворогам. У цій сцені немало фальшу, однак трагізм війни переданий без прикрас: небо чорне від диму, на передньому плані громадяться замерзлі тіла загиблих, серед яких ворушаться поранені; у глибині картини на сніговій рівнині проступають брудно-жовті плями – теж купи тіл, припорошені снігом. Якщо на інших картинах війна виглядала більше парадом, то на цій А. Гро не посоромився зобразити страждання солдат, мертві тіла й безліч поранених. Адже пролита кров лише відтіняла велич імператора, який мчав серед смерті та руїн у супроводі хоробрих генералів. У його більш пізніх творах – "Здача Мадрида" (1809), "Битва біля пірамідам" (1810) – менше пафосу і оригінальних композиційних рішень, але постать Наполеона – у центрі уваги. Це не поодинокі акти *візуальної пропаганди* – Наполеон платив гроші найкращим художникам Франції, щоб ті малювали *батальні картини*, де *звеличувалися подвиг і звитяга його особисто, його війська та полководців.*

Дуже своєрідний міф про Наполеона створила картина А. Гро "Наполеон у госпіталі хворих на чуму в Яффі", написана на замо-

Видавничий центр "Київський університет"
Репозитарій для друку

влення імператора. На ній Бонапарт постав *у образі добросердного й відважного полководця, який дбав про здоров'я армії та піклувався про кожного із солдат*. (Знову патерналістський мотив!) Контрастніше благородна натура Наполеона сприймалася поруч із офіцерами, один із яких гидливо відвертався від хворих, закриваючи обличчя хустинкою, інші – навіть не дивилися у бік страждених. На тлі офіцерів свого супроводу імператор виглядав уважним і милосердним до звичайних людей у часи їхніх смертельних бід. Наскільки це був міф, створений художником за вказівкою Наполеона, свідчить реальність: насправді Наполеон, відступаючи, залишив своїх хворих солдат напризволяще і віддав розпорядження перед від'їздом дати кожному з них смертельну дозу опію. Але не всі зазнали летального кінця, деяким удалося вижити. Їх підібрали англійці, які відтоді стали використовувати цю історію у пропагандистських цілях. Це був, хоч і не безпідставний, проте ***агресивний чорний PR.*** В інтерпретації англійців Наполеон постав чудовиськом, оскільки міг залишити хворих солдатів на поталу долі, не засумнівавшись у порядності свого вчинку. Відтак це полотно А. Гро посіло особливе місце в *історії військової пропаганди*, оскільки воно повинно було спростувати звинувачення англійців у тому, що Наполеон наказав позбутися хворих при відступі з Яффи. Тобто це був *пропагандистський твір, що робив Наполеону недвозначний PR*.

Як класичний приклад використання Наполеоном ***живопису із пропагандистською*** метою можна назвати масштабне полотно "Бонапарт при перетині Гран Сен-Бернар" (1801), пензля видатного французского художника ***Жака-Луї Давида.*** У той час, коли Ж.-Л. Давид малював Наполеона і його військо, що перетинали перевал Сен-Бернар в Альпах 1800 р., генерал скинув французький уряд і став Першим консулом. Наполеон наказав Давиду зобразити "спокій на енергійному коні", тобто постать, яка підкреслювала би його силу та справжню здатність долати виклики. Художник розташував Наполеона подалі від артилеристів, із якими він колись воював, ніби той був вищою істотою. Це був давній художній прийом, який мав засвідчити те, що ***лідер має право на превалюючу роль***. Реальність альпійської подорожі Наполеона була менш вражаючою. Уважається, що Наполеон ішов за своїми солдатами над Альпами на мулі, тварині,

Видавництво Національний центр "Київський університет імені Бориса Грінченка"

набагато більш придатній для проходження крутими й вузькими гірськими стежками. Однак стилізований живопис Девіда було сприйнято настільки захоплено, що йому замовили ще чотири версії. Чотири роки потому художник був удостоєний звання "Перший художник імператора".

Ж.-Л. Давид, щиро відданий Наполеону, бачив у ньому *не завойовника, а героя-переможця* і виконав його бажання, створивши на полотні *постать подібну більше до пам'ятника, а не як портрет полководця*. Як скульптура, постать Наполеона на вздибленому коні піднімається на тлі холодного сіро-блакитного неба й засніжених гір. Зображення здається позбавленим руху, у ньому немає природності. Наполеон представлений як байронічний герой, який указує рукою шлях нації в майбутнє (до речі, згодом цей жест перейняли лідери тоталітарних режимів XX ст. і не тільки практикували у реальному часі, а й утілили у живописі та монументальній скульптурі). Романтичний вигляд Першого консула підкреслюють триколірне знамено Франції, що розвивається на вітру, і кінська грива, а також грозове небо та крижаний, засніжений пейзаж, на тлі якого рухаються французькі солдати – майбутні переможці. Різко контрастує з цим спокійний вигляд Бонапарта, який уподібнений Ганнібалу або Карлу Великому, чиї імена, поряд із його іменем, висічені на камені біля підніжжя полководця. Ж.-Л. Давид навмисно "згустив барви": плечі Наполеона оповив багряний (колір імператорів) плащ, а вітер підняв його край, від чого той став схожим на крило велетенського птаха. Національні кольори генеральського мундира ретельно передані на полотні, як і гра світлотіні на обличчі, де з-під крис капелюха пламеніють очі, прядки волосся спадають на бліде чоло, губи міцно стиснуті. Він дійсно виглядав як *фатальний герой*.

Популярність цього полотна Ж.-Л. Давида виявилась шаленою. Перший консул був дуже задоволений портретом і негайно замовив кілька повторень. Більше того, уже визнаного на той час митця негайно залучили до *"міфотворення"*, вірніше *іміджетворення*. Його здібності теж знадобилися новій аристократії, що почала формуватися у військовому й родинному оточенні Наполеона. Їм був потрібен майстер, здатний своїм мистецтвом уславити їхні військові перемоги, їхню велич, що нічим не поступалась величі європейських монархій. Ж.-Л. Давид під-

Видавничий центр "Київський університет"
Версія для друку

тримав Наполеона на шляху і першого консула, і імператора Франції, тож охоче виконував замовлення і особисті, і його родинного та військового оточення. Стиль робіт художника змінився – став величним, відчуженим, холодно-офіціозним, віртуозне виконання не пом'якшували ні яскраві барви, ні золоте шитво генеральських строїв, ні золото новітніх, ампірних меблів та інтер'єрів. Холодною імперською величчю віє від пафосних полотен Давида, серед яких "Коронація Наполеона" (1805–1807), що стала великим визнанням таланту та відданості художника. Давид навіть написав Наполеону лист, що починався славами подяки: "Владарю! С того часу як Ваша величність виявила мені честь бути обраним для написання картини, присвяченої церемонії коронації, я маю намір цілком присвятити свій талант в ім'я уславлення Вашої Величності…..".

"Роздавання імперських орлів на прапори наполеонівських загонів" (1810) не менш офіціозна картина Ж.-Л. Давида, що заслуговує уваги як ще один зразок у палітрі *живописного іміджетворення Наполеона*. Вищезазначена картина зображає військову церемонію 1804 р., організовану Наполеоном після його приходу до влади як імператора Франції. На церемонії Наполеон прагнув відродити військовий дух Римської імперії. Повна назва твору французькою – "Serment de l'armée fait à l'empereur après la distribution des aigles au champ de Mars, 5 décembre 1804", що буквально перекладається як "Присяга армії імператору після роздавання орлів на Марсовому полі, 5 грудня 1804 року". На полотні Наполеона зображено в імператорській мантії на трибуні Військової школи у Парижі, він оточений маршалами в церемоніальних шатах. Командири полків французької армії схиляють перед імператором увінчані бронзовими фігурками орлів держаки триколірних прапорів і в єдиному пориві присягаються захищати їх до останнього подиху, останньої краплі крові.

Ж.-Л. Давид став двірцевим художником Наполеона. *Наполеон розумів важливість пропаганди, а Давид міг майстерно втілити потрібну пропагандистську програму, яку замовляв Наполеон*. Прикладом цього є портрет Наполеона, що має назву "Наполеон у робочому кабінеті в Тюільрі", 1812 р., де Ж.-Л. Давид відходить від ідеалізації образу Бонапарта і зображує реальну людину. За свідченнями сучасників, саме на цьому

полотні переданий найправдивіший образ Наполеона. Його зображено у скромному синьому костюмі полковника гренадерів гвардійської піхоти поруч із позолоченими масивними меблями у стилі ампір, на тлі фоліантів, годинника, що показує ранній час, коли починається робота імператора, вірніше, вона не закінчувалась звечора – про це вказує догоряюча свічка. Отже, поки громадяни мирно сплять, імператор продовжує піклуватись про їхній добробут, що було компліментом художника гордовитому й жорстокому політику. Як ніколи раніше, Давид передав у портреті напружену роботу думки, розум Наполеона. У портреті "Наполеон у робочому кабінеті…" Ж.-Л. Давид завершив традицію, що склалася у французькому мистецтві ще за часів Відродження, коли в офіційному портреті зовнішня репрезентативність, показність поєднувалися з правдивістю.

Зауважимо, що в роботах Ж.-Л. Давида дуже помітним є ставлення живописця до Наполеона як особистості світового масштабу. Попри їх складні відносини, у своїх картинах Ж.-Л. Давид показував тільки те, що хотів імператор, але при цьому у його роботах не помітно, що це було виключно виконання наказу й роботи "на замовлення".

Розглядаючи портретистику Наполеона, не можна оминути "живописця королів і короля живописців" ***Франсуа Жерара,*** учня Ж.-Л. Давида, який створив новий тип парадного портрета, в якому поєднав суворість класичної композиції із простотою та природністю передавання зовнішності портретованого.Один із найвідоміших портретів пензля Ф. Жерара зображує Наполеона у коронаційному одязі. Саме за допомогою цього єдиного образотворчого засобу художник передав велич Наполеона. У картині немає жодної дії, динаміки. Проте вона тут і не потрібна. Основне завдання Жерара було не відобразити коронацію або будь-які дії, пов'язані з нею, а показати час після неї. Висловлюючись метафорично, у картині зображено майбутнє Франції. На обличчі імператора вираз повного спокою та впевненості. Усім своїм виглядом імператор ніби дає зрозуміти, що влада повністю в його руках, наскільки він рішуче налаштований. При цьому ця робота Жерара є доволі традиційним парадним портретом, який насправді несе в собі не просто інформацію про якусь подію, а передає настрій портретованого.

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Версія для друку

Портретистика Наполеона Бонапарта стала суттєвою частиною так званої ***"наполеонівської легенди"*** (складного сплетіння міфів і правдивості про особу й час Наполеона) і хронологічно відтворила всі періоди його життя. Внесок у іконографію Наполеона зробили, окрім вище названих, *Жак Огюст Домінік Енгр, Поль Деларош* та інші європейські митці.

Після смерті Наполеона ще довгий час у живописі продовжувалась тема "наполеоністики". Багато художників писали великого імператора і працювали на його іміжотворення вже у контексті постPR. Про твори деяких з них варто згадати, оскільки їх неможливо зігнорувати.

Аппіані Андреа – італійський живописець, писав Бонапарта ще за його життя. У нього були як портрети, так і метафорична работа "Апофеоз Наполеона". ***Карл Верне*** –французький жанровий живописець, літограф, аніміаліст, карикатурист і баталіст, був *художником-історіографом Наполеонівської армії.* Відомі його історичні малюнки із італійських походів, величезні полотна "Епізод із Аустерліцького бою", де Наполеон із ескортом представлений на конях у повний зріст: "Аустерліцька битва" (1808) відтворювала рух кінних і піхоти; також виразними творами були: "Наполеон і його начальник штабу маршал Бертьє у битв поблизу Маренго" (1800–1801) та "Наполеон біля воріт Мадриду" (1810).

Орас Верне, який здобув широку популярність як автор патетичних батальних полотен, теж присвятив серію робіт наполеонівським війнам, серед яких – "Битва під Єною та Ауерштедтом", де Наполеон оглядає імператорську гвардію. Французький історичний живописець, портретист, літограф і письменник, учень Ж.-Л. Давида – ***Анн-Луї Жироде-Тріозон*** написал портрет Наполеона в повному імператорському строї. Видатний баталіст ***Жан-Луї-Ернест Месоньє*** теж не проминув Бонапарта. Багато хто ще втілював образ Наполеона у живописі: ***Жан Франсуа Дебре, Луїджі Счьявонетті, Даниель Арноде*** та інші художники різних національностей [25].

Якщо живопис був призначений здебільшого для еліти суспільства, то простолюд теж треба було охопити пропагандою персонального іміджу Бонапарта. Стосувалося це і армії. Тож як візуальні засоби іміджетворення важливу роль зіграли відомі ***мініатюри*** з

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Епіналь. На той час по всьому департаменту Вогези, особливо в його столиці, працювало багато артілей, що випускали *примітивні гравюри на дереві*, сюжетами яких стали Наполеон і його армія. Крім наївних мініатюр, які в доволі фантастичній манері зображували битви біля пірамід або Аустерліца, випускалися гравюри відомої серії малюнків "Наполеон і його солдати". Ці гравюри масово надходили у продаж, особливо під час ярмарків, були нагородою дітям за шкільні успіхи або дрібним службовцям за старанну роботу. Люди охоче купували мініатюри, прикрашали ними свої оселі, а це, у свою чергу, сприяло поширенню легенди про Наполеона та його Велику Армію.

Інші види мистецтва як засоби пропаганди теж цікавили Наполеона. Зокрема, шедевром стала робота скульптора ***Антоніо Канови***, що зображувала Наполеона в образі Марса-миротворця. Митець представив імператора юним античним героєм і, коли скульптуру 1811 р. той побачив особисто, то образ молодого атлета вже не відповідав тодішньому потертому життям і війнами чоловіку. Проте ефекту іміджетворення А. Канова досяг.

Щодо *архітектури,* Наполеон теж будував грандіозні плани: він неодноразово виступав ініціатором створення пам'ятників, які мали уславлювати його військові й дипломатичні перемоги; на початку свого правління він побажав побудувати грандіозний монумент на честь перемог французької армії. За іронією долі будівництво ***Тріумфальної арки*** було закінчено лише 1836 р., уже після його смерті, коли прах Наполеона був повернений до Парижу.

Образ Наполеона в інших сферах мистецтва був менш представлений. Не дуже вдавалося Наполеону домовитися з літераторами. Постійні спроби залучення на свій бік видатних письменників того часу, зазвичай, закінчувалися невдачами. Як зауважує дослідниця образу Наполеона в мистецтві О. І. Кузнецова, великий французький письменник і філософ того часу Ф. Р. де Шатобріан у результаті виявився до нього в опозиції, а одна з найвпливовіших письменниць мадам де Сталь дуже скоро перейшла від схиляння перед ним до неприйняття [17]. Але про нього багато писав Стендаль у романі "Червоне і чорне". Цікаво й те, що Л. Бетховен теж спочатку присвятив свою Третю симфонію Наполеону, однак, незабаром перейменував її в "Героїчну".

Видавництво Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка "Копіювання заборонено"

У створенні ***культу Наполеона*** використовувалися різні види мистецтва, зокрема й ***театральні вистави***. У Парижі 1797 р. були поставлена п'єси "Битва при Ровербелло, або Бонапарт в Італії" та "Узяття Мантуї". Того самого 1797 р. з'явився ***"Гімн миру"*** – один із перших складених на честь Бонапарта, де як рефрен звучали слова: "Слава переможцеві Італії! Слава всесвітньому героєві! Він завоював і об'єднав в імперії сто різних країн".

ПостPR Наполеона: еволюція образу, іміджетворення

Важко заперечити величину постаті Наполеона як діяча, політика, полководця й потужного іміджмейкера. Навколо його персони завжди можна було почути гучні обговорення й дискусії. Цікавим є те, що протягом років діяльність Наполеона та посмертно його імідж і сприйняття суспільством дуже трансформувалися. Дослідники феномена Бонапарта схильні виділяти шість послідовних етапів еволюції образу Наполеона:

Передусім, період із 1480 до 1830 р. – від тріумфу Наполеона до його приголомшливого падіння та заслання". Із 1814 р. роялісти почали ***демонізувати образ Наполеона***, і в очах громадської думки він постав як тиран, який потопив Європу в крові, як страшне породження якобінської диктатури.

Другий період – із 1830 до 1851 р. У період Липневої монархії відбулася романтична сакралізація образу Наполеона, що пов'язано із захопленням влади Луї Наполеоном Бонапартом". Починаючи з липня 1830 р., монархія Луї Філіпа вже видозмінює легенду про імператора: триколірний наполеонівський прапор стає емблемою нації. Церква також примиряється із постаттю імператора, який колись уклав конкордат із Римом і помер як істинний християнин. А Луї Філіп Бонапарт використав ідеалізований міф про Наполеона з метою підкреслення спадкоємності традицій правління прославленого родича.

Третій етап охоплює проміжок часу між реставрацією імперії та поразкою під Седаном. (Посмертна доля Наполеона обумовлена діяльністю його племінника: від шанування й сакралізації образу суспільство перейшло до його заперечення.)

У період ІІІ Республіки Віктором Гюго і лівими силами виголошувалися прокльони на адресу "деспота і тирана". Це був так званий четвертий етап трансформації образу Наполеона.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

1921 р., на п'ятому етапі, у столітній ювілей смерті Наполеона, почався новий період вивчення його особистості: на основі наукового й історичного підходу, поза будь-якими ідеологіями стала розкриватися сутність цієї політичної постаті.

Нині, на шостому етапі трансформації іміджетворення, Наполеон продовжує зачаровувати французів і весь світ, знову повертаючись на авансцену історії як великий полководець і талановитий державець. Отже, із цього можна зробити висновок про те, що власний бренд, сформований Наполеоном ще в XIX ст., виявився настільки потужним та яскравим, що він існує донині.

Насамкінець зазначимо, що основні ***іміджеві парадигми***, сформовані Наполеоном, були спрямовані на створення його образу як героя і захисника Франції, відданого країні та її народу державця, патріота, миротворця, великого реформатора, який дбав про добробут держави та її населення, урешті, непересічної особи, яка володіла рідкісними людськими якостями. Особистість Наполеона стала втіленням популярного в той час образу романтичного героя, його ідеальним уособленням у реальному житті та на арені світової історії.

Завдяки використанню всіх вищезгаданих методів у комплексі, Наполеону вдавалося віртуозно скерувати громадську думку, що в підсумку привело корсиканського хлопчика на французький престол і допомогло йому закохати в себе націю. Багато в чому він був цинічний і жорстокий, використовував імператорську владу для усунення опозиційних думок. І все ж ці методи роботи із громадськістю використовуються досі.

Отже, дослідивши феномен постаті Наполеона як іміджмейкера та технології формування його власного бренду, можна сказати, що *Наполеон Бонапарт є одним із найяскравіших іміджмейкерів XIX ст. Для історії ЗзГ Наполеон – передусім один із найуспішніших засновників власного бренду в Європі, талановитий іміджолог і майстерний комунікатор. Його технології просування власної особи як бренду виявились важливими для появи та розвитку сучасних PR. А інформаційна політика Наполеона як державного та військового діяча започаткувала тенденції розвитку політичного PR. Значущість постаті Наполеона для ЗзГ дуже влучно описав французький дослідник Жан Тюлар:"Наполеон виграв бій в увічненні свого образу в історії"*.

Видавничий центр "Київський університет"

5.4.2. Образи вікторіанської епохи. Королева Вікторія як індивідуальний бренд

Вікторія – королева Великої Британії (1837–1901), чиє правління стало, без перебільшення, етапом розквіту країни, яка з аграрної перетворилась на одну з економічно розвинених європейських держав. Королева правила так довго (63 роки, 7 місяців і 2 дні), що її ім'ям стала називатися ціла епоха – *вікторіанська*, з'явилися вікторіанська мораль, література, архітектура, музика і, навіть, меблі. *Час її правління став для Великої Британії епохою найвищого розквіту в усіх сферах*: політиці, промисловості, культурі та науці. При королеві Вікторії Британія стала великою імперією, над землями якої ніколи не заходило сонце. При цьому роль королеви не несла за собою реальної політичної влади, а британська монархія стала скоріше символом старої доброї Англії, славною традицією, якою залишається і сьогодні.

Вікторіанська епоха була далеко не найгіршим часом у британській історії – література розквітала, економіка і наука бурхливо розвивались, колоніальна імперія досягла піку своєї могутності, – проте чи не перше, що спадає на думку, коли чуєш ім'я цієї королеви – "вікторіанська мораль". Про вікторіанську епоху говорять як про часи порядку й високих моральних принципів. Королева жила за певними канонами та вимагала того самого від своїх підданих. За часів її правління утвердились такі "вікторіанські цінності", як пунктуальність, сумлінність, працелюбність і господарність, що досі вважають візитівкою британців. Прагнення дотримуватися етикету сприймалося як англійська манірність, чудово зображена в "Алісі в країні чудес" і розповідях про Шерлока Голмса. Звичайно, справа була не тільки в характері королеви. У Великій Британії міцні позиції займав середній клас, який звинувачували у вульгарній гонитві за грішним, проте він успішно протиставив марнославству аристократичних верств власну систему моралі й поведінки.

Безперечно, Вікторія стала справжнім *символом епохи*. Влучні слова англійського історика Д. Кеннедайна: *"Вікторія уособлювала образ матері нації, морального ідеалу, що здіймався над грубою повсякденністю; у міжнародному контексті вона стала*

імперським матріархом, який із материнською турботою владарював над великою британською сім'єю, що розкинулась на двох півкулях Землі".

