

## **Исторические корни технологий общественных связей (паблик рилейшнз)**

**Адишова К.**

**Директор Ошского государственного архива**

У каждого значимого вида человеческой деятельности есть своя собственная история. По-другому, понятно, и быть не может. Ведь чтобы превратиться в нечто конкретное, нечто узнаваемое и осязаемое, требуется пройти длинный путь ошибок, разочарований, наконец, свершений и побед. В толще накопленного опыта – как положительного, так и отрицательного – пытливая человеческая мысль рано или поздно находит интересные взаимосвязи и зависимости.

Изучение эволюции связей с общественностью позволяет глубже понять их функции, а также их сильные и слабые стороны. Как зародилась технология паблик рилейшнз (ПР)? Каковы ее исторические корни?

Ответить на эти вопросы так же легко, как решить проблему первенства яйца и курицы. Поскольку в основе ПР не только искусство убеждать людей, но и умение влиять на их поведение, иногда самым гениальным ПР-меном называют Иисуса Христа.

Первое историческое упоминание об информационном пространстве и системе коммуникаций – естественной среде обитания ПР – содержится в Библии: «В начале было слово». А первой пиаровской акцией, проведенной по всем суперсовременным законам «жанра», можно назвать действия змия-искусителя, уговорившего-таки Еву испробовать райское яблочко в Эдемском саду.

«История ПР столь же древняя, как и само человеческое общество. Новое здесь – это распространение идей, связанное с индустриализацией и ускорением темпа жизни, и появление новых средств связи. Первое создало потребность в установлении связей с общественностью, а средства массовой информации явились для этого инструментом», - Сэм Блэк.

Умение влиять на точку зрения или поведение других людей ценилось еще в глубокой древности. Война всех против всех разрушает общество. Для нейтрального сосуществования с окружающими требуется хоть иногда в чем-то с ними соглашаться.

Языки, храмы, литература, искусство, деньги и т.д. – результат такого согласия. Достигается оно коммуникацией – межличностной и групповой. Как показывает опыт, «соглашательство» – процесс тяжкий, зависящий не от одного лишь обмена разнообразными сведениями. Не менее важно умение убеждать – желательно, корректно и навязчиво.

Скажем, пирамиды, статуи, храмы, гробницы – примеры увековечения и обожествления правителей. Сила великих мира сего покоилась на религиозных убеждениях поданных.

А вот на территории современного Ирака археологи обнаружили клинопись почти четырех тысячелетней давности. В ней имелись и предписания земледельцам – когда и как сеять семена, как проводить ирригацию... То были своего рода «информационные бюллетени», подобные тем, которые рассылаются фермерам.

Элементы современного ПР можно обнаружить и в описаниях «должностных обязанностей» королевских шпионов Древней Индии. Они занимались не только разведкой, но и знакомили короля с настроениями

подданных, создавали благоприятный имидж владыки в глазах подданных, распространяли слухи, выгодные королевскому правительству.

Древние искусство и литература немало постарались на ниве прославления героических деяний полководцев и вождей. Взять, к примеру, эпос «Манас» или искусство певцов-акынов, прославлявших перед публикой народных героев. Образы последних ярко расписаны, выступления многих вождей остаются образцами высокого красноречия. Это благодаря высокой силе убеждения стихотворцев.

В Древнем мире одним из основных средств убеждения являлась риторика. В известном трактате «Риторика» выдающийся мыслитель античности Аристотель ввел понятие «этос». Термин подразумевал отношение публики к оратору, которое есть важнейшая предпосылка успеха трибуна.

Один из самых блестящих римских ораторов и политиков – Цицерон – стремился постичь психологию, интересы, вкусы публики. В трудах по риторике он очертил задачи выступающего на аудиторию: овладеть волей и поведением, суметь подвигнуть людей к активной деятельности.

Философы Древней Греции немало писали о внимательном отношении к желаниям публики, что свидетельствует о значении, которое они придавали общественному мнению. Сам этот термин, правда, почему-то они не изобрели, хотя приблизились к нему, что называется, вплотную. Ведь именно в их когорте родилось понимание, что воля народа может быть огромной деятельной силой.

Древние римляне пошли еще дальше и придумали вот какую крылатую фразу: «Глас народный – глас Божий...» Впоследствии с ними вполне согласился итальянский политический мыслитель Никколо Макиавелли: «В сравнении гласа народного с гласом Божьим заложен немалый смысл».

Особо ценили искусство общения, спора, умение убеждать древние греки. Хороший оратор в Элладе мог стать политическим лидером. Ради собственного признания политики нередко обращались к софистам – учителям мудрости и красноречия – за помощью в словесных баталиях.

Со времен софистов практика воздействия на умы связывалась с искусством вести дебаты при соблюдении правил этики.

Софисты предложили принцип лоббирования, т.е. стремления влиять на законодателей логикой суждений, умением убеждать.

