

УДК 007 : 304 : 659.1

УКРАЇНЬСЬКА КУЛЬТОВА ПРОТОРЕКЛАМА

Валентина Мороз

*Класичний приватний університет,
вул. Жуковського, 70-б, 69002, Запоріжжя, Україна,
e-mail: Moroz.valentina.yak@yandex.ua*

У статті зосереджено увагу на етично неоднозначних ситуаціях, у яких журналіст постає перед вибором поведінкової стратегії. Наголошено на потребі засвоєння етичних стандартів шляхом аналізу “сірих зон” у фаховій діяльності медійника, запропоновано критерії класифікації етичних дилем та сформульовано орієнтовний кейс виробничих ситуацій.

Ключові слова: етичний кодекс, етично неоднозначні ситуації, поведінкова стратегія журналіста, етична дилема, кейс етичних дилем.

Проблема вивчення джерел рекламної діяльності, етапів її виникнення і становлення викликає серед учених різні дискусії і суперечки. Деякі дослідники вважають, що проторекламні процеси виникають тоді, коли створюються необхідні історико-культурні передумови для їх розвитку. Покликаючись на археологічні джерела, етнографічні матеріали, вони доходять висновку, що в глибинних шарах культури формується добір комунікативних засобів, які можна окреслити поняттям протореклама [11, с. 13].

Протореклама як соціокультурний феномен має свої витoki, функції, своєрідну побудову. Виділяючи проторекламу сакральну, престижну, ремісницьку, власницьку, В. В. Ученова вказує на знакову її побудову, з-поміж знакових функцій виокремлює сигнальну і демонстративну, характеризує роль протореклами в самоідентифікації особистості [11, с. 15]. Крім цього вона зазначає, що протореклама, базуючись на функціях демонстрування, являє собою знаково-символічний комплекс, наявність якого в культурі сягає глибокої давнини — епохи палеоліту. Демонстративні проторекламні процеси, на її думку, включають до свого складу архетипні символи, які в свою чергу впливають на варіанти символізації в культурі. В. В. Ученова знаки власності і знаки авторства вважає варіантами протореклами, серед засобів власницької символіки називає тавро, штамп, печатку [11, с. 24-25].

Історії рекламних комунікацій присвячені праці: Корнилов Л. В., Фильчикова Н. Б. От глашатая до неона, 1997; Ромат Е. В. Реклама, 1996; Ученова В. В. История рекламы, 2002; Ученова В. В. Философия рекламы, 2003; Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России, 2003; Феофанов О. А. США:

реклама и общество, 1974; Хавкіна Л. М. Український рекламний міф: шляхи творення, основні компоненти та особливості функціонування, 2010 та ін.

Проблеми вивчення демонстративних способів застосування знакових форм, проторекламних процесів і суттєво рекламних явищ на сьогодні є актуальними і потребують наукового висвітлення у сфері теле-радіожурналістики і соціальних комунікацій. Не менш важливими й актуальними є питання історії становлення і розвитку української протореклами, її функцій і різновидів.

Рекламна діяльність бере свій початок з глибокої давнини — епохи палеоліту. Історію первісного суспільства вчені поділяють на кілька періодів: палеоліт (давній кам'яний вік), мезоліт (середній кам'яний вік), неоліт (новий кам'яний вік), енеоліт (мідно-кам'яний), бронзовий вік [2, с. 9]. Доба бронзи характеризується значною кількістю археологічних культур (близько 20): шнурової та багатоваликової кераміки, Тщинецько-Комарівської, катакомбної, зрубної тощо, котрі належали до різних груп племен [4, с. 14]. В архаїчній культурі бронзової доби (II тис. до н. е.) формується значний за обсягом шар культової протореклами, в якому поєднуються процеси символізації і демонстрування [11, с. 16]. Наприклад, із широким використанням у господарстві коня поширюється його культ. Особливе місце він посідає в міфології індоіранських племен (уподібнюється сонцю). У поховальному ритуалі кінь є посередником між світом живих і царством мертвих [4, с. 14].