Ім'я королеви стало *потужним брендом*, ознакою моральності, чесності, стабільності, просувало аристократичний спосіб життя; у представників середнього класу, який становив більшу частину населення, асоціювалось із родинними цінностями. Вікторія переконала британців у користі монархії для них при її рудиментарності в політичному організмі країни.

Індивідуальний образ королеви Вікторії назавжди залишив слід в історії. Її шалена популярність викликає всі асоціації, емоції, почуття, спогади, усе нематеріальне, що відрізняють цю неординарну жінку серед інших історичних постатей. Вона є яскравим прикладом сильного імені, який не залишається без уваги і не може бути непоміченим.

5.4.3. Дендизм – колоритна самопрезентація соціокультурної моделі суспільства

Явище ***дендизму*** реалізовувалося, передусім, як іміджева стратегія, у візуальному просторі, використовуючи *елементи моди як знаки*, за якими можна було прочитати *соціальне становище особистості*. Мода, як невід'ємна частина суспільного життя, відігравала чіткі, але амбівалентні функції, об'єднання й розмежування членів суспільства: об'єднувала рівних за статусом, але водночас відмежовувала їх від осіб, нижчих за соціальним становищем. Тогочасна мода була результатом соціальних і психологічних потреб, тому неможливо знайти причину утворення її форм, пояснити її естетичні та об'єктивні чинники. Нерідко вона виявляла свою силу в тому, що в її межах набували нормативного характеру іноді навіть безглузді форми, часто створені через примху окремих історичних осіб або через випадок.

Особливі історико-політичні умови створили основу для можливості розвитку стилю *денді*.

Буржуазна та промислова революції в Англії й Велика Французька революція дали змогу самовиражатися представникам буржуазії, відтоді людина могла підкреслювати особистість, не-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Видання Національного університету

залежно від свого походження. Особливого значення набула *клерикальна естетика*, яка виражалась у тенденції введення в широкий обіг протестантського костюму англійських пуритан. Навіть у вищих колах популярності набув стриманий костюм темних кольорів звичайного крою, на фоні якого контрастувала біла сорочка. Чоловіки відмовилися від строкатих кольорів і зайвих прикрас. Зовнішня ексцентричність, пишність, декорованість, які легко впадали у вічі, замінилися утилітарністю, практичністю та стриманістю, що також посилювало загальну атмосферу демократизації, адже зовнішній вигляд мав стирати зовнішні ознаки соціального розмежування. Цей стиль у поєднанні з новими стандартами гігієни й цинізмом соціальної поведінки став основою ***дендизму*** *як соціокультурного явища*, що виникло в Англії в XVIII – початку XIX ст. і здобуло популярність у більшості європейських країн. Дендизм відповів на зміну соціально-політичних умов *культом особистості*, яка розкрила свою перевагу над суспільством через моду.

Одним з найяскравіших представників дендизму став ***Джордж Браммелл***, якого називали "прем'єр-міністром елегантності". Маючи, за загальним визнанням, бездоганний смак, Браммелл став впливовою людиною у суспільстві, другом і консультантом у питаннях моди майбутнього короля Георга IV. Він різко відрізнявся від чепурунів вищих верств суспільства, які приваблювали загальну увагу екстравагантністю. Принципом Браммелла була "помітна непомітність" (conspicuous inconspicuousness), – він носив бездоганно зшитий одяг без афектації й поводився з усією можливою природністю. Його костюм був вираженням вищого аристократизму натури. Проте він не тільки мав вишуканий смак і був сміливий у виборі туалетів, але і відрізнявся особливою пихою, холодною харизмою: Браммелл із задоволенням грав роль саркастичного садиста на публіці.

Вплив Браммелла на оточення був колосальним: фаворит принца Вельського, він був вхожий у вищий світ і не боявся епатувати публіку. Згодом у нього виникла армія шанувальників, наслідувачів і союзників. З'явився цілий кодекс дендистської поведінки: пихатість під маскою ввічливого цинізму, відточена холодність у спілкуванні, ексцентричність на межі фолу, іронічні репліки із приводу вульгарних манер або вульгарних нарядів. Брамел ставив-

ся із презирством до тих, хто посідали високе становище в суспільстві, але зовні виглядали не презентабельно, а саме: надто екстравагантно чи неохайно. Протистояння відомого денді аристократичному середовищу, що недбало ставилось до своєї зовнішності та гігієни, імпонувало Байрону, якому приписують вислів, що краще бути Браммеллом, ніж Наполеоном. Британський дендизм швидко перейняли закордонні чепуруни, і на початку XIX ст. це явище стало масовою модою в Європі.

Стиль убрання першої половини XIX ст. відрізнявся знаковістю, асоціативним відсиланням до певних суспільних поглядів, а також наявністю особливих знаків одягу й аксесуарів. У середовищі театралізації буденного життя *дендизм оформився як самостійна естетика та філософія життя*.

Поняття *"денді"* почало поширюватись у Франції з 1820-х, де спершу його використовували для зневажливого позначення людини, яка пишається чи навіть хизується власною елегантністю манер і вбрання. Якщо аналізувати образний ряд літературних героїв періоду денді першого покоління, можна побачити, що в це поняття включали і такі якості, як егоцентризм, відсутність виявів маскулінності й особливих інтелектуальних здібностей. За цитатами із творів Стендаля отримуємо образ людини, яка володіє естетичними якостями зовнішнього вигляду та поведінки, але не відрізняється інтелектом. Е. Ронтекс описує денді у вигляді істоти незрозумілої статі у безглуздому вбранні та зі сміховинною шийною хусткою з лорнетом, яка здавалася йому неестетичною. Цитати за О. Бальзаком демонструють, що денді мали успіх лише завдяки зовнішності, прирівнювалися до елегантного манекена, елементу будуару, нездатного до мислення. Тобто на відміну від англійських, французькі денді першопочатково були схильні до самодемонстрації й надмірної самореклами. Їхня зовнішність була формою, а не суттю протесту проти диктатури буржуазної пересічності. Саме таке соціально-критичне, протестне розуміння дендизму розвинув у своїй есеїстиці Шарль Бодлер.

Завдяки Ш. Бодлеру постать денді почала позначати особистість, яка намагалася демонструвати власну оригінальність, носія вищої чесноти, екзистенційний бунт тощо. Згодом денді почали сприймати як особистість, яка досягла успіху лише завдяки власній волі й особистим якостям, а не титулу чи спадку. Водно-

час представники аристократії чи буржуа нерідко запозичували окремі моделі поведінки або деталі одягу денді.

Принципово новим для тогочасного суспільства було естетичне ставлення до форми елегантності денді. Вона не мала бути наслідком матеріальних джерел або ж їхньої відсутності. Елегантність виступала як щось метафізичне, незалежне ні від навколишнього світу, ні від особистих якостей денді. Це явище корелювалося з поширеними у той час ідеями про елітарність як про спосіб соціального регулювання. Згідно з цими ідеями, справді унікальні особистості могли виникати лише в умовах природної нерівності, при цьому не так важливо було, до якого стану вони належали, якщо мали відповідні якості. У випадку з денді, ці особливі якості виявлялися у здатності бути *моделлю елегантності, стильності*, що виокремлювали його з-поміж інших. При цьому денді виступав як диктатор у сфері вбрання, місією якого було довести стиль до абсолютної суворої логіки.

Виділятися з-поміж інших було обов'язковою умовою, оскільки в умовах уніфікації зовнішнього вигляду саме костюм, а точніше його дрібні деталі, такі, як вузол краватки, якість тканини, ґудзики, колір жилетки, годинник, запонки, тростина, виконували функцію розрізнення. У цьому контексті дендизм відіграв роль не стільки у протиставленні вищого стану нижчому, а радше виконував функцію протиставлення індивіда загалу, причому вся його оригінальна сутність могла міститися лише в маленьких деталях одягу. Завдяки ним відбувалася *групова й особиста ідентифікація.*

Денді усвідомлювали необхідність відповідності між зовнішнім виглядом і внутрішнім світом.

Всі три постулати філософії дендизму – нічому не дивуватися; зберігати безпристрасність, вражати несподіванкою – проповідували мінімалізм. Мінімалістська естетика була універсальна для всіх боків життя денді, поширюючись і на манеру поведінки, і на зовнішній вигляд, і на стиль мови. Денді були лаконічні у висловлюваннях, стримані в одязі, поведінкових моделях, вираженні почуттів тощо. Завдяки цим засобам іміджетворення *денді формували особистісний бренд, який допомагав підійматися вгору соціальними та кар'єрними сходами.*

Явище дендизму цікаве тим, як за допомогою зовнішніх виявів, людина могла зробити собі PR і досягти успіху в суспільстві. Зов-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

нішність допомагала людині самодемонструватися й самопрезентуватися. Одяг, аксесуари, манери давали можливість самоідентифікуватись із невеликим, у певному сенсі, елітним колом обраних, в іншому сенсі така стратегія уможливлювала вирізнення невеликого кола осіб серед не менш маєстатних чи аристократичних, які не зважали на зовнішність і позиціонування завдяки їй у суспільстві. Дендизм цікавий як явище самопіару й самобрендингу в соціокультурному аспекті історії суспільства.

5.4.4. Політичний шлях іміджетворення Отто фон Бісмарка

Бісмарку випало щастя, рідкісне для державного діяча, – побачити результати своєї діяльності ще за життя і справедливо пишатися тим, що перетворив глушину Європи в центральну державу континенту. Створена ним державна система відрізнялася стабільністю та здатністю до розвитку, надійним міжнародним становищем. І все це протягом життя одного покоління.

Отто фон Бісмарк (1815–1898), "залізний канцлер", визначний прусько-німецький державний діяч і висококласний дипломат справив великий вплив на долю Європи та світу. З його ім'ям нерозривно пов'язаний ряд найважливіших подій німецької та загальноєвропейської історії, включаючи створення потрійного союзу Німеччини з Австрією й Італією та, передусім, здійснене за допомогою політики "заліза та крові" об'єднання Німеччини і створення Німецької імперії.

"Залізний канцлер" – це прізвисько стало другим ім'ям Отто фон Бісмарка. Грубий, невблаганний, жорсткий, твердий, вольовий – ось риси, які асоціювалися з міністром-президентом Пруссії та канцлером Німеччини у людей, які спостерігали за його діяльністю. Але насправді це був лише образ. Як випливає з мемуарів Бісмарка, він постійно сумнівався, зважував, розмірковував, збирав інформацію й оцінював її. І тільки потім приймав рішення, неухильно реалізовуючи їх у життя. Але були йому притаманні й інтуїтивні вчинки, причому рішення щодо них завжди було правильним. Таке поєднання було характерним для його етноментальності, – пруссака, яким Бісмарк уважав себе.

Тверда рука, ясна голова, витончена хитрість, чарівність і відмінне почуття гумору – якості, необхідні для державного діяча. Усіма ними повною мірою володів Отто Едуард Леопольд фон Бісмарк-Шенхаузен, – одна з найбільш значущих постатей у політиці XIX ст. Була у "залізного канцлера" і ще одна риса, необхідна для політика, але, яка, на жаль, не завжди їм притаманна, – *відданість батьківщині*.

Отто фон Бісмарка, людину непросту й суперечливу, яка вважається "головним творцем" могутньої Німецької імперії, що зміцнилала її економічне та політичне становище на світовій арені, яка міцно тримала у своїх руках протягом декількох десятків років керування країною, любило небагато людей. Але поважали всі – і опоненти, і прихильники. Особисто він, звикнувши за довгу політичну кар'єру до нападів опонентів, мало звертав увагу на їхню ворожість. Ставлячи на перше місце інтереси своєї країни, правильно визначаючи пріоритети й послідовно домагаючись визначених цілей, прекрасно усвідомлюючи масштаб власної ролі, "залізний канцлер" ніколи не дбав про особисту популярність, проте із молодих років дбав про власний імідж і свою репутацію.

Він походив зі старовинного, але не дуже іменитого роду, представники якого славилися своєю незалежністю та непокірністю – якостями, які суттєво позначилися на вдачі Отто фон Бісмарка. Він здобув якісну освіту й готувався до кар'єри дипломата, жваво цікавлячись політикою, історією, тонкощами міжнародних відносин. Захистивши дисертацію із філософії та політичної економії, Бісмарк приступив до державної служби в Аахені. Згодом, утомившись від бюрократичної тяганини, він вирішив спробувати себе на ниві війни, але із цього нічого не вийшло. Як показало життя, людина, що створила в Німецькій імперії жорстку вертикаль управління, могла перебувати тільки на її вершині, але ніяк не бути одним із численних гвинтиків цієї системи.

Залишивши 1838 р. державну службу і зайнявшись сімейним господарством, Бісмарк виявив дисциплінованість і ощадливість, його стали поважати – за дбайливість, діловитість, а побоюватися – за круту вдачу і репутацію рішучої, безкомпромісної людини.

Потроху Бісмарк почав втягуватися і в політику, зацікавившись місцевим самоврядуванням. Він став депутатом округу, а згодом, 1847 р., – депутатом Об'єднаного ландтагу. Це був час

Видавництво поліграфічний центр "Київський університет" Вперше на Дунаї

жорсткого протистояння лібералів, які обстоювали конституційну монархію, і консерваторів. 1848 р. приніс хвилю європейських революцій, докотилася вона і до Пруссії. Бісмарк, який ніколи не був прихильником бунтів, не прийняв революційні хвилювання і навіть був готовий очолити збройний марш на Берлін, щоб захистити короля. Утім, події обійшлися без його втручання: Фрідріх Вільгельм IV пішов на поступки, а революція виявилася менш радикальною, ніж сподівалось. Проте репутація реакціонера і ультраконсерватора не дала Бісмарку шансу ввійти у новий парламент, незважаючи на всі його спроби.

Дуже скоро діяльність нового парламенту була перервана контрреволюційним переворотом. Утім, участь у ньому Бісмарка та його вірність престолу не були оцінені за заслугами – його погляди здавалися надто консервативними навіть монарху. До нижньої палати новоствореного парламенту Бісмарк пройшов із великими труднощами.

У ті роки Бісмарк не був популярним політиком. Частково через те, що не любив лібералів, залишаючись монархістом. Частково через те, що на той момент був противником об'єднання Німеччини, у тому вигляді, як воно тоді пропонувалося. Бісмарк прекрасно розумів, що для гарантування безпеки Німеччини об'єднання необхідно, але в той самий час побоювався, що при тодішньому стані справ це, по-перше, призведе до посилення революційних настроїв, а по-друге, розчинить ретельно зорганізовану Пруссію в безладі революційних подій. На думку Бісмарка, Пруссія, як головна рушійна сила Німеччини, повинна була зберегти і свою цілісність, і свої закони, ставши ядром для об'єднання країни.

1851 р. Бісмарк, як представник Пруссії в союзному сеймі у Франкфурті-на-Майні, остаточно утвердився в думці, що за тодішнього стану справ об'єднання Пруссії з іншими німецькими державами неможливе. Головною перешкодою була Австрія, з якою давно існував серйозний конфлікт. Обидві держави не без підстав уважали себе лідерами німецького світу, але Пруссія була змушена поступатися більш сильному конкуренту. Тож Бісмарк уважав, що Пруссії до певного часу не слід вступати у відкриту конфронтацію з Австрією і, головне, дружити з її супротивниками. Тоді з'явився афоризм Бісмарка: *"Варто лише посадити Німеччину в сідло, а вже поскакати вона зуміє"*.

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Електронна бібліотека

За роки роботи в союзному сеймі Бісмарк відшліфував свої навички дипломата й політика. Але прусській владі його діяльність була не до вподоби – надто незалежною він був людиною і занадто часто його думка йшла врозріз із поглядами правлячої коаліції. 1859 р. Бісмарка було відряджено якомога далі – послом Пруссії до Російської імперії. Не відчуваючи особливих пристрастей до цієї країни, він перейнявся до неї повагою і зробив висновок, що Німеччині ніколи не варто вступати у збройний конфлікт із Росією.

Тим часом у Пруссії 1862 р. помер король Фрідріх Вільгельм IV, його місце зайняв новий монарх, який згадав про Бісмарка, його залізну вдачу хватку і рішучість, коли у Берліні знову спалахнув конфлікт між королем і парламентом. У вересні 1862 р. Отто фон Бісмарка було призначено главою уряду, а трохи пізніше – міністром-президентом і міністром закордонних справ Пруссії. Це стало початком епохи ***"залізного канцлера".*** Бісмарк узявся за перетворення Пруссії. Він сформував свій кабінет міністрів, куди увійшли тільки консерватори, і незабаром виступив із *програмною промовою* перед парламентом. Скориставшись неузгодженістю парламентаріїв, більшість яких належала до ліберального блоку, то загострюючи, то примирюючи конституційний конфлікт, *провів військову реформу, обмежив свободу преси* і тим позбавив опозицію голосу.

Збройні конфлікти, що виникали між Пруссією та Австрією, Пруссією і Данією, нейтралізація провокаційними заявами Франції та Великої Британії, союзництво з Російською імперією, тандем із Італією, і нарешті, 1866 р. – реванш Пруссії стосовно Австрії, коли прусській армії вдалося швидко зайняти левову частку північних німецьких земель, – усе це заслуги "залізного канцлера", які здобули йому славу. Прусські націоналісти, натхненні перемогами, готові були йти далі, на Відень. Але Бісмарк, який не вважав за потрібне завойовувати чужі території, не побоявся виступити проти більшості й наполіг на припиненні війни. У підсумку країни уклали мирний договір на умовах Пруссії. У такий спосіб Бісмарк виявив себе *мудрим і далекоглядним політиком.*

1867 р. утворилася ***Північнонімецька конфедерація***. Її *конституція розроблялася за проєктом Бісмарка*, він же став її бундесканцлером. Відтоді вся таємна дипломатія "залізного канцлера" стала працювати проти Франції й наслідком деяких інтриг

стала руйнівна Франко-прусська війна 1870–1871 рр., що об'єднала всіх німців. ***Німецьку імперію*** було сформовано, Вільгельма I проголошено її імператором (кайзером), а Бісмарка – рейхсканцлером, який на додачу ще й отримав титул князя.

Ніколи Бісмарк не був настільки *популярний*, як у період створення імперії. Однак і в цей сприятливий для нього час у "людини із заліза" були недоброзичливці. Опозицію рейхсканцлеру становила потужна центристська католицька партія, що активно залучала представників національних меншин, які підтримують антипруські настрої.

У 70-х рр. XIX ст. почалася "Kulturkampf" ("боротьба за культуру") – кампанія Бісмарка проти Католицької церкви. Будучи *кмітливим і маневреним політиком*, "залізний канцлер" у той період навіть "пом'якшав" у своєму ставленні до націоналістів і лібералів та пішов із ними на зближення, але прийняв *закони, що забороняли священникам вести політичну агітацію, позбавляли духовенство права нагляду за школами, розпускали католицькі ордени, відсилали у вигнання єзуїтів.* Набуття чинності закону про цивільний шлюб 1875 р. було не лише утиском прав церкви, а й відвертим загравнням із ліберально налаштованим населенням імперії.

Бісмарк був *активним супротивником революційних дій*. Окупаційні прусські війська брали участь у придушенні Паризької комуни. А 1873 р. німецький прем'єр організував у Берліні зустріч трьох імператорів – німецького, австрійського та російського, якими було укладено угоду про спільне протистояння революційній небезпеці. Проти соціалістичного руху, який набирав сили і в Німецькій імперії, Бісмарк діяв *методом батога і медяника*: з одного боку, застосовував *репресії, уводячи жорстке законодавство, з іншого – ішов на поступки*, зокрема встановивши обов'язкове страхування для деяких груп робітників.

У міжнародних відносинах Бісмарк був майстром таємної дипломатії, ніколи не укладаючи, як він висловлювався, "сентиментальних угод". Він діяв тільки виходячи з інтересів своєї країни, нерідко підставляв підніжку недавньому союзнику і часто балансував на межі фолу.

1879 р. загострилися відносини між Німеччиною, Францією та Росією. Унаслідок цього Другий рейх зазнав важкої міжнародної кризи, унаслідок якої "залізний" Бісмарк навіть подав у відставку,

Видавничий центр "Київський університет"

але кайзер її не прийняв, а просто надав главі уряду багатомісячну відпустку. У середині 1880-х років Бісмарк раптом захопився *колоніальною політикою*, але це не додало йому популярності.

Проте Бісмарк усе ж *знайшов спосіб знайти шлях до громадськості й зумів завоювати її прихильність.* Власне з цією метою ним була побудована популістська ***соціальна політика.***

Основна мета соціальної політики Бісмарка полягала у створенні міцнішого зв'язку громадян з державою. Таким чином партії, які тоді мали неабиякий вплив на суспільство, могли втратити зв'язок із прихильниками. Бісмарк не збирався приховувати свою мету. Спочатку було заплановане створення *системи страхування від нещасних випадків*, згодом – *системи медичного, пенсійного та страхування від інвалідності*. Ці системи мали контролюватись державою, тому інколи Бісмарк говорив про ці ініціативи як про ***державний соціалізм***. Він прагнув у такий спосіб *"пропагувати серед великої маси незаможних громадян погляди, які дають відчуття захищеності від держави". Бісмарк мав наміри боротись за симпатії виборців гаслами про "соціальне королівство"*.

