

УДК

**МАСОВІ АКЦІЇ ЯК НОСІЇ РЕКЛАМНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У КОНФЕСІЙНІЙ,
ВІЙСЬКОВО-ПАТРІОТИЧНІЙ ТА ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРАХ***Георгій Маценко*

*Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ»
Львівське відділення пр.Шевченка, 11, 79005, м.Львів,
e-mail: gmacenko@mail.ru*

Розкрито роль масових акцій як носія рекламних елементів у конфесійній, військово-патріотичній та політичній сферах. Започатковані ще за доби Античності й розвинені в часи Київської Русі, вони зазнали трансформації, наповнились новим змістом і стали носіями втілення потреб свого часу.

Ключові слова: реклама, масові акції, конфесійна, військово-патріотична та політична скерованість суспільних заходів.

Дослідження присвячено розвитку й удосконаленню організації та проведення масових акцій з метою досягнення певних цілей ідейних натхненників за часів Київської Русі, Середньовіччя, Нових часів і в XIX ст. Зазначимо, що тема цікавила низку авторів. Утім всі вони розглядали питання сучасного дискурсу в цьому напрямі. Так, всебічному аналізу реклами та PR як концептуальних складників сучасного медіа простору присвячено колективну монографію «Реклама та PR у масово інформаційному просторі» [13]. Роль PR у впливі на громадську думку взагалі й у створенні іміджу зокрема розглядається у навчальному посібнику Г.Владимирської, П.Владимирського [1]. У розвідці В.Гупаловської «Психологія реклами» [2] аналізується політична реклама та іміджмейкінг, методи та засоби підвищення ефективності політичної реклами. В дослідженні В.В.Ученової «История рекламы» розглядається розвиток демонстративної символізації в культурі, прообрази політичної реклами в народних видовищах, культурологічна концепція реклами.

У нашій статті низка цих та «паралельних» питань досліджуються в історичній і політологічній площині, охоплюючи кілька століть, що дало змогу дійти висновку: багато явищ зі сучасного життя є «добре забудим» з минулого, і замість того, щоби «винаходити велосипед», доцільно скористатися досвідом предків.

Елементи реклами в масових акціях у Київській Русі. Важливу роль у суспільному житті Київської Русі відігравали масові акції, котрі обов'язково мали агітаційно-пропагандистську та проторекламну складову.

Релігійні акції. Вже на початках християнства відбувся процес повсюдного знищення ідолів давньої віри. «Це не боги, а дерево, - повчав варяг-християнин у формі войовничого гасла, - сьогодні є, а завтра гние... А Бог, якому служать греки, - є один» [5, с.142].

Володимир Великий у перший день після Хрещення наказав ідолів скидати, рубати і палити. Статую Перуна прив'язали коневі до хвоста і тягнули до Дніпра, 12 осіб били його залізом. Відтак кинули до ріки, і князь наказав: «Як де пристане, відбивайте його від берега, аж перейде пороги». А згодом, коли князь Володимир святив у Василькові коло Києва нову церкву, то «створив празник великий, наварив 300 мір меду і

призвав бояр своїх і посадників, старшин із усіх городів і людей багато і роздав убогим 300 гривень. Празникував князь вісім днів» [6, с.32-38].

Політичні та соціальні акції. Великого значення надавалось масовим акціям і в політичному житті. У найдавніші слов'янські часи княжа влада ще не мала великого впливу, усі важливі справи вирішували збори громади – *віче*. Ця народна рада збиралась насамперед тоді, коли у волості з певних причин не було князя. Сходилися громадяни столиці, щоб вирішити, кого запросити на княжий престол. І хоча існував спадщинний порядок і котрийсь із князів виступав зі своїм правом до князівства, але громада часом противилася йому і вибирала іншого, «любішого» князя. «Ми його не хочемо, ти - наш князь,» - так мовили люди до Ізяслава Ярославича, виступаючи проти його брата В'ячеслава. Коли ж прибув сюди новий князь, громадяни знову сходились на віче, аби укласти з ним умову, так званий ряд. Наприклад, вимагали, аби князь особисто вів суд [6, с.59-60]. Отже, віча яскраво засвідчували демократичний устрій у суспільстві, де колективна думка залежала від кожного з учасників.

