



Тема 1. Історія PR

01

Реклама та PR в Стародавньому Китаї та Індії.

- 1) Релігійні світосприйняттєві моделі як основа комунікації в Стародавньому Китаї та Індії.
- 2) Особливості комунікації в політичній сфері.
- 3) Використання стратегій в системі комунікації

PR в античному суспільстві.

02

- 1) Риторика як засіб здійснення комунікацій з громадськістю.
- 2) Мистецтво публічного діалогу Сократа.
- 3) Антична політична реклама та перші спроби регулювання рекламного процесу.

03

PR в Західноєвропейській середньовічній культурі.

- 1) Еволюція політичної комунікації.
- 2) Особливості соціальної комунікації прошарків суспільства.
- 3) Громадські зв'язки християнської церкви. Донаторство.

04

Зв'язки з громадськістю в епоху Відродження.

- 1) Зміна систем комунікації в Західній Європі в період Відродження.
- 2) Абсолютна монархія і образ правителя-мецената.
- 3) Церковна та побутова риторика.

05

Зв'язки з громадськістю в Україні від Київської Русі до ХІХ ст.

- 1) Система комунікацій в східнослов'янських державах періоду Київської Русі.
- 2) Зв'язки з громадськістю в період формування української козацької держави.
- 3) Особливості політичної комунікації за часів перебування України в складі Російської імперії.

ПЛАН

Реклама та PR в Стародавньому Китаї та Індії.

1) Релігійні світосприйняттєві моделі як основа комунікації в Стародавньому Китаї та Індії

Давньоіндійська релігія – це сукупність релігійних поглядів та обрядів, що виникали в II тис. до н. е. в середовищі індоаріїв і яка історично передувє власне індуїзму. Виділяють ведичну та брагманську доби функціонування цієї релігії. Ведична доба свою назву отримала від давньоіндійського джерела, яке було створене в цей час, Вед – священних книг, де описуються боги, важливі сторони ритуалу та обрядовості. Головний сенс обрядовості – жертвоприношення (яджна) у формі вживання священного напою сома або принесення в жертву богам рослин, тварин, людей. Світ, за Ведами, створений або з води ворожими силами (девами і асурами), або з яйця богом Праджапаті чи Брагманом. Всесвіт складається з п'яти елементів – води, землі, вогню, повітря, ефіру (акаша). Брагманська доба відзначається зміною ритуалу, створенням коментарів до Вед – брагманів та аран'як, а також релігійно-філософських трактатів упанішад. Остаточо виокремлюється каста духовних вчителів та виконавців обрядів – брагмани, поширюється явище аскези. Світ, згідно з вченням цього періоду, керується загальними законами карми, якій підкоряються боги й люди. Панівною стає концепція реінкарнації (переселення душ) та необхідності звільнення від нескінченних змін своїх станів (сансара).



Реклама та PR в Стародавньому Китаї та Індії.

1) Релігійні світосприйняттєві моделі як основа комунікації в Стародавньому Китаї та Індії

Давньокитайська релігія – система стародавніх народних культів і шаманських вірувань, релігійних уявлень народів Китаю. Цю релігію можна реконструювати за фрагментами стародавніх історичних та філософських творів, створених в XIV ст. до н. е. – I ст. н. е. Одна з характерних рис давньокитайської релігії – історизація (евгемеризація) міфічних персонажів, які під впливом раціоналістського конфуціанського світогляду дуже рано почали трактуватись як реальні діячі глибокої давнини. Головні персонажі перетворювались у правителів та імператорів, а другорядні – у сановників, чиновників і т. п.

Давньокитайська релігія наповнена різноманітними духами з рисами тварин і людей, інших істот, мала зооантропоморфний вигляд. Основними персонажами давніх уявлень китайців є культурні герої – першопредки (вони виступають як творці культурних благ та предметів, що удосконалюють та поліпшують життя людей), а також їхні антиподи – руйнівники космічної та соціальної рівноваги. Їхня боротьба – свідчення добра і зла, життя і смерті. З розвитком суспільства спостерігається поява верховних божеств, ієрархічна система яких була запозичена історіографами і служила подальшій евгемеризації міфічних героїв, особливо після створення Ханьської імперії (206 до н. е. – 220 н. е.), коли генеологічні міфи стали використовуватися для обґрунтування права на престол та доказу стародавності окремих родів

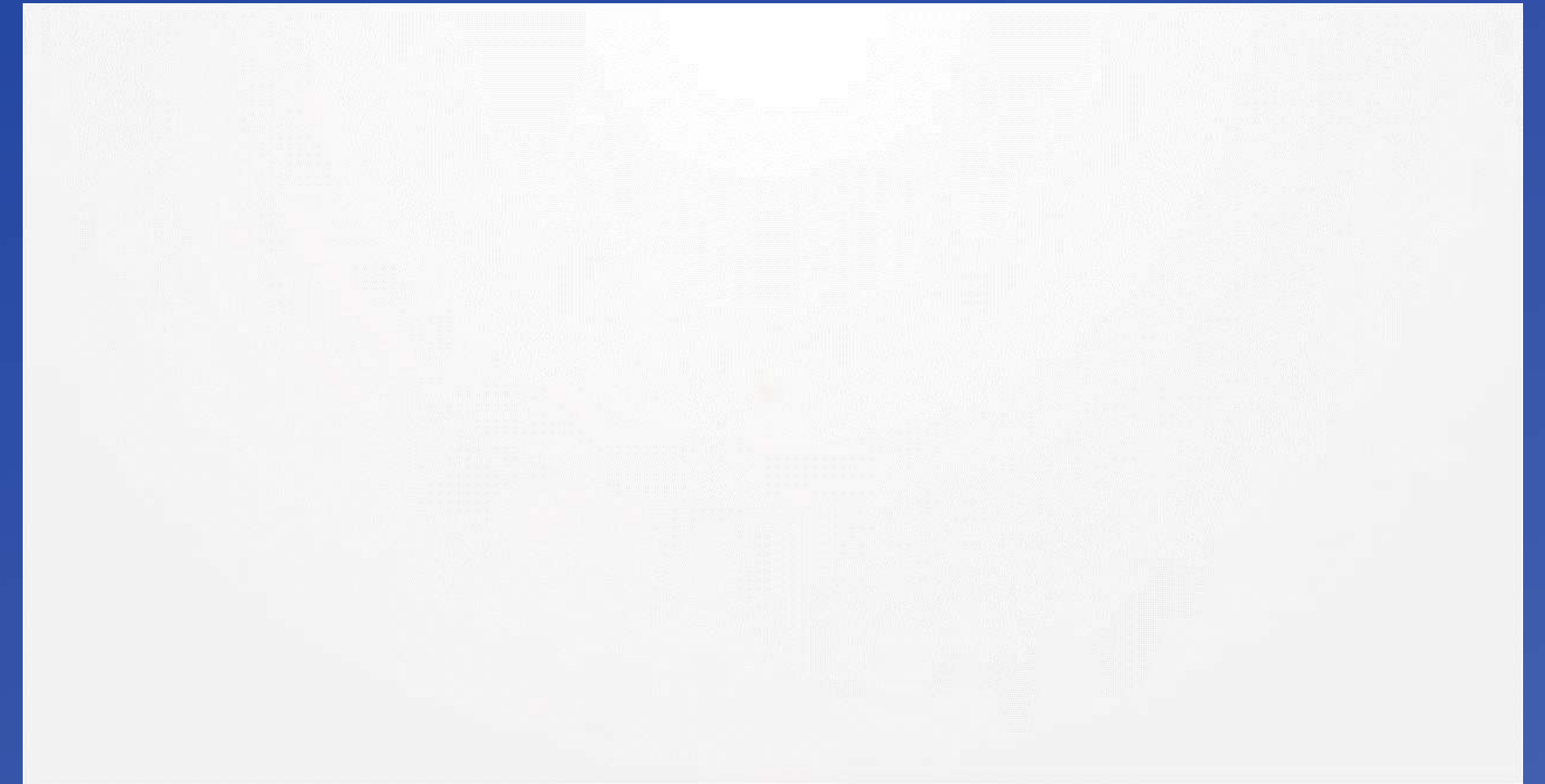


Реклама та PR в Стародавньому Китаї та Індії.