Рекламні зображення плуга на плитах навісу Таш-Аір у Криму та наскельні малюнки биків у ярмі в Кам'яній Могилі в Приазов'ї у II тис. до н. е. пропагують орне землеробство, хоча у степових регіонах основним було скотарство. Серед багатоманітних землеробсько-скотарських племен Східної і Середньої Європи в II тис. до н. е. виділяють племена культури шнурової кераміки (або культури бойових сокир) [5, с. 20]. Рекламна назва походить від широко-вживаного ними способу прикрашати глиняний посуд відбитками шнурка та від знахідок великої кількості кам'яних шліфованих із просвердленими отворами сокир, які рекламували як зброю. В Україні жило кілька племінних груп “шнуровиків”: на Прикарпатті та Поділлі, на Волині, на Середній Наддніпрянщині. Це були переважно скотарі, менше — землероби, які мандрували з одного місця на інше, споруджуючи тимчасові поселення. Їхня рекламна діяльність виявлялася у великому умінні виготовляти крем'яні знаряддя і зброю. Явище символізації як один із способів протореклами знаходить своє вираження у їхніх похованнях. Померлих ховали під могильними насипами і ставили поруч посуд, зброю з кременю та каменю. Рекламна торговельна діяльність виділяла “шнуровиків” з-поміж інших племінних об'єднань: вони підтримувала зв'язки зі спорідненими та чужими племенами в близьких і далеких краях, у тому числі з Кавказом і Єгиптом [8, с. 14]. До археологічних культур енеоліту належить середньостогівська культура (IV — III тис. до н. е.). Її представники жили на Придніпров'ї, Сіверському Дінці, Донбасі. Основним заняттям цих племен було розведення коней. Звідси в Європі поширився орнамент на посуді, зроблений відбитком шнура. Культурами кочових скотарів часів енеоліту і бронзи учені вважають також ямну та катакомбну (III — II тис. до н. е.). Ямна культура була поширена на території від Нижнього Поволжя до Нижнього Придніпров'я. Назва культури походить від звичаю ховати небіжчиків у прямокутних ямах під курганами. У могилу клали посуд з їжею, знаряддя праці, зброю та бронзові прикраси. У похованнях знайдено частини возів [3, с. 13–14]. Наявність коліс-

ного транспорту свідчить про рекламний характер товару, про джерела його виникнення, характер обміну, засоби застосування.

Характерними археологічними культурами бронзового віку на значній частині України є катакомбна і зрубна. Рекламою про зростання ролі військової справи можна вважати поховання чоловіків з великою кількістю зброї, оскільки війна ставала вигідною, бо велася з метою розширення території заради грабів, захоплення військовополонених, яких перетворювали на рабів або використовували як товар. Назва катакомбної культури походить від гробниць — катакомб. Ці племена розселилися в степу від Волги й Кавказу до пониззя Дунаю [3, с. 14]. Рекламою про посилення ролі батьківського права в роді і встановлення патріархальних відносин є парні поховання чоловіка і жінки катакомбної культури, де наявні сліди насильницького умиртвіння жінки [10, с. 14].

У кінці епохи міді–бронзи райони Північного Причорномор'я від Карпат до гирла Дунаю і Кубані опанували кіммерійці. Їх відносять до пізнього етапу розвитку племен так званої зрубною культури (назва походить від укріплень із зрубів дерева), що займала величезні простори від Дністра до Уралу, від Карпат до Криму і Кавказу. Кіммерійці займалися скотарством і землеробством. Про їхню рекламну діяльність свідчать торгові контакти з Кавказом і Середземномор'ям, вони виготовляли і широко застосовували металеві знаряддя праці і зброю [5, с. 20]. Елементи протореклами в їхній культурі виявляються в археологічних дослідженнях поховань: небіжчиків кіммерійці ховали в глибоких ямах, а зверху насипали кургани. Рекламна діяльність войовничих кочовиків характеризується ще й тим, що вони клали до поховань стріли з бронзовими й залізними вістряма, залізні мечі, кінську зброю, керамічні горщики, келихи й великі посудини, пофарбовані й прикрашені орнаментом [3, с. 15].

Рекламний характер мали складні орнаменти, що прикрашали руків'я кинджалів і деталі вузди, тому найкращими зразками кіммерійського геометричного стилю є різьблені прикраси кінської вузди з кургану поблизу с. Зольне в Криму [10, с. 26]. Основу декору становили різноманітні геометричні фігури — спіралі, ромби, квадрати, що комбінувалися одна з одною в різних варіантах і являли собою знаково–символічний комплекс.

Рекламними на курганах є кам'яні стели, на яких зображали фігуру воїна з широким поясом, ножем, сагайдаком тощо [3, с. 15]. У такий спосіб кіммерійська монументальна скульптура рекламувала предмети військового обладунку й деталі одягу — пояси, кинджали та ін. Такі статуї встановлювали над похованнями знатних кочовиків [6, с. 12].

У добу бронзи в Україні існували три етнічно–культурні зони, в яких населення, їхня віра і господарство мали свої характерні риси. На Правобережжі Дніпра, на Наддністрянщині, на Волині та Поділлі мешкали індоєвропейські племена з давніми традиціями землеробської культури, серед яких були предки праслов'ян [1, с. 12].

Лінгвістичні та археологічні дослідження свідчать, що землі між Сяном на заході і Дніпром на сході, Прип'яттю на півночі та Карпатами на півдні були прабатьківщиною слов'ян. Тут уже в середині II тис. до н. е., як вважають вчені, починається формування праслов'янських племен, походження яких пов'язують з консолідацією частини племен, які ще на початку II тис. до н. е. відокремилися від індоєвропейського масиву. Їхня мова, матеріальна культура і вірування мали багато спільних рис. Їм належить тшинецько–комарівська культура, що увібрала

в себе елементи інших культур (сусідніх праугрофінів та прибалтів на півночі, прафракійців, індоіранців — на півдні). Історію праслов'ян вчені поділяють на два періоди: ранній (протослов'яни) та пізній [1, с. 13].

Ранній (XVI–XI ст. до н. е.) був періодом консолідації праслов'янських (протослов'янських), загалом індоєвропейських, племен. Йому відповідали тшинецька, комарівська та білогрудівська археологічні культури. Племена, що залишили ці культури, жили на берегах річок та озер у наземних і напівземлянкових житлах, збудованих переважно з дерева. Ці племена займалися землеробством і скотарством [1, с. 13]. Знаковими елементами протореклами можна вважати кам'яні і крем'яні знаряддя праці. Явище символізації характеризує посуд, який ліпили вручну (без гончарного круга). Кераміка вражає багатством форм і орнаменталізації. З рекламною метою широко використовували бронзову зброю, менше — знаряддя та прикраси [1, с. 13].

Знакові процеси культової протореклами простежуємо в поховальних обрядах, які були різноманітними, оскільки протослов'яни формувалися із племен шнурової кераміки, прафракійців, нащадків трипільців. Поховальні пам'ятки свідчать про наявність у ранніх праслов'ян (протослов'ян) культу померлих, культу предків. У часи пізньої бронзи він насичений багатоманітністю. Поряд з цим з'являються землеробські культури та вірування: культ вогню, сонця, домашнього вогнища, домашніх тварин та ін. Культ і вірування ранніх праслов'ян наприкінці бронзової доби вже формуються у складну світоглядну систему — слов'янське язичництво. Померлих ховали у скорченому чи випростаному положенні або спалювали (кремація). Над померлими насипали кургани або ховали їх в ґрунтових могильниках, нічим на поверхні не позначених. Крім цього, елементи протореклами простежуємо в похованнях родової знаті. Праслов'яни вірили в потойбічний світ і клали в могилу зброю, знаряддя праці, прикраси, посуд з їжею [1, с. 13].

Отже, в епоху палеоліту (давній кам'яний вік), мезоліту (середній кам'яний вік), неоліту (новий кам'яний вік), енеоліту (мідно-кам'яний), бронзового віку на теренах України в архаїчній спільноті, в її побуті формуються елементи культової протореклами, яка містить у своєму складі процеси символізації і демонстрування. Вони знаходять своє реальне вираження у дотриманні традицій, узвичаєних правил, здійсненні ритуалів. Проблема вивчення української протореклами, її сутності, витоків, функціональних особливостей потребує подальшого наукового висвітлення у сфері теле-радіожурналістики й соціальних комунікацій.

1. *Білоцерківський В. Я.* Історія України: навч. посібник. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 536 с.
2. *Бойко О. Д.* Історія України [Текст]: навч. посіб., 3-тє вид. / Олександр Дмитрович Бойко. — К. : Академвидав, 2008. — 688 с.
3. *Бонь О. І., Іванюк О. Л.* Історія України [Текст]: курс лекцій / Олександр Іванович Бонь, Олег Леонідович Іванюк: навч. посібник. — К. : Вища школа, 2008. — 463 с.
4. *Верстюк В. Ф., Гарань О. В., Гуржій О. І.* / за ред. Смолія В. А. Історія України : нове бачення. — К. : Альтернативи, 2000. — 464 с.

5. *Децинський Л. Є.* Історія України та її державності. Курс лекцій: навч. посібник / Л.Є. Децинський, С.В. Терський, І.Я. Хома, В.М. Тарабан, Р.Д. Зінкевич, Я.Я. Денісов, І.О. Гаврилін, І.В. Буковський, А.Я. Нагірняк. — Львів : Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2009. — 476 с.
6. *Довжук І. В.* Історія культури України: підручник. — Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. — 552 с.
7. Історія державності України: експериментальний підручник / За заг. ред. Бандурки О. М., Ярмиша О. Н. — Х. : ТОВ “Одіссей”, 2004. — 608 с.
8. Історія України / Керівник авт. кол. Юрій Зайцев. — Вид. 2-ге, зі змінами. — Львів : Світ, 1998. — 488 с.
9. *Лазарович М. В.* Історія України: навч. посібник / Микола Васильович Лазарович. — К. : Знання, 2008. — 683 с.
10. *Литвин В. М., Мордвінцев В. М., Слюсаренко А. Г.* Історія України: навч. посібник. — К. : Знання-Прес, 2002. — 669 с.
11. Ученова В. В. История рекламы. — 2-е изд.-е. / Виктория Васильевна Ученова. — СПб. : Питер, 2002. — 304 с.

UKRAINIAN CULT PROTOKREKLAMA

Valentyna Moroz

Classical Private University,
Zhukovsky st., 70-b, 69002, Zaporozhye, Ukraine

E-mail: Moroz.valentina.yak@yandex.ua

The article is devoted to the history of Ukrainian protokreklamy, review stages of its formation and development, to analyze its specific functions and symbolic forms as a means of communication. Attention is paid to the functional features of Ukrainian religious protokreklamy in the Bronze Age (second millennium BC.).

Key words: advertising communication, sign systems protokreklamy, cult protokreklama, bronze age.

УКРАИНСКАЯ КУЛЬТОВАЯ ПРОТОРЕКЛАМА

Валентина Мороз

Классический частный университет,
ул. Жуковского, 70-б, 69002, Запорожье, Украина

E-mail: Moroz.valentina.yak@yandex.ua

Статья посвящена истории украинской протокрекламы, рассмотрению этапов ее становления и развития, анализа ее функций и знаковых форм как средств коммуникации. Обращено внимание на функциональные особенности украинской культовой протокрекламы в эпоху бронзы (II тыс. до н. э.).

Ключевые слова: рекламные коммуникации, знаковые системы протокрекламы, культовая протокреклама, бронзовый век.

Стаття надійшла до редколегії 01.09.2011

Прийнята до друку 26.09.2011