

УДК 316.3+321]:94(430)"18/192"

Т. М. Смоликова

Исторические предпосылки становления и развития общественных связей в Германии (XIX – нач. XX в.)

Исследуются исторические события Германии, происходящие в XIX и начале XX в., которые способствовали формированию отношений между властью и обществом. Раскрывается динамика развития новых коммуникативных форм взаимодействия: от «бисмаровских» реформ управления государством до пропагандистских технологий, используемых фашистской Германией. Автор акцентирует внимание на инновационных преобразованиях, таких как социальное страхование, признание профсоюзного движения, введение пенсионного обеспечения по старости или инвалидности, использование продуктивных PR-технологий и т. п., из которых впоследствии сложилась эффективная система социальной защиты населения.

Историческое становление общественных связей в Германии отличается от других стран. Смена власти, политическая нестабильность и социальная напряженность в XIX в. создали условия к принятию решений, которые привели в конечном итоге к активизации взаимодействия между властью и обществом. Германия как европейский лидер в реализации экономических реформ и отстаивании национальных интересов смело внедряла новые формы коммуникаций: создание национальной транспортной логистики, развитие промышленных филиалов в других странах, организация первых в мире международных социальных мероприятий и т. д. Все это способствовало становлению и развитию общественных отношений как необходимой системы коммуникаций, используемой властью, бизнесом и обществом.

Научный интерес к коммуникациям и формам общественного взаимодействия на разных этапах истории развития немецкого государства был представлен в научных трудах многих ученых. Так, например, институализация правительственного PR в начале XIX в. и становление политической журналистики 1933–1938 гг. рассмотрены в работах М. Альтхауса [4] и Г. Бентле [5]. М. Шлеммер [10] исследовал технологии общественных связей по взаимодействию власти и общества. Динамика применения PR-технологий в производстве и социокультурной сфере в истории развития Германии описана в работах Д. Алмаевой [1], И. Лоховой [2], И. Чикаловой [3]. С историческими фактами и отношением немецкого общества к пропагандистским методам СМИ, информацией о развитии немецкого транспорта и связи знакомит справочная литература [6; 8; 9], официальный сайт города Магдебурга [11].

Историческое становление и развитие общественных связей в Германии (Пруссии) связано с королем Фридрихом Вильгельмом IV (1795–1861), который заложил основы государственных связей с общественностью через контроль и согласование информации, распространяемой в массы. С целью устранения неверных трактовок или ошибок материалы публиковались после согласования с представителями власти. В 1848 г. было организовано «Ministerialzeitungsbüro» – «Управление министерской газетой (прессой)», переименованное в 1851 г. в «Центральное бюро по вопросам печати» [8].

В архивных документах историки описывают процесс институализации связей с общественностью в Германии (Пруссии) в начале XIX в. [5, с. 21]. Новая социальная практика по взаимодействию и коммуникациям на государственном уровне была возложена на государственных служащих.

Так, государственная деятельность Карла Августа Варнгагена была наделена исключительно функциями по связям с общественностью. В его обязанности входило: постоянно наблюдать за публичной дискуссией; готовить к печати политические статьи, в которых освещалась государственная позиция Пруссии, с целью влияния на общественное мнение; анализировать ключевые политические вопросы и участвовать в разработке стратегии государственной политики в области прессы и связей с общественностью через разработку «меморандума» (короткие документы по проведению специальных мероприятий) [Там же, с. 23].

Позже стратегия проведения революционных социально-экономических реформ и мероприятий, регулирующих общественные отношения, была использована в «бисмарковской модели государства».

Первый канцлер Германии Отто фон Бисмарк (или как его называли «железный канцлер») проводил политику жестких экономических реформ, благодаря которой 18 января 1871 г. Германская империя стала федерацией. В период с 1871 г. по 1890 г. она заняла лидирующие позиции в Европе и превратилась из аграрной страны в индустриальную. Образование независимого национального государства было одобрено всеми слоями германского общества.

О. Бисмарк проводил последовательные и революционные преобразования: принимал новые законы, регулирующие общественные отношения. Так, в 1880 г. было введено обязательное социальное страхование, что вызвало широкий резонанс в немецком и европейском обществе. Это был уникальный пример в истории того времени. Введенные О. Бисмарком социальные реформы (страхование рабочих на случай болезни или увечья, введение пенсионного обеспечения по старости или инвалидности и др.) преследовали цели – поддержать и защитить трудящихся, отвлечь рабочих от социал-демократии.

Конец XIX в. отмечается социальной нестабильностью. Именно в этот период начался рост городского населения, внутренняя миграция стала массовым явлением. С 1880 г. по 1914 г. из деревень в города переселились 60 млн европейцев [3, с. 502].