1) Релігійні світосприйняттєві моделі як основа комунікації в Стародавньому Китаї та Індії

Серед етнічних релігій Індії виділяються індуїзм, джайнізм та сикхізм. Розглянемо їх коротко.

Джайнізм виник в Індії в VI ст. до н. е. Він існує тут і досі, а також в Шрі Ланці. Назва походить від імен Магавіра («великий герой») і Джіна («переможець»), що були надані проповіднику Вардхаману – засновнику цієї релігії. За його вченням, він переміг карму сам і вказав шлях до спасіння віруючим. Той, хто поділяє вчення Магавіри, може шляхом праведного життя звільнитись від сансари й досягнути нірвани, чого не дозволяв брагманізм і що наближує джайнізм до буддизму. Кодифікація канона джайнізму сталася лише через дев'ять століть з часу діяльності Вардхамана. А вже в I ст. н. е. джайнізм поділявся на два головні напрями: шветамбари («одягнені в біле») – вважають, що давні тексти втрачені і відмовляються від усіх спокус життя, і дігамбари («одягнені повітрям») – займаються встановленням втрачених текстів та їх канонізацією, впроваджуючи більш поміркований підхід у намаганні праведного життя. Міфологія джайнізму містить безліч богів, розподілених на класи і підкласи. Центральне місце у вченні джайнізму посідає визнання у світі двох споконвічних начал – духовного й тілесного. Животворне начало – душу мають усі предмети, але лише людина може подолати карму, що прив'язує душу до тіла.



Сикхізм виник як спроба гармонізувати іслам з індуїзмом. Засновником сикхізму вважається Нанак (1469-1538), народжений в Індії від батька-індуїста і матері-мусульманки. Спочатку сикхізм був пацифістським рухом, але довго таким залишатися він не міг. Його заперечення вищості пророка Мухаммеда було сприйняте як богохульство та викликало значну протидію з боку історично войовничого ісламу. Під час правління десятого гуру, Гобінда Рая, також відомого як Гобінд Сінгх («лев»), було сформоване братство халса, всесвітньо відомий клас сикхських воїнів. Незважаючи на своє пацифістське коріння, сикхізм став відомий як войовничий рух, що сумно, тому що ця войовничість в основному витікає з географічних питань, які лежать за межами контролю сикхів. Спірний кордон між Індією та Пакистаном, розділених 1947 року, проходить безпосередньо через регіон Пенджаб, де сикхи володіли широкою автономією.

Реклама та PR в Стародавньому Китаї та Індії.

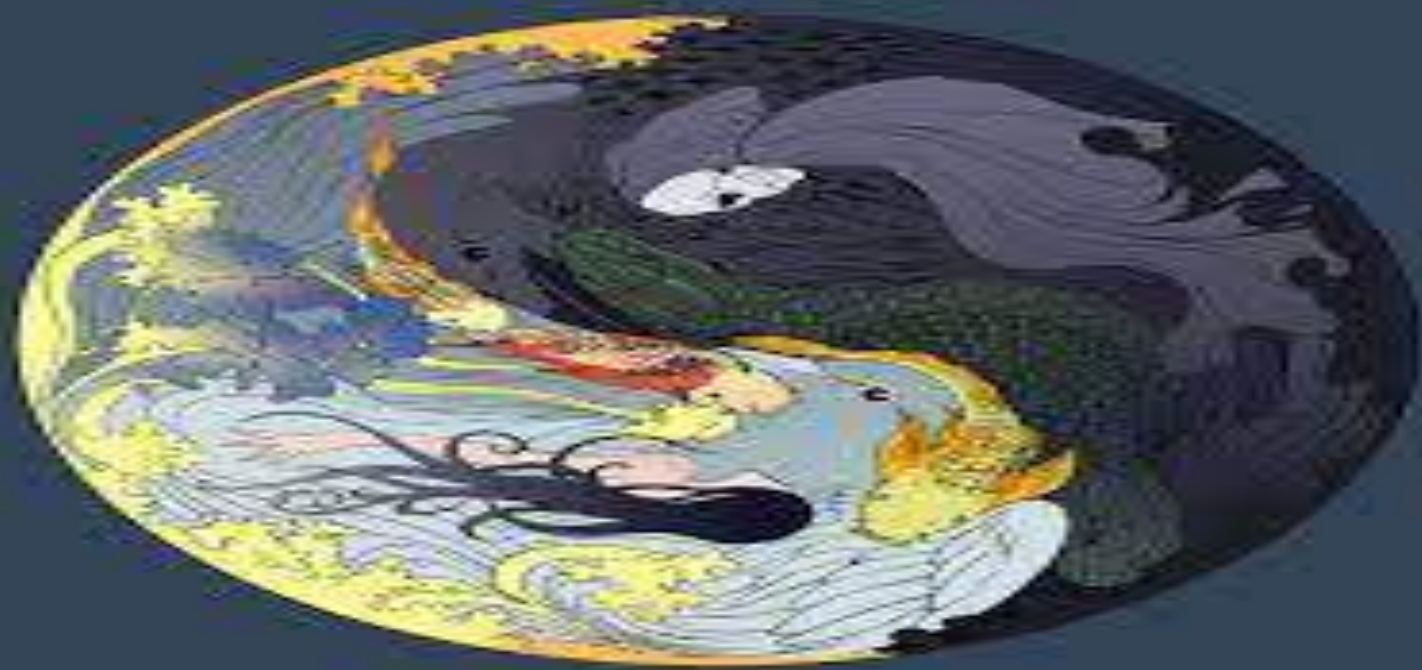
1) Релігійні світосприйняттєві моделі як основа комунікації в Стародавньому Китаї та Індії

Тепер розглянемо релігійний світ Китаю, який визначається двома духовними феноменами – даосизмом і конфуціанством.

Даосизм (дао з китайського – шлях) – одна з основних китайських релігійно-філософських течій. Виник він у другій половині I тис. до н. е. Після проникнення в Китай буддизму разом з ним даосизм і конфуціанство склали сан цзяо («три релігії»). Згідно з традицією, засновником даосизму вважається Лао-цзи. Найважливішим його представником був Чжуан-цзи. Даосизм в II–III ст. поділився на філософію дао (дао цзя) і релігію (дао цзяо). У Китаї існувало своєрідне релігійне об'єднання даосів. Його першим патріархом вважається Чжан Даолін (Чжан Фухань).



Конфуціанство (власне жу цзя – «школа вчених книжників») – це китайська філософська школа. З часом вона стала однією із найбільш впливових трьох головних релігійно-філософських течій Китаю – конфуціанства, даосизму та буддизму. Заснована ця течія Конфуцієм – філософом і педагогом, який створив своєрідне етико-політичне вчення. У конфуціанстві центральне місце завжди займали питання моральної природи людини, її життя в родині, суспільстві, державі. Важливу роль в своїй системі Конфуцій надавав концепції «Неба» і «небесного веління». «Небо» – це частина природи, але й вища духовна сила. Людина, обдарована «Небом» певними етичними якостями, повинна жити в злагоді з ними, з моральним законом (дао) й удосконалювати їх за допомогою навчання. Мета вдосконалення – досягнення рівня «благородної людини» (цзюньцзи), яка має 5 «шляхетних якостей»: Жень (людяність), І (обов'язок), Лі (норми поведінки), Чжи (знання), Сінь (вірність). Ці якості мають базуватися на принципі Сяо – любові сина до своїх батьків



2. Особливості комунікації в політичній сфері

Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) – це суспільна наука, об'єктом якої є певна соціальна реальність.

Об'єкт зв'язків з громадськістю – це суспільні відносини і, передусім, основа їх існування – соціальні комунікації.