Вершины в искусстве публичного диалога достиг древнегреческий философ и воспитатель юношества Сократ. Не оставив после себя ни одной написанной строки (за него это сделал Платон, поскольку сам мудрец полагал, что «письмена мертвы»), Сократ стал ключевой фигурой в истории человеческой мысли – настолько сильным было его воздействие на современников и потомков.

Основой ведения диалога Сократ, а затем и его ученики объявили поиск истины. Философ определил и необходимые качества полноценного спора: признание уникальности каждого собеседника, их равенство друг перед другом, стремление к взаимопониманию, желание как можно точнее объяснить свою позицию и полнее усвоить точку зрения противника в совместном движении к истине.

Выдающимся мастером техники влияния на массы был Юрий Цезарь. Всякий раз перед военными сражениями он добивался народной поддержки с помощью распространения специально изготовленных обращений и проведения театрализованных представлений. Не случайно во время Первой мировой войны Комитет общественной информации США обратился к опыту римского

императора, дабы пробудить патриотизм американцев и обеспечить их поддержку президенту Вильсону.

История свидетельствует: Паблик рилейшнз вобрал в себя разнообразные технологии воздействия и убеждения из тех, что доказали свою эффективность на протяжении многих веков. В частности, весьма прижились ко двору приемы риторики, умелое использование символики и разного рода лозунгов.

Инструментарий влияния на человеческие умы широко применялся для управления обществом и при подготовке к агрессивным военным столкновениям. психологическая война кажется детищем XX в., но способы ее ведения при подготовке непосредственно к боевым действиям были разработаны еще в Древнем Китае философом и полководцем Сунь-цзы. Потом они широко использовались на протяжении всей мировой истории войн.

К примеру, отдельные элементы психологической войны активно способствовали проведению Крестовых походов, организованных католической церковью. Папа римский Урбан II весьма изобретательно и тонко натравливал европейских владык и их доверчивых поданных против мусульманского халифата. В 1095 г. через кардиналов, архиепископов, епископов и священников он довел до паствы Западной Европы свое послание: «священная» война с «осквернителями» гроба Господня провозглашалась служением Божьим. Крестовый поход рекламировался не только как единственная возможность посетить святые места: его участникам были обещаны отпущение грехов и сокровища «врагов веры», удивительным образом сосредоточившихся на богатом Востоке.

Позже католическая церковь учредила свою «Конгрегацию по распространению веры». Она была призвана «помочь удержать веру». Именно оттуда берет начало широкое использование термина «пропаганда» - в смысле «воздействие» на общественное мнение».

И поныне Ватикан держит в своих руках мощный разветвленный аппарат по связям с общественностью. Руководитель этого ведомства имеет высокий ранг архиепископа.

История Великобритании тоже содержит ПР-элементы. Много столетий назад английские короли ввели должность лорда-канцлера – «хранителя королевской чести» - поскольку поняли необходимость присутствия третьей стороны в общении власти и подданных. Нужна была инстанция, способная обеспечить информационную связь, уладить проблемы между правящей элитой и народом.

Индустриальному обществу и промышленной революции предшествовали эпоха Возрождения, период Реформации, открытие Нового Света. Достигнутые исторические прорывы расширили горизонты человеческого знания. Каждое из них позволило людям по-новому оценить себя и окружающий мир.

Настоящей революцией стало возникновение средств массовой информации. Точкой отсчета обычно называют 1438 г., когда Иоганн Гутенберг основал первую европейскую типографию. Он разработал новую технологию процесса печати, использовав подвижные литеры. Это открытие дал не только громадный толчок развитию человеческой культуры, но и вооружило сферу связей с общественностью. Письменность, которая тысячелетия развивалась от насечек на камнях, клинописи глиняных дощечек, иероглифов папирусных свитков – до рукописных книг на пергаменте, а потом и на бумаге,

относительно быстро завоевала огромную аудиторию. Массовые тиражи книг, газет, распространение печатной продукции изменили мир.

Справедливости ради отметим, что согласно историческим сведениям, Китай и Корея использовали печатные станки задолго до Гутенберга. В корейском музее под Пхеньяном можно увидеть металлические иероглифы и приспособления для их перемещения. Появление этих печатных форм ученые относят к IV-V вв. Культура Древнего Востока намного обогнала Запад. Та же бумага в Китае появилась за тысячу лет до того, как о ней узнали европейцы.

Зато несомненен приоритет западной мысли в последовавших технологических свершениях. Стратегия и тактика связей с общественностью, само ремесло ПР всегда зависели от развития средств коммуникации и распределения информации, от технических возможностей общества. То, что привнес в эту область XX век, не идет ни в какое сравнение с предшествующими эпохами. За нынешним ПР стоят электронные средства коммуникации – телеграф, телефон, телекс, факсимильная и спутниковая связь, кино, радио и телевидение, компьютерные сети (Интернет). Нет никакого сомнения в том, что прогресс на этом не остановится.