Законами про соціальне страхування були *закладені основи сучасної держави загального добробуту,* однак вони не допомогли Бісмарку досягти своїх політичних цілей. Тому він утратив інтерес до законів про соціальне забезпечення

Тим часом позиції рейхсканцлера слабшали. Набирали силу опозиціонери – центристи й соціалісти, а позиції "залізного канцлера" помітно слабшали. Бісмарк робив усе від нього залежне, аби усунути можливих наступників, але наприкінці 1880-х стали з'являтись ознаки надвечір'я його політичного лідерства. У політичних дебатах стали лунати заклики відмовитись від *стриманої дипломатії* Бісмарка на користь динамічнішої та ризикованішої зовнішньої політики. На початку 1888 помер імператор Вільгельм I, який прислухався до слів Бісмарка і перебував під його впливом. Новий імператор, смертельно хворий Фрідріх III, правив кілька місяців. Успадкував корону Вільгельм II, який колись був великим шанувальником Бісмарка, але тепер ставився до нього доволі стримано. Зі свого боку Бісмарк уважав Вільгельма незрілим і неготовим узяти на себе відповідальність. “Залізний канцлер“ уважав, що Вільгельм "запальний, не може тримати рот закритим, піддається впливу підлабузників та може штовхнути Німеччину у війну, навіть цього не

Видавничий центр "Київський університет" Вебсервер для дистанції

зрозумівши та не маючи наміру". Натомість Вільгельм уважав Бісмарка людиною з минулого і дав зрозуміти, що прагне повернути собі політичний вплив: "Я дам шість місяців старому перевести подих, а потім я керуватиму сам".

Бісмарк бачив у загостренні внутрішньополітичної ситуації можливість переконати нового імператора у власній незамінності. Йому потрібен був новий, ще більш жорсткий антисоціалістичний закон, який би розсварив союзницькі партії та був би неприйнятним для націонал-ліберaлів. Вільгельм, котрий не бажав розпочинати своє правління з конфлікту, виступив проти планів канцлера. На засіданні королівської ради 24 січня 1890 р. вони посварились. Протягом наступних місяців Бісмарк відчайдушно намагався втримати свою посаду і повернувся до теми державної соціальної допомоги, але його спроби були марні.

15 березня 1890 р. імператор Вільгельм позбавив Бісмарка остаточної підтримки та звільнив з посади. *Громадськість сприйняла цю новину переважно з полегшенням. Теодор Фонтане зауважив: "Нам пощастило позбутись його. Він мав звичку правити замість короля, робив що йому заманеться та вимагав все більше відданості. Він спирався на свою велич".*

Кінець свого життя, віддалений від влади, але продовжуючи турбуватися за долю батьківщини, "залізний канцлер" присвятив створенню власного *політичного заповіту – багатосторінкових мемуарів, де, лише побіжно згадуючи про ключові події особистого життя, зосередився на описі свого світогляду й політичних кроків, аналізі підсумків своєї діяльності та роздумах про майбутнє Німеччини та Європи, принагідно даючи точні, а іноді й доволі різкі оцінки сучасникам. Завдяки популярності своїх мемуарів Бісмарку вдавалося тривалий час впливати на* громадську думку щодо своєї непересічної ролі в історії Німеччини.

За 44 роки активного політичного життя Отто фон Бісмарк сформував *образ харизматичного, рішучого, безкомпромісного, непохитного у власних переконаннях політика, водночас мудрого й цілеспрямованого у досягненні політичних і державних цілей.* Його метою було об'єднання і велич Німеччини і він цього досяг.

У німецькій історичній літературі домінує безумовно *позитивна оцінка ролі Бісмарка як політика, який об'єднав німецькі князівства в єдину національну державу. Ним була створена*

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

нова нація та втілені прогресивні системи соціального забезпечення. Бісмарк, будучи патріотом, зміцнив державу, що теж вплинуло на його імідж як політика.

Вирішальний внесок у возвеличення ролі Бісмарка в історії було зроблено у Першу світову війну. Його *ім'я стало втіленням німецького войовничого духу*. У такому контексті його використовувала німецька пропаганда у періоди обох світових воєн. У патріотичному пориві історики зазначали обов'язки німецьких солдат обороняти здобуті Бісмарком єдність і велич Німеччини від іноземних загарбників, та водночас замовчували щодо численних попереджень цього діяча про небезпечність розв'язання Німеччиною війни посеред Європи.

За більш ніж 150 років від дня народження Бісмарка виникало багато різних варіантів тлумачення його особистої й політичної діяльності, деякі з яких украй суперечливі. Історик Каріна Урбах зауважувала (1998): "Його біографію викладали щонайменше шести поколінням, і можна з упевненістю сказати, що кожне наступне покоління вивчало іншого Бісмарка. Жоден інший німецький політик не був використаний і спотворений настільки сильно, як він". Відповідно змінювався і імідж "залізного канцлера" в очах громадськості. Але загалом це мало вплинуло в підсумку на його постPR. Отто фон Бісмарк є однією з найпотужніших постатей у світовій історії. *Його образ цілеспрямованого, безкомпромісного "залізного канцлера" став непохитним авторитетом у світовій історії. Політичний шлях іміджетворення Бісмарка виявився неперевершеним. Його ім'я стало прозивним, а діла – взірцевими, незважаючи на мінливості життя та історії.*

5.5. Вплив "золотої епохи" європейської культури на розвиток ЗзГ

XIX ст. увійшло в історію як період інтелектуального й мистецького розквіту європейського суспільства. Ґенеза художньої культури XIX ст. відбувалась під знаком боротьби й послідовної зміни чотирьох основних напрямів: *класицизму, романтизму, реалізму і декадансу*. Усі ці художні стилі, історично змінюючи

Видавничий центр "Київський університет" Версія не для друку

один одного, але часто і співіснуючи, знайшли відображення у всіх видах мистецтва.

Це був час бурхливого розвитку всіх сфер художньої культури, серед яких лідером була ***література.*** XIX ст. називають її ***"золотою епохою"*** – як за сузір'ям імен у всіх жанрах, так і за *різко зрослим* ***впливом на суспільство.*** *Завдяки технічному прогресу в поліграфії, збільшенню накладів і здешевленню друкарської продукції вона стала доступною широким верствам населення*. З іншого боку, *розвиток освіти та зростання рівня письменності* підвищили *попит на книгу,* яка стала доступною не лише вузькому прошарку аристократії й дуже заможним підприємцям, а з'явилася в оселі кожної письменної людини.

Змінився і особисто письменник, його суспільне становище. Літераторство перетворилося у професію. Крім того, письменник став більш соціалізованою особою. Бурхливі події початку сторіччя залучили письменників до участі в них: *Стендаль* воював в армії Наполеона, *Д. Байрон* брав участь у грецькому повстанні проти турок, *Ш. Петефі* загинув, воюючи проти каратєлів Миколи I, *Л. Толстой* обороняв Севастополь, *Е. Золя* активно втрутився у справу Дрейфуса. Літератор почав усвідомлювати свою відповідальність за *долю суспільства*. Тема ***"поет і громадянин"*** стала однією із провідних у творчості митців художнього слова. Загалом художню літературу цілком обґрунтовано можна вважати ***потужним засобом впливу на суспільство, інструментом формування громадської думки, джерелом настроїв мас.***

Європейська література XIX ст. уславлена іменами ***Ернста Гофмана, Генріха Гейне, Віктора Гюго, Жорж Сand, Вальтера Скотта, Джоржа Байрона, Персі Шеллі, Джона Кітса, Вільяма Теккерея, Чарльза Діккенса, Стендаля, Оноре де Бальзака, Александра Дюма, Проспера Меріме, Ежена Сю, Теофіля Готьє, Адама Міцкевича, Густава Флобера, Гі де Мопассана, Томаса Гарді, Майн Ріда, Генріка Ібсена*** та багатьох інших, які творили в цей період.

Як і у всій культурі XIX ст., у літературі відбувся не тільки бурхливий розвиток національних літератур, але й ***формування світової літератури***. У поетичній мініатюрі під символічною назвою "Світова література" (1827) ***І. В. Гете*** наголошував:

Видавництво Державний університет "Київський університет для людей"

"Нехай всі народи світу, живучи під одним небом, втішаються радістю загальних скарбів!"

У XIX ст. з'явився новий тип діяча мистецтва – "***вільний художник"***. Цей термін стосується не тільки живописців, але й усіх осіб творчої праці – скульпторів, музикантів, артистів, поетів. Діячі мистецтва набули *нового соціального статусу, інтелектуального рівня, змінились психологічно* і навіть зовні. Майстри мистецтв ставали *інтелігенцією* в сучасному розумінні цього слова. Їх відрізняла не тільки освіченість, відданість ідеалам мистецтва, внутрішня незалежність, але й розвинена ***громадянська самосвідомість***.

В ***образотворчому мистецтві*** XIX ст. перше місце посів ***живопис***. У ньому знайшли відображення *і класицизм, і романтизм, і реалізмом, і декаданс.* Провідною країною в художньому житті Європи, як і в літературі, залишалася Франція.

Образотворче мистецтво стало популярною технологією політичних ЗзГ і XIX ст. – період бурхливих революційних подій – це довело вповні. Цікаво те, що політичний PR використав усі художні течії тієї епохи.

У роки Великої французької революції та імперії Наполеона розцвів талант видатного представника *класицизму* ***Жака Луї Давида***, одним із кращих полотен якого вважається "Смерть Марата" (1793), написана під безпосереднім ураженням від події. Трагізм сюжету, простота й лаконізм композиції, стриманість кольору та скульптурність роблять цю картину справжнім пам'ятником героям революції, а отже їхнім піаром. У період правління Наполеона Давид, як зазначалось, був "першим живописцем імперії".

Справжнім явищем *романтизму* виявився живопис *Ежена* ***Делакруа***. Найвідоміша картина Делакруа – ***"Свобода на барикадах"***, написана під враженням вуличних боїв революції 1830 р., яким художник надав символічного звучання. Свободу на картині уособлює постала на барикадах, велична француженка із революційним знаменом – утілення прагнень до волі та свободи французького народу**.** Вона поривчасто обернулася до тих, кого кличе за собою на бій, і вся її постать – героїчний порив. Слідом за нею грізною хвилею рухаються повстанці: майстрові, буржуа, інтелігенція, дорослі й діти – символи основних

Видавництво Тернопільського національного університету імені Івана Пулюя "Копія цієї сторінки не дозволяється"

сил революції. Картина сповнена чутєвістю та алегоричністю, які виразно відчуваються насамперед у постаті Свободи. Це грізна і прекрасна богиня, і в той же час вона зухвала парижанка. А поруч стрибає по камінню, кричить від захвату і розмахує пістолетами (ніби диригуючи подіями) верткий, скуйовджений хлопчисько – маленький геній паризьких барикад, якого через 25 років Віктор Гюго назве Гаврошем. Справжнє ж значення цього твору Делакруа визначається другою його назвою, неофіційною: багато хто вже давно звик бачити в цій картині "Марсельєзу французького живопису".

Піднесення *реалізму як художнього методу почалося у* ***графіці***. XIX ст. ознаменувалося появою нового образотворчого засобу, спричиненого появою літографії кольорового друку (винахідник – баварець ***Алоіз Зенефельдер*****).** Це сталося на початку сторіччя, а опановування технології нового виду графічного мистецтва відбувалося впродовж першої його половини. Близько 1816 р. у Парижі виникають майстерні літографів. Їхній розвиток досяг апогею наприкінці 1820-х – на початку 1830-х рр. У цей час розквітає творчість графіка-карикатуриста ***Оноре Дом'є***. Його *карикатури* були *різновидом* ***політичного антиPR***, і викривали апологетів реставрованої монархії, "кишенькових" парламентарів та їхні постійні зазіхання на свободу преси.

Із перших днів правління Луї Філіпа Дом'є завдяки своїм гострим карикатурам вступив до лав політичних борців. Його малюнки привернули увагу художника ***Шарля Філіпона*** – видавця щотижневої сатиричного журналу ***"La Caricature"*** (1830), і той запросив Дом'є працювати в газеті. Його робота "Прохачі місць", опублікована у "La Caricature" 9 лютого 1832 р., висміювала прислужників Луї Філіпа. Слідом за нею з'явилися сатири, що висміювали короля. Із ранніх малюнків у техніці літографії Дом'є найвідомішою є "Гаргантюа" ("La Caricature", 15 грудня 1831 р.), на якій художник зобразив товстуна Луї Філіпа, який заковтує золото і "віддає" навзамін ордени та чини своїм посадовця. Цей аркуш, виставлений у вітрині фірми "Обер", збирав юрби людей і справляв неабияке враження на громадськість. Тим самим, 1831, роком датується серія карикатур на Луї Філіпа "Груші", де у вигляді шаржів зображено перетворення брезклого обличчя монарха на гливу. Уряд помстився Дом'є, засудивши

його до шести місяців тюремного ув'язнення та штрафу в розмірі 500 франків. Заборона 1835 р. політичної карикатури змусила Дом'є бути обачнішим.

Проте сатирою на короля і правлячу буржуазну верхівку Франції Оноре Дом'є завоював *громадське визнання*. Його карикатури друкувалися в періодичних виданнях і розповсюджувалися окремими відтисками. Малюнок Дом'є – сухий і грубуватий; але подані ним типи та сцени сповнені життя, уражаючої правди, і, разом із тим, їдким глузуванням.

Сатиричні малюнки Дом'є згодом почали з'являтися в журналі ***"Le Charivari"*** (1832–1838) того самого Шарля Філіпона, чиї сміховинні й викривальні композиції, літографовані здебільшого ним самим, змагалися з малюнками ***Травьє, Анрі Моньє, Гаварні*** та здобули йому прізвисько *"Ювенала карикатури"*. За них він багато разів сидів на лаві підсудних, платив штрафи, піддавався тюремним ув'язненням, але всі ці неприємності не охолоджували його до діяльності, заохочувальної увагою публіки. Творчий тамдем Дом'є і Філіпона склався якнайкраще – разом вони проілюстрували "Пригоди Робера Макера". Наступними серіями Дом'є були карикатури під заголовками: "Les Actualites" ("Новини"), "Les Divorceuses", "Les Femmes socialistes" ("Жінки-соціалістки"), "Les Philantropes du jour" ("Сучасний філантроп"), "Les Grecs", "Les Gens de justice" ("Люди юстиції"), "Les Pastorales", "Locataires el proprietaires" ("Орендарі та власники"), "Les beaux jours de la vie" "Прекрасні дні життя") і т. п. Із назв очевидно, що всі вони мали соціальне спрямування і не були позбавлені громадянської позиції автора.

Революція 1848 р. стала змістом двох цікавих його альбомів: "Idylles parlementaires" та "Les Representants representes". 1871 р. Дом'є записався у члени Паризької комуни.

У серії літографій 1870–1872 рр. Дом'є викрив винних у лихах Франції. Його роботи активно сприяли формуванню політичних настроїв серед широких верств населення. У малюнку "Це вбило те" він показує, що обрання Наполеона III було початком усіх лих. У "Імперії як всесвіт" зображено поле із хрестами та надгробками. На першому пам'ятнику напис: "Загиблі на бульварі Монмартр 2 грудня 1851 року", на останньому – "Загиблі біля Седана, 1870 рік". Таким чином, Дом'є формував у громадськості думку,

що імперія Наполеона III з початку до кінця приносила французам смерть. Роботи Дом'є трагічно виразні. Він застосовував технологію символів, що робило його гравюри більш насиченими й переконливими. В одному із малюнків 1871 р. на тлі грізного неба зображено розщеплений, понівечений стовбур колись потужного дерева. У нього залишилася лише одна гілка, яка чинить опір бурі. Під малюнком підпис: "Бідна Франція, стовбур зломлений, але коріння ще міцне". У цьому алегоричному зображенні показано щойно пережиту трагедію Франції. Різким зіставленням світла й тіні, енергійними лініями художник зумів дати потужний образ, що втілював життєву силу. Літографія формувала думку, що, попри трагедію, яка спіткала Францію, її жителі є громадянами великої та сильної європейської держави.

Громадськість щиро вітала творчість Оноре Дом'є, він був настільки популярний, що не мав спокою від відвідувачів – фанатів його творчості, тож мусив на дверях оселі почепити табличку: "Той, хто приходить до мене, робить мені велику честь. Той, хто не приходить, приносить величезну насолоду". Гротескні, гіперболізовані, зумисно грубо виконані образи Оноре Дом'є викликали захоплення Мане і Дега; існує думка, що Дом'є був першим імпресіоністом.

Бодлер цінував талант Дом'є, якого вже 1845 р. поставив в один ряд із Ж. Енгром і Ф. Делакруа: "Дом'є піднявся до небачених висот, зробив карикатуру жанром серйозного мистецтва, він видатний карикатурист. Щоб належним чином оцінити Дом'є, потрібно розглядати його і з точки зору майстерності, і з точки зору змісту. Дом'є-художника вирізняє перш за все впевненість. Його малюнок – це робота великого майстра, він щедрий і вільний, це свого роду безперервна імпровізація, але при цьому в ньому немає нічого від механічних навичок художника, який встиг "набити собі руку"". Тож слава Дом'є та громадське визнання – краще свідчення впливу його робіт на настрої й думки широких верств його співвітчизників.

У 1870–1880-ті рр. *художнє мистецтво набуло суспільно-політичного контексту* також під пензлем інших митців, які звернули увагу на події Паризької комуни: ***Густав Курбе***, ***Максиміл'єн Люс***, ***Андре Жиль***, ***Ежен Пілотель***, ***Гектор Молок***. Деякі з цих художників поставили в цей історичний момент свій талант на

Видавництво політичної літератури України "Світ" не несе відповідальності за зміст цього друку

службу ***пропаганді.*** Зокрема таким був ідеаліст-мрійник Г. Курбе, який приєднався до Паризької комуни, керував при ній громадськими музеями, був комісаром з питань культури, під його орудою було знищено немало пам'яток мистецтва у Парижі. М. Люс присвятив низку *реалістичних полотен жертвам Паризької комуни* – тіла убитих викликають жаль і сум.

Серед художників Паризької комуни, які виявили себе як майстри ***візуальних протоPR***, були й ті, що дійсно розуміли весь історичний парадокс цієї події. Основним жанровим різновидом їхньої творчості була ***політична сатира***. Саме таким чином у творчості А. Жиля, Е. Пілотеля, Г. Молока виявилося прагнення до віддзеркалення основних суспільних суперечностей часу. На їхніх полотнах людська особа зображується в усьому складному взаємозв'язку зі світом, а визначення місця людини в суспільно-соціальному житті стає одним із головних питань їхніх творів.

Вплив образотворчого мистецтва на широкі верстви населення був очевидний, тим більше, що воно стало більш демократичним, соціалізованим та актуалізованим відповідно до потреб часу.

Те, наскільки художнє мистецтво відповідало викликам історії, утілив ***імпресіонізм***, що з'явився в останній третині сторіччя на грані реалізму й декадансу та посів у історії мистецтва місце, яке дорівнює цілим живописним епохам, хоча сам рух охопив лише 12 років і вісім виставок.

Комунікативна та комерційна роль художнього плаката – один із ключових аспектів, що пов'язує мистецьку творчість XIX ст. з історією PR. Техніка багатоколірного тиражування за допомогою літографії була винайдена в Баварії, проте активними користувачами цієї інновації стали французькі художники. Пріоритет серед ***майстрів французького плакату*** історики мистецтва одностайно віддають ***Жулеві Шере,*** якому належить першість у розвитку цього жанру, адже він приніс йому славу, розкривши його невичерпні творчі резерви стосовно впливу на публіку, оскільки виявив і реалізував найголовніше для успішного сприйняття зображення "мимохідь". Це – лаконізм, композиційна компактність і барвиста контрастність. Плакати Шере фактично просували індустрію тодішніх розваг. Найчастіше це були видовища, гуляння, маскаради, ковзанки, кав'ярні, вернісажі, тобто масові заходи, доступні широкому загалу. Усього Жулем Шере створено біля ти-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
Реєстр. № 1 від 01.07.2011

сячі плакатів. Найкращі роботи були представлені на персональних виставках у Парижі 1889 і 1890 рр.

Засновник художнього плаката поділив славу в розвитку жанру з художником ***Анрі Тулуз-Лотреком*** і його послідовниками: ***Т. Стейнленом, Е. Грассі, П. Боннаром***. Ці видатні митці не уникали участі й у малих жанрах – афішах, поштових листівках, театральних програмках, що активно входили в моду наприкінці XIX ст. Їхні роботи випромінювали потужний потік експресії, якими б малоформатними вони не були.

Серед цієї когорти у стильовому сенсі суттєво вирізняється творчість найбільш вишуканого майстра плаката межі XIX–XX ст. ***Альфонса Мухи***. У переважній більшості його робіт – зображення потопаючого у квітах, витонченого і зворушливого жіночого образу. Але митець не обмежився комерційним застосуванням таланту – повернувшись у часи становлення державної незалежності до рідної Чехії, він, захопившись створенням "офіційного" графічного стилю нової держави, прислужився батьківщині не тільки ескізами перших національних банкнот і поштових марок, а й створив один із варіантів державного герба й ескізи іншої урядової символіки. Його пензлю належить немало робіт героїко-патріотичного *("Словянська епопея")* та суспільного контексту. Художник-романтик за складом душі, імпресіоніст за покликанням, відповідальний громадянин своєї батьківщини, він активно й самовіддано працював на ідею новоствореної держави і пропагував її ідеали та прагнення. Тим робив їй PR, але сам став її піаром. Альфонс Муха – один із найцитованіших і тиражованих художників у світі. Його творчість – візитівка Чехії та її талантів.

Істотну роль як засіб впливу на громадськість відіграла ***творчість провідних майстрів німецького плаката.*** Їхні основні художні стилі були ***тевтонський і югендстиль.*** Навизначнішими представниками останнього був графік ***О. Екман,*** знавець японської каліграфії, який став відомим розробкою оригінального шрифту, та ***Ян Тороп,*** який працював у різних стилях, включаючи реалізм, імпресіонізм, символізм, але перевагу врешті надав югендстилю. На плакатному мистецтві позначився вплив бельгійського графіка й оформлювача ***А. ван де Вельде***, авторитет якого в Німеччині був надзвичайно високий.

Видавничий центр "Основи" Українського поліграфічного інституту ім. Івана Федорова

Ханс Руді Ердт також був одним із провідних представників югендстилю: він грав на почуттях, кожен елемент його творів був невід'ємною частиною макета, вражав сміливістю й естетизмом. Х. Р. Ердт працював на ниві комерційного PR, зокрема 1912 р. створив першу рекламу для ТМ "Nivea". Як комерційний графічний дизайнер, він працював із такими брендами, як "Opel", "Manoli". Плакати Ердта вражали чіткістю графіки та лаконізмом композиції, однак кожна деталь була ретельно продумана. Вони давали можливість зрозуміти настрої туги й відчаю в Німеччині за Бісмарка, що навіювались страхами технологізації, урбанізації, руйнації традицій. Він був частиною покоління графічних дизайнерів, які вперше стали спеціалізуватися на комерційному мистецтві кінця XIX – початку XX ст. Поява комерційного плакату є свідченням упровадження соціальних комунікацій у сферу підприємництва.

За яскраво вираженої орієнтації на декоративність, стилізацію, югендстиль сприяв розвитку ***політичної карикатури***. Це стосується художників, які групувалися навколо мюнхенського сатирично-гумористичного журналу "***Simplicissimus"***. Тематикою сатиричних опусів журналу були церква, дрібнобуржуазна, міщанська мораль, зовнішня політика кайзерівської Німеччини, чиновництво й бюрократія, реакційна вояччина тощо. Журнал був яскраво ілюстрованим, що зумовило його популярність.

Тевтонський стиль, побудований на вдалій модернізації античного класицизму та німецькій готиці з удосконаленою чіткою стилізацією готичного шрифту, відтворював образи середньовічного німецького епосу. Його засновниками були ***М. Клінгер*** і ***Ф. Штук,*** які співпрацювали як ілюстратори протягом 1897–1902 рр. із журналом "Die Jugend" і доволі швидко стали одними з найпопулярніших плакатистів Берліна.

1896 р. два плакати, Kunst-Anstalt для сучасного Plakate і Die Alte Stadt, які зробив ***Отто Фішер,*** з'явилися у Дрездені. Багато мистецтвознавців уважають роботи першими художніми спробами німецьких дизайнерів виробити власний стиль. Завдяки скороченню натуралізму й акценту на кольорі та формі, плакат виглядав інноваційно.

Нова, більш актуальна естетика плаката, з'явилася у Німеччині на межі 1900-х років. Перші німецькі художні плакати (їхні

автори – ***Фідус, Штук*** або натуралісти ***Ліберман, Слефохт, Корінт***) були швидше картинами. Однак цей ***"живописний" плакат*** із його алегоричним перевантаженням або натуралістичною прісністю поступився іншому типу плаката, на що спонукала реальність життя (рекламному) – у всій його утилітарно-практичній сутності. Представником комерційного, рекламного плаката став берлінський митець ***Люциан Бернхард.*** Його роботи вирізнялися примітивною предметністю, яка зробила революцію в мистецтві: *заміну живописного плаката "речовим" зображенням.* Відмова від усіляких вигадливих елементів, декору й ідеальне відчуття кольору визначили долю Бернхарда як ідеального творця промислової реклами. Він зіграв важливу роль, допомагаючи створити новий стиль у дизайні, відомий як ***Plakatstil (Плакатний стиль)***, в якому використовуються спрощені зображення та плоскі кольору, а також ***Sachplakat (Предметний постер)***, який обмежувався демонстрацією рекламованого предмета і назвою бренду. Він також відомий розробленням плакатів для взуття Stiller, сигарет Manoli, сірників Priester, ламп Osram тощо. ***Завдяки мистецтву художників рекламний плакат XIX ст.*** став фактично ***комерційним PR.***

Більш складно були побудовані композиції мюнхенського плакатиста та графічного дизайнера ***Людвіга Гольвейна***. 1903 р. він виконав серію ілюстрацій для сатиричного й суспільно-політичного журналу "Jugend". Загалом основним заняттям німецьких графіків було оформлення журналів, альманахів, щорічників. Цим здобув славу мюнхенський живописець ***Б. Пауль.*** Його графічна манера витончена й лаконічна.

"Золота епоха" європейської культури сприяла розвитку зв'язків із громадськістю: активну участь у формуванні людини нового часу, її світогляду і громадянської позиції брала художня література, але вона стала й основною частиною морального виховання суспільства. Художнє мистецтво також не залишилось осторонь виховних функцій щодо суспільства і загалом стосовно формування громадської думки. Сплеск плакатного мистецтва (особливо комерційного (рекламного) і політичного плаката) утвердив роль візуального мистецтва у впливі на громадськість.

Видавничий центр "Київський університет"

5.6. Зародження наукових основ соціальних комунікацій у XIX ст.

Значення громадської думки та можливості впливу на неї продовжували цікавити мислителів у XIX ст.

Багато нових для того часу ***ідей про специфіку громадської думки*** міститься у працях класика німецької філософії ***Георга Гегеля***. Саме він був першим мислителем, який розробив єдину теорію громадської думки. До позитивних аспектів його поглядів на її сутність слід насамперед віднести визначення ним суб'єкта і об'єкта громадської думки в їхньому діалектичному взаємозв'язку, а також умов і факторів його становлення та виявів. У найвідомішому своєму творі – "Філософія права"(1820) – Гегель визначає сутність громадської думки як "всезагальної, субстанціональна та істинної", що відображає "тенденції дійсності" і "пов'язана зі своєю протилежністю, із особною, своєрідною і особливою думкою багатьох індивідів".

Громадська думка, уважав Гегель, містить "принципи справедливості, справжній зміст і результат усього державного ладу, законодавства і взагалі загального стану справ у формі людського здорового глузду ...". Найбільш значуща заслуга Гегеля в контексті розроблення теорії громадської думки полягає в діалектичному розкритті суперечливої природи громадської думки, складних суб'єкт-об'єктних відносин усередині цього явища. Він перший зміг побачити моральні основи думки й відкрив у ній не тільки "забобони" і "нескінченні помилки", а й істину. Крім цього, Гегель уперше звернув увагу на те, що "в усі часи громадська думка була великою силою". Він уважав, що *основним суб'єктом і носієм громадської думки є народ*, а не той чи інший правитель, який, по суті, може бути лише виразником громадської думки, або представники аристократії та інших вищих верств населення.

У своїх працях Гегель підкреслював неприйнятність деспотії, оскільки вона не дає можливість людям публічно висловлювати свою думку, сперечатися.

У період останніх десятиліть XIX – початку XX ст. можна виділити цілу плеяду серйозних учених, які цілеспрямовано займалися розробленням ***проблематики громадської думки***.

Видавництво "Київський університет"

До таких, насамперед, належать ***Жан-Габрієль Тард*** і ***Франц фон Гольцендорф.***

Ж.-Г. Тард уважав, що "*творцем громадської думки* є певна публіка з доволі рухливими та неясними межами, що йдуть своїм корінням в особливості масових духовно-психологічних процесів". У своїй праці "Громадська думка та натовп" (1901) Ж.-Г. Тард запропонував основи справжнього соціологічного аналізу громадської думки, пориваючи з нормативним підходом до цього феномена. Соціальну основу підйому громадської думки він бачив у появі й розвитку "громадськості", що само по собі є результатом нового способу поєднання людей, який характеризує сучасне суспільство. Г. Тард описує в негативному ракурсі традиційні масові рухи, які належать минулому, вони відмирають і на зміну їм приходить нова суспільна група – громадськість. На відміну від натовпу, громадськість існує лише завдяки пресі та для неї. Громадськість діє за посередництва преси, "...вона демонструє себе за її допомогою, нав'язує себе політичним діячам, які стають її виконавцями. Саме це називається силою громадської думки". Соціолог порівнює громадську думку, породжену пресою, із продуктами споживання економічного типу. Він підкреслює тимчасовий характер таких думок, цінність яких не в їх правильності, а в кількісній силі, тобто в кількості індивідів, які в певний момент їх поділяють" [37].

Позиція Ф. Гольцендорфа є дещо неоднозначною, оскільки він висував різні ідеї, що стосуються громадської думки. Основна частина цих ідей відображена в його роботах "Природа та цінність громадськоъ думки" (1879) і "Роль громадської думки в державному житті". Гольцендорф підкреслює "аморфність і знеособленість *походження громадської думки*", однак при цьому автор робить акцент на *ролі та значенні різних класів* (як вищих, так і широких верств населення) *у формуванні даного феномена*.

Вагомий унесок у дослідження сутності феномена ідеології, суспільної свідомості та *комунікативного аспекту формування громадської думки* вніс ***Карл Маркс***, який визначав людську сутність як ансамбль соціальних відносин, підкреслюючи діалектичність її особистісних характеристик [20, с. 37]. Логічним продовженням цієї тези є й те, що суспільство являє собою продукт взаємодії людей, а громадянське суспільство є основою

Видавничий центр "Київський університет" Вопосна для друку

будь-якої держави. Тобто за даної теоретичної моделі джерелом розвитку громадської думки виступають соціальні зв'язки та взаємовідносини [35].

К. Маркс наголошував, що соціальні суб'єкти можуть бути охоплені ілюзіями, породженими соціальним буттям. Для пояснення самообману, створення ілюзій щодо себе він уводить поняття "пра-форми", "перетвореної форми". Філософ наголошував, що в суспільстві відбувається ідеологізація свідомості, що породжується людиною як носієм соціального досвіду. Як зазначає Н. Черняк, суть феномена ідеологізації за К. Марксом полягає в тому, що ідеологія зводить справжнє, дійсне становище справ до його уявного змісту, перетворюючи думки в самостійні сутності. Ці сутності наділяються незалежним існуванням і підкоряються тільки своїм власним законам. Ідеологія може вважатися істиною, але такою не бути [35].

Науковці XIX ст. за можливості розширювали *теоретичну базу суміжних до ЗзГ аспектів наукових знань*. Їхні праці стали найкращим надбанням теоретико-методологічних досліджень XIX ст. Прикладом такої фундаментальної праці, що не втратила своєї актуальності донині, стала "Психологія народів та мас" ***Гюстава Лебона***, написана 1895 р. Його, як і інших науковців, що заклали основи соціології, хвилювали ***проблеми юрби, психології мас, зв'язків індивідів у суспільстві та в межах громад, взаємовпливів людини й суспільства, ролі особистості у суспільних процесах*** тощо.

Гюстав Лебон першим винайшов так звані *"рецепти маніпулювання юрбою"*. Проте ці ідеї, що пізніше називалися "французькою ідеологією", не досягли на батьківщині такого успіху, який на них чекав у Німеччині та Італії. Працю Лебона використав Адольф Гітлер при написанні "Mein Kampf", запозичивши з неї немало ідей та образів. Те, про що Лебон говорив про це як про гіпотези, Гітлер утілив на практиці.

Автори перших теоретико-методологічних праць із PR у 1920-х об'єднали у своїх роботах ідеї про психологію юрби Гюстава Лебона та Вілфреда Троттера; описуючи механізми формування думки громадськості, вони використали Лебонові *технології управління юрбою.*

Зигмунд Фрейд у праці "Психологія мас та аналіз людського «Я»" (1921) використав думку Лебона: опинившись у товаристві,

об'єднаному певною ідеєю, "якими б не були індивіди, що його становлять, якими б не були їхні спосіб життя, погляди, цінності, характер або розум, спільно починають жити так, ніби у них утворилася *"колективна душа"*, що змушує їх відчувати, думати й діяти зовсім інакше, ніж думали б, діяли та відчували поодинці".

Лебон також зробив акцент на тому, що юрбою рухають почуття та пристрасті, які ховаються у підсвідомості людини. Засновник психоаналізу З. Фрейд, спираючись на Лебона, дійшов думки, що, опинившись частиною юрби, людина втрачає почуття індивідуальної відповідальності, переймається настроєм маси, її ідеями та діє у такий спосіб, немов перебуває під гіпнозом. У такій "натхненній", рухомій тією чи іншою ідеєю громаді (юрбі) людина заради реалізації цієї ідеї готова відмовитися від своїх особистих інтересів, піти на самопожертву, вона втрачає здатність до критичного сприйняття та з легкістю готова повірити у все, що підтверджує ідею, натомість заперечує будь-які факти, які спростовують її істинність. Така маса неодмінно відчуває потребу в "господарі", авторитеті, харизматичному вожді, який, у свою чергу, також має фанатично вірити у свою ідею".

У праці "По той бік принципу задоволення" (1920–1930) Зигмунд Фрейд писав: "Оскільки маса не сумнівається у правдивості або хибності будь-чого, і, при цьому усвідомлює свою величезну силу, вона настільки ж нетерпима, як і підвладна авторитету. Вона поважає силу, доброта їй видається лише різновидом слабкості, тому від свого героя вона вимагає сили, навіть насильства. Вона хоче, щоб нею керували, владарювати і пригнічували, хоче боятися свого володаря". Отже, феномен зміни поведінки людини, що опинилася частиною юрби (громади), об'єднаною національною, релігійною, соціальною чи будь-якою іншою ідеєю, був добре відомий і описаний Лебоном, а потім вивчався Фрейдом.

Герберт Спенсер – засновник органічної школи в соціології, ідеолог лібералізму, адепт захисту природних прав людини, критик утилітаризму. Із ім'ям Г. Спенсера пов'язують розуміння *суспільства як організму*, подібного до біологічного, що послуговується тими самими законами організації, функціонування та розвитку. У його праці "Основи соціології" (1898) *викладено теорію соціології відповідно до того, як люди взаємопов'язані в межах громад,* як ці соціальні структури розвиваються із пли-

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

ном часу; досліджено *"церемоніальні" та політичні інститути* (з виокремленням їхніх особливостей у мілітаризованих та індустріальних типах суспільства).

Еміль Дюркгейм увів у науковий обіг теоретичне поняття *"колективних уявлень"* для позначення ідей, запозичених не із практичного досвіду, а нав'язаних людям самим суспільством. В основі вчення Дюркгейма – концепція соціологізму, побудована на принципах специфічності й автономності *соціальної реальності.* На його думку, *суспільство становить особливу надіндивідуальну реальність, яка поєднує людей в єдине ціле і встановлює між ними солідарність* особливого роду, відмінну від звичайної механічної суми індивідів. Об'єднуючись у групи, люди відразу починають підпорядковуватися правилам і нормам, які Дюркгейм назвав *"колективною свідомістю"*. Ця особлива соціальна реальність диктує свої установки кожному індивідові у вигляді суспільних очікувань, вимог та принципів моралі.

Центральною проблемою у творчості Дюркгейма була *проблема соціальної солідарності*, тобто з'ясування того, *які саме зв'язки об'єднують людей у суспільство*. У властивому для XIX ст. дусі протиставлення "нового" суспільства "традиційному", він виділяє два типи солідарності, які є підґрунтям суспільства: механічну й органічну. Механічна солідарність притаманна традиційному суспільству, характеризується поглинанням особистості колективом. Для такого суспільства характерний високий рівень репресій і насильства, а також низький рівень розподілу праці. Із розвитком суспільства та поглибленням розподілу праці в індустріальному суспільстві виникає органічна солідарність, яка ґрунтується на співробітництві й кооперації членів суспільства. Обмін продуктами праці передбачає, що партнери беруть на себе взаємні зобов'язання – це форма соціальної взаємодії. Чим глибшим є розподіл праці у суспільстві – тим більша у ньому різноманітність, толерантніші люди, база для демократії ширша, а отже, кращі умови для органічної солідарності.

Основна теза соціологічної концепції ***Жана-Габрієля Тарда***: соціальні явища є психічними за своєю природою. Учений порівнював суспільство з мозком, клітинкою якого є індивідуальний мозок. *Суспільні відносини Тард зводив до відносин між індивідами*. Взаємодію індивідів він тлумачив як циркуляцію бажань

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

або ідей, що виявляються у формі репетиції або імітації, опозиції, адаптації чи винаходу. Думка одного повторюється іншими (імітація); стикаючись, думки утворюють опозиції, врешті ідеї або взаємознищуються, або синтезуються (адаптація або винахід). *Синтез ідей є джерелом соціального руху.* Основними процесами соціального розвитку вчений уважав винахід і наслідування. "*Усі досягнення цивілізації,* – стверджував Тард, – *результат діяльності видатних особистостей*. Послідовники наслідують вождя, творчу особистість. Великий лідер – вихідне джерело соціального розвитку, він гіпнотично впливає на послідовників. *Суспільний прогрес досягається завдяки лідерам-винахідникам, що переборюють відсталість маси-юрби*".

Соціально-політичний рух, згідно з Тардом, здійснює лідер-новатор, який бореться із відсталістю юрби. Юрба, захоплюючись новаціями, слухняно йде за лідером, підкоряючись йому. Щоб бути успішним серед юрби, лідер має "бити по її нервах". Удавана єдність юрби – звичайне, сліпе підпорядкування лідеру. Юрба без лідера – обезголовлене чудовисько, що не може самостійно діяти; юрба часто захоплюється "не обранцями, а покидьками", юрба не мислить, не думає, вона вірить лідеру, перебуває під його впливом, нехтує слабким лідером чи підкоряється сильному.

Огюст Конт – автор теорії позитивізму. Мета його досліджень полягала в доказі про те, що спосіб мислення, який утвердився у природничих науках, повинен зрештою перемогти і у сфері політики, привести до *створення позитивної науки про суспільство*. Конт її поділяв на дві основні частини: статику, що вивчає умови співіснування суспільних явищ, та динаміку, яка вивчає послідовний рух суспільних явищ і є *вченням про прогрес людського суспільства*.

Позитивізм, за Контом, полягає в *організації суспільства на засадах гармонії й солідарності*. Цей філософ уважав, що невдовзі з'явиться нова форма організації суспільства, яку він назвав *соціократією*, тобто суспільство, в якому всі його частини становитимуть єдине гармонійне ціле, і в якому кожен індивід має виконувати свою певну функцію як частина механізму.

Позитивіст підкреслював, що індивід, узятий як окрема істота, – це абстракція, яка не існує в реальному суспільному житті. Разом із тим він не заперечував існування класів у суспільстві,

але не вважав, що між класами існує антагонізм і неминуча боротьба між ними. Навпаки, зазначаючи, що для будь-якого суспільства характерна наявність спільної цілі, Конт наголошував на важливості солідарності, виконанні кожним класом своїх функцій у суспільстві. Його ідеалом було досягнення солідарної діяльності двох головних сил у суспільстві: концентрованої сили багатства й розпорошеної сили мас, тобто солідарність заможних підприємців, аристократів і бідного пролетаріату.

О. Конт переконливо відстоював думку про єдність людства й наявність тісних зв'язків між народами. "Жоден народ,– писав мислитель, – не відділений реально від інших. Неможливо існувати ізольовано, не втрачаючи своїх справжніх моральних, інтелектуальних і навіть фізичних якостей. Прогрес завжди є розвитком усього людства, а не окремого ізольованого народу". Обґрунтовуючи необхідність створення нової науки про суспільство та його закони, Конт, спираючись на реалії XIX ст., підкреслював, що певний тип суспільства, який можна описати двома прикметниками – теологічне та військове, – відмирає. Проаналізувавши тогочасне суспільство, філософ дійшов висновку: головною умовою суспільних змін є *інтелектуальна реформа.*

Теоретико-методологічна база суспільствознавчих наук, яка була сформована в XIX ст., стала підґрунтям для розвитку піарознавства протягом наступного століття. Зокрема, дослідження масової поведінки відкрили політичним лідерам нові інструменти впливу на громадськість, застосування яких сприяло докорінним змінам у суспільній свідомості, а згодом –численним змінам на політичній карті світу.

Висновки до розділу 5

1. XIX ст. – період активного розвитку європейського суспільства, основними центродіючими в якому були демократизація та індустріалізація. Рушієм демократичних змін у Європі стала Велика французька революція, що поклала початок формуванню громадськості як передової та найбільш активної частини суспільства. Сформувалась індустріальна цивілізація. Процес становлення індустріального суспільства був найдієвішим рушієм розвитку ЗзГ на новому еволюційному етапі.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет" Реєстр. № 2 від 21.01.2016

Чинники становлення індустріального суспільства – економічні, політичні, соціальні, суспільно-трансформаційні – стали фактично й рушіями істотних змін, що відбувалися у межах соціальних комунікацій в Європі. Інформаційна трансформація суспільства стала рушієм активізації громадськості, яка прагнула бути більш обізнаною та суспільно свідомою. Індустріальний розвиток прискорив урбанізацію, дедалі більше населення зосереджувалося у великих промислових містах, що пожвавило й розширило комунікацію, підняло її на новий рівень. Розвиток преси, становлення інформаційної галузі, освітня революція, емансипація, технічні та технологічні інновації, підйом культури, мистецтв прискорили ґенезу ЗзГ. Соціальні процеси сприяли розвитку комунікацій як низхідного, так і висхідного типу.

У першій третині XIX ст. ЗзГ стали поступово перетворюватися на цілеспрямовану самостійну діяльність на постійній основі. Поява інформаційних агенцій стала логічним завершенням перетворення інформації на товар і відкрила нові шляхи співпраці між засобами масової інформації та інституціями, зацікавленими в отриманні й поширенні інформації. Як вияв інституалізації інформаційної сфери та ЗзГ з'явилися перші пресагенції та прессслужби. Поінформованість і обізнаність населення була стимулом до становлення ЗзГ як професії, оскільки все ширші кола громадськості потребували професійних комунікаторів.

2. Роль громадськості в управлінні та політичному розвитку суспільства із початку XIX ст. поступово зростала, тому, як ніколи, потрібно було знаходити нові дієві шляхи ЗзГ. Велике значення в цих процесах відіграла преса, на яку вплинули демократичні зрушення в суспільстві, насамперед Велика французька революція, чия риторика виробила особливу культуру управління внутрішніми механізмами мислення й переконаннями людей.

Преса формувалась як знаряддя політичного впливу на громадську думку та її ідеологічне виховання. Особливого успіху в цьому досяг Наполеон Бонапарт і змодельована ним інформаційна політика. У Франції через пресу стала поширюватися ідеологічна пропаганда та на державному рівні відбувалось регулювання інформаційно-комунікативної діяльності. Друковані видання зазнали жорсткої цензури й контролю і стали виконували суто пропагандистську функцію. Уперше в новій історії пропаганда стала інструментом зміцнення бойового духу та моральної

стійкості армії, чого не вистачало арміям супротивників. Наполеон увів немало інновацій і щодо засобів та способів поширення інформації, зокрема через мобільні "польові" друкарні, і через нові друковані жанри – бюлетені, відозви, газети та журнали, орієнтовані на конкретну цільову аудиторію – армійське середовище, нові мистецькі жанри – батальний і портретний живопис. Але найбільшої мотивації і армії, і цивільного населення як на вітчизняних теренах, так і серед населення завойованих держав він досягав через пресу, поставивши її в авангарді пропагандистських засобів впливу на ту чи ту цільову аудиторію громадськості.

Подальший розвиток преси у Франції протягом XIX ст. виявив її потужний потенціал як інструмент ЗзГ, не дивлячись на зазіхання цензури, урядові утиски свободи слова та інші громадянські права і свободи.

XIX ст. в історії політичного життя Англії характеризується владарюванням королеви Вікторії. Вікторіанська епоха нерозривно пов'язана з побудовою системи владних відносин, контактів органів влади різноманітних рівнів і гілок, а також влади з різними громадськими групами. Розпочалися масштабні передвиборчі кампанії, публічні дискусії, велася політична агітація. Також активізувався громадський рух, офіційно дозволили діяльність профспілок, тому налаштування контактів із громадськістю стало необхідністю. Активно почала з‘являтися дешева преса, що часто використовувала маніпулювання громадськістю. На громадську думку впливали через газетні публікації, плакати, листівки, брошури й буклети, а у вищих колах – через журнали, серед найнижчих верств – через бульварну пресу. Англійський газетно-журнальний ринок був різноманітним і строкатим, але навіть якісна тогочасна періодика використовувала маніпулювання громадською думкою і знаходила різного роду, часом не зовсім праведні, шляхи до читацької аудиторії.

У Німеччині початку XIX ст. періодична преса не мала швидких темпів розвитку, порівняно з іншими країнами Європи. Але після прориву 1848 р. у результаті Березневої революції цензуру скасували, а пресу оголосили вільною. Серйозний вплив на розвиток німецької журналістики мав перший канцлер Німецької імперії Отто фон Бісмарк, за часів якого змінилася політика і тактика "цензурування". Друковані видання, які використовува-

лися для реалізації політичних ЗзГ, регламентувалися жорсткою цензурою та фактично були репродукторами спочатку німецької інтелігенції, а надалі – ідеологів Німецької імперії. Здійснюючи імперіалістичну політику, Німеччина була вимушена використовувати маніпулятивні технології ЗзГ, що нерідко базувалися на перекручуванні фактів, частковому замовчуванні інформації й подекуди відвертій брехні.

Ораторство як технологія політичних ЗзГ XIX ст. розвивалося в публічних промовах державних діячів Франції, серед прихильників революційних змін у бік демократії, чартистів і видатних урядових персон у Великій Британії, розвиваючи притаманні цим країнам особливості риторства – емоційність, пристрасність, метафоричність, схильність до сміливих порівнянь і гіперболізацій французької школи, яка зачарувала весь європейський світ, а також аргументованість, логічність, виваженість, чіткість, високу культуру мовлення англійської школи, що заполонила не лише душі, а й розум європейців. У свою чергу німецька школа, попри тяжіння до традиційної стриманості, засвідчила неабияке новаторство німецької риторики – без розбіжностей, суперечностей, антитез, довгих і важких фраз, де думки характеризувалися точним вираженням та послідовністю доказів. У сукупності аналіз різних традицій і тенденцій розвитку ораторського мистецтва у провідних країнах Європи за Нових часів виявив його потужну силу як засобу формування громадської думки, керування нею і спрямування її у бажаному напрямку. Ораторське мистецтво в особах його талановитих носіїв XIX ст. – Ламартіна, Шатобріана, Фавра, Гамбетта, Гете, Гладстона, Дізраелі, Чемберлена, Бісмарка та багатьох інших, виявилось досить досконалим інструментом творення громадських настроїв і устремлінь, що сприяло формуванню в Європі демократичного суспільства.

Публічна усна комунікація протягом усього XIX ст. була важливим засобом політичних ЗзГ.

Інформаційно-психологічні війни XIX ст. стали дієвою технологією зв'язків із громадськістю урядів країн Європи. Майстерність Наполеона Бонапарта у веденні ІПВ виявилась у використанні ним із пропагандистською метою газет, прокламацій, маніфестів, листівок, фейлетонів, бюлетенів, відозв, публічного мовлення, образотворчого мистецтва. Наполеон підпорядкував воєнно-стратегічним цілям буквально всі доступні тоді способи апелювання до громадської думки, насамперед пропаганду. Він

уважав, що потрібно свідомо керувати громадською думкою і жорстко робив це за допомогою дезінформації, заборон, цензури, уведення в оману, "чорного PR", що були, потужними засобами інформаційно-психологічного впливу на суспільство.

Політичний феномен Паризької комуни полягає в тому, що ця фейкова подія, яка принесла руйнації та втрати французькому народу, виявила слабкість інформаційно-комунікаційної політики комунарів і недосконаліть їхніх ЗзГ. Проте слід визнати й інше: кривавий досвід Паризької комуни, її терористичні акції та вандалізм мали пролонгований постPR у подальші історичні часи, тож зіграли антигуманну й деструктивну роль в історії. Пост PR Паризької комуни не менш одіозний, ніж власне її історичний факт.

Віртуозним митцем ведення інформаційних війн виявився Отто фон Бісмарк, чиї провокативні маніпулювання призводили до війн і розбрату в Європі, проте завдяки впровадженню консолідуючої пропаганди на вітчизняних теренах він сприяв об'єднання Німеччини у потужну економічно та сильну політичну державу і фактично сформував німецьку націю.

Прецеденти інформаційно-психологічних впливів у період англо-бурських війн виявили мудрість і далекоглядність британських пропагандистів. З ними воєдино були відомі англійські письменники, публікуючи твори, в яких уславлювали місію Британії та виправдовували дії англійців. Гасла, публікації, символіка та виступи у патетично-патріотичному стилі сприяли тому, що більшість населення підтримала війну. Ця війна стала першою подією, що викликала гучний резонанс у європейській пресі. Англія, зрозумівши необхідність формування громадської думки в міжнародних масштабах, зуміла досягти об'єктивного ставлення до своєї політики на світовій арені.

3. Зв'язки із громадськістю у комерції та бізнесі країн Європи XIX ст. генерували насамперед за рахунок корпоративних протоPR, оскільки бізнес від початку століття розвивався під жорстким контролем держави, а підприємцям і новій буржуазії треба було знаходити порозуміння із трудовими верствами. Це відбувалося завдяки впровадженню корпоративної культури й соціальних програм, що значною мірою сприяло формуванню на підприємствах атмосфери згоди та добропорядності. У зв'язку з цим корпорації використовували різні методи роботи з окремими категоріями громадськості. Виникла потреба в сегментуванні цільових аудито-

рій і відповідній побудові чітко зосереджених на їх інтересах та потребах ЗзГ. Як наслідок, наприкінці XIX ст. було зроблено перші кроки до соціального законодавства та перші зусилля у налагодженні відносин між різними верствами населення, а також у залагодженні непорозумінь, що виникали на економічному ґрунті.

У XIX ст. з'явилися громадські професійні об'єднання, що зробили перші кроки у формуванні принципів професійної діяльності в соціокомунікаційній сфері бізнесу. Вони були налаштовані проти порушень етики бізнесу, з метою чого здійснювали регулювання комунікаційної діяльності й розробляли законопроєкти з її впорядкування.

Серед багатьох потужних капіталовласників найвідомішим бізнес-брендом XIX ст. стала родина Ротшильдів, які зробили собі PR не лише завдяки незліченним багатствам, а й тому, що зрозуміли, що інформація є одним із найцінніших нематеріальних активів, який дозволяє примножити капітал при її правильному використанні. Застосування методів стратегічної комунікації та інструментарію комерційних протоPR дали можливість Ротшильдам не тільки мати суттєві переваги у бізнесі, а і здобути славу владних, могутніх у світі капіталу, тобто сформувати власний бізнес-імідж і зробити собі PR.

У XIX ст. ЗзГ у сфері підприємництва та капіталу стали активними провідниками міжнародного співробітництва, у чому немала роль належить міжнародним виставкам, які розвинулися на основі традицій ярмаркування попередніх століть і увібрали у себе комунікативний досвід та традиції.

У середині XIX ст. розпочався процес оформлення світових брендів. Активізація виставкової діяльності сприяла становленню ринкових відносин, допомогла країнам і містам у розвитку інфраструктури, налагодженні економічних зв'язків, розширенні виробництва. Виставки поступово ставали найефективнішим засобом взаємодії бізнес-партнерів, локаціями, на яких демонструвалися досягнення країн, формувалося уявлення про рівень розвитку культури й техніки різних регіонів світу. Споруди, що зводилися як призначені для виставкових експозицій – Кришталевий палац, Ейфелева вежа, – були орієнтовані не стільки на вузько-прагматичні, скільки на перспективно-творчі цілі: продемонструвати, на що здатна творча сила людства і яких фантастичних результатів вона може досягти. Еволюція виставкових

процесів вплинула на культурно-просвітницьку сферу загалом і на рівень корпоративних комунікацій міжнародного рівня.

4. Інновації іміджетворення й особистого брендингу засобами протоPR у XIX ст. виявились у тому, що політичні й державні діячі, отримавши можливість застосовувати нові засоби комунікацій і самобрендування, дбали про адекватність їхніх стратегій цільовій аудиторії та намагалися диференційовано підходити до кожної з них. Видатні особи, що залишили свій слід в історії, добре знались або інтуїтивно відчували потребу в тих чи тих засобах самопрезентування й атракції, які були як раціональні, так і емоційно-психологічні. Але і ті й інші були технологічно доцільними, оскільки не лише перетворювали харизматичне лідерство у раціональне, а й поєднували їх, що давало потужний результат. Безперечними митцями політичного іміджетворення та особистого брендування виявили себе Наполеон Бонапарт і Отто фон Бісмарк. Хоча вони діяли в різних історичних та геополітичних умовах, проте подібним чином утискали й водночас використовували пресу, подібно будували свої стратегії сегментування цільових аудиторій і відповідно "працювали" з ними, активно вдавалися до публічного мовлення та до самопрезентування через твори мистецтва й публічні заходи масового характеру (військові паради), розраховані на широкий загал. Вони обидва віддавали армії іміджетвірну роль, яку вважали своєю опорою й непереборною силою. Політичний шлях іміджетворення Наполеона та Отто фон Бісмарка став плідним досвідом для творців історії у Новітні часи, зокрема він виявився напрочуд доречним для очільників тоталітарних режимів XX ст.

Королева Вікторія – славетний символ епохи, постать, яка перетворила Англію на одну з найрозвиненіших європейських держав. Ця королева переконала англійців у користі для них монархії при її рудиментарності в політиці.

Дендизм як колоритна самопрезентація соціокультурної моделі суспільства дав можливість виявитися двом основним стратегіям самоPR: виділитися серед інших через самоідентифікацію і стати одним із обраних, які позиціонувати свій статус у суспільстві через зовнішність і поведінкову модель. Дендизм був своєрідним протестом проти буржуазної посередності та реалізовувався, передусім, як іміджева стратегія, використовуючи елементи моди як знаки, за якими можна було прочитати соціальне становище особистості. Дендизм відповів на зміну соціально-

Видається за оригінальним макетом "Київський університет"

політичних умов культом особистості, яка розкривала свою перевагу над суспільством через моду.

5. XIX ст. увійшло в історію як століття інтелектуального зростання суспільства й вишуканих мистецтв. Література та образотворче мистецтво у розмаїтті жанрів, стилів і художніх течій в умовах демократизації індустріального суспільства чинили потужний вплив на громадську думку. Водночас європейська культура XIX ст. стала виразником думок, прагнень та устремлінь різних верств суспільства, як, зокрема, засвідчила "Людська комедія" Оноре де Бальзака. Між суспільством і культурою почав відбувалися своєрідний діалог, соціальна комунікація на основі розуміння, підтримки, взаємодії.

Соціальні комунікації, які знаходили втілення та вияв у художній творчості митців XIX ст., не обмежувалися вже політикою, а стрімко увійшли у сферу підприємництва, що засвідчив живописний різнобарвний рекламний плакат, який став явищем поряд із іншою суспільно значущою продукцією тієї доби. "Золота епоха" європейської культури активно вплинула на розвиток PR, надавши їм нових форм і значень.

6. Зародження наукових основ соціальних комунікацій XIX ст. почалося з метою формування теорії та практичних методів взаємин із громадськістю. Два напрями наукових концепцій становлять інтерес – щодо сутності громадської думки, її природи, ролі у суспільстві та стосовно феномена громадськості, який генетично пов'язаний з теоріями "поведінки юрби", "колективного свідомого", "природи суспільного" і "ролі особи в суспільстві". Гюстав Лебон першим винайшов так звані "рецепти маніпулювання юрбою". Спираючись на праці Лебона, психоаналітик Зигмунд Фрейд дійшов висновку, що "любов" становить сутність не тільки індивідуума, але і того, що Лебон називав "масовою душею". Жан-Габріель Тард стверджував, що для того, щоб мати успіх серед громади, лідер має згуртувати її задля того, щоб громада йому сліпо підкорялась. Еміль Дюркгейм увів у науковий обіг теоретичне поняття "колективних уявлень" і розглянув проблеми соціальної реальності й соціальної солідарності. Огюст Конт наполягав на організації суспільства на засадах гармонії та солідарності. Теоретичні й методологічні дослідження соціальних комунікацій західноєвропейських науковців XIX ст. дозволили професійно розвивати ЗзГ і створити основи теорії PR у наступному столітті.

Видання підготовлено в рамках проекту "Університетський розвиток: інтеграція науки та освіти"

ХРОНОЛОГІЯ ДАТ І ПОДІЙ,

що вплинули на історію зв'язків із громадськістю у Нові часи

Рік	Подія
1789.07.14	Штурм Бастилії; початок Великої французької революції
1789, серпень	Прийнято Декларацію прав людини і громадянина – найважливіший документ Великої французької революції, що визначив індивідуальні права людини; була прийнята Національним установчими зборами
1789, вересень	Випуск першого номера газети Жана Поля Марата "Паризький публіцист", у подальшому – "Друг народу"
1792	Падіння монархії у Франції
1792	Страта короля Людовика XVI у Франції
1793	Прихід до влади якобінців у Франції
1794–1799	Уряд Директорії у Франції
1796–1797	Італійський похід Наполеона Бонапарта
1798–1801	Єгипетський похід Наполеона Бонапарта
1799	Державний переворот Наполеона Бонапарта, прихід до влади
1799–1815	Наполеонівські війни •1805 р. – III антифранцузька коаліція; •1806 р. – IV антифранцузька коаліція; •1809 р. – V антифранцузька коаліція; •1813–1814 р. – VI антифранцузька коаліція
1800	Оприлюднено "Консульський указ про газети", що призвів до закриття 60 із 73 газет, які видавалися в Парижі
1803	Луі-Франсуа Бертен змінив формат газети "Journal des Debates": збільшив обсяг і ввів додаткову частину, що стала називатися фейлетоном
1804.9.11.	Проголошення Наполеона імператором Франції
1805	Поява першого бюлетеня у вигляді друкованої листівки. Д. Белл почав видавати щоденний додаток до своєї газети, адресований жіночій аудиторії
1807	Імідж-кампанія Пруссії, яка після Великої французької революції використала французькі підходи до формування образу держави за кордоном. Про це свідчить "Ризький меморандум" 1807 р., де йдеться про те, що "вплив і зв'язки за кордоном є нагальною необхідністю політики … Нічого не можна упускати при досягненні своїх цілей і слід боротися із Францією її ж зброєю"

Видавничий центр "Київський університет" Вернадський В.І.

Рік	Подія
1809	Поява посади прес-секретаря у Британському казначействі
1810	Створення Наполеоном Директорії зі справ друку у складі Міністерства поліції
1811	Утиски преси у Франції: дозвіл на публікацію мали лише чотири щоденні газети: "Journal de Paris", "Gazette de France", "Journal de l'Empire" і "Le Moniteur universel". Усі видання контролювала Директорія у справах друку
1811	За наказом Наполеона, О. Бертьє став збирати всі бюлетені попередніх походів і видавати їх щороку у вигляді книг з метою створення легенди перемог і культу особистості Бонапарта
1814	Упровадження механічної парової друкарської машини Ф. Кеніга
1814.04.04	Падіння Імперії Наполеона. Реставрація монархії Бурбонів
1814–1848	Період Реставрації, що "дарував" французам "право публікувати та друкувати їхні думки" в умовах "свободи преси", проте лише "відповідно до законів, які повинні попереджувати та придушувати зловживання цією свободою"
1814	Прийнято Закон Франції, що вводив цензуру для всіх періодичних видань, обсяг яких не перевищував 20-ти друк. арк.
1815.03.20–08.07	"Сто днів" Наполеона
1815	Битва біля Ватерлоо
1815	Поява "роману-фейлетону" з ініціативи Луї Верона, видавця "Constitutionnel"
1815/1816	Перше "Літературне бюро" (*Literarisches Büro)* – прототип Федерального Відомства інформації та друку (Bundespresseamt) відкрито при державному канцлері Прусії Гарденбергу
1816	Виникнення перших майстерень літографів у Парижі
1826	Публікація "Фізіології смаку" А. Брійа-Саварена
1820–1830-ті	Період появи професійних комунікаторів у діловій сфері
1829	Винайдення комунікаційної стратегії "далі буде" газетою "Revue cie Paris"
1830, червень	Друга французька революція "Три славних дні"
1830-ті	Поява дешевої преси для масової аудиторії багатотисячними накладами.