Отже, можна сказати, що предметом зв'язків з громадськістю є комунікації будь-яких соціальних організацій чи установ з громадськістю. З'язки з громадськістю – це галузь знання, що охоплює ту частину комунікаційної сфери життя суспільства, котра пов'язана зі зв'язками установ та організацій з різними колами громадськості.

Між ПР та рекламою існують досить серйозні відмінності:

– реклама займається негайною пропозицією товару (партії, політика) і підштовхує покупця чи політика зробити вибір (купити, проголосувати) одразу, здійснення ж програми зв'язків з громадськістю спрямоване на формування купівельних переваг чи симпатій електорату в перспективі;

– паблік рилейшнз представляють процес налагодження та розвитку двосторонніх зв'язків між організацією (окремою особистістю) та її цільовими аудиторіями (продавець – покупець, політик – електорат, державна структура – населення).

Суттєва різниця між паблік рилейшнз і пропагандою:

– у пропаганді не завжди враховуються етичні аспекти, і слово вживається в основному для того, щоб пояснити ті ідеї та думки, які ґрунтуються виключно на особистій користі і в яких для досягнення мети можуть бути викривлені або сфальсифіковані факти;

– паблік рилейшнз, навпаки, визнає довгочасну відповідальність і прагне до добровільного прийняття ідей та думок, що повинно сприяти їх кращому розумінню та усвідомленню; – паблік рилейшнз може мати успіх лише тоді, коли ґрунтується на принципах моралі і здійснюється чесними засобами. Якщо у випадку пропаганди мета виправдовує засоби, то у випадку ПР мета ніколи не виправдовує сумнівних засобів.



PR в античному суспільстві.

1) Риторика як засіб здійснення комунікацій з громадськістю.

Давньогрецький учений Арістотель вважав, що оратор може переконати аудиторію лише тоді, коли буде викликати прихильність до себе. У свою «Риторику», першу наукову розробку ораторського мистецтва, він вводить поняття етосу, яким позначає ставлення публіки до оратора. Дослідники вважають, що такий підхід поширювався і на всі сфери громадського життя, оскільки риторика в ті часи була справді рухомою силою і торгівлі, і політики, і державного управління.

Чимало порад Арістотеля збагатили техніку риторики новими прийомами: ампліфікація як накопичення за рахунок розширення сказаного, синонімічних повторів; доповнення означень антитезами; перебільшення як особливість епідейктичних промов, щоб надати діянням величі і краси; ентимеми причини, доказу, наведення; топоси як особливі посилення до кожного питання (спільні місця). Особливого значення Арістотель надавав предметові, початку промови, тому, що в поетичному творі, за його словами, називається прологом, а в грі на флейті – прелюдією. Вони ніби прокладають шлях усій промові. Майстерність риторики Арістотель вбачав у трьох видах засобів переконання: а) логічні докази; б) моральні докази (довіра до оратора); в) емоційні впливи. Їх він розглядає у другій книзі «Риторики», пояснюючи виникнення гніву і милосердя, страху і ненависті, сорому й заздрості та вказуючи, яким способом ці почуття можна збудити у слухачів: ми тоді співчуваємо людям, якщо з ними трапляється щось таке, чого ми для себе боїмося.

Гай Гракх, видатний політичний діяч і оратор свого часу, звернув увагу фактично на той же аспект спілкування оратора і публіки. Він був першим, хто буквально повернувся обличчям до народу. До нього оратори виступали, звертаючись до сенату, суддів. Їхні промови не були призначені для людей на майдані. Повернувшись до народу обличчям, Гай Гракх визнав його силу, вважаючи його думку визначальною, шукав у нього підтримку та правосуддя.

Крім усного мовлення налагодженню зв'язків з громадськістю служила і мова письмова: всілякі написи, оголошення, включаючи відверту рекламу на стінах древніх будівель і споруд. У період занепаду Республіки, коли Гай Юлій Цезар ще тільки боровся за владу, домогтися обрання в консули йому вдалося виключно завдяки підтримці народних мас, для розваги яких їм витрачалися величезні гроші. Цезарю постійно протидіяв Сенат, з яким йому довелося вести гостру боротьбу. Щоб домогтися перемоги, Цезар готовий був піти на будь-який злочин, однак у першу чергу, ставши консулом, він подбав про збереження своєї популярності в народі. Для цього він розпорядився писати на стінах римських будівель виклад подій, які відбувалися в Римі, а також звіти про дебати в Сенаті, що дуже сподобалося жадібної на новини римської публіці. Так, саме з його легкої руки народилося щось подібне сучасній газеті, а всілякі оголошення писалися на стінах і до цього.

WAS



2. Мистецтво публічного діалогу Сократа

Діалог – основа публік релейшнз. Лише на основі двостороннього спілкування можна встановити взаємовигідні гармонійні відносини. Дослідники зазначають, що саме Сократом та його учнями були розроблені основи демократичного діалогу. Сократ і його учні виробили основні правила діалогу: визнання унікальності кожного з партнерів і їх принципова рівність; можливе розходження точок зору; взаємне збагачення учасників діалогу.

Перший виклик софістичному ідеалу єдності філософії та риторики кинув Сократ (469–399 рр. до н. е.). Він вважав, що риторика непотрібна оскільки істинна думка збереже свою силу і без риторичного переконання, а хибна думка навіть за допомогою риторики не встоїть проти істини. Як свідчать діалоги Платона, Сократ намагається чітко розрізнити поняття віри й знання. Софістична риторика, на його думку, спрямована часто на формування віри без знання: «Перед всіма іншими мистецтвами ритор і риторика перебувають у такому ж виграшному становищі. Бо нічого не треба знати про саму справу, треба тільки знайти якісь засоби переконання, щоб видатися невігласам більшим знавцем, ніж ті, хто справді знає». Погляди Сократа на риторику формують певний риторичний ідеал, відмітною рисою якого є постулати Істини та Добра. Адже справжнім оратором може вважатися лише та людина, яка чітко знає предмет промови й прагне до вищого блага: «Бо коли риторика двоїста, то одна її частина є підлабузництвом, ганебною балаканиною для народу, а друга – прекрасна, яка прагне до того, аби душі громадян стали чимкращими, і яка завжди захищатиме в промовах те, що справді найкраще, незалежно від того, приємно це буде слухачам чи ні...». З іншого боку, Сократ значно розвинув практичні методи публічної полеміки, на якій ґрунтувались всі його відомі бесіди. Сам термін «полеміка» у перекладі з грецької означає «війна», «військова справа». Мистецтво ведення суперечок називається еристика. У ті часи вона була сферою застосування софістики. Цим мистецтвом Сократ протиставляв діалектику – мистецтво ведення бесіди, метою якої було досягнення істинного знання. Майстер еристики або софістики, як правило, за будь-яку ціну намагався відстояти свою позицію і заперечити іншу думку. При цьому він не дуже турбувався про те, чи будуть його положення виражати істину. Саме тому Ерид – заступниця суперечки – було дві. Одна охороняла конструктивну (діалектичну) суперечку, метою якої було досягнення істини, а друга – конфліктну (еристичну), в якій головним було здобуття перемоги над супротивником.

2. Мистецтво публічного діалогу Сократа



Думку Сократа про даремність софістичної риторики розвинув у своїх діалогах відомий давньогрецький філософ Платон (427–347 рр. до н. е.). Зокрема, цим питанням присвячені його роботи «Горгій» та «Федр». У «Горгії» представлена, головним чином, критика існуючої риторики. Платон вустами Сократа говорить про те, що риторика – це марево однієї з частин мистецтва політики. Тобто риторика навіть не є мистецтвом, це вправність: «... як оздоблювання тіла відноситься до гімнастики, а софістика – до законодавства, так і куховарство – до мистецтва лікування, а риторика – до правосуддя. Однак я вже наголошував на тому, що за природою вони відрізняються між собою. Але оскільки водночас і близькі одне до одного, то від цього софісти й красномовці перебувають у цілковитому сум'ятті, й ні самі не знають, чим і в чому вони можуть бути корисними, ні іншим людям це невідомо».