Промышленная и аграрная революции, урбанизация и рост наемной силы обострили социальные проблемы в немецком обществе. Перенаселение городов, нехватка жилья, сложности с трудоустройством, тяжелые условия труда, низкая заработная плата, отсутствие социальных гарантий и т. д. – все это способствовало социальной напряженности.

Правительство понимало, что напряжение в обществе можно снять через социальные реформы и комплекс мероприятий, направленных на установление общественных отношений с трудовыми коллективами.

Свой опыт Германия продемонстрировала европейским странам на проведенной в Берлине по инициативе императора Вильгельма II Международной конференции по охране труда (1890). Главы государств, таких как Великобритания, Франция, Италия, Бельгия, Нидерланды, Австро-Венгрия, Швейцария, Испания и Португалия обсуждали социальные проблемы, в том числе безопасности труда рабочих. Кстати, правительство во главе с Бисмарком с 1881 г. по 1884 г. сформировало правовую систему охраны труда.

На конференции Германия поделилась результатами опыта по введению с 1889 г. пенсионного обеспечения по старости с 70 лет [2, с. 73]. Открытый формат мероприятия способствовал развитию международных связей европейских государств и обмену опытом в решении социальных проблем.

Политические реформы Германии были направлены на принятие эффективных технологий по выстраиванию общественных отношений внутри государства, что позволило снизить социальную напряженность и повысить уровень доверия к власти.

На уровне государства поддерживались экономические преобразования в стране: появились частные мануфактуры, развивался семейный бизнес. Успех немецкой компании был не отделим от эффективной схемы управления, четкой иерархии (по вертикали и горизонтали), функциональной взаимосвязи подразделений. Все подчинено порядку и правильному распределению обязанностей. Даже выстраивание отношений с рабочими и их семьями соотносится с разработанными рекомендациями и правилами.

Частные предприятия и концерны Германии смелее внедряли новые технологии по коммуникациям с целью эффективного решения производственных задач. Примером может служить известный частный промышленный концерн «Фридрих Крупп», или «АГ Крупп» («Krupp»), соз-

данный в 1860 г. Концерн занимался добычей угля, производством стали и артиллерии, военной и сельскохозяйственной техникой. Производство успешно развивалось и открывало новые филиалы.

В рамках общей стратегии развития концерна одним из эффективных инструментов руководства по управлению филиалами и большим штатом сотрудников было использование различных форм коммуникаций (приказы, директивы, служебные записки, письма и т. д.).

К началу XX в. на заводах «Krupp» работало более 100 тыс. рабочих, выросли производственные мощности, данный период в истории концерна назвали «золотым веком».

Расширение производства и открытие новых филиалов в Германии и за ее пределами способствовало созданию первых пресс-бюро, которые занимались обработкой информации, составлением официальных заявлений и коммуникационной политикой компании. Данный опыт был заимствован службами государственного управления.

Например, в 1906 г. в Магдебурге по указанию властей было организовано пресс-бюро по связям с общественностью, которое работало с обращениями граждан. Это бюро и сейчас эффективно решает вопросы сотрудничества (официальный сайт и «Команда по связям с прессой и общественностью», г. Магдебург [11]). К 1914 г. в разных городах Германии было открыто еще 14 коммунальных пресс-бюро.

В 1918 г. была введена новая востребованная профессия «специалист по коммуникациям в армии» – военный PR. В 1918–1933 гг. специалисты по работе с прессой освещали темы бизнеса, политики, экономики и муниципального образования.

В результате преобразований в транспортной системе в 1922 г. была основана Германская имперская железная дорога (Deutsche Reichsbahn – немецкий Рейхсбан) – главная транспортная логистика Германии того времени, которая через несколько лет стала одной из самых прибыльных железнодорожных компаний в Европе [7].

В рамках расширения производства концерна «Krupp» в Швеции был создан артиллерийский завод «Vofors»; в 1920 г. открыт филиал в государственной судостроительной компании Японии в городе Нагасаки, здесь была подписана договоренность об обмене кадрами и технической информацией. С 1930 г. концерн является главным исполнителем военных заказов гитлеровской Германии.

Достижения в военной и гражданской промышленности Германии активно популяризировались в печатных изданиях. Газеты стали самым простым и доступным средством для информирования и пропаганды масс.

С целью популяризации прессы и стимулирования интереса населения к новым печатным изданиям с 1924 г. по 1928 г. в выставочных залах

города Кёльна организована выставка газет и коммуникационных технологий «Pressa». За 4 года ее посетило более 9 млн человек, что позволило Кёльну получить статус медийного города и выставочного центра в Германии [10].