Віче скликали різними способами: калатали в дзвони, грали в сурми, або княжі посланці їздили містом і голосно повідомляли про це народу. Так зароджувалась *аудіо, звукова реклама* із використанням технічних засобів чи за допомогою спеціально призначених людей – кликунів, котрі розіжджалися містом.

Військово-патріотичні акції. Ще одним приводом для віча було зібрання для вирішення надзвичайних засобів оборони. Так, 1068 р. половці напали на Київщину й перемогли трьох князів Ярославичів, які проти них вийшли. Тоді кияни, котрі повернулися з невдалого походу, скликали віче і зажадали від князя Із'яслава зброї та коней. Отже, на нашу думку, це яскравий зразок військово-патріотичної протореклами. Ще один її зразок - урочиста *демонстрація трофеїв*. У XI ст. відбулася така демонстрація у Києві, неподалік Десятинної церкви, на торговельній площі Бабин Торжок. За словами Нестора-літописця, це – вивезені Володимиром Святославичем із Корсуня (Херсонеса) «две капици и 4 кони мідяни», тобто дві скульптури античних богинь і квадрига (четвірка) коней [5, с.158]. Отже, маємо чи не перший зразок такої рекламної форми, як *виставка*.

Ремісничо-професійні акції. У творі «Сказаніє про Бориса та Гліба» згадується «старий огородник» на ім'я Жадан у Вишгороді (під Києвом), який «творяще празденство святому Николе по вся лета». Названий теслярський староста, котрий влаштував кожного року бенкет на честь покровителя теслярів, цікавий для нас тим, що це, вірогідно, була зародкова форма об'єднання ремісників. Бенкет радше за все, мав характер закритого *корпоративного заходу* й ставновив регулярну форму святкових цехових зборів братчиків. Отже, урочисті заходи, які стали традиційними, слугували ремісничо-професійною проторекламою діяльності кваліфікованих фахівців та їхнього об'єднання, що, вочевидь, процвітало.

Елементи протореклами та реклами у масових акціях доби середньовіччя.

Чимало рекламних чинників містили урочисті процесії, котрі інтегрувалися та взаємодіяли. Це – декламація хвалебних віршів, демонстрації трофеїв, здобутих у боях. Такі процесії, що постали кризь віки ще з античних часів, виконували подібну функцію – становили одну з форм задоволення суспільної необхідності у самооцінці, самопізнанні й самоутвердженні. Споглядаючи та приєднуючись до святкового дійства, населення відчувало себе причетним до величі рідного міста, батьківщини. Водночас це - й прообраз рекламних акцій, цілеспрямованого поєднання багатьох знакових засобів –

музики, співу, танцю фарсу, ораторської майстерності, мобілізованих заради одномоментного “шокового” впливу на потенціального “споживача”.

Релігійні акції. Суттєвою частиною відправлення християнського культу в Середньовіччі були *релігійні процесії*, які застосовували не лише під час канонічних свят, а й на честь багатьох місцевих святих. Населення міст виходило на вулиці, приєднувалося до процесії, що урочисто рухалась і несла предмети духовного поклоніння – ікони, скульптурні зображення Христа, хоругви. Подібно до процесій античної доби, така демонстрація загальноновизнаних соціальних цінностей набула ознак рекламного аранжування, усім складом засвідчуючи популярність цього приходу, чисельність його прибічників, щедрість пастви.

Острозький літописець про урочисту процесію на Великдень 1636 р. повідомляв: «На Воскресеніє Христово, гди Християне тріумфують, утішаються, вихвалають Господа, воскресшаго із мертвих, ішли священники всі со крести от замкової церкви до храму воскресіння Христово на Новое місто і людей множество великое било». Процесія відбувалася з хрестами та корогвами. Міська варта й цехова молодь салютували з рушниць і гармат: «Також стріляють: очищеніє от гріх миру ізвіщають» [7, с.171-172].