Однак головне, чим повинен володіти ритор, – це знання. Мистецтво пізнання складається, на думку Платона, з двох частин: вміння звести до однієї загальної ідеї всі розрізнені поняття і вміння розділити все на види. Таке мистецтво у діалозі «Федр» називається ще діалектикою. Таким чином, найважливішою думкою Платона, яка справила велике значення для подальшого становлення риторики як теоретичної та практичної дисципліни, було те, що завдання оратора полягає не тільки в переконанні, тобто однобічному впливу на аудиторію, але й у пошуку істини. З іншого боку, видатний давньогрецький філософ відкинув досить продуктивне для практики ораторського мистецтва положення софістів про те, що кожна людина може мати свої переконання.

2. Мистецтво публічного діалогу Сократа



До діалогу зверталися не лише давньогрецькі вчені. Представники раннього християнства застосовували діалог, поширюючи своє вчення. Вважають, що історія Ісуса Христа – це розгорнутий процес демократичного людського спілкування. Старий і Новий Завіти створені як форма морального діалогу Всевишнього з людиною задля її щастя. Окрім риторики та мистецтва діалогу, особливого значення люди надавали вивченню, урахуванню та впливу на громадську думку. Відомості про стан громадської думки збиралися по-різному. Для володарів держав цим займалися розгалужені мережі шпигунів, кур'єрів тощо. У період становлення імператорської влади, як зазначав римський філософ Епіктет, був уведений соціальний інститут таємних агентів, які викликали довірливих простаків на відверті розмови про імператора. Один із найвідоміших римських імператорів Нерон, який вважав себе артистом, читцем і співаком, почав посилати в натовп, який збирався на його вистави, десятки своїх спостерігачів, які повинні були стежити за настроями присутніх і відзначати найменші вияви насмішок та невдоволення



3. Антична політична реклама та перші спроби регулювання рекламного процесу

Серед даних про письмові оголошення в античності знаходимо цікаві явища політичної реклами. В історії Геродота зафіксовано подію з епохи греко-перських воєн, що відбувались в VI ст. до н. е. Велике число закликів і гасел політичного характеру виникало на стінах античних міст в періоди виборів міських магістратів. Глашатаї прагнули запропонувати свої послуги перспективним кандидатам на виборні посади, щоб не втратити й при новому складі муніципалітету своєї роботи. Крім глашатаїв, в гущі передвиборчих баталій виявлялися такі автори рекламних текстів, як писарі. У передвиборній агітації важливою людиною був переписувач-каліграф, якого наймали робити написи. Звичайно, крім послуг переписувачів, що коштували недешево, прихильники того чи іншого кандидата покладалися і на власні сили: стіни будинків покривалися графіті передвиборчого змісту. Стіни будинку Пінар Церіала, що виконував в Помпеях посаду жерця Геркулеса, покриті рядом карикатур, що свідчить про наявність і такого інструменту в арсеналі політичної боротьби античності. Малювальники намагалися підкреслити великий ніс Церіала, зображеного в ритуальній позі священнодійство жерця.

Античністю було освоєно і певні форми антиреклами. Не тільки написи і карикатури брали участь в інтенсивному політичному житті рабовласницьких демократій. Утвердженню актуальних політичних поглядів, боротьбі і зіткненню ідей служили також предметно-зображальні прийоми і засоби. Серед них – зведення трофейних споруд в знак здобутих військових перемог, організація тріумфальних ходів, що славлять удачливих полководців, тиражування скульптур видатних політичних діячів. Всі ці прийоми своєрідна політична реклама. І вона побутувала протягом усього тисячоліття античності.



3. Антична політична реклама та перші спроби регулювання рекламного процесу

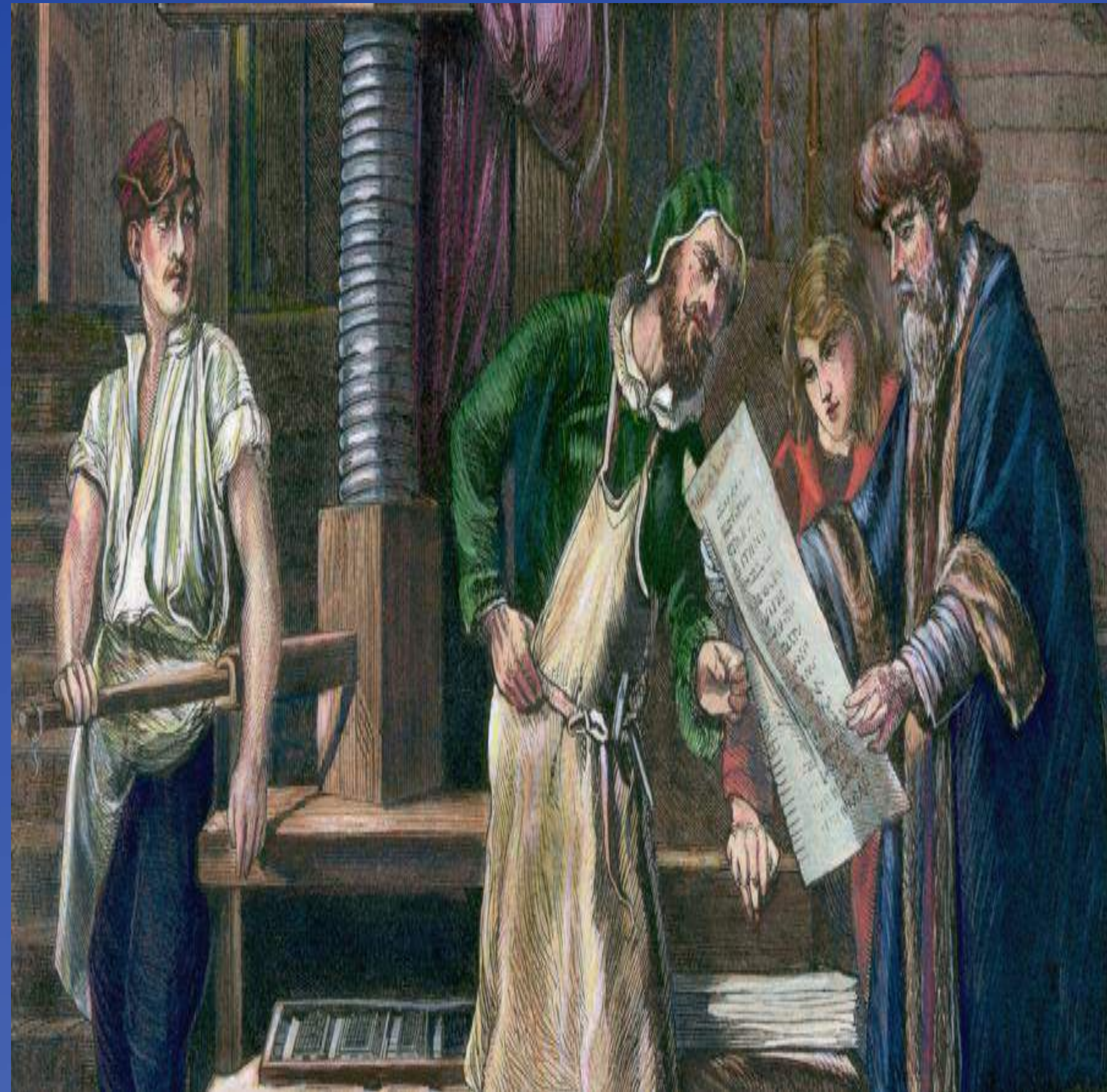
Скульптурні портрети правителів або героїв супроводжувалися короткими хвалебними написами. Урочисті написи на честь своїх звитяжних завойовників римляни висікали не тільки на статуях, а й на фронтонах тріумфальних арок, що зводилися з нагоди вшанування воїнів-героїв. Написи коментували знамениті ростральні колони, що несуть на собі носи бойових кораблів, захоплених у бою. Так наочно і відчутно демонструвалося могутність римської держави, надаючи величезний позитивний вплив на патріотичні почуття громадян. Тій же меті – і не менш ефективно – служили тріумфальні ходи. Зазвичай вони починалися від Марсового поля, рухалися через Рим до Форуму і закінчувалися біля резиденції правителів – Капітолійського палацу. Ходу очолювали сенатори і магістрати, за ними несли військові трофеї. Далі – на багато прикрашеній колісниці, запряженій білими рисаками, в пурпуровому плащі й лавровому вінку рухався тріумфатор. За ним йшли його війська, потім вели полонених. Хо́да завершувалося жертвопринесеннями, роздачею подарунків і грошей плебсу, загальним бенкетом. В організацію тріумфального ритуалу були залучені всі виразні можливості демонстративності, всі знакові засоби культури: предметні, образотворчі, звукові, вербальні. Щоб підкреслити родовитість тріумфатора, в процесії несли воскові маски його предків – деталь, яка була неодмінним елементом інтер'єру знатних римлян. А також, виконувала не тільки меморіальну, але і демонстративну функцію. Загальна кількість предметно-зображальних фрагментів ходи, майстерність їх обробки – усе це характеризувало велич діянь тріумфатора

