

В. М. Чекштуріна,
канд. пед. наук

УДК [003.345: 930.85]: 316.773.2

Сакральний зміст рунічних знаків у бренд-комунікаціях

Розглянуто основні функції рунічних знаків у бренд-комунікаціях. Проаналізовано такі поняття, як руна, бустрофедон, руноскрипт. Наведено приклади використання рунічних знаків у фірмових блоках відомих брендів.

Ключові слова: руна, бустрофедон, футарк, бренд.

Вступ. В умовах стрімкого розвитку символічного комунікативного простору дедалі частіше спостерігається використання елементів символічної комунікації у відомих брендах сучасного ринку. Аналіз фірмових знаків довів наявність у сучасних брендах давніх символів – рун. Тому особливої уваги потребує дослідження функціонально-змістових навантажень рунічних знаків у всесвітньо відомих торговельних марках.

Мета статті – розглянути особливості використання рунічних знаків у фірмових блоках відомих брендів, проаналізувати функції найвідомиших рунічних знаків у бренд-комунікації.

Руни – це сукупність знаків, призначених не лише для передачі текстової інформації, а й для сакральної комунікації. Дедалі частіше рунічні знаки використовуються у фірмових блоках компаній, тим самим забезпечують успіх у бренд-комунікаціях. Науковий інтерес до тематики бренд-комунікацій підтримується вченими Г. Даном, Є. Павловською, Ф. Шарковим, Д. Шульцом та ін. [1; 2; 3; 4]. Однак рунічним символам як складникові фірмового блоку не приділялось достатньо уваги. Хоча, можливо, завдяки саме їм компанії досягли значного успіху. Тому що руна не тільки позначає літеру, а й має сакральний зміст.

Результати й обговорення. Інтерес до рун посилювався в перших століттях нашої ери, хоча основи рунічного мистецтва значно давніші. Значення слова «руна» близьке за змістом зі словом «шепотіння» мовами Північної Європи. Слово «run» з ірландської – «таємниця» або «рішення». Рунами ірландці користувалися для ворожіння та прийняття рішень. Але коли виникла потреба в писемній комунікації, система рун стала основою алфавітів-футарків. Археологи довели наявність зв'язку літер із рунами. Навіть у сучасних українській, англій-

ській, російській абетках до 10 літер за формою відповідають рунічним знакам, а в римській – таких літер 13. Крім того, деякі літери в давньо-латинській, римській та рунічній системах писемних знаків подібні між собою, що підтверджує їх спільне походження. Незважаючи на те, що рунічна символіка зародилася в стародавні часи, об'єктом поширеної комунікації руни стали лише в перших століттях нашої ери. Протягом століть змінилося кілька рунічних алфавітів, але найбільше поширився скандинавський варіант, «Старший Футарк», названий за першими шістьма літерами: F, U, Th, A, R і K. Він складається з 24 знаків і ділиться на три групи (див. Рис. 1) [5; 6].

Рисунок 1.
Скандинавські руни

⚡ Fehu (f)	⚡ Hagalaz (h)	↑ Teiwaz (t)
∩ Uruz (u)	⚡ Nauthiz (n)	⚡ Berkana (b)
▷ Thurisaz (th)	— Isa (i)	⚡ Ehwaz (e)
⚡ Ansuz (a)	⚡ Jera (j, y)	⚡ Mannaz (m)
⚡ Raido (r)	⚡ Eihwaz (e)	∩ Laguz (l)
∠ Kenaz (k)	⚡ Perthro (p)	◇ Inguz (ng)
⚡ Gebo (g)	⚡ Algiz (z)	◇ Othila (o)
▷ Wunjo (w,v)	⚡ Sowulo (s)	⚡ Dagaz (d)

Кожна руна в сакральній комунікації має своє значення. Руна Феху пов'язана з фінансами; руна Уруз – руна сили, впевненості в собі; руна Турісаз – руна вдачі, початку нових дій; Ансуз – руна знань і досвіду; руна Райдо – успішна подорож; Кеназ – використовувалася для залучення талантів; Гебо – руна дружніх стосунків, кохання; Вуньо – руна задоволення, успішного закінчення тієї чи тієї справи;



Хагалл – руна безпеки; Науд – руна примусу, яка використовувалася для позбавлення від проблем; Іса – руна стабільності; Джера – руна землеробства, отримання результатів від праці; Ейваз – руна захисту; Перт – руна вдосконалення магічного досвіду; Альгіз – також руна захисту; Соуло – руна перемоги; Тейваз – руна війни, перемоги; Беркана – руна зростання, розвитку; Еваз – руна змін; Манназ – руна залучення допомоги; Лагуз – використовувалася для посилення інтуїції, передчуттів; Інгуз – руна збору врожаю; Одал – руна мудрості минулих поколінь; Дагаз – руна гармонійних змін [7].