З нагоди приїзду до Львова у 1583 р. архієпископа Яна Соліковського було влаштовано *театралізоване свято*, в якому взяли участь учні, в тому числі Домініканського монастиря. Урочисте дійство відбувалось на центральній площі Ринок. “У центрі – Христос із лавровим вінком, який знаходиться ніби у пустелі в оточенні диких тварин, - зазначають учені. - Ця картина символізувала мир та злагоду. Під музичний супровід та хоровий спів віршів, складених з цієї нагоди, руський лев ухиляє коліна перед єдинорогом, показуючи тим, що символ герба міста скоряється перед символом герба архієпископа. Надалі вся процесія повертається до кафедрального собору, де й закінчується свято музикою та співами” [12, с.7].

Політичні акції. У Львові 1588 р. відбулися святочні дійства з нагоди коронації короля Сигізмунда III. Після закінчення Служби Божої урочиста процесія пройшла навколо Ратуші в супроводі музикантів, озброєних міщан і міських слуг. Стріляли з розмаїтої зброї та показували всілякі сцени на відзначення події. В урочистостях брали участь низові козаки під проводом отамана Війська Запорозького Костянтина Ружинського; тоді 1700 козаків повернулися з походу, де вони разом із королем Сигізмундом воювали проти австрійського князя Максиміліана. Місто частувало козаків вином, а вони згідно зі своїм звичаєм гучно стріляли аж до полудня. Увечері за наказом райців міські теслі збудували на вежі Ратуші поміст, де грали сурмачі. На помості прикріпили ланцюгами велику залізну решітку: тут усю ніч горів вогонь, який було видно з усіх кінців Львова.

Масові акції як носії рекламних елементів часів Нових часів. У Нові часи масові акції, що користувались популярністю за доби Середньовіччя, набули більшого різномайття за тематикою й ідейним спрямуванням. Приміром, на додаток до суто традиційних конфесійних акцій, присвячених тому чи іншому святому або певному святу в церковному календарі, додалися акції більш ширшого масштабу, котрі охоплювали не лише віруючих, а й інші верстви населення, зокрема, молодь. Це сприяло утвердженню ціннісних орієнтацій певної конфесії серед юнаків та дівчат.

Конфесійні акції. Дні календарних свят населення українських міст, у тому числі й цехові ремісники, відзначали святковими загальноміськими урочистостями, церковними службами, колективним гулянням. Це стосувалося, наприклад, Великодня, Маковея, Хрещення. Однією з головних складових частин були хресні ходи та військові

паради міського ополчення, що супроводжували пострілами з вогнепальної зброї. Український поет на межі ХУП-ХУШ ст. К.Зіновійв так описує загальноміські урочистості:

*І похвалу Христову і днес заживають
поневаж на Великдень на радість стреляют...
І на богоявлення праздник також стреляют
очищение от грех миру извещают* [4, с.138].

Прикладом суміщення релігійного і молодіжного святкування може слугувати відзначення Вербної неділі в Києві у ХУП-ХУШ ст. Студенти Київської колегії (згодом академії) увечері напередодні загального святкування Вербної неділі здійснювали додаткові заходи – свій хресний хід і відзначали Вербну суботу. Церемонія починалась біля Георгієвської церкви у Верхньому граді, де після богослужіння студентам роздавали наперед заготовлені вербні гілочки. З ними молодь прямувала до покоїв митрополита у Софійському монастирі, владику вислуховував їхні речі на латині, благословляв і відпускав до академії на Подолі. Дорогою студенти співали “Днесь благодать Святого Духа нас собра”. Після прибуття процесії в академію відкривались двері “холодної” церкви монастиря (Богоявленський собор), і учасників урочистості зустрічав проповіддю з високої катедри студент-оратор, Хор академії виконував “Воспойте людие, благоліпно в Сионе” й на цьому урочистості закінчувались. У такий спосіб Вербна субота ніби допомагала поновленню перерваних зимовими морозами служб в академічному соборі [9. С.66-67].

Наведемо ще один приклад «суміщення»: 1767 р. було затверджено новий Статут для цеху львівських купців, де визначалось: «Старші братчики мають щокварталу закупувати братським коштом співану заупокійну св. Літургію у Львівському кафедральному костелі. На ту Літургію всі брати повинні приходити, її з побожністю слухати, а ще під карою 1 гривні, однак за винятком слушної причини, чому не був на тій св. Літургії» [3, с.521].