Отметим, что современная форма пресс-конференции была заимствована в Веймарской эпохе (в 1918–1933 гг.), когда правительство практиковало ежедневное проведение пресс-конференций. Данное мероприятие являлось ключевым событием в сфере политических новостей. Оно было организовано с целью формирования единого мнения немецкого правительства, популяризации его деятельности и повышения политического статуса. В состав конференции входили представители прессы, за исключением некоторых СМИ (иностранцы и радикальные представители прессы, радиожурналисты, фотографы, кинорепортеры). Мероприятие отличалось самоорганизованностью и конфиденциальностью, что позволяло часто скрывать политические манипуляции власти, прикрываясь защитой национальной безопасности [4, с. 9].

Необходимо отметить роль СМИ для развития общественных отношений в Германии. Одним из главных и официальных изданий был «Вестник федерального законодательства» (с 1949 г.), в котором на протяжении разных периодов публиковались основные законы страны [6].

Предшественниками его были: *Вестник федеральных законов Северо-Германской Конфедерации* (1867–1871); *Вестник имперского законодательства* Германской империи и Третьего рейха «Рейхсмаршал» (1871–1945).

Под патронажем юстиции Германии вестник издавался в 2 частях: в 1-й части публиковались информация о международных конвенциях, бюджетном законодательстве, трактовки к законам, указы и т. д.; во 2-й – новости о внутренних делах Рейхстага и Рейхсбанка [9].

Становление и развитие связей с общественностью в Германии связывают с теоретиками и практиками Карлом Хундхаузенем (1893–1977) и Альбертом Уэклем (1909–2001).

К. Хундхаузен, получив финансовое образование в Кёльнском университете, работал коммерческим директором в компании «KRUPP AG». Он разработал стратегию, связывающую размещение рекламных заказов с удобными для Круппа репортажами, которая оказалась успешной в продвижении торговой марки. Его технологии по пропаганде и продвижению партии, консолидации действий с целью информирования и просвещения населения были полезными для национал-социалистической немецкой рабочей партии (далее – НСДАП), членом которой он был с 1933 г.

А. Уэкль, работая в дирекции отдела пресс-службы рейхсминистра народного просвещения и пропаганды в Берлине (с 1933 г.), занимал

ся коммуникационной разведкой, состоял на военной службе в отделе печати и управления идеологией Германии и политической партии НСДАП (1936–1945).

Политическая партия НСДАП (1920–1945) в Германии была правящей. По ее инициативе во главе с Адольфом Гитлером было создано «Имперское министерство народного просвещения и пропаганды», которым руководил Йозеф Геббельс (1897–1945). Именно в этот период активно использовались разнообразные инструменты по пропаганде и агитации населения:

- расширилось вещание немецкого радио на страны Западного полушария (22 ч. в сутки), Африки (8 ч.), Азии (21 ч.);
- запущены первые в мире регулярные телевизионные передачи (с 22 мая 1935 г.) с идеологической направленностью;
- продвигались идеи национал-социализма через прессу, радио, телевидение, кинематограф, массовые мероприятия и т. д.;
- введены цензура и контроль за прессой и рекламной продукцией;
- приняты законы, запрещающие занимать руководящие должности не арийцам по происхождению (например, «Закон о редакторах» 1933 г.);
- в обществе нагнетались антисемитские и антикоммунистические настроения.

Относительно термина «связи с общественностью» – он появился в 1938 г. в трактовке, которая отличалась от классической, американской. Если для США «связи с общественностью» – это система коммуникаций, используемая в выстраивании долгосрочных, гармоничных, равноправных доверительных отношений, то для Германии «связи с общественностью» – это инструмент интеграции и интерпретации, с помощью которого можно обеспечить постоянное взаимодействие в политической, экономической и социальной сферах и сдерживать так называемый эффект отчужденности людей [1, с. 176].

Таким образом, становление связей с общественностью в Германии было подчинено историческим, экономическим, социальным и политическим предпосылкам развития индустриальной страны.

В основе связей с общественностью лежит признание важности мнения рабочего класса и профсоюзного движения, которые выступали с предложениями по решению социальных вопросов.

Именно профсоюзы как посредники между властью и обществом отстаивали права рабочего класса, инициировали социальные изменения, проводили переговоры с представителями власти.

Благодаря жестким реформам и «бисмарковской модели» управления в середине XIX в. реформировались отношения власти с обществом, приняты законы по объединению Германии, формированию института семьи, условий труда и жизни рабочего класса.