З. Кюммер вважав, що руни ніби слугують мостом, що з'єднує людину з давніми арійськими богами. Він наголошував, що кожна руна відповідає положенню людського тіла й різні комбінації рун слід проспівувати. З. Кюммер зазначав: «Рунічна магія дозволяє керувати енергетичними потоками, що йдуть із п'яти космічних сфер. Тому треба створити відповідні умови для свого фізичного тіла, тобто прийняти правильну рунічну позу й налаштувати свою свідомість на сприйняття енергетичних потоків. Це досягається за допомогою особливих рунічних звуків, які германці називали «гальд» (galdr – «заклинання», «магічна пісня»)» [6, с. 168].

Рунічну символічну комунікацію слід розуміти набагато ширше, ніж елементарні навички писемності – це цілий соціокультурний пласт, який охоплює міфологію, релігію й знаходить реалізацію у сакральній комунікації. Уже в Етрурії та Венеції (землях етрусків і венеців) до алфавіту ставилися як до об'єкта, що має сакральне походження та здатний магічно впливати. Про це свідчать, наприклад, знайдені в етруських похованнях таблички з переліком алфавітних знаків. Це найпростіший вид рунічної сакральної комунікації, поширений і на північному заході Європи.

Усього знайдено близько 5000 рунічних написів, з них 3000 – у Швеції. Найдавніші пам'ятки – рунічні листи, виявлені в Данії (всього близько 500 рунічних написів). Приблизно 600 рунічних написів із Норвегії, близько 140 – з Британських островів, 60 – з Гренландії, 70 – з Ісландії. Кілька написів було знайдено в Росії, Латвії, Україні, Німеччині, Австрії. Також рунічні пам'ятки були виявлені у Франції, Греції, Румунії, Туреччині, Нідерландах. Велике зібрання рунічних каменів зберігається в колекції університету Упсали. У сучасному Стокгольмі, в районі Гамластана на спуску Кекбрінкен у цоколі житлового будинку, вмонтовано стародавній камінь з в'язю рунічних написів, що добре збереглася [8; 9].

Рунічні написи вирізалися або висікалися на металі, дереві, камені – у стародавніх германців мистецтво різьблення по дереву було на високо-

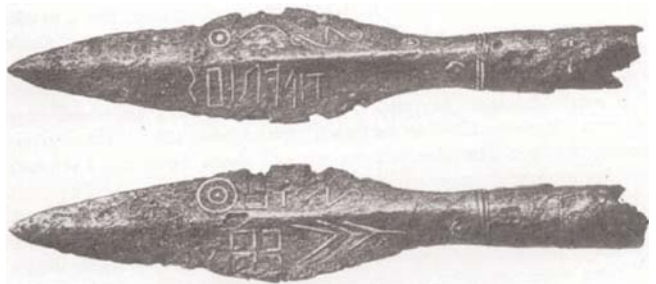
му рівні. Рунічна комунікація мала найрізноманітніший зміст: траплялися різні магічні звернення до богів, але здебільшого рунами викладали меморіальні написи. Яскравим прикладом цього може бути рунічний камінь із Рьока, що славить короля Тьордіка, який жив у VI ст., однак перші рядки цього тексту такі: «Про Вемуде говорять ці руни. Варін склав їх на честь загибелі сина» [2], – що може свідчити про поминальне призначення каменя.

У рунічних записках напрямок письма – зліва направо, але в ранніх написах трапляється бустрофедон. Приміром, на списі з Ковеля напис читається справа наліво, причому руни також повернені у зворотний бік, як етруські й грецькі літери в ранніх пам'ятках давньогрецької писемності. Слова відокремлювалися за допомогою крапки, двокрапки або хреста.

Бустрофедон (від давньо-гр. Βούσ – бик і στρέφω – повертаю) – спосіб письма, при якому напрямок письма змінюється залежно від парності рядка, тобто якщо перший рядок пишеться справа наліво, то другий – зліва направо, третій – знову справа наліво [9]. Цей рух нагадує рух бика з плугом на полі. При зміні напрямку письма букви писалися дзеркально. Бустрофедон трапляється серед пам'яток лувійського, південноаравійського, етруського, грецького, малоазійського та інших видів письма.

Напис на списі з Ковеля (Західна Україна) – «Tilarids» – зразок рунічного письма IV ст. бустрофедоном, що означає «цілеспрямований» (див. Рис. 2) [10].

Рисунок 2.
Списи з рунічними написами



Одним із ранніх вважається напис на кістяно-му гребені, що зберігся в болоті на данському острові Фюн. Напис перекладається як harja (ім'я або епітет) і датується другою половиною II ст. До недавнього часу вважали, що рунічний лист з'явився у III ст., проте останні знахідки свідчать про те, що руни використовувалися ще в I ст. н. е.

Часто рунічні написи робилися з охороною метою на рогах для пиття меду або пива. Зазвичай поряд містилися й різноманітні зображення [11].

У сучасному бізнес-середовищі також використовуються рунічні знаки, однак не всі люди



усвідомлюють значення рунічних символів. Слід проводити культурно-просвітницьку діяльність серед бізнесменів і споживачів їхніх товарів та послуг для того, щоб взаємодія зі світом рун була свідомішою. Наведемо кілька прикладів наявності рунічних знаків у сучасних брендах та розкриємо їх зміст.

Руна Еваз символізує рух вперед – сучасна літера М (див. Рис. 3). Вона використовується в фірмових знаках метрополітену, компанії «МакДональдз», «МТС» та ін. (див. Рис. 4).

Рисунок 3.
Руна Еваз



Найпопулярніша руна у брендах. Сакральний зміст – просування вперед, поступовий розвиток і стійкий прогрес, повільне зростання через послідовні зрушення й зміни.

Руни Вуньо та Райдо символізують радість, успіх у подорожі – літери Р та R, вони також часто наявні в назвах відомих компаній.

Відома аббревіатура PR є руноскриптом (див. Рис. 5). Руноскрипт – це поєднання з кількох рун. Він не тільки містить смисли рун, що входять до нього, а й має властивість системи – емерджентність, тобто з'являється нова смислова якість – додатковий смисл. Руноскрипт PR має такий сакральний зміст: влада, популярність, легке просування ідей у соціумі, успіх, процвітання (див. Рис. 6).

Рисунок 4.
Фірмові знаки з використанням руни Еваз



Рисунок 5.
Руни Вуньо, Райдо та аббревіатура PR (Public Relations)



Рисунок 6.

Руни Вуньо, Райдо у торговельних марках



Рисунок 7.
Руна Беркана

Також популярною у брендах є літера В, або рунічний знак Беркана (див. Рис. 7). Символічне значення цієї руни: створює «осередок тиші і спокою», відгороджуючи власника від суєти зовнішнього світу; сприяє реалізації планів; вона дуже корисна, коли обмірковується новий проект.





Рисунок 11.

Фірмові знаки з руною Гебо

Використанням у фірмовому блоці рунічного знака Беркана можна пояснити успіх соціальної мережі «Вконтакте» (див. Рис. 8).

Рисунок 8.
Торговельні марки відомих брендів з використанням руни Беркана



Фірмовий знак відомої компанії «Facebook» представлений руною спілкування – Ансуз (див. Рис. 9).

Рисунок 9.
Руна спілкування Ансуз та фірмовий знак «Facebook»



Руна партнерства Гебо, або знак «множення» (див. Рис. 10) – сприяє початку партнерського бізнесу, зміцнює налагоджені контакти (див. Рис. 11).

Висновки. Таким чином, використання рунічних знаків у фірмових знаках відомих брендів є запорукою їх успішного просування на споживчому ринку.

Рисунок 10.
Руна Гебо



Отже, подальше дослідження сакрального змісту рунічних знаків дозволить глибше усвідомити значення символічної комунікації та сформувати теоретичне підґрунтя для підвищення рунічної грамотності сучасної бізнес-еліти, для створення продуктивного символічного простору.

1. Дан Г. Рождение бренда: практическое руководство / Г. Дан. – М. : Гелеос, 2004. – 344 с.
2. Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT / Е. Павловская. – С.Пб : Питер, 2003. – 320 с.
3. Шарков Ф. И. Интегрированные бренд-коммуникации / Ф. И. Шарков. – М. : РИП-Холдинг, 2004. – 244 с.
4. Шульц Д. Стратегические бренд-коммуникации компании / Д. Шульц. – М. : ИД Гребенникова, 2003. – 512 с.
5. Георгиев Е. Славянская письменность до Кирилла и Мефодия / Е. Георгиев. – К. : София, 1952. – 312 с.
6. Гриневич Г. С. Праславянская письменность. Результаты дешифровки / Г. С. Гриневич. – М., 1999. – Т. 2. – С. 15.
7. Макаев Э. А. Язык древнейших рунических надписей / Э. А. Макаев. – М., 1965. – 180 с.
8. Мельникова Е. А. Скандинавские рунические надписи / Е. А. Мельникова. – М. : Восточная литература, – 2001. – 255 с.
9. Платов А. В. Руническая магия / А. А. Платов. – М., 1994. – 236 с.
10. Рыбаков Б. А. Язычество древних славян / Б. А. Рыбаков. – М. : Наука, 1981. – 480 с.
11. Петухов Ю. Д. Тайны древних руссов / Ю. Д. Петухов. – М. : Вече, 2011. – 416 с.