Політичні акції. З приводу певних знакових подій у політичному житті також влаштовувались масові акції, які мали на меті укріпити авторитет місцевих керівників, підвищити до них довіру широких верств городян. Для таких заходів використовувались випробувані рекламні елементи, скажімо, урочисте шестя та бамкання дзвонів. Окремі події, що мали значення історично-поворотних, й пов’язані з ними акції, відображені у художній прозі.

Під час облоги Львова військами Б.Хмельницького певний час доля міста була невизначеною і городяни тривожились, аби місто не взяли штурмом. Але все обійшлося – гетьман вирішив не входити в місто, лише взяти викуп. Про це з полегшенням дізнались усі: “Андрій Винар у святковому вбранні досів коня, а за ним вскочила на коні сотня львівської молоді у зброї. З Руської вулиці вийшов з процесією отець Теодосій і благословив післанців хрестом. Староста передав Андрієві привітальне письмо міської ради Львова для гетьмана з великою печаттю з левами.... Вдарили дзвони у святинях, післанці виструнчили на конях і врочистий похід із данню рушив повагом у сторону Краківських воріт. За ним ішли львівські міщани, проводжаючи своїх висланців. Жінки і діти повертались до домів. Місто спокійно зустрічало ніч. Воно було включене тепер у загальну систему безпеки, яку розгортав над усією державою новий могутній господар української землі” [16, с.421].

Військово-патріотичні акції. Пишні урочистості й театралізовані видовища влаштовували з нагоди перемоги у військових діях. Згуртовуючи масу людей навколо

радісної події, організатори яскравих святкувань використовували їх для самоутвердження своєї величі, могутності, спроможності подолати ворога. Для цього застосовували різні форми – маскарад, макети архітектурних споруд, звуковий супровід, гучне застілля і под.

У Львові 1611 р. відбулися торжества, присвячені здобуттю поляками “першої фортеці Тиберії” - Смоленська. Ця грандіозна акція на площі Ринок імітувала штурм Смоленської фортеці, збудованої з паперу і картону, з вежами та брамами. Недалеко від фортеці розташовувались «турецькі обози». Одні міщани зображували обложених москвитів, інші - поляків, котрі наступають. Розпочалася стрілянина, згодом відбувся штурм і нападники, вишикувавшись клином, висадили одну з брам фортеці. Переможці, здобувши твердиню, взяли залого в полон і, несучи перед собою трофеї, тричі провели переможених навколо Ратуші, водночас труби, барабани й вигуки радісно проголошували тріумф. Після цього переможені разом з переможцями засіли за столи пити пиво [13, с.7-8].

Елементи реклами в масових акціях XIX ст. Масові акції у XIX ст. стали масштабнішими, різноманітнішими та яскравими. Вони були напроцуд ефективним засобом широкого рекламування ідей, конфесій, політичних діячів, виконуючи певною мірою роль агітатора, “піарщика”. Для цього використовували різноманітні форми і засоби – урочисті процесії, зображувальні наочно-демонстраційні елементи, музику, декламацію, феєрверки і салюти, звукові ефекти, в тому числі, стріляння з гармат.

Релігійні акції. Деякі види релігійних акцій мали характер ритуального дійства – такою була повторювана з року в рік актуалізація священної історії, що містить елементи конфесійної реклами. Цю роль виконували процесії, в томучислі «хресні ходи» й були пов’язані з церковними святкуваннями. Особливою видовищністю вирізнялись *хресні ходи* в Києві.

У виданому в 1850 р. «Указателе святынь и священных достопамятностей Киева» названі три соборних процесії для освячення води і п’ять “приватних” (приходських) хресних ходів. Один із них – урочисте водосвяття - здійснювали біля Хрещатицького джерела, де, за легендою, рівноапостольний князь св.Володимир хрестив своїх синів. Ось так описував сучасник цю акцію у 1898 р.: “Із Десятинної церкви, де був похований Володимир, після літургії виходить хресний хід з митрополитом і двома архіереями на чолі, підходить до Михайлівського монастиря і з-за його мурів постає на горі. Серед дерев рухається хоругва за хоругвою, і весь величний хід повільно спускається з гори. На півдорозі зліва підходить другий хресний хід – монастирів і церков Подолу, а справа, від густого Царського саду – третій з Печерської лаври. Усі три хресних ходи, злившись разом, беруть участь у молитовному співі, який здійснює митрополит у каплиці Хрещатицького джерела. Відтак святитель піднімається на сходи пам’тника Володимира й звідти перехресує усі сторони. І на далекій відстані видно і митрополита, освітленого полуденним сонцем, і хрест, що сяє в його руках. Усі гори київські усіяні строкатими натовпами народу, військо, вишикуване в горах, віддає честь, музика грає молитву” [9, с.232-233].

Отже, утвердження верховенства священництва над світською владою тут демонструється вельми наочно – усі рекламні елементи засвідчують, що саме є першорядним, найголовнішим.

Політичні та соціальні акції. У період, який розглядається, поширилися масові акції, у котрих поєдналися конфесійні й соціальні елементи. Це яскраво втілилось у так званих *магдебурзьких церемоніях* у Києві. Вони охоплювали паради міського війська на

святкуваннях 1 серпня, в день Хрещення Господнього. І хоча ці дати були пов'язані з церковним календарем, урочистості вважались святами київського самоврядування.

Про одну з таких акцій розповів сучасник у першій половині ХУІІ ст.: «У літургії в соборній церкві Успіня Пресвятої Богородиці на Подолі священнодіє митрополит, а навколо храму розташувалися товариші “Золотої короєви”, кіннота, що мала трубачів, литаври і знамена... Після закінчення літургії духовенство в облаченні з хрестами та хоругвами йде до фонтана Самсоновського і святить у ньому воду. Під час співу з шумом злітає 3-фунтова ракета і, лопаючись на висоті, подає знак. Гримить музика, кіннота починає марширувати навколо Гостинного двору до Контрактового і зупиняється ліворуч. За нею йде піхота й витягується уздовж Братського монастиря праворуч. Духовенство після закінчення водоосвячення, чиновники й імениті городяни йдуть до верхньої зали Контрактового дому на т.з. “закуску”. Незабаром починають гуркотіти гармати, баламкати дзвони, грати музики зі супроводом ударів на величезному барабані... Відтак розсіюються маси диму й покриті порохом члени церемонії -

Шевці, кравці і ковалі,

Цехи різницький, коновальський,

Кушнірський, ткацький, шаповальський -

йдуть в управи ремісничих цехів, де закушують і запивають, кожен зі задоволеним видом після здійснення подвигу повертається додому і має право увесь день стріляти в місті, скільки йому забажається” [9, с. 267-269].

Організація монаршими особами та їхніми ставлениками подібних масових урочистостей для найширшої аудиторії була насамперед орієнтована на розширення власної популярності, підтримку «простим народом» політики, яку вони провадили. Таки акціям були притаманні чимало елементів з того, що в наш час дістало назву політичний *піар* [12, с.399].

Наведемо ще один приклад: «У Львові для вшанування губернатора Галичини князя Фердинанда Д'Есте і на втіху цілого міста 30 серпня 1843 р. відбулися на Пелчинському ставі маневри і морська битва, що закінчилась тим, що навіть піхота і кавалерія у повному обладунку кинулися у воду й виконали там бездоганно усі елементи муштри!» [11].

А ось як зустрічали у галицькій столиці архієпископа Карла Людовіка у 1894 р.: «Наближені поїзду найдостойнішого гостя звістила 101 сальва пушочна з цитаделі, а рівночасно музика заїнтонувала народний гімн, - читаємо в часописі «Діло», - З сальоновго воза він вийшов серед громких окликів «Нехай живе!». На привітальні промови відповів ласкаво, а потім висказався дуже симпатично о місті, з котрим в'яжуть его найміліші спогади з молодих літ» [12, 137].

Безсумнівно, коли існував *піар*, то мав бути й *антипіар*. У Києві, наприклад, до традиційної міської демократії належали так звані котячі концерти, тобто мирні демонстрації городян проти певної впливової особи, які влаштовувалися під вікнами її будинку. Кар'єра магістратського службовця цілком залежала від його репутації серед виборців, тому організатори подібних суспільних акцій намагались надати їм характеру гучного скандалу. Протестувальники шуміли, свистіли, верещали, завивали й витягували огидливі звуки з музичних інструментів, котрі приносили зі собою. Після відміни магдебурзького права ця форма протесту втратила суспільне значення, але аж до 1920 р. застосовувалася в київському міщанському середовищі проти осіб, які йому «насолили» [9, с.222]. Отже, така форма протесту проти певної особи яскраво виявилась й в ХХІ ст., хоча вже ніхто не пам'ятає первісну назву щодо кішок.

Однак повертаємося до власне піару. На відміну від популяризації певної особистості, наділеної власними повноваженнями, наприкінці XIX ст. з'являється (ми про це вже згадували) новий вид масової політичної акції, ініційованої "знизу" - віче, що мала на меті продемонструвати силу і єдність певної верстви населення.

У 1880 і 1883 рр. Львів став місцем проведення українськими політичними силами народних вічей (масових зборів), де обговорювались актуальні проблеми суспільно-політичного життя українців Галичини. Так, у 1880 р. в акції взяли участь близько 2500 осіб. Осередком таких зборів став Народний дім, чимало прибулих розташувалися на прилеглих вулицях, але, об'єднані піднесеним настроєм, вони почували себе якщо й не творцями, то безпосередньо причетними до дійства, котре мало місце усередині. Суспільний діяч Є.Олесницький охарактеризував його "як перший крок... на дорозі всенародної політики, що опирається на масах народу..." [цит. за: 8, с.339].

Ініціативою безпосередньо з народної маси були породжені такі громадські акції, як... боротьба з пияцтвом, причому з такою складовою, як похорон. Одна з них пройшла у гуцульському селі Карлові. «Схаменувшись, що перебуває у полоні алкогольного дурману, громада цього села вважала так, щоб під суворою карою ніхто не наважився зайти до корчми. Карловський рух рознісся на всі сусідські села. Почали порожніти корчми, заіснувала громада тверезості. І задумали тоді люди справити сивусі похорон – щоб не змогла вона більше відродитися. 13 січня 1875 р. з усіх усюд з'їхався до Карлова народ. У величезного воза впрягли шестеро волів – з позолоченими рогами і посрібленими ярмами. За погоничів правили здорові та вродливі парубки, а на возі лежали два величезні дзбани горілки. Процесія урочисто рушила на край села, де зяяла глибока яма. У неї і викинули один із дзбанів, присипали його добре землею, а опісля, такою ж самою процесією, пішли на протилежний кінець села і глибоко закопали там другий дзбан з горілкою. В багатьох газетах описувалася тоді ця подія. І називали її першим і найкращим торжеством введення тверезості» [13, с.84].

Військово-патріотичні акції. Крізь віки, ще з античних часів, збереглася традиція урочистого *святкування перемоги* у військових діях. Розмаїття форм і засобів, котрі використовувалися для демонстрації військової міці, засвідчують, зокрема, святкування 1814 р. у Львові перемоги Австрії над Наполеоном. "Ранком були богослужіння, процесії, паради військ, ввечері уладили ілюмінацію цілого міста. На ринку виставлено було тріумфальну браму у римським стилі, з Марсом і Мінервою, з фавнами на пегасах. На ратуші пишалися герби переможців-альянтів: Австрії, Пруссії, Росії, Англії. Кам'яниці були обвішані лямпіонами, а з Нептунової криниці підіймався високо водоструй, освітлений різнобарвними світлами. Ілюмінований був також будинок греко-католицької Духовної семінарії. Один транспарант зображував тріумфальний похід цесаря, на другому були постаті Сатурна, Миру, Чесноти і Щастя, на третьому – Геній з пальмовою гілкою і рогом достатку – все латинськими та грецькими написами" [6, с.168].