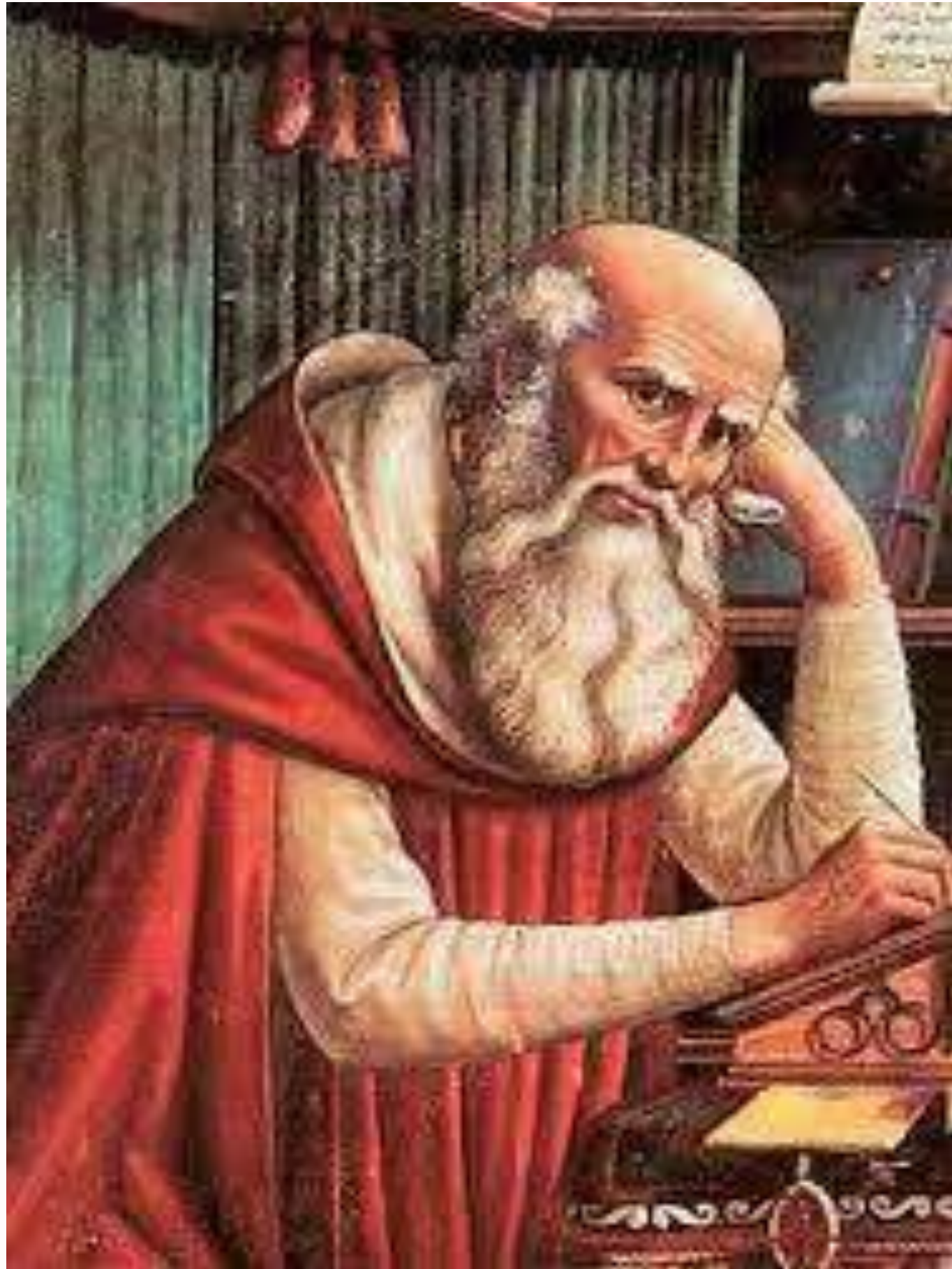


PR в Західноєвропейській середньовічній культурі.

1) Еволюція політичної комунікації.

У період середньовіччя «світська влада», яка представляє державу, починає боротьбу с церквою за свою значимість. Держава у боротьбі з церквою об'єднує навколо себе спілки представників різних професій, які незадоволені церковними податками і зборами. Тому цілком логічно, що в даний період громадські об'єднання асоціюються з державою. У Середньовічній Європі завдання створення докладної і точної картини життя нації представляється майже неможливим. І, тим не менш, саме таку картину зумів отримати король Вільгельм I після того, як завоював Англію. Кожен клаптик землі, кожна домашня тварина, ім'я кожного мешканця Англії, за винятком самих північних графств, були зареєстровані з тим, щоб дозволити королю краще усвідомити собі точне число і положення завойованих ним англійських підданих. Протягом разюче короткого проміжку часу, всього за дев'ять місяців, особливі групи уповноважених об'їздили всю країну і за допомогою опитувань зібрали цінні відомості, що перетворилися на унікальний для того часу опис, що отримав назву «Книга судного дня» («Думздейбук»). Названа вона була так тому, що зібрані в ній відомості були настільки ж незаперечні, як і ті, що увійшли б в остаточний вирок в очікуваний день Страшного Суду! Так що, вже тоді було очевидно, наскільки важливу роль в житті суспільства можуть грати соціологічні дослідження, без яких сьогодні не обходиться жодне із PR-заходів. Величезну роль вуличних пісень в публіситі в середні віки також добре розуміли, наприклад, в Іспанії. Велику увагу слову приділяли араби, що мали звичай говорити: «Дурень сіє слова без толку, урожай дістається мудрому».





2. Особливості соціальної комунікації прошарків суспільства

Вплив античної соціально-політичної думки позначився передовсім на політичних ученнях середньовіччя та Відродження. Після розпаду рабовласницького устрою в Західній Європі виникло феодальне суспільство, основними класами якого стали поміщики та селяни. Найбільш видатними соціально-політичними мислителями середньовіччя були Аврелій Августин, пізніше названий «блаженним», та Фома Аквінський. Августин (354–430 рр.) – один з отців західнохристиянської церкви. Про свої духовні пошуки мислитель розповів у творі під назвою «Сповідь».

У своєму вченні Августин намагався дати всесвітньо-історичну картину розвитку людства. Він слідом за старогрецькими стоїками обґрунтовує ідею єдності людського роду, що походить згідно з біблійними оповідями від «прабатьків» – Адама та Єви. Іншим важливим елементом учення було розуміння історії людства як боротьби «двох градів», «двох держав»: «града божого», що складається з божих оборонців, та світської держави — «великої розбійницької організації», у котрій прагнуть матеріальних благ та визискують праведних. Кінець-кінцем, уважав Августин, хід історії забезпечить перемогу «божогої держави» над світською. Високий авторитет Августина в християнських колах західноєвропейського середньовіччя і був пов'язаний з ідеєю про необхідність підкорення світської влади церкві.