Подано до редакції 15. 10. 2014 р.

Chekshturina Viktoriya. The sacred meaning of runic signs in brand communications.

The basic functions of runic signs in brand communications are outlined. Such concepts as rune, boustrophedon, runescript are analyzed. The examples of use of the runic signs in the blocks of famous brands are represented.

Keywords: rune, boustrophedon, futarh, brand.

Чекштурина В. М. Сакральное содержание рунических знаков в бренд-коммуникациях.

Рассматриваются основные функции рунических знаков в бренд-коммуникациях. Проанализированы такие понятия, как руна, бустрофедон, руноскрипт. Приведены примеры использования рунических знаков в фирменных блоках известных брендов.

Ключевые слова: руна, бустрофедон, футарх, бренд.

Т. М. Шальман,
канд. філол. наук

УДК 007: 304: 659.1.012

Соціальна реклама – важливий складник ринку реклами та PR

У статті проаналізовано вітчизняне законодавство щодо регулювання соціальної реклами в Україні. Обґрунтовано феномен соціальної реклами як важливого складника комунікації між державними структурами, громадськими організаціями та суспільством. Визначено мотиви соціальної реклами та проаналізовано частку соціальної реклами на українському ринку реклами. Окреслено головну тематику соціальних рекламних кампаній.

Ключові слова: реклама, соціальна реклама, рекламна кампанія, напрями діяльності, мотиви соціальної реклами.

Вступ. Соціальна реклама за своєю природою не надто відрізняється від комерційної. І перша, і друга закликають щось зробити. Інша річ, соціальна реклама закликає робити соціально-корисні речі і не робити шкідливих речей. А по суті механізм створення, розповсюдження та впливу на аудиторію однаковий. Становлення ринку соціальної реклами в Україні відбувалося поступово. На початку 90-х рр. трансливалася реклама, виготовлена за кордоном. Як правило, це були одноквилинні ролики британської компанії BBC. Їх тематика стосувалася освіти, змін у суспільстві, екологічного середовища, збереження лісових насаджень, ішлося також про соціально відповідальний бізнес, страхування, здоров'я людей.

Мета нашої роботи – проаналізувавши сутність соціальної реклами, визначити її як важливий складник ринку реклами та PR.

Для досягнення вказаної мети перед нами стоять такі завдання:

- проаналізувати вітчизняне законодавство щодо регулювання соціальної реклами в Україні;
- обґрунтувати феномен соціальної реклами як важливого складника комунікації між державними структурами, громадськими організаціями та суспільством;
- визначити мотиви соціальної реклами та проаналізувати її частку на українському ринку реклами;
- окреслити основну тематику соціальних рекламних кампаній.

У своїй книзі «Реклама та стимулювання збуту» В. Божкова визначає такі етапи становлення ринку соціальної реклами:

- 1997 р. – телемережа «АСТ» транслює на теренах країн СНД ролик про оздоровлення дітей, постраждалих від аварії на ЧАЕС, створен-

ня та розповсюдження якого фінансується британським фондом «Ноу-хау»; розміщувався він відокремлено від блоків комерційної реклами;

- 1998 р. – створено українську громадську організацію «Асоціація зовнішньої реклами», до складу якої входять шість найбільших агентств, які займаються зовнішньою рекламою;

- 1999 р. – транслюються аудіоролики соціальної реклами, виготовленої рекламним агентством «Інтерньюз-Україна» на замовлення міжнародного фонду «Відродження»; на радіо анонсується форум громадських організацій України «Суспільство перед вибором»;

- 2001 р. – з метою привернення уваги суспільства до проблем дітей компанія «Стиль-С» (спеціалізується на виробництві та розповсюдженні телевізійних роликів) проводить акцію «Скажи дітям — так» на загальнонаціональних каналах у програмі конкурсу UNICEF; рекламна агенція «Сенс» для державної податкової адміністрації у м. Києві розробила та провела рекламну кампанію під загальним слоганом «Я просто сплатив податки», використовуючи засоби зовнішньої реклами та телебачення; Агенція міжнародного розвитку США (USAID) фінансує проект із шести роликів соціальної реклами екологічної тематики, запропонованої громадською організацією «Ініціатива з питань зміни клімату» та «Інтерньюз-Україна»;

- 2002 р. – з метою привернення уваги суспільства, надто молоді, до проблем СНІДу кампанія-конкурс «Adell Saatchi&Saatchi проти СНІДу в Україні» реалізує проект «СНІД проти Тебе!»; Київська міська державна адміністрація спільно із Союзом рекламистів України проводить перший конкурс соціальної реклами «Соціальний плакат – Києву, киянам» під девізом «Серед людей з людьми по-людськи жити».