Видавничий поліграфічний центр "Київський університет" Вернидубенко І. Історія друку

Рік	Подія
	У Великій Британії сформувалися перші жіночі політичні групи
1830–1840-ті	Поява перших прес-агенцій і невеликих консалтингових інформбюро
1832	Виборча реформа у Великій Британії
1834	Винайдено телеграф
1835	Перша в Європі інформаційна агенція Шарля Гаваса (Париж)
1836	Початок видання передплатної газети "La Presse" Е. де Жирарденом
1836	Створення В. Ловеттом Лондонської асоціації робітників
1836–1848	Чартиський рух у Великій Британії
1837	Засновано найвпливовіше видання чартистів – "Northern Star"
1839	Перша чартистська конференція
1839	Винайдення фотографії
1840-і	Рух за суспільне зрівняння жіночих прав з чоловічими (рух за емансипацію)
1841	Створено Ministerial-Zeitungsbüro (Урядове бюро газет) при Міністерстві внутрішніх справ Пруссії як політичну установу для "виправлення помилкових повідомлень преси"
1841	Прусський король Фрідріх-Вільгельм наказав, щоб журналістські матеріали відповідали інтересам держави
Поч. 1840-х	Пік популярності жанру "фізіології". Початок нової ери в журналістиці, яка відтоді стала орієнтуватися на уподобання та смаки читача
1844	Повстання сілезьких ткачів, що дало сильний поштовх розвиткові масової боротьби робітників за свої права; воно було придушено військами. Обурення викликала розправа над учасниками повстання: близько 70 осіб було заарештовано, а кількасот ткачів засуджено до тілесних покарань
1846	Створено газету "Daily News"
1848	"Весна народів": демократичні революції в європейських країнах
1848	Засновано "Телеграфне кореспондентське бюро" Бернгарда Вольфа
1848–1849	Створено "Нову Рейнську газету"
1848–1859	Діяльність Літературного кабінету (das Literarische Kabinett) у Прусії

Видавничий центр "Київський університет"
Верстка для ВНЗ України

Рік	Подія
1850–1851	Засновано інформаційну агенцію Полом Рейтером. Створено "Submarine Telegraph" у Лондоні
1850–1860	Діяльність Zentralstelle für Presseangelegenheiten (Центральний офіс у справах преси), функції якого зводилися до спостереження за пресою, внутрішнього інформування й міжнародних відносин із пресою
1851	Проведено першу міжнародну виставку в Лондоні під орудою принца Альберта
1851	Початок промислового PR у Німеччині (експонати Круппа на виставці в Лондоні)
1852–1870	Друга імперія у Франції
1854	Введено посаду прес-секретаря у Британській поштовій службі
1855	Поява "The Continental Telegraph"
1855	Засновано "Daily Telegraph", що була прибічницею ліберальної економіки та імперіалістичних настроїв
1860	Центральний офіс у справах преси (Zentralstelle für Presseangelegenheiten) перетворено у Літературний офіс (Literarisches Büro)
1861	Створено першу загальнонімецьку газету "Norddeutsche Allgemeine Zeitung" з метою використання її як офіційного органу уряду та трибуни для висловлення політичних поглядів рейхсканцлера
1862–1890	Діяльність Отто фон Бісмарка в уряді Пруссії
1862	Заснування "Асоціації плакатистів" у Англії
1866	Перші прес-офіси (прес-служби) на промислових підприємствах Альфреда Круппа
1868	Сформовано "Товариство жіночого виборчого права" під керівництвом Лідії Беккер
1869	Газета "Ober Land und Meer" ("Через моря та країни") організувала безпрограшну лотерею для своїх передплатників, що суттєво збільшило наклад
1870	Перший закон про елементарну освіту в Англії
1870	Альфред Крупп уперше організував відділ роботи із пресою у власній компанії: був найнятий перший штатний прес-секретар – *"Literat"*, який відповідав за корпоративні комунікації, зокрема листування Круппа
1870	Об'єднання Італії – Рісорджименто, завершилось приєднанням Риму до Італійського королівства
1870	Три наймогутніші інформаційні агенції Європи уклали Картельну угоду про поділ сфер впливу: Рейтер – Велика Британія та Східна Азія, Гавас – франкомовні країни, Вольф – Північна та Східна Європа

Видавничий центр "Київський університет" Вероніка Мовчан

Рік	Подія
1870–1871	Франко-прусська війна
1871.01.01	Проголошення Німецької імперії: у Версалі Отто фон Бісмарк оголосив про об'єднання держав Митного союзу в єдину державу
1871.03.18–1871.05.28	Паризька комуна. Серія гравюр О. Дом'є, присвячена Паризькій комуні
1871	Офіційно дозволено діяльність профспілок в Англії. Створено прес-відділ німецького МЗС
1873	Всесвітня виставка у Відні, Австрія
1874	Прийняття ліберального "Закону про пресу" у Рейхстазі (Німеччина)
1878, 1889, 1900	Міжнародні виставки у Парижі
1879–1882	Створення Троїстого союзу (Німеччина, Австро-Угорщина, Італія)
1881.07.29	Прийнято Закон про свободу друку у Франції
1886	Запроваджено покарання за сумнівні відомості у пресі (Німеччина)
1888	Брати Гармсворти створили мережу масових журналів (Велика Британія)
1889	Розроблено законопроєкт проти непристойної реклами (Велика Британія)
1894	Перші прес-офіцери (ВМС Німеччини)
1895	Винайдення радіо. Брати Луї Жан і Огюст Люм'єр винайшли кінематограф
1904–1907	Створення військово-політичного блоку "Антанта" (Росія, Англія, Франція)
1906	Перша муніципальна прес-служба, Магдебург (Німеччина)
1904, квітень	Вийшов перший номер газети "L'Humanite", засновником якої був відомий політик і керівник Французької соціалістичної робочої партії Жан Жорес
1910	Перша німецька конференція соціологів у Берліні на тему "Преса та громадська думка"; виступ Макса Вебера
1914.07.28	"Сараївський інцидент", убивство спадкоємця австрійського престолу ерцгерцога Франца Фердинанда. Початок Першої світової війни

Видавничий центр "Київський університет" Вертикаль для друку

Понятійний апарат (глосарій) та основні дефініції

Англо-бурські війни 1880–1902 рр. **Перша англо-бурська війна,** або **Трасваальська війна** – колоніальна війна Великої Британії проти бурської Південно-Африканської Республіки, яка тривала з 1880 до 1881 р. **Друга англо-бурська війна** – загарбницька війна Великої Британії проти бурських республік – Оранжевої та Трансваалю, що тривала з 1899 до 1902 р. Одна з перших воєн епохи імперіалізму. В англо-бурській війні Велика Британія прагнула розширити й об'єднати свої колоніальні володіння в Африці, захопити родовища алмазів і золота. Натхненниками війни були запеклі колонізатори Сесіль Родс і Джозеф Чемберлен. Перевага сил британській армії та її надзвичайна жорстокість, незважаючи на запеклий опір бурів, привели до перемоги Великої Британії. 1902 р. за Фіренгенінзьким договором бурські республіки включено до складу Британської імперії.

Антанта – військово-політичне угрупування, основними членами якого були Велика Британія, Французька республіка і Російська імперія; створене в 1904–1907 рр.

Афіша – рекламне або довідкове аркушеве видання з інформацією щодо певного культурного заходу (події), призначене для розклеювання. У технічному плані *афіша* – це великокегельна набірна шрифтова композиція, в якій зазначається число, час і місце проведення якого-небудь громадського заходу.

Бонапатризм – одна із форм диктатури великої буржуазії.

Британська імперія містила домініони, колонії, протекторати, мандати на інші території, що перебували під владою Сполученого Королівства та його держав-попередників. У період піку свого розквіту була найбільшою імперією в історії, а також більше 100 років була головною глобальною силою у світі. Станом на 1913 р. населення Британської імперії становило понад 412 млн осіб (23 % населення світу на той час), а станом на 1920 р. – понад 35,5 млн км² (24 % поверхні світу). Як наслідок, її політична, юридична, мовна та культурна спадщина набули значного поширення. У часи піку її розвитку Британську імперію часто описували фразою "Імперія, над якою ніколи не заходить Сонце" (англ. *the empire on which the sun never sets*), оскільки через її величезні розміри сонце завжди світило принаймні над якоюсь її частиною. Після Другої світової війни більшість колоній Британії стали незалежними. Спадкоємицею Британської імперії вважається Британська Співдружність.

Бюрократія – ієрархічно організована система управління державою (суспільством), за допомогою особливого апарату, наділеного специфічними функціями та привілеями, що дозволяє йому стати над інтересами більшості.

Велика французька революція – найбільша трансформація соціальної й політичної системи Франції, яка сприяла знищенню у країні

Старого порядку (фр. Ancien Régime) і абсолютної монархії та проголошення Першої французької республіки (вересень, 1792) де-юре вільних і рівних громадян під девізом "Свобода, рівність, братерство".

"Весна народів" – революції в європейських країнах (1849–1849) – загальна назва революційних рухів, що виявилися у формі непокори владі, збройних повстаннях, декларуванні нової державності в європейських країнах у середині XIX ст. Спалахнули одразу в декількох державах. Рух мав антифеодальний і національно-визвольний характер. Учасники виступів декларували вимоги демократизації суспільного життя; залежно від місцевих умов, вони також висували гасла національного об'єднання (Німеччина, Італія) або виділення з існуючих держав (Угорщина). Каталізаторами загальноєвропейської революції стали виступ 12 січня 1848 р. на Сицилії та революція у Франції. Хоча в основному революції були швидко придушені, вони істотно впливали на подальші політичні процеси в Європі. Заворушення охопили Францію, італійські (Сардинію, Неаполь) і німецькі держави, включаючи Австрію, в якій активізувалися національні рухи італійців, угорців і хорватів, Румунію тощо.

Громадянин – людина, яка належить до певної країни, де вона має відповідний юридичний статус, або співвідносить себе з нею. Громадянин має певні права, а також відповідні обов'язки. Поняття громадянин визначає місце людини в державі. З юридичної точки зору громадянин – це загальне поняття, а індивідуальне поняття громадянина вміщено в його громадянській позиції – у певному ставленні до різних суспільних явищ і процесів з урахуванням інтересів суспільства та держави. Власне від умов соціалізації в суспільстві, родинного виховання, рівня розвитку особистої культури й освіченості залежить рівень громадянськості певної особи. Формування громадянськості відбувається у процесі соціалізації особи через систему суспільних відносин.

Громадянин – людина, що має стійкий правовий зв'язок з конкретною державою, що виявляється у взаємних правах і обов'язках. Із-поміж усіх конституційно-правових статусів саме громадянство надає найбільше переваг для особи, особливо коли йдеться про політичні права та участі в управлінні державними справами.

Громадянська війна – збройне соціально-класове протистояння всередині країни, яке зумовлене боротьбою за владу.

Декаденство – загальна назва явищ культури другої половини XIX ст. – початку XX ст., для них характерні настрої безнадійності, неприйняття життя, крайнього індивідуалізму.

Декларація – політична заява від імені держави, уряду, партії, організації, проголошення основних принципів.

Декларація прав людини і громадянина – найважливіший документ Великої французької революції, що визначив індивідуальні права людини; була прийнята Національним установчими зборами.

Демократія – політичний режим, за якого єдиним легітимним джерелом влади в державі визнається її народ. При цьому управління дер-

жавою здійснюється народом безпосередньо (пряма демократія) або опосередковано через обраних представників (представницька демократія).

Державний устрій – організація держави, яка включає його політичну систему, державний устрій, систему державних органів, виборчу систему, а також основні положення, що стосуються взаємовідносин держави й особи.

Держава – форма організації класового суспільства як суверенного, історично сформованого, заснованого на визначеній системі виробничих відносин; основний інститут політичної системи.

"Довге" XIX століття – історичний період, що тривав, на думку британського історика-марксиста Еріка Хобсбаума, який виділив його з 1789 до 1914 р. Його головною особливістю було домінування імперій у світі. Початком цього періоду є Велика французька революція, а кінцем – Перша світова війна, у результаті якої були ліквідовані Германська, Російська, Австро-угорська й Османська імперії.

Емансипація – звільнення від певної залежності, скасування будь-яких обмежень, зрівняння у правах.

Експансія – розширення, розповсюдження сфери впливу, панування в різних сферах, у т. ч. за допомогою дипломатичного тиску та збройного вторгнення.

Загальне виборче право – один із основних інститутів виборчого права, який передбачає участь усього дорослого населення у виборах без будь-яких обмежень.

Законодавча влада – система державних органів, яка має право приймати закони.

Ідеологія – система ідей і поглядів (політичних, правових, філософських, релігійних, естетичних), що виражає інтереси, ідеали будь-якого класу чи іншої соціальної групи; суспільна свідомість.

Індивідуальний бренд (селф-бренд) – це індивідуум у моменті, зацікавлений у визнанні своїх навичок чи умінь. В основі цього поняття наявні три взаємопов'язаних компоненти: визнання, навички і момент часу, де момент зв'язує визнання індивідуума з його уміннями в часовому континуумі.

Індустріалізація – історичний процес техніко-економічного переходу від аграрного до промислових способів суспільного виробництва, який проходить через машинну стадію виробництва товарів і послуг. Поняття індустріалізації використовується для позначення історичної епохи європейської промислової революції, яка почалась у другій половині XVIII ст. у Великій Британії.

Індустріальне суспільство – стадія історичного розвитку людства, якій властиве домінування промислового виробництва над аграрним, кількісне переважання міського населення над сільським; високий рівень промислового виробництва характеризується його механізацією й автоматизацією, використанням досягнень науково-технічного прогресу, що зумовлює значні якісні зміни і в інших сферах суспільного життя: соціально-побутовій, політичній, культурно-духовній.

Видання підготовлено
"Київський університет"

Інформаційна агенція – спеціалізований суб'єкт інформаційної діяльності, зареєстрований як юридична особа у формі інформаційного підприємства: організації, служби, центру, що діє з метою надання інформаційних послуг для ЗМІ.

Інформаційна війна – використання та управління інформацією з метою набуття конкурентоздатної переваги над супротивником.

Карбонарії – члени таємних політичних організацій в Європі у першій половині XIX ст. Перші організації карбонаріїв з'являються на півдні Італії. Боролись на національне визволення та конституційний устрій. Карбонарії очолювали революції у 1820–1821 рр. у Королівствах Обох Сицилій, П'ємонті. 1831 р. брали участь у революційних повстаннях у державах Центральної Італії.

Канцлер – назва вищих посадових осіб або чиновників у ряді держав; голова уряду Німеччини, Австрії.

Конгрес – з'їзд, збори, нарада із широким представництвом, переважно міжнародного характеру.

Консерватизм – визначення ідейно-політичних, ідеологічних і культурних течій, що спираються на ідею традиції та спадкоємність у соціальному й культурному житті. Для консерватизму характерні прихильність до усталених соціальних систем і норм, скептичне сприйняття ідей рівності людей, неприйняття революцій та радикальних реформ, відстоювання еволюційного органічного максимально повільного розвитку. Ідеологічно консерватизм протистоїть як лібералізму, так і соціалізму.

Консулат – період в історії Франції, під час якого влада у країні дефакто належала Наполеону І Бонапарту, хоч і юридично була обмежена. Період тривав із 9 листопада 1799 р. (коли Бонапартом було здійснено державний переворот) до 18 травня 1804 р. (коли Наполеона було проголошено імператором).

Корпоративна культура – це система цінностей і переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер діяльності організації. Корпоративна культура – це також спосіб створення організації, яка самостійно розвивається.

Культуркампф ("боротьба за культуру") – назва, якою зазвичай окреслюють події в Німецькій імперії в 1871–1878 рр., коли канцлер Отто фон Бісмарк намагався зменшити вплив Католицької церкви у країні. Іноді термін можуть використовувати щодо культурних і звичаєвих конфліктів в інших країнах та в інші часи.

Липнева революція або **Французька революція 1830 р., Друга французька революція, "Три славних дні"** – повстання у Франції, що призвело до повалення Карла X і сходження на престол його "кузена" (фактично далекого родича) Луї-Філіпа, герцога Орлеанського. Вона ознаменувала перехід від однієї конституційної монархії – реставрації Бурбонів до іншої – Липневої монархії, перехід влади від дому Бурбонів до його молодшої гілки, Орлеанського дому, була торжеством принципу народного суверенітету над принципом божественного права короля, а також відома як установлення ліберального

режиму й остаточне торжество буржуазії над земельною аристократією. У зовнішньополітичному аспекті революція означала сильний удар по принципах Священного Союзу. Причиною революції послужила консервативна політика короля Карла X, вищою метою якого було відновлення суспільних порядків, що панували до Великої французької революції 1789 р. У ході революції прихильники Бурбонів називалися легітимістами, а прихильники Луї-Філіпа – орлеаністами.

Лібералізм – філософська, політична й економічна теорія, а також ідеологія, яка виходить із положення про те, що індивідуальна свобода людини є правовим базисом суспільства й економічного ладу.

Літографія – техніка гравюри, коли фарба під тиском переноситься із плоскої друкарської форми на папір. При застосуванні літографії на кам'яній або металевій пластині створюється малюнок літографським олівцем або тушшю.

Маніфест – особливий акт (звернення) голови держави або вищого органу державної влади до населення у зв'язку з важливою політичною подією; декларація політичної партії чи суспільної організації із програмою чи основними принципами діяльності.

Масонство – релігійно-етичний рух, який має на меті "освітній" вплив на владні структури та проникнення в них; згідно із Британською енциклопедією, "вчення і практика таємного братського ордену, великої всесвітньої таємної організації".

Марксизм – узагальнена назва сукупності теоретичних поглядів німецьких мислителів К. Маркса та Ф. Енгельса на історію, політику й суспільство загалом, які їхні послідовники намагалися інтерпретувати, розвивати та втілювати на практиці. Марксизм заявляє про себе як про систему революційних поглядів робітничого класу, що відображає об'єктивні закони розвитку людського суспільства та досвід класової боротьби народних мас проти експлуататорів, і постійно розвивається внаслідок узагальнення цього досвіду.

Модерн або **ар-нуво** – стиль у мистецтві кінця XIX – початку XX ст., переважно в архітектурі, образотворчому й декоративно-ужитковому мистецтві. Стиль здобув різні назви у різних країнах. У Бельгії та Франції – "нове мистецтво" (L'Art Nouveau), у Німеччині – "молодий стиль" (Jugendstil), в Італії – "квітковий стиль" (stile floreale) або "стиль Ліберті", у Великій Британії – "сучасний стиль" (modernstyle), у США – "стиль Тіфані" (Tiffanystyle), в Австрії, Україні – "сецесія", у скандинавських країнах – "національний романтизм".

Монополізація – це досягнення суб'єктом господарювання монопольного становища на ринку товару, підтримання або посилення цього становища.

Наполеонівський цикл низка поезій у творчості Лермонтова, що поділяється на дві тематики: Наполеон як людина і міф ("Наполеон" (1829), "Наполеон. Дума" (1830), "Эпитафия Наполеона" (1830), "Не говори, одним высоким…" (1830), "Святая Елена" (1831), "Воздушный корабль" (1840), "Последнее новоселье" (1841)) та перемога над армією Наполеона у Вітчизняній війні 1812 р. ("Поле Бородина"

(1831), "Два великана" (1832), "Бородино" (1837). Регулярне звернення до наполеонівської тематики пояснюється як історико-політичними подіями, так і глибокими особистими переживаннями, зокрема тугою за героїчними вчинками, яка здебільшого пояснювала захоплення поета особистістю такого масштабу.

Нарис – центральний жанр публіцистики, що передбачає оперативний відгук на суспільно важливу подію, розкриття образу цікавої особи, створення портрету колективу, розповідь про побут, звичаї та людей певного регіону. Цей жанр дав назву одній із рольових спеціалізацій у журналістиці: авторів нарисів тут називають "нарисовцями".

Національна держава – тип держави, яка є формою самоорганізації, самовизначення й самовираження певної нації на певній суверенній території. Нація є найвищою цінністю, головним джерелом влади і визначає соціополітичну систему такої держави. Ідеалом національної держави є моноетнічна держава, де переважна більшість громадян належать до одного корінного етносу й використовують єдину знакову систему, зрозумілу всім представникам цієї нації: мову, культуру, звичаї, стереотипи, систему цінностей тощо. У XX ст. національні держави стали домінуючими формами державної організації більшості світу; вони замінили династичні та класові держави Середньовіччя.

Нація – етносоціальна спільнота, об'єднана певною самоназвою, символами, географічним та етносоціальним походженням, історичною пам'яттю, комплексом духовно-культурних і політичних цінностей, усвідомленням своєї ідентичності (національною самосвідомістю).

У пізньому Середньовіччі та за раннього Нового часу слово "нація" набуло рис етнізації й почало вважатися синонімом "країни", "народу". У сучасних суспільних науках поняття "нація" прийнято хронологічно застосовувати до модерної та новітньої доби, пов'язуючи його з поширенням модерного націоналізму та сучасної моделі національної держави, спочатку – до Європи та США, а потім – до інших регіонів світу. Із межі XVIII–XIX ст. поняття "нація" вживається переважно у двох значеннях:

- політична нація – суверенна спільнота громадян (на підставі громадянства: "громадянська" нація) – сукупність політично суб'єктивних громадян різних національностей, що здійснюють колективні національні інтереси через механізм власної політичної організації – держави. Нація визначається як основний державотворчий елемент, джерело державної влади та носій державного суверенітету. Часто вживається як синонім терміну держава, коли мається на увазі її населення, наприклад для посилання на "національні" університети, банки й інші установи.
- етнічна нація – усталена спільнота людей, об'єднана етнокультурним походженням. Це тлумачення "нації" сформувалося в першій половині XIX ст. у Німеччині та Східній Європі за умов існування багатонаціональних імперій і виникнення національно-визвольних рухів бездержавних народів. За такої моделі нації утворюється єдина "нація-держава" в межах ареалу певного етносу, незважаючи на те, до яких державних утворень цей ареал

міг входити. У політичній та історичній публіцистиці поняття "етнічна нація" часто помилково ототожнюється з етносом і застосовується до архаїчних та модерних форм етнічних спільнот.

Паблісіті – це продуманий спосіб керування громадським сприйняттям певного суб'єкта комунікацій шляхом спрямування інформації від медіа до широкої громадськості. Суб'єктами паблісіті є: люди (політики, митці, артисти), товари та послуги, організації й інституції всіх видів, предмети мистецтва тощо. Стосовно маркетингу, паблісіті є частиною просування товару (англ. promotion), що у свою чергу є складовою маркетингу.

Паризька комуна – революційний уряд Парижа (18 березня – 28 травня 1871 р.), коли невдовзі після укладення перемир'я із Пруссією під час Франко-прусської війни в Парижі почалися заворушення, що вилилися в революцію та встановлення самоврядування, що тривало 72 дні. На чолі Паризької комуни стояли об'єднані в коаліцію соціалісти й анархісти. Обрані у Версалі праві Національні збори намагалися роззброїти Національну гвардію. Уряд комуни втратив владу, коли війська Версаля захопили Париж і було убито 20–30 тис. осіб (21–28 травня). Власне слово комуна означає територіальну одиницю і орган місцевого самоврядування; у цій якості комуна Парижа існувала й організовувалася і раніше, але після подій 1871 ця назва без уточнень закріпилася саме за ними.

Північнонімецький союз – перша федеральна німецька держава в історії Німеччини, яка лягла в основу створення німецької національної держави 1867 р.

Плакат – різновид графіки. Історичними попередниками сучасного плакату вважають гравюри Німеччини початку XVI ст. великого розміру в добу Селянської війни. Їх називали тоді "летючі аркуші", оскільки вони виконували агітаційну роль.

Політична карикатура – малюнок, який зазвичай містить текстовий коментар, сюжет якого, як правило, пов'язаний із поточними, в основному політичними подіями або особистостями. Художня майстерність у таких зображеннях поєднується з гіперболою і сатирою з метою висміювання та привернення уваги влади й суспільства до корупції та інших соціальних проблем.

Прес-агент – професійний публіцист, який діє від імені свого клієнта з усіх питань, що стосуються суспільних відносин. Прес-агент надає інформацію про майбутні суспільні події та можливі інтерв'ю, працює з медіа для здійснення зв'язку із клієнтом або організацією.

Прес-секретар – старший радник, який надає консультації з питань зв'язків із ЗМІ та використовує методи управління новинами, допомагаючи своєму роботодавцю зберегти позитивний імідж у суспільстві й уникнути негативного висвітлення в ЗМІ. Людина, яка у штаті політичного лідера, партії, громадської чи державної організації займається зв'язками із засобами масової інформації (готує статті, огляди, прес-релізи, робить повідомлення та заяви, проводить прес-конференції тощо).