Особливої урочистості святкуванню перемоги над супротивником додавала така демонстраційна форма, як презентація трофеїв, у даному випадку – ще й приурочена до святкової дати. 25 червня 1829 р., у день народження імператора /Миколи Павловича/ було в Києві отримано звістку про взяття фортеці Силістрії. Государь у пам'ять про цю подію подарував місту Києву три трофейні гармати й ключ від переможеної фортеці, які церемоніально возили по всьому місту реєстровою гвардією й доставлені в Софійський собор, де й залишили їх після молебна й стрілянини. /цит. за «Київські летописні заметки ХУІІІ і ХІХ ст.» [8, с.692].

Отже, масові акції різноманітного скерування – суспільно-політичного, релігійного, військово-патріотичного упродовж століть не лише зберегли об'єднуючі й консолідуючі функції, будучи символами народного волевиявлення та намагання вплинути на існуючий спосіб життя у країні. Вони також перевтілились у нові, співзвучні сьогоденню форми, із використанням нових засобів, що засвідчують мітинги на підтримку чогось або когось, страйки, відповідно, із висловленням негативної оцінки певним законодавчим актам чи рішенням влади, чому найяскравішим прикладом може слугувати, зокрема, останній Майдан.

Список використаної літератури

1. *Владимирська А.О.* Реклама / А.О.Владимирська, П.О.Владимирський. – К.: Кондор, 2009. – 334 с.
2. *Гупаловська В.А.* Психологія реклами / В.А.Гупаловська. – Л.:ВЦ ЛНУ, 2010. – 384 с.
3. Економічні привілеї міста Львова (XV-XVIII ст.). – Л.: Піраміда, 2007. – 816 с.
4. *Зіновійв К.* Вірші. Приповіді посполиті / К.Зіновійв. – К.: Наук. думка, 1971. – 391 с.
5. Історія Києва: у 3 т. – К.: Наук. думка, 1986. – Т.1 – 382 с.
6. Історія української культури / за ред. І.Крип'якевча. – К.: Либідь, 2000. - 656 с.
7. Історія української культури: у 5 т. – К.: Наук. думка, 2005. – Т.4 – Кн. 2.- 1293 с.
8. Львів: місто, суспільство, культура: у 6 т. – Л.: ЛНУ ім.І.Франка. – 1999. – Т.3. – 640 с.
9. *Макаров А.* Малая энциклопедия киевской старины/ А.Макаров. – К.: Довіра, 2005. -558 с.
10. Киевская старина. – 1884. – Т.УІІІ. – Апрель.
11. *Маценко Г.* Славетні гості Львова / Г.Маценко. – Л.: Априорі. – 320 с.
12. *Мацеевич Л.* Пребывание императора Александра I в Киеве в 1816 г. //Киевская старина. – 1855. – Т.ХІ. – февраль.
13. *Мельничук Н.* Було ремесло та хмелем заросло / Н.Мельничук // Жовтень. – 1987. – № 8. – с.84.
14. *Отко Н.* Цісарський Львів / Н.Отко //Високий замок. – 1999. – 29 листоп.
15. *Проскураков В.* Львівські театри: час і архітектура / В.Проскураков, Ю.Ямаш. – Л.: Центр Європи. – 1997. – 132 с.
16. Реклама та PR у масово-інформаційному просторі. – О.: Астропринт, 2009. – 400 с.
17. *Тарнавський О.* Богданів бунчук під Львовом/ О.Тарнавський // Літопис «Червоної калини». – 1997. - № 4-6. – 526 с.
18. *Ученова В.В.* История рекламы или метаморфозы рекламного образа /В.В.Ученова, Н.В.Старых. - М., Юнити, 1999. – 260 с.

МАССОВЫЕ АКЦИИ КАК НОСИТЕЛЬ РЕКЛАМНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В
КОНФЕССИЙНОЙ, ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРАХ

Георгий Маценко

*Украинское национальное информационное агентство «Укринформ» Львовское
отделение пр.Шевченко, 11, 79005, г.Львов, e-mail: gmacenko@mail.ru*

Раскрывается роль массовых акций как носителя рекламных элементов в конфессийной, военно-патриотической и политической сферах. Рожденные еще в эпоху Античности и развивающиеся во времена Киевской Руси, они претерпели трансформации, наполнились новым содержанием и стали носителями воплощения потребностей своего времени.

Ключевые слова: реклама, массовые акции, конфессийная, военно-патриотическая и политическая направленность массовых мероприятий.