На зарождэнне PR в Германіі аказалі ўплыў нямецкая ментальнасць і тры асновныя традыцыі:

– *католіцкая філасофія*, накіраваная на рашэнне сацыяльных пытанняў (важнасць самопамоцы ў цяжкія перыяды жыцця; роля сям'і ў жыцці чалавека; прыярытэт частнага над агульным);

– *кансерватыўны дзяржаўны патэрналізм* (модэль взаамаафарыненняў «отцы» і «дзеті»; праграмы падтрымкі і сацыяльнага абеспячэння);

– *ліберальная традыцыя развіцця рыначнай эканомікі і сістэмы свабоднага прадпрыемства*, што спрыяла ў наступны перыяд стварэнню дзяржавы бласлаўнага.

1. *Алмаева, Д. А.* Рэклама і PR в Германіі: істакі і спецыфіка развіцця [Электронны рэсурс] / Д. А. Алмаева // Кіберленінка. – Рэжым доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-i-pr-v-germanii-istoki-i-spetsifika-razvitiya>. – Дата доступа: 20.02.2021.

2. *Лохова, И. В.* Сацыяльная палітыка Германіі і Аўстрыі в апошняй трэці XIX – пачатку XX в.: дыс. ... канд. іст. навук: 07.00.03 / И. В. Лохова. – Владикавказ, 2016. – 234 л.

3. *Чикалова, И. Р.* У істокаў сацыяльнай палітыкі дзяржаў Западнай Еўропы / И. Р. Чикалова // Журнал ісследований соц. палітыкі. – Саратов. – 2006. – Т. 4, № 4. – С. 501–524.

4. *Althaus, M.* The Berlin Press Conference 1918–1933. The Institutionalization of Government PR and Political Journalism in the Weimar Republic's Daily News Briefing / M. Althaus // The International History of Public Relations Conference, 5–6 July, 2017. – 2017. – С. 5–9.

5. *Bentele, G.* The "invention" and institutionalization of public relations in Germany in the context of political PR at the beginning of the 19th century / G. Bentele // The International History of Public Relations Conference, 5–6 July, 2017. – 2017. – С. 21–23.

6. Bundesgesetzblatt des Norddeutschen Bundes [Elektronische Ressource] : Wikipedia. – Zugriffsmodus: https://de.wikipedia.org/wiki/Bundesgesetzblatt_des_Norddeutschen_Bundes. – Datum des Zugriffs: 12.01.2021.

7. Deutschland Transport und Kommunikation [Elektronische Ressource] / Offizielle Website der Bundeszentrale für politische Bildung. – Zugriffsmodus: <https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/deutschland-in-daten/221002/verkehr-und-kommunikation>. – Zugriffsdatum: 26.02.2021.

8. Öffentlichkeitsarbeit [Elektronische Ressource] // Offizielle Seite wikipedia. – Zugriffsmodus: <https://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96ffentlichkeitsarbeit/>. – Datum des Zugriffs: 19.01.2021.

9. Reichsgesetzblatt [Elektronische Ressource] // Wikipedia. – Zugriffsmodus: <https://de.wikipedia.org/wiki/Reichsgesetzblatt>. – Datum des Zugriffs: 12.01.2021.

10. *Schlemmer, Martin.* 1918 bis 1933 – Die Weimarer Republik [Elektronische Ressource] / Martin Schlemmer // Portal Rheinische Geschichte. – Zugriffsmodus: <http://www.rheinische-geschichte.lvr.de/Epochen-und-Themen/Epochen/1918-bis-1933---die-weimarer-republik/DE-2086/lido/57a2eb9022faf6.52757806>. – Datum des Zugriffs: 09.02.2021.

11. Team Presse- und Öffentlichkeitsarbeit [Elektronische Ressource] // Offizielle Seite der Stadt Magdeburg. – Zugriffsmodus: www.magdeburg.de/Start/B%C3%BCrger-Stadt/Aktuelles-Presse/Pressestelle/. – Datum des Zugriffs: 12.01.2021.

T. Smolkova

Historical priorities of the establishment and development of public relations in Germany (19th – early 20th centuries)

The historical events that took place in Germany in the 19th and early 20th centuries, and contributed to the formation of relations between the government and society are studied. The development dynamics of new communicative forms of interaction (from the "Bismarck's" reforms of state administration to the propaganda technologies used by Nazi Germany) is revealed. The author focuses attention on innovative transformations, such as social insurance, the recognition of the trade union movement, the introduction of old-age or disability pensions, the use of productive PR technologies, etc., which later formed an effective system of social protection of the population.

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 03.03.2021.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКМ