

16. Tievikova O. V. (2010), *The daily life of citizens of the Ukrainian SSR, social and cultural aspects (1953-1964 years)*, Thesis for the degree of candidate of historical sciences after specialty 07.00.01 «History of Ukraine», Poltava, 305 p. (ukr).
17. Tychyna P. (1963), To be true to a great idea till the end, *Dnipro*, 3, pp. 145-148 (ukr).
18. *Central State Archive of Public Organizations of Ukraine*, fond 1, opys 6, sprava 3510, 300 p. (ukr).
19. *Central State Archive of Public Organizations of Ukraine*, fond 1, opys 6, sprava 4922, 295 p. (ukr).
20. *Central State Archive of Public Organizations of Ukraine*, fond 1, opys 6, sprava 5292, 108 p. (ukr).
21. *Central State Archive of Public Organizations of Ukraine*, fond 1, opys 6, sprava 5691, 68 p. (ukr).
22. *Central State Archive of Public Organizations of Ukraine*, fond 1, opys 31, sprava 1955, 38 p. (ukr).
23. Shtepa P. (2005), *Moskovstvo: its origin, content, form and historical continuity*, Publishing house «Renaissance», Drohobych, 412 p. (ukr).
24. Yarmolenko M. (2013), Language Policy in the Ukrainian SSR in the 40-80-ies of the XXth, *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy*, Kyiv, 3 (65), pp. 365-377 (ukr).

© Кіндрачук Надія

Надійшла до редакції 25.04.2016

УДК 355.40(73)(410):94(4)"1939/1945"(045)

КЛИНИНА ТЕТЯНА,

*кандидат історичних наук, викладач кафедри історії та документознавства
Національного авіаційного університету, м. Київ*

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА США ТА ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ПІД ЧАС ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ (1939-1945)

Стаття розкриває питання інформаційної війни, яку проводили США та Велика Британія по відношенню до Німеччини. Зазначається, що для ведення інформаційної діяльності були створені спеціальні державні органи, які виконували різноманітні функції щодо забезпечення пропагандистської діяльності за кордоном. Акцентується на двох найбільш розповсюджених методах ведення інформаційної війни - використанні радіоефіру та поширенні листівок серед військових та місцевого населення.

Ключові слова: США; Велика Британія; інформаційна війна; пропаганда; радіомовлення; листівка; Міністерство інформації; Управління воєнною інформацією.

Постановка проблеми. XXI століття в історії людства характеризується становленням інформаційного суспільства та широким розповсюдженням ЗМІ, що дає поштовх для розвитку інформаційної війни в умовах сьогодення. Ні для кого не секрет, що нині ці елементи є основою міжнародної інформаційної політики, а саме явище "інформаційна війна" використовується багатьма державами як ефективний інструмент реалізації своєї зовнішньої політики. Поняття "інформаційна війна" в процесі історичної еволюції ввібрало в себе цілий ряд явищ і згідно з цілями впливу на людей отримувало визначення як пропаганда, контрпропаганда, психологічна війна, техніка дезінформації тощо.

Дослідження і публікації з проблеми. Теоретичні аспекти інформаційної війни, яка в сучасних умовах переросла в психологічну війну як обов'язковий атрибут підготовки й ведення збройного конфлікту, сьогодні є предметом пильного вивчення з боку вітчизняних і зарубіжних учених. Серед них слід назвати В. М. Варенка [1], Г. Г. Почепцова [4, 5], Н. Л. Волковського [6], А. Вінклера [11] та інших, які дають визначення поняття "інформаційна війна", висвітлюють стратегію інформаційної війни та методи маніпулювання суспільною свідомістю тощо. Наприклад, Н. Л. Волконський у своїй ро-

боті "Історія інформаційних війн" робить спробу цілісного висвітлення інструментарію інформаційної боротьби в найбільших війнах та кризових ситуаціях людства, даючи можливість дослідити трансформацію розвитку інформаційної боротьби тієї чи іншої країни в певний відлік часу, тоді як Г. Г. Почепцов [4, 5] концентрує увагу на механізмах, які є основою інформаційно-психологічних війн, та засобах протистояння їм.

Разом із тим, простеження початків сучасних інформаційних воєн, що дає можливість узагальнень і відстеження наявних тенденцій, є окремою важливою темою й потребує розширеного аналізу.

Формулювання мети та завдань дослідження. Істинно міжнародного масштабу інформаційна війна вперше набрала на початку XX століття, коли загострення економічних та політичних протиріч між країнами світу призвело до Першої світової війни. Однак саме за часів Другої світової інформаційна війна стала невід'ємним елементом зовнішньої політики та партнером дипломатії. Саме тому предметом та метою нашого дослідження було обрано інформаційну війну США та Великої Британії в 1939-1945 рр., аби зрозуміти сутність явища з метою можливості оцінювання наслідків глобалізаційного тиску сьогодення.

Задля досягнення зазначеної мети необхідно виконати такі завдання: проаналізувати державну інформаційну політику США та Великої Британії; дослідити основні методи ведення інформаційної війни країнами-союзниками; показати вплив та результати інформаційної війни на суперника.

Виклад основного матеріалу. Друга світова війна дала новий поштовх створенню в західних країнах потужного апарату зовнішньополітичної пропаганди [7, с. 125].

На момент вступу Сполучених Штатів Америки у війну в 1941 році, вони мали дві установи, які забезпечували ведення інформаційної війни за кордоном.

Перша установа - Управління координації міжамериканських справ (Coordinator of inter-American Affairs, CIAA), на чолі з Нельсоном Рокфеллером, якого було рекомендовано Ф. Рузвельту помічником президента Гаррі Гопкінсоном. [6, с. 260]. Ця організація була створена ще в 1936 році за ініціативи президента Ф. Рузвельта та мала на меті надання інформації та пропаганди в дусі панамеріканізму в країнах Латинської Америки [3, с. 51]. У розпорядженні організації знаходились ЗМІ, радіо, кіно, а культурні обміни розглядались, як один із найважливіших елементів у їхній інформаційній діяльності.

Друга - Управління координації інформації (УКІ), було створене в 1941 році під головуванням полковника (пізніше генерала) У. Донована, що згодом очолив Управління стратегічних служб, на базі якого пізніше виникло ЦРУ. Відповідальним за відділ УКІ з розповсюдження інформації за кордоном був призначений драматург за професією та особистий друг Ф. Рузвельта Р. Шервуд [2, с. 33].

Головною задачею установи У. Донована було зібрати, узагальнити та проаналізувати інформацію, яка надходила з усіх театрів воєнних дій. Зрозуміло, що такий обсяг інформації з усіх куточків земної кулі не міг бути усебічно оцінений [8, с. 19]. Саме тому в урядових колах США поширилася думка про неспроможність Управління координації інформації виконати весь обсяг поставлених перед ним завдань. Зокрема зазначалось, що інформація недостатньо перевірялась, а в питаннях політики взагалі був суцільний хаос [6, с. 261]. Саме тому задля усунення недоліків у роботі Управління координації інформації в липні 1942 року Ф. Рузвельтом було створено Управління воєнної інформації (далі - УВІ) [9]. Спочатку зазначена служба створювалась як допоміжний орган у діяльності Управління координації інформації, але згодом перебрала на себе всі її функції, що й призвело до ліквідації останньої [Там само]. Таким чином, УВІ зосередило у своїх руках питання контролю всієї внутрішньої інформації і так званої "білої пропаганди" (інформація, яка розповсюджується й визнається її джерелом або офіційними представниками), яка надсилалась за кордон. Розробка питань "чорної пропаганди" (інформація, яка видається за вихідну з іншого, недостовірного джерела) залишалась в обов'язках стратегічних служб [2, с. 53]. Політична лінія для УВІ вказувалась президентом та Департаментом США, які поклали на УВІ головну відповідальність за проведення інформаційної діяльності за кордоном [13, с. 219].

На чолі УВІ президент США поставив досвідченого журналіста Ел. Девіса, який, у свою чергу, запросив на службу своїх колег, спеціалістів з реклами та просто прибічників пропаганди [2, с. 34]. 9 березня 1943 року Ф. Рузвельт видав президентський указ, який більш

чітко окреслював обов'язки УВІ в галузі зовнішньополітичної інформаційної війни: "УВІ - агентство з проведення інформаційних та відкритих пропагандистських операцій за кордоном... Однак у районах, де проходять військові дії, такі операції мають бути скоординовані з командувачами..." [10].

З появою зазначених органів основна частина роботи з проведення інформаційної війни перемістилась на театри воєнних дій. Показово, що контроль за проведенням інформаційної війни на різних фронтах був неоднаковий і не завжди знаходився в компетенції Управління воєнної інформації. Наприклад, у Європі робота над "інформаційною складовою" Другою світовою війною здійснювалась УВІ разом з Управлінням стратегічних служб, тоді як на інших театрах воєнних дій УВІ використовувалось лише як постачальник необхідного інформаційного матеріалу, контролював розповсюдження якого безпосередньо головнокомандувач театру воєнних дій [6, с. 262]. Характерно, що уряд Сполучених Штатів не уявляв собі інформаційної війни у відриві від розвідувальних операцій та диверсійної діяльності за кордоном. Загалом можна сказати, що протягом усього воєнного періоду інформаційна війна була не більш і не менш як одним із напрямів діяльності розвідки [3, с. 52].

4 вересня 1939 року на наступний день після проголошення Великою Британією війни Німеччині, було створено Міністерство інформації та Комітет психологічної війни. Функцією міністерства було "просування національної справи для громадськості в країні й за кордоном під час війни" шляхом випуску "Національної пропаганди" та контролю новин та інформації [7, с. 317]. Спочатку Міністерство інформації було відповідальним за цензуру, видаючи офіційні новини та рекламу як удома так і за кордоном у союзних і нейтральних країнах. Виконання цих функцій підкріплювалось відповідальністю за моніторинг громадської думки через мережу регіональних інформаційних бюро [11, с. 45]. Відповідальність за рекламу на ворожих територіях було покладено на відділ ЕН (Electra House - британська організація для виконання спеціальних операцій) [12, с. 76]. Міністерство інформації мало 3 тис. штатних співробітників, які працювали безпосередньо в Англії та 3,6 тис. співробітників - за кордоном; вони підпорядковувались англійським посольствам та дипломатичним місіям. Діяльність Міністерства інформації, яке відповідало перед парламентом за проведення англійської пропаганди, визначалась прем'єр-міністром та Міністерством закордонних справ [13, с. 70].

Зі вступом Сполучених Штатів Америки у війну на порядок денний постало питання про створення спільних військово-політичних організаційних структур, здатних регулювати різні аспекти англо-американських відносин, а саме: Об'єднаного комітету начальників штабів, через який Велика Британія та США здійснювали загальне керівництво війною. Однак лише наприкінці літа 1943 року був створений орган для спільного керівництва інформаційної діяльності союзників - Лондонський комітет з координації політичної війни, до якого входили представники урядових установ обох союзників [6, с. 263]. У лютому 1944 р. був створений ще один союзний орган - Шосте управління верховного штабу, яке очолив генерал Макклор. Однак діяльність управління було нетривалою й у квітні 1944 року воно було розділене на два органи: відділ психологічної війни та відділ друку, завданням яких було розповсюдження серед німецької армії "настроїв поразки", де-

монструючи велику перевагу в людських та військових факторах. Задля цього були розроблені плани досягнення цілей і зазначалось, що методами та засобами проведення інформаційної війни є широкомовні радіопередачі, використання агентури, закидання листівок, плакатів тощо [6, с. 264; 13, с. 95].

Програма інформаційної війни союзників була спрямована на виконання верховним командуванням поставленої перед ним мети - перемоги - з найменшим застосуванням військ, техніки та зброї. Малось на увазі, що союзники мають підкреслювати недостатність людських ресурсів, озброєння, авіації в суперника й показувати перевагу всього цього в союзників. Німецький офіцер мав повірити, що він як військовий уже виконав своє завдання. Відділ психологічної війни намагався донести до кожного німецького солдата, що здатися ворогу після того, як він чесно брав участь у боях, не є ганебним [6, с. 271].

Що стосується використання радіомовлення, то для здійснення своєї інформаційної діяльності британці використовували радіоефір і, перш за все, створену ще в 1922 р. компанію BBC. На кінець 1940 року BBC вела радіотрансляцію майже в усіх країнах Європи [4, с. 503].

Так, англієць створили радіостанцію, яка начебто вела мовлення з території Німеччини. Насправді ж радіостанція розташовувалась у Лондоні, а мовлення вів британський журналіст, який, бездоганно володіючи німецькою мовою, розповідав про життя в Німеччині. Під виглядом німецького офіцера британський журналіст передавав усілякі плітки про інтриги армійського командування, особистого життя фюрера тощо. За оцінками британців, ця акція призвела до збільшення незадоволеності німецьким командуванням серед офіцерів Вермахту [3 с. 53]. Зрозуміло, що спиратися на інформацію, надану безпосередньо організаторами акції, не варто, але можна припустити, що такий метод ведення інформаційної боротьби все ж таки мав хоч не великий, але вплив на свідомість військового офіцера.

На початку 1942 року до інформаційної війни в "ефірі" приєднались й Сполучені Штати Америки [14]. 24 лютого 1942 року починається новий етап у діяльності радіостанції "Голос Америки", а саме: радіомовлення іноземними мовами [5, с. 498]. Один американський коментатор під псевдонімом Роберт Лі Норден, який начебто служив у ВМС США, виступав із серією радіопередач, присвячених внутрішнім подіям у німецькому підводному флоті. Матеріал для цих радіоефірів надавався розвідкою, а коли достовірність інформації привернула увагу німецьких моряків, Роберт Лі Норден змінив тематику бесід на "необхідну", якій так само довіряли. Найкращим доказом того було спростування німецькими пропагандистами "брехні" Нордена [2, с. 37]. Не меншим значення радіомовлення виявилось й у період італійських подій 1943 р., коли після падіння Муссоліні вирішувалось питання про подальшу долю військово-морського флоту. Радіостанція УВІ повідомляла про подробиці падіння італійського уряду, інструктуючи командний склад про процедури здачі в полон на частотах, що використовувались для сигналів лиха. Як результат, за три дні увесь флот Італії здався союзникам згідно з радіоінструкціями [Там само].

Інформаційна війна проти німців із використанням листівок особливо посилилась після відкриття Другого фронту 6 червня 1944 року. Використовуючи літаки, артилерію й агентуру, відділ психологічної війни закидав у розташування військ противника велику кількість газет і мільйони листівок, які попередньо перевірялись на

військовополонених задля визначення ймовірного психологічного ефекту [12, с. 82].

Зі свого боку Німеччина намагалась протидіяти цим акціям. Німецькі пропагандисти, слідуючи настановам Геббельса, говорили німецькому офіцеру, що краще вмерти, аніж жити в завойованій ворогом Німеччині [8, с. 275].

Не останню роль у проведенні інформаційної війни шляхом розповсюдження різноманітних публікацій відігравали інформаційні служби США (ЮСІС - United States Information Service), військові відділи УВІ [15]. Разом з оригінальними виданнями це були журнали та буклети УВІ, які включали в себе статті, цитати з документів, промови державних діячів США та Великої Британії. Уся ця продукція розглядалась як рекламування американського способу життя [2, с. 38].

Загалом Управління військової інформації та Міністерство інформації відігравали велику роль у боротьбі країн антигітлерівської коаліції, оскільки разом із популяризацією своїх країн, вони також займалися викриттям істинних цілей Німеччини [7, с. 349]. Одразу після закінчення війни УВІ було ліквідоване, а його функції передані Державному департаменту США. Міністерство інформації теж було закрито в 1946 році, а його функції передані Центральному бюро інформації [11, с. 206].

Висновки

Таким чином, перші прояви інформаційної війни спостерігаємо вже на початку ХХ століття, але відчутний розвиток її методи отримали за часів Другої світової війни. Не останню роль у цьому відігравали Сполучені Штати Америки та Велика Британія, які шляхом створення мережі інформаційних установ усілякими способами змінювали сутність інформації, поступово перетворюючи її на засіб досягнення своєї головної мети - перемоги. Основними провідниками цієї мети стали Управління військової інформації (США) та Міністерство інформації (Велика Британія), які, уособлюючи в собі головні інституції зовнішньополітичної пропаганди, забезпечували розробку інформаційних матеріалів, аби досягти потрібного тлумачення тактики ведення воєнних дій та їх результатів. Основними методами ведення інформаційної війни стали друковане слово та радіо-пропаганда, які найчастіше використовувалась союзниками у війні. Негативною рисою німецької пропаганди, яка спиралась на брехню, було те, що вона зберігала свою ефективність лише певний відтинок часу. Тому згодом багато німецьких солдат та місцеве населення, шукаючи правдиву інформацію, прослуховували американські та британські радіопередачі, ефективність яких доводить хоча б той факт, що прослуховування закордонного радіомовлення прирівнювалось у Німеччині до державної зради. Саме тому зазначені методи відіграли не останню роль у кінцевому результаті бойових дій, піддаючи перевірці життєвість теоретичних положень про ефективність уміло організованого інформаційного впливу на війська та населення німецького супротивника.

ЛІТЕРАТУРА

1. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність / В. М. Варенко. - К. : Університет "Україна", 2014. - 417 с.
2. Валюженич А. В. Внешнеполитическая пропаганда / А. В. Валюженич. - М. : Международные отношения, 1973. - 216 с.
3. Кашлев Ю. Информация и PR в международных от-

ношениях / Ю. Кашлев, Е. Галумов. - М. : Известия, 2003. - 432 с.

4. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. - К. : Ваклер, 2000. - 576 с.

5. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. - К. : Ваклер, 2000. - 528 с.

6. Волконский Н. Л. История информационных войн : в 2-х тт. / Н. Л. Волконский. - СПб. : Полигон, 2003. - 736 с.

7. Balfour M. Propaganda in War 1939-1945: Organizations, Policies and Publics in Britain and Germany / M. Balfour. - London : Faber and Faber, 2011. - 538 p.

8. Rhodes A. Propaganda: The Art of Persuasion World War II / A. Rhodes. - London : Wellfleet Press, 1987 - 319 p.

9. Roosevelt F. D. Executive Order 9312 Establishing the Office of War Information (13 June, 1942) [Электронный ресурс] / F. D. Roosevelt. - Режим доступа : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16273>.

10. Roosevelt F. D. Executive Order 9182 on the Office of War

Information (9 March, 1943) [Электронный ресурс] / F. D. Roosevelt. - Режим доступа : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16372>.

11. Winkler A. The Politics of Propaganda: The Office of War Information, 1942-1945 / A. Winkler. - New Haven : Yale University Press, 1978. - 230 p.

12. Weinberg S. What to Tell America: The Writers' Quarrel in the Office of War Information / S. Weinberg // The Journal of American History. - 1968. - № 1. - P. 73-89.

13. Overy R. Why the Allies Won / R. Overy. - London : W. W. Norton & Company, 1997. - 416 p.

14. USA: Washington telegram No 5307. Co-ordination of Political Warfare Executive and Office of War Information (US) propaganda. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://discovery.nationalarchives.gov.uk/details/r/C6567485>.

15. War (General): To Ministry of Information. Statement about W(g)/42/67 for issue to the Press [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://discovery.nationalarchives.gov.uk/details/r/C6568365>.

Клынина Татьяна,

кандидат исторических наук, преподаватель кафедры истории и документоведения Национального авиационного университета, г. Киев

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА США И ВЕЛИКОБРИТАНИИ ВО ВРЕМЯ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ (1939-1945)

Статья раскрывает сущность ведения информационной войны США и Великобритании во Второй мировой войне по отношению к Германии. Указывается, что для обеспечения деятельности в данном направлении государственными структурами были созданы специальные органы, исполняющие разнообразные функции по обеспечению пропагандистской деятельности за границей. Внимание сосредоточено на двух основных средствах ведения информационной войны - использовании радиовещания и распространении листовок среди военных и местного населения.

Ключевые слова: США; Великобритания; информационная война; пропаганда; радиовещание; листовка; Министерство информации; Управление военной информацией.

Klynina Tetiana,

PhD (History), Lecturer of the History and Records Management Department of the National Aviation University, Kyiv

INFORMATION WAR. THE USA AND GREAT BRITAIN DURING WORLD WAR II (1939 - 1945)

In the current development context of the political world such phenomenon as 'information war' is used by numerous states as an instrument for implementation of their foreign policy. The outset of information war can be related to the early 20th century, it was however World War II which gave an impetus to the development of information war that, subject to its purposes, acted as propaganda, counterpropaganda, psychological war etc. The paper covers an information aspect of foreign activities of the USA and Great Britain during World War in respect of Germany. It is shown that, depending on the time of the entry of one or another country into the war, there were some agencies set up, which were charged with carrying out information activity overseas. In the USA such agencies were the Office of Coordination Information, the Office of War Information, the United States Information Service and others. In Great Britain it was the Ministry of Information, which exercised the above function. The paper covers the setup process of the organizations in question and their core activities. It is indicated that when World War II had ended, the above agencies were wound up, their functions delegated to other government institutions. The paper places special emphasis on enemy disinformation operations (use of secret agents, radio broadcasting, distribution of leaflets, broadsheets and newspapers) which eventually resulted in achievement of the main goal of the allies in the war - the victory.

Key words: USA; Great Britain; information war; propaganda; OWI; Ministry of Information; broadcast; leaflets.

REFERENCES

- Varenko V. (2014), Information-analytical activity, Universitet Ukraina Publishing, Kyiv, 417 p. (ukr).
- Valyuzhenich A. (1973), The foreign political propaganda, Meshdynarodnye otnosheniya Publishing, Moscow, 216 p. (rus).
- Kashlev Y., Galumov E. (2003), Information and PR in international relations, Izvestiya, Moscow, 432 p. (rus).
- Pochepstov G. (2000), Information wars, Vakler, Kyiv, 576 p. (rus).
- Pochepstov G. (2000), Psychological wars, Vakler, Kyiv, 528 p. (rus).

6. Volkonskiy N. (2003), History of information wars, Poligon, Sant-Peterburg, 736 p. (rus).
7. Balfour M. (2011), Propaganda in War 1939-1945: Organizations, Policies and Publics in Britain and Germany, Faber and Faber, London, 538 p. (engl).
8. Rhodes A. (1987), Propaganda: The Art of Persuasion World War II, Wellfleet Press, London, 319 p. (engl).
9. Executive Order 9182 Establishing the Office of War Information, available at: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16273> (engl).
10. Executive Order 9182 on the Office of War Information, available at: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16372> (engl).
11. Winkler A. (1978), The Politics of Propaganda: The Office of War Information, 1942-1945, Yale University Press, New Haven, 230 p. (engl).
12. The Journal of American History (1968), 1, pp. 73-89 (engl).
13. Overy R. (1997), Why the Allies Won, W.W. Norton & Company, London, 416 p. (engl).
14. USA: Washington telegram No 5307. Co-ordination of Political Warfare Executive and Office of War Information (US) propaganda, available at: <http://discovery.nationalarchives.gov.uk/details/r/C6567485> (engl).
15. War (General): To Ministry of Information. Statement about W(g)/42/67 for issue to the Press, available at: <http://discovery.nationalarchives.gov.uk/details/r/C6568365> (engl).

© Клиніна Тетяна

Надійшла до редакції 26.04.2016

УДК 792.8 «XVIII-XX»

ОСАДЦІВ ТАРАС,

кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент кафедри хореографії та мистецтвознавства Львівського державного університету фізичної культури

ТАНЕЦЬ ЯК МИСТЕЦТВО, РИТУАЛ ТА ІСТОРІЯ (XVIII-XX ст.)

Пропонована стаття розкриває нові аспекти розуміння історичного процесу та відгуку людської спільноти на них. Адаптаційні процеси, згідно з історичною антропологією, можуть виявлятися в мистецтві та ритуалі. У контексті цієї статті автор розглядає танець, хореографічне мистецтво, як безпосередню реакцію людей на швидкі зміни історичних обставин. Це надає можливість визначити танець як надзвичайно важливий маркер реакції спільноти на нові обставини (соціальні, економічні, світоглядні), у яких ця спільнота опинилася.

Ключові слова: мистецтво; історична антропологія; хореографічне мистецтво; Європа.

Постановка проблеми. Історія розвитку бальних танців тісно пов'язана з історією нашого суспільства, його соціальної структури та форми вираження ментальних, ритуальних та соціальних змін в історичному контексті. Зміни, що відбувались в економічній, соціальній, політичній сфері життя, рівень загальної культури суспільства знаходять своє відображення в художній творчості народу, а відповідно, і в бальній хореографії [1; 6]. Беззаперечно, що танець "як перше мистецтво" є одним із найбільш виразних маркерів історичних змін та кодів суспільного розвитку і специфічною формою відображення історичної дійсності. Багато складних історичних процесів ми можемо зрозуміти саме через еволюцію хореографічного мистецтва [3; 5].

У XVIII-XX сторіччі відбулися історичні зміни, які певною мірою змінили хід історії не тільки Європи, але й загальної світової системи. Відповіддю на ці зміни, а також і певними факторами, які репрезентували гли-

бинні зміни в суспільстві, були зміни культурних парадигм, у тому числі й хореографічного мистецтва - танцю як явища, яке демонструвало суспільні настрої та комунікативні практики. У цій статті ми розглядаємо еволюцію танцю як певний показник історичних змін у XVIII-XX ст. та досить яскраву реакцію на них.

Аналіз основних досліджень та публікацій з проблеми. Аналіз історичних джерел та досліджень, присвячених історії розвитку хореографічного мистецтва в історичному контексті, дав змогу висвітлити особливості її формування [6]. Ми можемо, спираючись на певну історіографічну базу, прийти до висновку, що танець як історичне явище своїми коренями сягає в побутові форми народного танцю. На певному етапі станового поділу суспільства з'явилися салонні, або бальні танці [3]. У їхню основу лягли побутові народні танці, які видозмінювались під впливом норм етикету та устрою життя привілейованих верств суспільства