Видавництво "Університетський центр" Державного університету "Житомирська політехніка"

Прес-служба – підрозділ організації, держустанови, органу влади, що здійснює взаємодію даної структури із пресою та іншими ЗМІ. Взаємодія відбувається за допомогою випуску прес-релізів, організації прес-конференцій, консультацій по телефону або через мережу Інтернет. Взаємодія із пресою може здійснюватися як однією особою (прес-секретарем), так і всіма співробітниками служби.

Пролетаріат – нижчий, бідніший соціальний клас суспільства, який не має права власності на засоби виробництва, і для якого основним джерелом доходу є продаж власної робочої сили.

Промислова революція або **промисловий переворот** – перехід від ручного, ремісничо-мануфактурного й доморобного до великого машинного фабрично-заводського виробництва, який розпочався в Англії у другій половині XVIII ст. і впродовж XIX ст. поширився на інші країни Європи, США та Японію. Важливою складовою промислової революції було упровадження робочих машин і механізмів у виробництво та транспорт, які замінили ручну працю людей.

Пропаганда – форма комунікації, спрямована на поширення в суспільстві світогляду, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції.

Професійна спілка (профспілка) – добровільна неприбуткова громадська організація, галузева спілка, що об'єднує громадян, пов'язаних спільними інтересами за родом їхньої професійної (трудової) діяльності (навчання).

Радикалізм – духовна настанова та спосіб мислення, наслідком якого є рішуча дія, що послідовно і прямолінійно прямує до наміченої мети, відкидаючи будь-який компроміс. Радикалізм виявляється в різних сферах: політиці, філософії, етиці, релігії як напрям, який повністю не узгоджується з панівними поглядами. У політиці радикалізм – це кожний напрям, який потребує ґрунтовних змін тих чи інших державних або суспільних відносин, як правило, уважаючи виключні засоби за головні, а рішучі зміни – за кінцеві.

Реставрація – відродження поваленого суспільного устрою або правлячої раніше династії.

Ризький меморандум, 1807 р., – був підготовлений бароном Карлом Августом фон Гарденбергом (міністр закордонних справ) за дорученням прусського короля Фрідріха Вільгельма III. У ньому містилися основні положення подальшого розвитку прусської держави.

Рісорджименто – історіографічний термін, що означає період боротьби за політичне об'єднання Італії; національно-визвольний рух італійського народу з кінця XVIII ст. за об'єднання країни та ліквідацію австрійського гноблення. 1861 р. у результаті Рісорджименто виникла об'єднана Італійська держава у формі конституційної монархії. Процес завершено 1870 р.

Симпозіум – нарада, наукова конференція фахівців одного профілю з певного питання на міжрегіональному рівні (зазвичай на симпозіуми запрошують представників різних країн).

Соціалізм – соціально-економічні ідеї, учення й ідеології, основною метою та ідеалом яких є упровадження принципів соціальної справедливості, свободи й рівності;

"Союз трьох імператорів" – сукупність угод між Росією, Німеччиною й Австро-Угорщиною, укладених у 1873, 1881, 1884 рр.

Суспільство – названа організована сукупність істот на певному етапі історичного розвитку, об'єднаних характерними для них відносинами.

Суспільство – самодостатня соціальна система, основою якої є взаємні стосунки людей, що складаються у процесі реалізації особистих потреб кожного. Взаємини людей у межах суспільства називають соціальними. Крім окремих людей, членами суспільства є їхні об'єднання: спільноти, громади, товариства та співтовариства, асоціації, союзи тощо. Окремим видом суспільства є людство – спільнота всіх людей.

Крім спільного для всіх суспільства – людства, розрізняють окремі суспільства, здебільшого за територіальними або культурними ознаками. Кожне таке окреме суспільство має власні культурні та історичні надбання, суспільні норми й настанови. У кожному суспільстві є власні суб'єкти соціального спілкування: особа, сім'я, клас, група, нація, держава та інші. Основними складниками, що визначають суспільство, є власність, праця та сім'я.

Термін *суспільство* іноді заміняють запозиченим з латинської мови словом *соціум*. Відповідно, прикметник *соціальний* у багатьох контекстах синонімічний прикметнику *суспільний*.

Суфражизм – рух за надання жінкам однакових із чоловіками виборчих прав, а також проти дискримінації жінок у політичному й економічному житті. Зародився в Англії наприкінці XIX – початку XX ст. (розповсюдився здебільшого у Великій Британії та США).

Стагнація – застій в економіці, виробництві, торгівлі.

Суверенітет – незалежне від будь-яких сил, обставин і осіб верховенство; незалежність держави у зовнішніх і внутрішніх справах.

Толерантність – різновид взаємодії та взаємовідносин між різними сторонами – індивідами, соціальними групами, державами, політичними партіями, за якого сторони виявляють сприйняття і терпіння щодо різниці у поглядах, уявленнях, позицій і діях.

Торі – англійська політична партія. Виникла в кінці 70-х – на початку 80-х рр. XVII ст. У середині XIX ст. на основі партії торі склалась Консервативна партія Великої Британії, членів якої, за традицією, називають торі.

Троїстий союз – військово-політичний блок Німеччини, Австро-Угорщини та Італії, що утворився 1882 р., який поклав початок розділу Європи на ворожі табори й зіграв важливу роль у підготовці та розв'язанні Першої світової війни (1914–1918).

Уряд – вищий виконавчий і розпорядчий орган державної влади у країні, який, як правило, очолює прем'єр-міністр.

Федерація – одна з форм державного устрою, за якої декілька державних утворень об'єднуються в одну союзну державу при збереженні власної державної структури та суверенітету.

Видавництво "Кондор"

Федералізм – принцип політичного й національно-територіального устрою держави, її політико-правова ідеологія.

Фейлетон – сатиричний жанр художньо-публіцистичної літератури, що висміює негативні явища в суспільному житті.

Франко-прусська війна (1870–1871) – військовий конфлікт між імперією Наполеона III і німецькими державами на чолі із Пруссією, що домагалася європейської гегемонії. Війна, спровокована прусським канцлером О. Бісмарком і формально почата Наполеоном III, закінчилася поразкою і крахом Франції, унаслідок чого Пруссія зуміла перетворити Північнонімецький союз в єдину Німецьку імперію.

Фундаменталізм – радикальне й войовниче неприйняття принципів, форм і цілей будь-якої модернізації й оновлення, неухильне відстоювання традицій, установлених життєвих і світоглядних форм, протиставлення процесам загальної відкритості переконання у власній непогрішності, непорушності сповідування ідеалів, засудження будь-яких альтернатив їм, фанатичне відгороджування себе від суспільства.

Цензура – система державного нагляду за друком та іншими ЗМІ.

Централізм – політична позиція, проміжний середній стан між крайніми політичними платформами, поглядами.

Чартизм – перший масовий народний рух за виборчу й соціальну реформи, який розпочався у Великій Британії 1836 р. і тривав до 50-х рр. XIX ст. Свої вимоги чартисти виклали у вигляді законопроєкту. 1840 р. було засновано *Національну чартистську асоціацію* – першу масову робочу партію. Головна мета чартизму – боротьба за реформування виборчої системи у країні. Чартизм можна вважати предтечею соціал-демократії, хоча власне соціалістичні ідеї в ньому були дуже слабкі. Безпосередньою причиною, що створила чартистський рух, були промислові кризи 1825 і 1836 рр. і спричинене ними безробіття 1825–1830 і 1836–1840 рр. Безробіття викликало ще в 1820-х рр. робочі бунти в різних містах Ланкаширу, що супроводжувалися пограбуваннями продовольчих крамниць. Рух буржуазії, що привів до парламентської реформи 1832 р., знайшов палку підтримку серед робітничих мас, але успіх цього руху зовсім не задовольнив робітників. Чартисти сподівалися, що реформований, відповідно до їхніх бажань, парламент зуміє знайти вірні засоби для усунення соціальних бід, проти яких вони протестували. Побудований на принципі загального голосування парламент повинен був стати організацією трудящих мас для захисту їхніх економічних інтересів.

Югендстиль – назва художнього напряму, який з'явився в кінці XIX ст. на півдні Німеччини. Новоявлене мистецтво було художньо-елегантним і стилістично-революційним. Художники й дизайнери югендстилю були згруповані навколо Мюнхенської школи. Їхні роботи стилістично нагадували французький модерн, але в їх мотивах переважала тевтонська тематика й міфологія.

Видання підготовлено
"Київський університет"

Іменний покажчик персоналій

Белл, Алекса́ндер Грем (1847–1922) – американець шотландського походження, учений і винахідник телефону, запатентував його в 1876, пізніше експериментував із фонографом.

Бертен, Луї Франсуа (1766–1841) – французький журналіст і політичний публіцист, власник паризької газети "Journal des débats". Був одним із видавців, які намагалися опиратися інформаційній блокаді Наполеона. Бертен задумав випускати додаткові листки до своєї газети "Journal des Debates" (feuilleton – аркуш, аркушик). 1803 р. він змінив формат газети: збільшив обсяг і ввів додаткову частину, відділену "лінією відрізу" (білим пропуском), яка стала називатися фейлетоном.

Бісмарк, Отто фон (1815–1898) – німецький державний і політичний діяч. Прем'єр-міністр Пруссії (1862–1890), бундесканцлер Північнонімецького союзу (1867–1871), перший рейхсканцлер Німецької імперії (1871–1890). За дипломатію реальної політики та сильне урядування отримав прізвисько "залізний канцлер". Його вважають національним героєм Німеччини. Крайній реакціонер і расист, був прихильником грубої сили в міжнародних відносинах, агресії та завоювань. Його вважають засновником німецької імперіалістичної дипломатії.

Брилья-Саварен, Жан Антельм (1755–1826) – французький філософ, кулінар, юрист, економіст, політичний діяч, музикант. Автор відомого трактату "Фізіологія смаку".

Браммелл, Джордж (1778–1840) – англійський денді, законодавець моди в епоху Регентства, став легендарною постаттю, з чиїм іменем і поведінкою пов'язані десятки історій, афоризмів, карикатур. Про нього писали Бальзак ("Трактат про елегантне життя", 1830), Барбе д'Оревільї ("Про дендизм і Джорджа Браммелла", 1845), Бодлер ("Художник сучасного життя", 1863), Конан Дойль ("Родні Стоун", 1896). Ці митці зробили Браммеллу неперевершений персональний PR.

Верон, Луї (1798–1867) – французький публіцист, головний власник видання "Constitutionnel". Журнал дав початок такому газетному феномену, як "роман-фейлетон".

Вікторія (Александріна Вікторія) (1819–1901) – королева Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії, імператриця Індії. Власноруч розробила правила етикету, підвищила престиж інституту монархії.

Гавас, Шарль Луї (1783–1858) – французький банкір, перекладач і журналіст, засновник першого у світі інформаційного агентства "Гавас".

Гамбетта, Леон Мішель (1838–1882) – французький політичний діяч, прем'єр-міністр і міністр закордонних справ Франції (1881–1882). Головним засобом Гамбетта впливу на громадськість була безперечна впевненість оратора у власних поглядах і апелювання до патріотизму французького народу.

Гарібальді, Джузеппе (1807–1882) – один із ватажків руху за об'єднання Італії, парламентар і полководець. Присвятив життя "боротьбі за

Італію, об'єднану та вільну від деспотизму". Був прихильником об'єднання не тільки народу всередині країни, але також дружби між різними націями, про що неодноразово говорив у листах і спогадах, і що довів своїм прикладом (боровся за республіки Уругвай і Ріу-Гранді в Південній Америці, а також брав участь у Франко-прусській війні на боці республіканської Франції).

Гармсворт, Альфред (перший віконт Нортклiфф) **(**1865–1922) – англійський бізнесмен та громадський діяч; засновник і творець першої британської масової ділової газети "Daily Mail", газетний та видавничий магнат. Як власник Daily Mail і Daily Mirror, був одним із перших розробників популярної журналістики і зробив величезний вплив на британську громадську думку в едвардіанської епоху. Лорд Бівербрук сказав, що він був "найвеличнішою постаттю, яка коли-небудь ступала по Фліт-стріт".

Нортклiфф був новатором у розвитку популярної журналістики. На основі дешевих масових видань він створив найбільшу у світі видавничу компанію "Amalgamated Press". Його півпенсові періодичні видання 1890-х років зіграли неабияку роль у падінні вікторіанської копійки.

Нортклiфф зіграв важливу роль під час Першої світової війни: керував місією зі США як новим союзником 1917 р., також був керівником Британського Міністерства пропаганди 1918 р.

Гармсворт, Гарольд, перший віконт Ротермир (1868–1940) – піонер популярної журналістики; був провідним британським газетним власником, якому належала Associated Newspapers Ltd; найбільш відомий завдяки концепції видань Daily Mail і Daily Mirror; йому належала Evening News, Sunday Pictorial, Sunday Mail. 1923 р. Г. Гармсворт став власником мережі газет Hulton, яка дала йому контроль над трьома загальнонаціональними ранковими, трьома недільними, двома столичними вечірніми Лондона, чотирма провінційними щоденними і трьома провінційними недільними газетами. 1926 р. продав свій журнальний концерн Amalgamated Press і системно зайнявся випуском провінційних газет. 1928 р. заснував Northcliffe Newspapers Ltd. Наприкінці 1929 р. в його імперії було 14 щоденних і недільних газет. Нащадки Ротерміра продовжують контролювати Daily Mail і General Trust.

Гегель, Георг (1770–1831) – німецький філософ XIX ст., який створив систематичну теорію діалектики. Її центральне поняття – розвиток – характеристика діяльності світового духа, його надрухи в царині чистої думки у висхідному ряду чимраз конкретніших категорій. Діалектика розглядалася також як протиставлення тези, антитези та синтезу, розв'язання суперечностей тощо.

Ґіденс, Ентоні (нар. 1938) – англійський соціолог, відомий як засновник соціальної "теорії структурації", найпривабливішої для пострадянських країн. Ґіденс вивчав відмінності між традиційною та посттрадиційною культурами (премодерном і модерном) з позиції їхнього впливу на ідентичність, інтимні відносини й політичні інститути.

Гладстон, Вільям (1809–1898) – британський державний діяч і письменник, чотириразовий прем'єр-міністр Великої Британії. Першу значущу промову в парламенті Гладстон виголосив 17 травня 1833 р. під час обговорення питання про скасування работоргівлі. Він був переконаний, що в основі політичних заходів мають лежати "розумні загальні принципи".

Гольцендорф, Франц (1829–1889) – німецький юрист, криміналіст, публіцист і педагог; професор права Берлінського та Мюнхенського університетів. Член Академії деі Лінчеї.

Гюго, Віктор (1802–1855) – письменник, публіцист і політичний діяч, член Французької Академії з 1841 р.; визнаний лідер романтизму, здобув усесвітню славу завдяки романам "Собор Паризької богоматері", "Людина, яка сміється", "Відторгнені" "93".

Дізраелі, Бенджамін (1804–1881) – визначний британський державний і політичний діяч, консерватор, прем'єр-міністр уряду (1868, 1874–1880); успішний письменник-романіст. Дізраелі вважається одним із найвизначніших та успішних політиків Великої Британії вікторіанської епохи. Створив центральну Консервативну партію. Задля розширення Британської імперії домігся проголошення королеви Вікторії імператрицею Індії.

Дойл, Артур Конан (1859–1930) – шотландський англомовний письменник, відомий насамперед своїми детективними творами про Шерлока Голмса. Також відомі його науково-фантастичні твори про професора Челленджера, історичні романи. Крім того, він писав п'єси та вірші.

Дом'є, Оноре (1808–1879) – французький художник-графік, живописець і скульптор, найвизначніший майстер політичної карикатури XIX ст.; створив своїми карикатурами хронологію історії Франції періоду трьох революцій і зобразив французьке суспільство, що пройшло через зміну двох державних устроїв. Його невсипуще гостре око карикатуриста фіксувало актуальні політичні події та влучно критикувало представників еліти й буржуазний Париж середини XIX ст.; удавався до гіперболізації, символів, завдяки чому його гравюри виглядали більш насиченими й переконливими. Здобув у 1840–1870-х рр. широку популярність карикатурами на політичні теми, суспільне життя та видатних людей тодішньої Франції. В епоху Луї-Філіпа почав працювати в сатиричному журналі "La Caricature" Шарля Філіпона, потім його ж "La Charivari". Схвалював і революцію 1848 р., Паризьку комуну, став художником-образотворцем цих подій. Його гротескові, ніби недбало виконані образи, захоплювали Моне і Дега; уважають, що Дом'є був першим імпресіоністом.

Створивши за все життя близько 4000 літографій, 1000 гравюр та 100 скульптурних сатиричних фігур, Дом'є залишається позачасовим у своїй творчості. Його сучасник Оноре де Бальзака назвав Дом'є "Мікеланджело карикатури".

Видання поліграфічний центр "Київський університет"

Ердт, Ханс Руді (1883–1918) – один із провідних представників ***югенд-стилю.*** Використовував текст для інтерпретації назви бренду; естет, творча натура, розробив елегантні рукописні шрифти; 1912 р. створив першу рекламу для Nivea – плакат "Силует жінки"; був частиною покоління графічних дизайнерів, які вперше стали спеціалізуватися на комерційному мистецтві кінця XIX – початку XX ст. Протягом 1914–1918 рр. створив військові плакати для уряду Німеччини.

Жирарден, Еміль (1806–1884) – лідер французької "масової" преси. Найуспішніший проєкт Жирардена – заснована ним 1836 р. політична газета "La Presse" ("Преса"), передплатна ціна якої (40 франків) була вдвічі нижчою, ніж у решти газет. Із іменем Жирардена пов'язують появу першої "прихованої реклами".

Жорес, Жан (1859–1914) – політичний діяч, філософ, історик; був чудовим оратором, людиною високої культури, гуманістом та пацифістом.

Карл X (1757–1836) – король Франції (1824–1830), останній представник старшої лінії Бурбонів на французькому престолі. За політичними поглядами Карл був противником демократії та збільшення повноважень третього стану, що спричинило його непопулярність.

Каррель, Арман (1800–1836) – французький журналіст, історик і публіцист; один із засновників газети "Le National".

Конт, Оґюст (1798–1857) – французький філософ, соціолог, позитивіст. Виклав свої погляди у шеститомному "Курсі позитивної філософії" (1830–1842) і чотиритомній праці "Система позитивної політики, або Соціологічний трактат про основи релігії людства" (1851–1854). Конт був першим в історії філософії мислителем, який мав базову технічну освіту. Це дало йому змогу принципово по-новому підійти до розуміння та тлумачення цілої низки проблем, що й знайшло своє завершення в його теорії позитивізму.

Ле Бон, Гюстав (1841–1931) – французький психолог, соціолог, антрополог та історик, публіцист. Найбільш відомий як засновник соціальної психології та автор одного з перших варіантів доктрини "масового суспільства". Автор кількох робіт, в яких він тлумачив теорії національних рис, расових належностей, поведінку стада та психологію юрби.

Лестер, Френк Ворд (1841–1913) – американський соціолог, ботанік, палеонтолог; був засновником психологічного еволюціонізму та психологізму в соціології США, першим президентом Американського соціологічного товариства (1906–1907); уважав, що в основу соціології мають бути покладені принципи психології, а не біології, і зосередив свою увагу на вивченні психологічних механізмів суспільного життя.

Ловетт, Вільям (1800–1877) – один із лідерів чартизму, британський громадський і політичний діяч. Ловетт став надзвичайно популярним після створення ряду робітничих організацій, зокрема Лондонської асоціації робітників 1836 р.; його гасла були простими та зрозумілими, тому його вплив поширювався на широкі кола громадськості.

Маркс, Карл (1818–1883) – німецький філософ-матеріаліст, теоретик-суспільствознавець, політеконом, політичний журналіст-публіцист;

протагоніст робітничого соціалістичного руху та один із засновників Першого Інтернаціоналу. Його наукові роботи й політекономічні дослідження об'єднані в теоретичне суспільствознавче вчення, що за його іменем отримало назву марксизму та стало підґрунтям соціалістичного і, пізніше, комуністичного руху.

Наполеон I (1769–1821) – французький державний діяч, полководець, перший консул Французької Республіки (1799–1804), імператор Франції (1804–1814, 1815). Творець однієї з найбільших імперій світу, реформатор і законодавець Європи. Створив особливу Директорію зі справ друку, що підпорядковувалася Міністерству поліції.

Наполеон III (Наполеон, Шарль Луї) (1808–1873) – останній французький імператор (1852–1870), президент Французької Республіки (1848–1852). Племінник Наполеона I, після низки заколотів з метою захоплення влади прийшов до неї мирним шляхом як президент республіки. Після перевороту 1851 р. і усунення законодавчої влади шляхом прямої демократії встановив авторитарний поліцейський режим, 1852 р. проголосив себе імператором Другої імперії.

Моссе, Рудольф (1843–1920) – німецький видавець; почав кар'єру у друкарні "Ostdeutsche Zeitung". Був ініціатором першого бюро оголошень для газет, відкрив його відділення в багатьох містах Німеччини, Австрії та Швейцарії. 1872 р. заснував одну з найбільших у світі друкарень і став видавцем "Berliner Tageblatt"; "Deutsche Montagsblatt"; "Berliner Morgenzeitung"; "Allgemeine Zeitung des Judenthums"; щорічників: "Bäder Almanach", "Deutsches Reichsadressbuch"; фактично був медіамагнатом. М. відомий і як щедрий жертводавець; 1892 р. заснував Unterstützungskasse для робітників своєї друкарні (понад 500 осіб), подарувавши 100 тис. марок у вигляді основного фонду; 1895 р. він дав 1 млн марок для тієї самої мети. Організував багатющу лікарню у Греції, дитячий інститут у Вільгельмсдорф (поблизу Берліна) із основним капіталом у 3 млн марок; широко підтримував також ряд літературних і артистичних кампаній.

О'Коннор, Фергюс Едуард (1796–1855) – один із лідерів чартизму у Великій Британії, публіцист. 1837 р. заснував і очолив чартистську газету "Northern star" ("Північна зоря"). Був одним із керівників чартистського Великого північного союзу, заснованого 1838 р.; відстоював революційні методи боротьби. 1847 р. О'Коннор став першим робітничим депутатом англійського парламенту. Після ірландського повстання 1848 р. зайняв реформістські позиції.

Пальмерстон, Генрі Джон Темпл (1784–1865) – міністр закордонних справ, прем'єр-міністр Великої Британії. Крім традиційних форм політичної боротьби (парламентських виступів і розміщення публікацій у пресі), Пальмерстон використовував по всій Європі широку мережу агентів, які різними способами формували громадську думку.

Пірсон, Артур (1866–1921) – британський газетний магнат і видавець, здебільшого відомий як засновник газети "Daily Express".

Рейтер, Пол Юліус (1816–1899) – британець німецького походження, журналіст і власник ЗМІ, засновник агентства новин "Reuters". Британське агентство "Reuters" становило гідну конкуренцію французьким, німецьким, американським та іншим колегам-конкурентам, перетворившись у XX ст. на світове агентство новин.

Спенсер, Герберт (1820–1903) – англійський філософ і соціолог вікторіанської епохи британського індустріалізму, один із родоначальників еволюціонізму, ідеї якого були популярними наприкінці XIX ст. Засновник органічної школи в соціології, ідеолог лібералізму, адепт захисту природних прав людини, критик утилітаризму. Остаточно затвердив термін "соціологія". Спенсер намагався створити певну "сукупність наук", яку називав "Системою соціальної філософії".

Тард, Жан-Габрієль (1843–1904) – французький соціолог і кримінолог. Значно вплинув на розвиток політичної психології, а на основі теорії лідерства й поведінки соціальних груп розробив концепцію наслідування, яка розкривається у працях ученого – "Соціальна логіка", "Соціальні закони", "Думка і громада".

Ульштейн, Леопольд (1826–1899) – засновник одного з перших німецьких газетно-журнальних концернів. Найвідоміші газети, що ним видавалися: "Berliner Zeitung" ("Берлінська газета"), "Berliner Morgenpost" ("Берлінська ранкова пошта"). 1877 р. разом із Йозефом Нейсером заснував видавництво в Берліні, також придбав Neue Berliner Tagblatt, друкарню Stahl und Assmann і Berliner Zeitung (BZ). 1894 р. заволодів заснованою 1892 р. Berliner Illustrirte Zeitung, яка перетворилася в найважливішу німецьку щотижневу газету. Прямими конкурентами Л. Ульштейна на газетному ринку Німеччини були А. Шерл і Р. Мосс. Сини Л. Ульштейна продовжили бізнес і заснували видавництва Ullstein (1903) і Propylaen (1919).

Фавр, Жуль (1809–1880) – французький політичний діяч і оратор. Багато часу відводив адвокатській діяльності, яку розглядав як засіб захисту прав усюди, де їм загрожувала небезпека. Його промови були ретельно продуманими й заснованими на повному вивченні матеріалу. Найкращою судовою промовою Фавра вважається виголошена у справі Феліче Орсіні (вчинив замах на Наполеона III), яка уособлює всі найкращі якості оратора: силу, стисліcть, простоту та щирість.

Філіпон, Шарль (1800–1862) – французький художник, літограф, журналіст, видавець; уславлений карикатурист; засновник видавничого дому "Aubert", директор журналів "La Caricature" і "Le Charivari", майстер політичної сатири. Співпрацював у творчому тандемі з О. Дом'є.

Фрейд, Зигмунд (1856–1939) – австрійський психолог і невролог єврейського походження, який вивчав людське несвідоме. У перших главах своєї "Психології мас та аналізі людського "Я"" говорить, що в основу його ідей покладена праця Ле Бона. За Фрейдом, рушійною силою є лібідо або "любов", яка становить сутність не тільки індивідуума, але і "масової душі".

Чемберлен, Джозеф Остін (1863–1937) – британський державний і політичний діяч. Ораторський талант і орієнтація на добробут пере-

січного англійця забезпечили Чемберлену стрімку політичну кар'єру. Чемберлена завжди відрізняли невимушеність, увічливість та зовнішній спокій. Публічними виступами Дж. Чемберлен здобув собі не просто прихильність громадськості, а на деякий період став уособленням держави для народу.

Черчиль, Вінстон (1874–1965) – державний діяч Великої Британії, письменник, найбільш відомий як прем'єр-міністр у роки Другої світової війни, лауреат Нобелівської премії з літератури 1953 р. "за неперевершеність історичного й біографічного опису, за блискуче ораторське мистецтво, за допомогою якого відстоювалися найвищі людські цінності".

Шерідан, Річард Брінслі (1751–1816) – видатний англійський письменник, драматург, політик. Відомий своїми полум'яними промовами під час процесу у справі В. Гастінґса, намісника Британії в Ост-Індії. Шерідан відкрито засудив колоніальну політику Англії. Його промови були присвячені актуальним проблемам епохи і виражали демократичні погляди письменника.

Контрольні запитання та завдання

1. Схарактеризуйте основні тенденції розвитку ЗзГ XIX ст. у країнах Європи. Якими були їх історико-суспільні рушії?
2. З'ясуйте, у чому виявилася соціокомунікаційна роль інформаційних агенцій Ш. Гаваса, П. Рейтера, Б. Вольфа?
3. Проаналізуйте, яким чином відбувалося формування ЗзГ у політичному житті Європи в XIX ст.? Що активізувало процес їхнього становлення?
4. Схарактеризуйте інноваційні технології, які використовувались у XIX ст. політичними ЗзГ із пропагандистською метою?
5. З'ясуйте, яким чином у XIX ст. інформаційна політика преси Англії, Франції, Німеччини впливала на ЗзГ.
6. Опишіть ораторське мистецтво державних діячів XIX ст. як технологію ЗзГ.
7. Поясніть інформаційно-психологічні війни як технологію ЗзГ урядів Європи XIX ст.
8. У чому полягало мистецтво використання технологій ЗзГ у комерційній сфері та бізнесі Західної Європи другої половини XIX ст.?
9. Опишіть, як митці XIX ст. спряли розвитку ЗзГ і формували громадську думку?
10. Що, на Вашу думку, є найціннішим для теорії ЗзГ у науковому доробку соціологів XIX ст.? У чому актуальність їхніх праць для сучасних PR?

Завдання для самостійної роботи

1. Використовуючи інтернет-ресурс, складіть доповідь-презентацію "Художники Паризької комуни – майстри візуальних public relations".
2. Напишіть реферат на одну із зазначених тем:
   - "Визначні PR-персони XIX ст.: діалектика прав і свобод";

Видання підготовлено в рамках проекту "Кіровоградський державний університет імені Володимира Винниченка" – переможця конкурсу "Вектори інноваційного розвитку університетів України"

- "Селф-брендинг Наполеона Бонапарта // Королеви Вікторії" (за вибором);
- "Суспільно-політична траєкторія іміджетворення Джузеппе Гарібальді"
- "Від бюро Ренодо до Франс Пресс (Agence France Press, AFP) – історія становлення інформаційних агенцій у Франції";
- "Роль міжнародної інформаційної агенції "The Reuters" (Велика Британія) в історії PR";
- "Європейська преса та її попередники – рушії генези PR"
- "Концептуальні аспекти генези PR у публіцистиці Віктора Гюго"

Список використаних джерел

1. Аникеев В. Е. История французской прессы (1830–1945): учеб. пособ. [Электронный ресурс] / В. Аникеев. – М., 1999. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text19/036.htm
2. Балаганина Л. Н. Категория оценки в структуре публичной политической речи (на материале речей Отто фон Бисмарка) [Электронный ресурс] / Л. Н. Балаганина, А. С. Яковлева // Молодой ученый. – 2010. – № 11 (22). – Т. 1. – С. 235–237. – Режим доступа: https://moluch.ru/archive/ 22/2250/ (дата обращения: 15.11.2021).
3. Бартенев С. А. История экономических учений: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / С. Бартенев. – М.: Магистр, ИНФРА-М, 2013. – 442 с.
4. История мировой журналистики / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов, А. П. Короченский и др. – Ростов-на/Д.: ИЦ "МарТ", 2003. – 342 с.
5. Бродский В. Я. Художники Парижской Коммуны / В. Бродский. – М.: Изобразительное искусство, 1970. – 122 с.
6. Гарибальди Дж. Мемуары / пер. В. С. Бондарчука и Ю. А. Фридмана ; отв ред. С. Д. Сказкин. – М.: Наука, 1966. – 468 с.
7. Гюго В. Наполеон малый [Электронный ресурс] / В. Гюго. – Режим доступа: https://www.litmir.me/bd/?b=177325 (дата обращения: 25.11.2021).
8. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. – М.: Дело, 1999. – 480 с.
9. История зарубежной журналистики: учеб. пособ. [Электронный ресурс]. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2018. – 94 с. – Режим доступа: http://www.journ.msu.ru/upload/iblock/f86/f86ff9ce6856260b8cd761852cf5be01.pdf
10. Калініченко М. М. Модернізація владних відносин від Нового часу до XXI століття. Нова парадигма / М. Калініченко // Журн. наук. пр. – 2005. – Вип. 43. – С. 130–142.
11. Кертман Л. Е. Джозеф Чемберлен и сыновья / Л. Кертман. – М.: Мысль, 1999. – 542 с.
12. Клевер А. Селф-брендинг или как жить в эпоху я-бренда [Электронный ресурс] / А. Клевер. – Режим доступа: http://www.ladyboss.com.ua/person/self-branding/

Видавничий центр "Київський університет"

13. Кобозева И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры / И. М. Кобозева // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. – 2001. – № 6. – С. 134–138.
14. Комаренко Т. Бренд під назвою "Я" [Електронний ресурс] / Т. Комаренко. – Режим доступу: http://vision-consulting-group.blogspot.com/2010_01_01_archive/
15. Комплекс Наполеона, ніс сфінкса та інші легенди про Великого Корсиканця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.bbc.com/ ukrainian/features-49347163
16. Комуна без ретуші [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zn.ua/ukr/SOCIUM/komuna_bez_retushi.html (дата звернення: 26.11.2021)
17. Кузнецова Е. И. Образ и имидж Наполеона: научная работа для Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова [Электронный ресурс] / Е. И. Кузнецова. – М., 2018. – 13 с. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-i-imidzh-napoleona
18. Лависс Эрнест. История XIX века. / Эрнест Лависс, Альфред Никола Рамбо / под ред. Е. В. Тарле [Электронный ресурс]. – М.: Гос. соц.-экон. изд., 1938. – 593 с. – Режим доступа: https://runivers.ru/lib/book3071/ (дата обращения: 8.10.2020)
19. Манфред А. Наполеон Бонапарт [Электронный ресурс] / А. Манфред. – Режим доступа: https://royallib.com/book/manfred_albert/napoleon_bonapart.html
20. Маркс К. Сочинения: в 39-ти т. / К. Маркс, Ф. Энгельс / пер. с нем. И. И. Прейсом, А. А. Уйбо. – М.: Гос. изд-во полит. лит-ры, 1955–1974. – Т. 3. – 650 с.
21. Минье Ф. История Французской революции с 1789 до 1814 г. / Ф. Минье / пер. с фр. И. М. Дебу и К. И. Дебу ; под ред. и со вступ. ст. Ю. И. Семенова. – М., 2006. – 128 с.
22. Молчанова М. "Наполеон как имиджмейкер" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://diletant.media/articles/2686969/
23. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. Назаров. – М.: Наука, 2002. – 239 с.
24. Наполеон Бонапарт. Максимы и мысли узника Святой Елены / Н. Бонапарт. – СПб.: Азбука, 2012. – 224 с.
25. Образ Наполеона в картинах французских художников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zinref.ru/000_uchebniki/02800_logika/011_lekcii_raznie_49/1108.htm
26. Очерки истории связей с общественностью / отв. ред. А. Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2005. – 213 с.
27. Панарин С. А. Гарибальди в России: траектория образа / С. А. Панарин // История и современность [Электронный ресурс]. – 2013. – Вып. №2 (18). – Режим доступа: https://www.socionauki.ru/journal/articles/159676/

Видавничий центр "Київський університет"

28. Пиар-акция Наполеона на борту "Беллерофона" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://armflot.ru/epokha-napoleona/606-piar-aktsiya-napoleona-na-bortu-bellerofona
29. Почекаев Р. Ю. История связей с общественностью : учеб. пособ. / Р. Ю. Почекаев. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2019. – 223 с.
30. Рассел Б. История западной философии / Б. Рассел. – Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 2001. – 953 с.
31. Рюде Дж. Народные низы в истории. 1730–1848 / Дж. Рюде. – М.: Прогрес 1984. –320 с.
32. Саламон Л. Всеобщая история прессы. История печати: антология / Л. Саламон. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 420 с.
33. Сафронов А. Уроки пиара от Наполеона. Как создать идеальный имидж руководителя / А. Сафронов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/356433-uroki-piara-ot-napoleona-kak-sozdat-idealnyy-imidzh-rukovoditelya
34. Сиари Жерар. Образ Наполеона во Франции / Жерар Сиари, Вера Шервашидзе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-napoleona-vo-frantsii
35. Стариковська О. О. Феномен громадянської думки: взаємозв'язок держави і громадянського суспільства: дис. … канд. філос. наук / О. С. Стариковська [Електронний ресурс]. – Запоріжжя, 2020. – Режим доступу: phd.znu.edu.ua
36. Стерликов А. А. Возникновение наполеоновской легенды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/vozniknovenie-napoleonovskoy-legendy-2/viewer
37. Стефанчук У. Зміст поняття "громадська думка": основні підходи до визначення та розуміння [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/24_47.pdf
38. Тендит К. Н. История журналистики. учеб. пособ. [Электронный ресурс] / К. Н. Тендит, Н. В. Шелковникова. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО "КнАГТУ", 2012. – Ч. 1. – 155 с. – Режим доступа: https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/_zhurnalistiki_hhDpio.pdf
39. Тикер Є. Паблик рилейшнз: учебник / Є. Тикер. – М.: Проспект, 2006. – 336 с.
40. Трухановский В. Г. Уинстон Черчилль / В. Трухановский. – М.: Международные отношения, 1989. – 464 с.
41. Тюлар Ж. Наполеон, или Миф о "спасителе" / Ж. Тюлар. – М.: Молодая гвардия, 2017. – 368 с.
42. Хаггард Г. Р. Последняя бурская война: моногр. / Г. Хаггард. – Харьков, 1994. – 624 с.
43. Хачатурян М. В. История мировых цивилизаций: пособ. для общеобразоват. учеб. заведений / М. Хачатурян ; под ред. В. И. Уколовой. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Дрофа, 1999. – 512 с.
44. Хюбнер К. Нация. От забвения к возрождению / К. Хюбнер; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Канон+, 2001. – 400 с.

Видавничий центр "Університет імені Альфреда Нобеля"

45. Чубинский В. В. Бисмарк. Политическая биография / В. В. Чубинский. – М.: Мысль, 1988. – 416 с.
46. Чудинов А. В. Французская революция: история и мифы / А. В. Чудинов. – М.: Наука, 2007. – 310 с.
47. Шереметьев О. В Наполеон и его эпопея в ампирной живописи Франции конца XVIII – начала XIX в. [Электронный ресурс] / О. В. Шереметьев. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/napoleon-i-ego-epopeya-v-ampirnoy-zhivopisi-frantsii-kontsa-xviii-nachala-xix-vv
48. Amalvi Ch. Les héros des Français. Controverses autour de la mémoire nationale. – Larousse, 2011. – 448 p.
49. Bentele G. Abstract the "invention" and institutionalization of public relations in germany in the context of political PR at the beginning of the 19-th century / G. Bentele. – Bournemouth: Held at Bournemouth University, 2016. – 122 p.
50. Bentele Günter, Zeisler Katharina; Liebert Tobias, Das Literarische Büro Zusammenstellung der Texte Caroline Gerberding [Electronic resource]. – Access mode: https://pr-museum.de/wp-content/uploads/2018/04/Literarisches-B%C3%BCro-Zusammenstellung-der-Texte.pdf
51. Betteke van Ruler. Public Relations and Communication Management in Europe. A nation-by-nation introduction to public relations theory and practice / Betteke van Ruler, Dejan Vercic [Electronic resource]. – Berlin: Mouton De Gruyter, 2004. – 502 p. Access mode: https://doi.org/10.1515/9783110197198
52. Binder Elisabeth. Die Entstehung unternehmerisher Public Relations in der Bundesrepublik / Elisabeth Binder. – Deutschland: Lit, 1983. – 321 p.
53. Connelly, Owen Blundering to glory: Napoleon's military campaigns, Publisher // Rowman & Littlefield Publishers. – 2006. – June 2. – 264 p.
54. Faherty Anna. Political brilliance and the power of self-promotion [Electronic resource] / Anna Faherty. – Access mode: https://wellcomecollection.org/articles/Wub0aCIAAJjUxliL
55. Forrest, Alan Napoleon: Life, Legacy, and Image: A Biography Publisher St. Martin's Griffin, 2013. – 416 p.
56. Goros, Antonios Entwicklungen und Public Relations in Deutschland während der Kaiserzeit und der Weimarer Republik (1871–1933). – Münster, Univ. Diss., 1999.
57. Grebenar Ana Marija; Liebert Tobias Otto von Bismarcks Presse-und Öffentlichkeitspolitik….. [Electronic resource]. – Access mode: https://docplayer.org/212685153-Otto-von-bismarcks-presse-und-oeffentlichkeitspolitik.html
58. L'Etang, Jacquie. Public Relations in Britain: A History of Professional Practice in the 20th century / L'Etang Jacquie. – London: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. – 290 p.
59. McLynn, Frank Napoleon: A biography Pimlico edition. 1998. – 739 p.

Видавництво-поліграфічний центр "Київський університет"

60. Miller D. A Century of Spin. How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power / D. Miller, W. Dinan. – London: Pluto Press, 2008. – 248 p.
61. Muzi Falconi, Toni, "Public Relations – the Italian scenario" // European Public Relations News. – 2002, December. – Vol. 1, № 3. – 32 p.
62. Naujoks, Eberhard. Bismarcks auswdrtige Pressepolitik und die Reichsgrьndung: 1865–1871. – Wiesbaden: Franz Steiner Verlag, 1968. – 464 S.
63. Nessmann K. Public Relations in Europe: A Comparison with the United States / K. Nessmann // Public Relations Review. – Summer, 1995. – Vol. 21, № 12. – P. 151–160.
64. Nessmann K. The origins and development of public relations in Germany and Austria, in Moss, Danny, Vercic, Dejan, Warnaby, Gary, Perspectives on Public Relations Research / K. Nessmann. – London: Routledge, 2000. – P. 211–225.
65. Nöth-Greis, Gertrud Das Literarische Büro als Instrument der Pressepolitik // Wilke, Jürgen, Pressepolitik und Propaganda: historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Jürgen Wilke (Hg.) Köln, Böhlau, 1997. – 371 S.
66. Personal brand. How napoleon bonaparte implied it [Electronic resource]. – Access mode: https://kopisusupandan.wordpress.com/2013/ 03/01/personal-brand-how-napoleon-bonaparte-implied-it/
67. Rodriguez Salcedo. Public Relations in Europe: Writing National Histories against the US Paradigm [Electronic resource] / Salcedo Rodriguez, Mapping Natalia. – Access mode: https://pdfs.semantic scholar.org/1ec9/307c08b070e51e9d7275bb79490910237 39f.pdf (Last accessed: 8.10.2020).
68. Theofilou A. The international history of public relations conference [Electronic resource] / A. Theofilou, T. Watson, N. Tobin. – Bournemouth: Bournemouth University, 2016. – 73 p. Access mode: https://microsites.bournemouth.ac.uk/historyofpr/files/2010/11/IHPRC-2016-Abstracts.pdf (Last accessed: 8.10.2020).
69. Vercic D. The European public relations body of knowledge / D. Vercic // Journal of Communication Management. – 2000, May. – Vol. 4, № 4. – P. 341–354.
70. Watson T. (ed.). Western European Perspectives on the Development of Public Relations: Other Voices. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015. – 160 p.
71. Wilke, Jürgen Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg. Köln.Weimar. – Wien: Böhlau Verlag 1997 (Medien in Geschichte und Gegenwart, Bd. 7). – 371 S.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"

Навчальне видання

Грицюта Наталія Миколаївна

ІСТОРІЯ PR: ЄВРОПА
СТАРОДАВНІСТЬ – НОВІ ЧАСИ

Навчальний посібник

Редактор *І. А. Кирницька*
Технічний редактор *Ю. О. Куценко*

Оригінал-макет виготовлено ВПЦ "Київський університет"

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". Версія не для друку

Формат 60x84$^{1/16}$. Ум. друк. арк. 42,8. Наклад 100. Зам. № 222-10400.
Гарнітура Times New Roman. Папір офсетний. Друк офсетний. Вид. № Ж1.
Підписано до друку 30.06.22

Видавець і виготовлювач
ВПЦ "Київський університет",
Б-р Тараса Шевченка, 14, м. Київ, 01601, Україна
☎ (38044) 239 32 22; (38044) 239 31 72; тел./факс (38044) 239 31 28
e-mail: vpc_div.chief@univ.net.ua; redaktor@univ.net.ua
http: vpc.knu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.02