2. Особливості соціальної комунікації прошарків суспільства

Інший видатний мислитель – Фома Аквінський (1225–1274 рр.) – жив у період пізнього середньовіччя і був найбільш впливовим богословом у Західній Європі тієї доби. У 1323 році він був причислений до лику святих римсько-католицької церкви, а вчення Фоми Аквінського було визнано згодом офіційною ідеологією католицизму. Погляди Фоми Аквінського на суспільство сформувалися під впливом Арістотеля. Як і грецький філософ, Фома говорив про необхідність ставити на перший план інтереси держави. Відповідно до християнської традиції, що склалася, він розглядав соціальнополітичні відносини як відображення небесного божественного порядку. Суспільство має складатися з різних верств: більшість людей мусять займатися фізичною працею, а меншість – розумовою, а також керувати суспільством. В інтересах суспільства кожна людина має безвідмовно виконувати свої обов'язки, бо їх установлено богом. Фома Аквінський жив у епоху, коли католицька церква, яку очолював папа, мала величезну владу. Ураховуючи те, що в цей період розпочався процес створення національних держав, він висловлював думку, що держава є божественним установленням. А найліпшою найприроднішою формою світської влади він уважав монархію. Проте, хоч влада і має божественну природу, Фома Аквінський допускав ситуацію, коли зловживання владою, надмірні утиски дають народу право на опір тирану і навіть на його насильницьке повалення.



2. Особливості соціальної комунікації прошарків суспільства

Помітну роль в епоху феодалізму відігравало духовенство. Воно було великою економічною, політичною та ідеологічною силою. Це сталося тому, що за умов великої феодальної роздробленості (V–X ст.) католицька церква, маючи чітку ієрархію й стійкі догмати, справляла значний вплив на все духовне життя середньовіччя. Соціальнополітична думка не була винятком. Її розвиток в основному здійснювався зусиллями релігійних діячів. Головним у комплексі соціально-політичних ідей раннього середньовіччя стало вчення «отців» та «вчителів» церкви: Василя Великого, Іоанна Златоуста, Григорія Ніського та інших про безплідність земного існування, про марність та даремність людських зусиль. Пропагувався аскетизм, висувалася ідея покори владі, а за це обіцялося царство небесне на тому світі. Підґрунтям соціально-політичних уявлень тієї доби була релігійна настанова про те, що земне життя є лише блідим відбитком небесного. Не зважаючи на поділ суспільства на багатих та бідних, релігійні мислителі наполягали на можливості справжнього братерства людей во Христі. Перед Христом, казали вони, втрачають своє значення багатство, освіченість, суспільне становище та привілеї. Гасло рівності перед богом прикривало фактичну нерівність у суспільстві. У соціально-політичних ученнях середньовіччя знайшли відображення такі явища в суспільному житті, яких не знала античність. Це сприяло виникненню деяких нових наукових ідей: єдності людської історії, прогресивного розвитку людського суспільства (на відміну від циклічного розуміння такого розвитку в період античності), моральної рівності людей тощо. Знання поглядів на соціальне життя в середні віки дає змогу ліпше зрозуміти сучасні соціальні вчення християнства.

Релігія та церква в середні віки



- В житті народів середньовічної Європи християнська церква і релігія відігравали **дуже важливу роль**.
- Вони контролювали **життя людини від народження і до смерті**.
- При цьому, під їх контролем знаходились не тільки найнижчі верстви, але й феодална знать

3. Громадські зв'язки християнської церкви.

Донаторство

Аналізуючи християнське вчення, ступінь його співвіднесення з світським життям, і особливо у сфері ПР, не можна не відзначити, що основною заповіддю Боголюдини, яка стала ключем до всіх земних таємниць, стала любов до ближнього (стався до інших так, як би ти хотів, щоб ставилися до тебе), проголошена Христом. Це підтверджується численними християнськими притчами (про життя, смерть і воскресіння самого Христа, про блудного сина, про таланти, про фарисея і митаря), які як містерії (спеціальні заходи, організовані церквою в храмах або на ринкових площах) «для науки юнацтву» розігрувалися і в наступні періоди історії людства».

Дона́тор (лат. Donator – особа, що дарує, даритель) – в церковному житті РКЦ і в мистецтві середньовіччя і доби Відродження – церковна чи світська особа, що дарує. Подарунком могли бути гроші на споруду храму, гроші на створення релігійного образу чи сам твір образотворчого чи декоративно-ужиткового мистецтва (посуд з коштовних металів, ювелірні вироби).

Назва донатора в православній традиції – ктитор.

Досить поширеним було зображення донаторів в середньовічних фресках. З розповсюдженням у Європі живопису темперними і олійними фарбами з'являються зображення донаторів і на картинах. Удосконалення портретної майстерності художників Нідерландів та Італії XV ст. дало значні зразки зображень донаторів на вівтарях у повний зріст. Невеликі вівтарі також мали портрети донаторів в форматі погруддя на окремих панелях. Ці зображення і стануть передумовою виокремлення портрету як жанру від релігійного образу

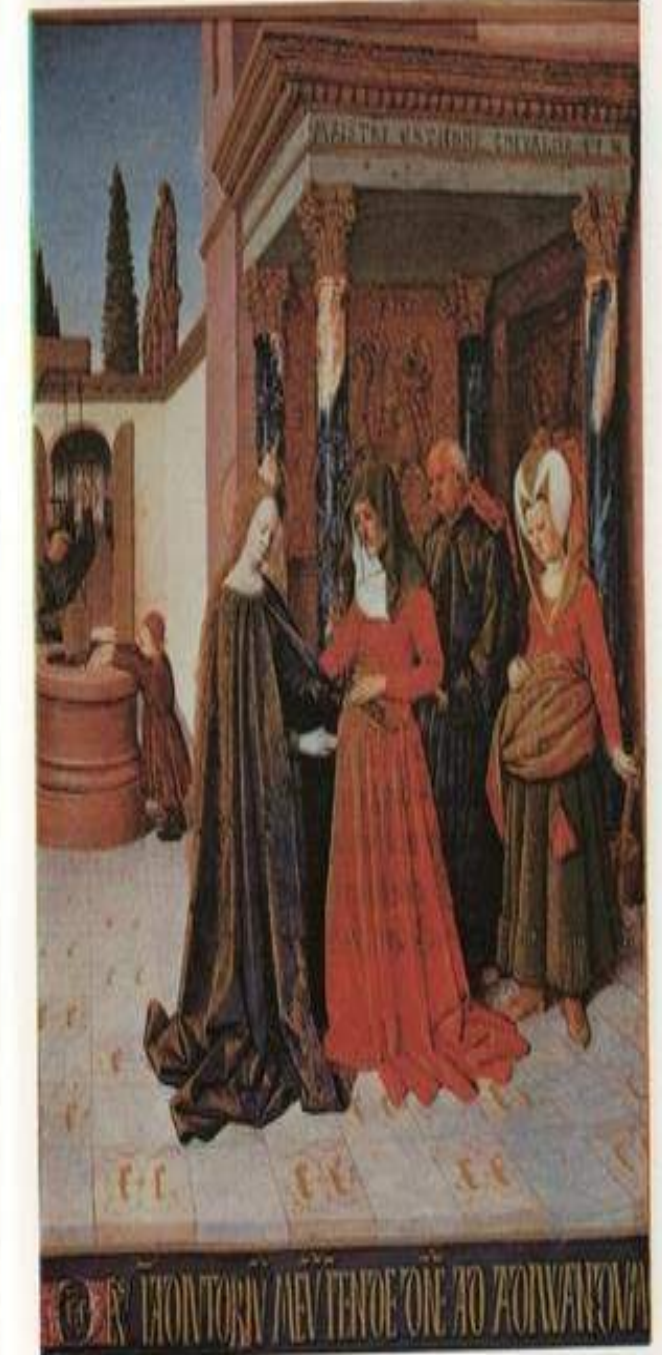
3. Громадські зв'язки християнської церкви.

Донаторство

Найважливішим ПР-засобом стають ікони, які замовляють художникам найбільші благодійники монастирів і соборів. Меценати крім демонстрації віри прагнуть увічнити себе поряд зі святими або навіть, не боячись святотатства, постати в їх облич. Таким чином, перед нами відкривається явище, яке сьогодні ПР-фахівці називають спонсорством. Подивимося на картину «Поклоніння волхвів» Рогира ван дер Вейда на «Вівтарі Колумба» – молодший волхв виявляє в рисах обличчя схожість з Карлом Сміливим, герцогом Бургундським. На іконі Фуке з тим же сюжетом в волхвів впізнаються король Франції Карл VII і два його сини – Людовік, згодом король Людовик XI, і Карл, герцог Беррийський. На стінах капели Медічі в Палаццо Медічі-Ріккарді у Флоренції розпису до вівтарної картині Беноццо Гоццолі «Поклоніння волхвів» зображують в образах волхвів юного Лоренцо Медічі Пишного, візантійського імператора Іоанна VIII Палеолога і візантійського патріарха в честь Флорентійського собору 1439, присвяченого унії Східної та Західної церков. Сімейство Медічі фігурує і на картині «Поклоніння волхвів» Сандро Боттічеллі 1476 р. Тут в образах волхвів зображені голова роду Козімо, його син П'єро де Медічі, на чолі правої групи фігур – онук Козімо Джуліано, а ліворуч на передньому плані – Лоренцо Прекрасний, якого обіймає поет Пульчи. Як і Беноццо Гоццолі, Боттічеллі скористався можливістю і зобразив самого себе.



8. Рождество. Мініатюра із «Часослова Єлизавети Шенгалі»



7. Встреча Марії і Єлизавети. Мініатюра із «Часослова Єлизавети Шенгалі»

Зв'язки з громадськістю в епоху Відродження.

1) Зміна систем комунікації в Західній Європі в період Відродження

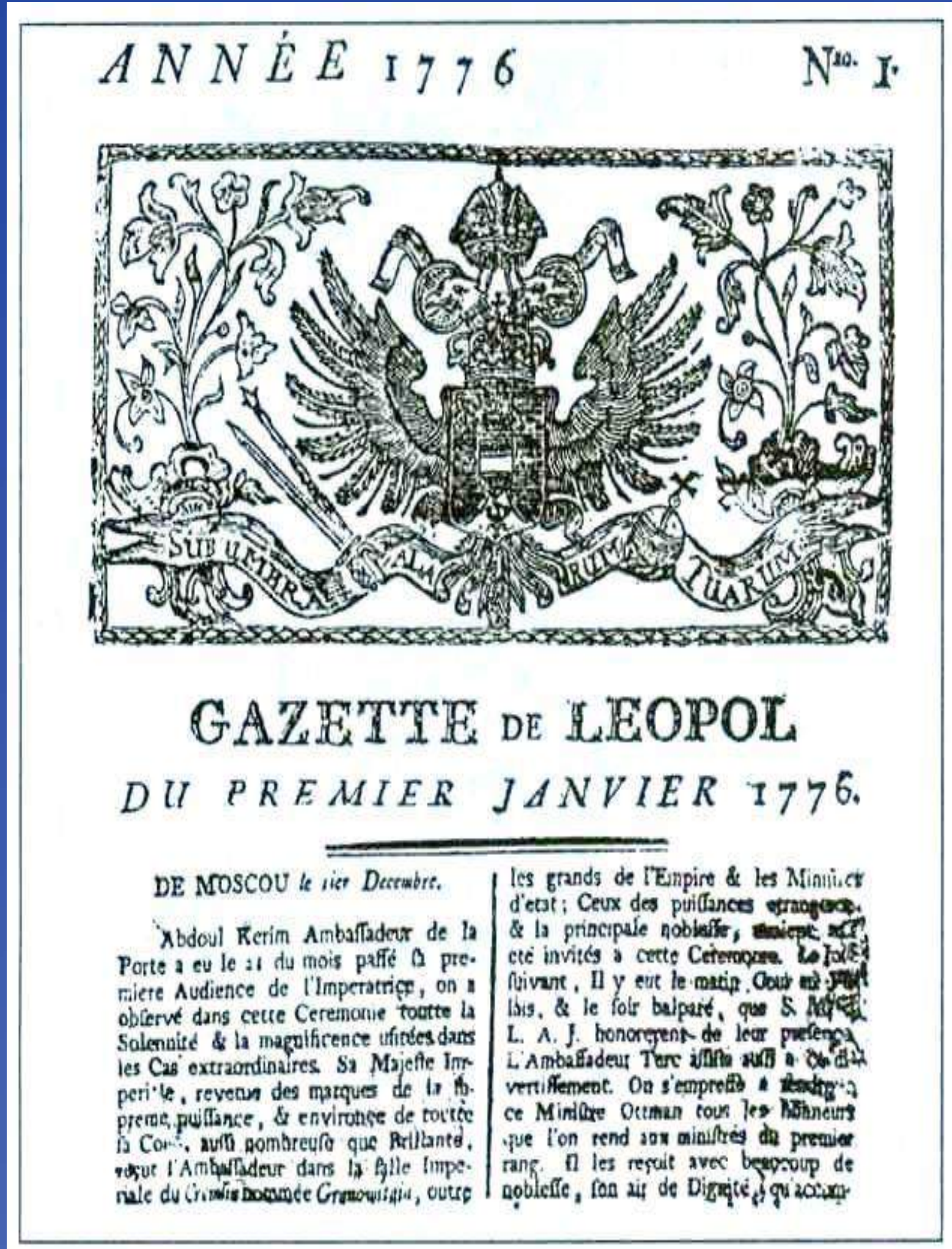
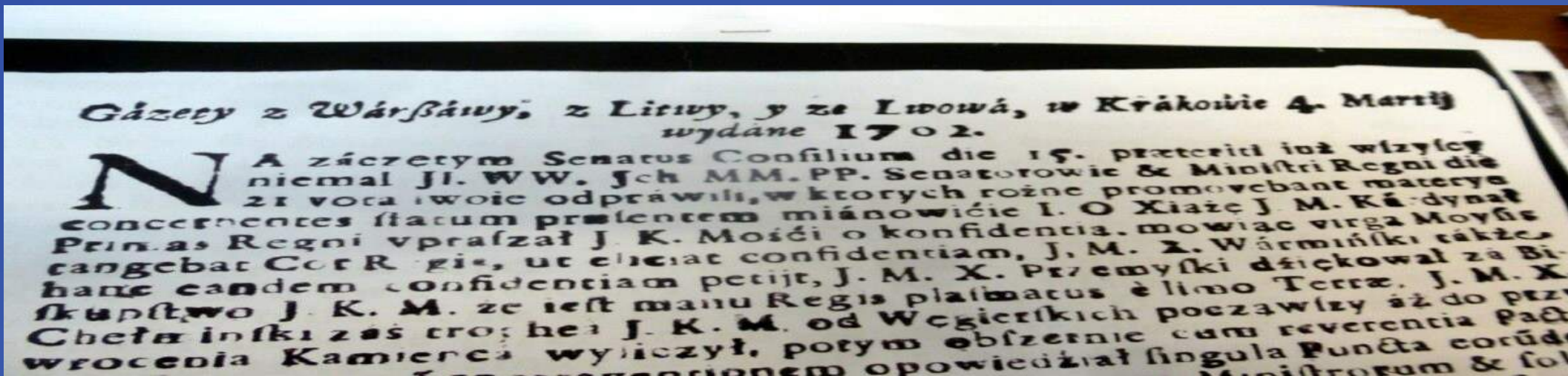
Дальший період історії соціально-політичної думки пов'язаний з формуванням і розвитком капіталізму в Західній Європі. Становлення й розвиток капіталістичних соціальних відносин дали новий поштовх інтенсивній розробці соціально-політичних ідей. У XIV–XV ст. в соціально-економічному та культурному житті Західної Європи відбулися великі зміни. В Італії, а згодом і в інших країнах, стали виникати елементи капіталістичного способу виробництва. На зміну панівному класу феодалів приходить новий клас – буржуазія. Нові форми господарських відносин та нові суспільні класи привели до появи нових думок та ідей. Люди, що розробляли нові ідеї, називали себе гуманістами, тому що в центр своєї уваги вони ставили людину. Багато гуманістів уважали богослов'я лженаукою і негативно ставилися до церкви. Вони стали вождями культурного руху, відомого під назвою Відродження або Ренесанс. Ця назва пов'язана з тим, що творці гуманістичної науки та мистецтва вважали себе спадкоємцями і безпосередніми продовжувачами науки та культури античності. У духовній діяльності Петрарки і Боккаччо, Альберті і Франсуа Рабле, Нікколо Макіавеллі і Еразма Роттердамського та інших мислителів яскраво помітні спроби створити нову, світську культуру на протигагу феодально-церковній культурі середньовіччя



Зміна систем комунікації в Західній Європі в період Відродження

Цікаво, що навіть легендарний подвиг Жанни д'Арк в багато в чому є не що інше, як грандіозний ПР-проект. Хоча відомо величезна кількість біографічних хронік її життя і діяльності, реальної інформації про те, хто насправді була дівчина Жанна, як не було, так і немає. Але на явні безглуздості і нестыковки в різних описах і хроніках довгий час ніхто уваги не звертав, і лише значно пізніше в архівах були виявлені документи, що свідчать про те, що більша частина хронікерів і трубадурів, що писали про Жанну, попросту перебували на службі у короля Карла VII. Це були 9 придворних поетів і 22 літописця короля. Звідки насправді взялася Жанна д'Арк, зараз дізнатися вже неможливо: є версія, що вона була незаконнонародженою сестрою Карла VII; одні історики стверджують, що вона була вихованкою ордену францисканців, інші доводять, що вона дійсно була пастушкою з селища Домремі, що зійшла з розуму в ранньому дитинстві. У будь-якому випадку, на думку А. Чумікова і М. Бочарова, «батьком» Великої діви Франції як національного символу і національної ідеї був політтехнолог барон де Ре, який походив із найстаровинніших і знатних прізвищ заходу Франції – Монморансі і Краон. Одружившись на якійсь Катерині де Труар, що принесла йому більше 2 млн. ліврів приданого, де Ре пригорнув на свою сторону дофіна Карла і отримав місце в його свиті. Він неодноразово позичав гроши у майбутнього короля. Ці події відбувалися в період Столітньої війни між французами і англійцями, що почалася через те, що останній прямий нащадок Гуго Капета, який займав французький трон, помер і англійські королі, продовжуючи материнську лінію Капетингів, претендували на узурпацію французької влади. У 1328 р. рада перів Франції вперше обирала на престол представника династії Валуа. З тих пір розростався гучний скандал у великій родині, де родичі, борючись один з одним, ділили майно. Бойові дії, щоправда, практично не велися: за всю війну налічувалося не більше десятка млявих боїв, які посіли в сумі 5-6 днів. Зате тепер будь француз, керуючись тільки особистою вигодою, міг визнавати своїм королем сина Валуа, або англійця. Для великих платників податків – багатих сільськогосподарських провінцій і торгових міст – ситуація з альтернативними королями була вкрай зручна: дві скарбниці конкурували, навперебій пропонуючи їм все більш м'які умови оподаткування.

Вважають, що своєрідною формою зв'язків з громадськістю у ХУІІІ столітті стало просвітництво. Вольтер, Дідро, Монтеस्क'є та багато інших просвітників сприяли освіті мас, завоюванню їхньої довіри та підтримки в боротьбі проти феодального абсолютизму та клерикалізму. Із безпосередньою апеляцією до громадськості виступали Марат, Робесп'єр, інші революціонери. Важливим кроком, що сприяв розширенню зв'язків з громадськістю владних і не лише владних структур, став розвиток засобів масової інформації. І якщо перша газета Ю. Цезаря, про що йшлося вище, охоплювала десятки, може, сотні представників громадськості, то газети ХУІІІ століття вже досягали тисяч людей. За відомостями істориків, у Європі ХУІІІ століття існувало вже не менше 150 газет, які відображали політичне життя того часу. Проте грамотність населення була дуже низькою. Як зазначає Дж. Рюде, навіть у таких великих містах, як Лондон і Париж, рівень грамотності серед населення становив 40-50%; у чорноробів він був нижчим, ніж у ремісників, а в жінок – ще нижчим. Менше половини представників паризьких низів і лише 6-7 із 10 ремісників могли розписуватися чи прочитати інформацію в численних брошурах та рукописних журналах того часу.



Існують думки, що одним із перших політичних діячів, який за допомогою преси завоював громадську думку, став Наполеон Бонапарт. Так, він не тільки майстерно використав пресу, але й не гребував робити собі імідж, здійснюючи відверто популістські вчинки, які, однак, дуже подобалися рядовим французам. Так, виявивши під час огляду табору солдата, що спав у караулі, він, замість того, щоб віддати його під суд, забрав його рушницю і почав крокувати, немов простий солдат. Варта на чолі з капралом, була вражена до глибини душі, а Наполеон, немов так і повинно було бути, попросив їх не шуміти і дати молодому солдату поспати. Природно, що розповідь про таку поведінку імператора моментально поширилась в лавах армії і, безсумнівно, додала йому любові і обожнювання. Недарма багато французьких солдат в боях вмирили з ім'ям імператора на устах. Сам Наполеон неодноразово говорив про те, що «чотири газети можуть заподіяти ворогові більше зла, ніж стотисячна армія». У межах країни Наполеон поставив пресу в умови жорсткої регламентації, різко скоротив кількість приватних видань. Одночасно він усіляко заохочував газети, призначені для підтримки його влади в країнах, які він завоював. Нинішні PR-мени знаходять у наполеонівській пропаганді характерні риси психологічних війн як специфічного засобу державних публік рилейшнз: настійливі твердження про єдність у власному таборі й розлади у противника; замовчування несприятливих відомостей і виставляння вигідних; висунення легкодоступних гасел; фальсифікація історичних фактів; постійне повторення вигідних тем; викривлення повідомлень преси противника; спроби висміювання ворогів, звинувачуваних у своїх власних злочинах.



Однією з перших організаційних форм, що застосовувалися для встановлення зв'язків з громадськістю, стала спеціальна організація, створена в 1622 році Ватиканом. Вона отримала назву «Конгрегація пропаганди віри» і мала за мету «допомогти утримати віру» і зберегти церкву. Учені вважають, що саме тоді був уведений в обіг термін «пропаганда». Це поняття спочатку означало поширення ідей і догматів католицької церкви. Зазначають, що й досі Ватикан має у своєму розпорядженні потужний і розгалужений апарат для зв'язків з громадськістю. Керівник цього відомства посідає в церковній ієрархії Ватикану високий ранг архієпископа. На думку ряду істориків ПР-діяльності, ПР-технології працювали на рекламування в Європі переваг і дешевизни незаселених американських земель з метою пріпривлечення нових колоністів і засобів в Америку в XVI столітті. Ці акції меті сформувати стійкий і привабливий імідж колоній шляхом маніпулювання суспільною свідомістю. ПР-технології робили також перші спроби залучити благодійників, спонсорів і потенційних інвесторів для отримання пожертвувань для нових американських навчальних закладів (в 1632 році цим займався Гарвардський коледж). Слід підкреслити, що в 70-80-ті роки XVIII століття ПР в США розвивалися переважно в політичній сфері. ПР-кампанії, що проводилися прихильниками американської незалежності А. Гамільтоном, Т. Джефферсоном, Д. Адамсом, Б. Франкліном, П. Пейджем, були суто пропагандистськими. У цей період формуються технології інтенсивного просування, як індивідуального іміджу лідера, так і політичних та суспільних ідей. Перед батькамизасновниками США в роки підготовки та ходу революції стояло складне завдання: позиціонувати не надто популярну ідею незалежності колоній в умовах тривала 8 років Війни за незалежність, коли у більшій частини населення, особливо в початковий період боротьби, не було чіткої позиції щодо незалежності

THANK'S
FOR
WATCHING

