

Тетяна Григор'єва

КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА В РАНЬОМОДЕРНІЙ ЄВРОПІ З ПЕРСПЕКТИВИ СТУДІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Хоч дослідження комунікації як практики може сягати так глибоко, як сама традиція писемності, студії комунікації (communication studies) є відносно молодою дисципліною, що її було інституціоналізовано лише у другій половині ХХ ст. Оскільки ж до постановки цих теоретичних рамок доклалися дослідники з різних ділянок гуманітарного знання – філософії, соціології, антропології, то їх упевнено можна назвати міждисциплінарними. Адже авторами перших, тепер уже класичних, робіт, де було зроблено спробу осмислити явища, які тим чи тим чином можна віднести до «комунікації» в історичному контексті, виступали не лише історики, а й (і то більшою мірою) дослідники, що представляють інші академічні напрями, як, наприклад, економіст Гарольд Інніс, антрополог Джек Гуді чи літературний критик, а пізніше – один із найвпливовіших теоретиків медіа Маршалл МакЛюен.

Термін «комунікація» походить від лат. *communicare*, що водночас означало і розділяти, і робити спільним, причому суто у матеріальному вимірі¹. Нематеріальний підтекст, а разом і смислова конотація

¹ Більше про смислові коннотації цього терміну в латинській мові див.: Джон Дарем Пітерс, *Слова на вітрі: історія ідеї комунікації*, переклад з англ. Андрія Іщенко (Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2004), 16.

«передачі» й «обміну» у цьому терміні з'явилися у похідному англійському «communication» у XVII ст. Зокрема, «комунікація» уже була центральною категорією в «Розвідці про людське розуміння» (1690) Джона Локка, а протягом XVIII ст. остаточно закріпилась у англійському і французькому філософському дискурсах на позначення способу передачі ідей за допомогою слів². Звідси ж пішло й уявлення про комунікацію як діалог – спочатку в суто філологічному, а потім і в символічному сенсі.

Разом з тим, поняття зберегло і давнішу конотацію матеріального контакту, що знайшло своє вираження у дискурсах XIX ст., коли «комунікація» упевнено ввійшла до лексикону політекономії на позначення транспортних зв'язків. У значенні ж нематеріального обміну цей термін почали використовувати на позначення різноманітних засобів передачі інформації, як-от: преса, телефон і телеграф. Більш того, «комунікація» стала одним з ключових понять цивілізаційного і цивілізаторського дискурсів. Рівень комунікації слугував таким собі вододілом для розрізнення примітивних і цивілізованих суспільств – тих, де технологічні новації (приміром, письмо чи друк) сприяли інтенсивнішій суспільній взаємодії, витворювали й розширювали поле, відоме сьогодні як публічний простір³.

У XX ст. своє логічне застосування знайшли ці обидві смислові конотації «комунікації» як феномену, що, з одного боку, описує способи та інструменти зв'язку, а з другого – принципи суспільної взаємодії. По-перше, «комунікація» укорінилась як термін на позначення різноманітних технологій зв'язку, починаючи від телеграфу і завершуючи інтернетом. Більш того, перші теорії і моделі комунікації були продуктами точних наук, зокрема математики, для опису принципів функціонування

² Peter Simonson, Janice Peck, Robert T. Craig, and John P. Jackson, Jr., "The History of Communication History," in *Routledge Handbook of Communication History*, ed. by Peter Simonson, Janice Peck, Robert T. Craig, John Jackson, Jr. (New York: Routledge, 2013), 17–18.

³ Більше про роль терміну «комунікація» в західноєвропейському цивілізаторському дискурсі див: Там само, 19.

радіо- і телефонного зв'язку⁴. По-друге, уявлення про те, що «комунікація» є невід'ємною складовою і умовою функціонування публічного простору, привело під термінологічну парасольку цього поняття популярні після Першої світової війни дослідження пропаганди, а трохи пізніше журналістику та ширше – медіа. Коли в 1940-х роках у США було відкрито перші бакалаврські програми з комунікацій, цю академічну дисципліну вже невідривно асоціювали із вивченням медіа та їх впливу на суспільні відносини (*public relations*).

Зміни значеннєвого діапазону терміну «комунікація» спричинили те, що сьогодні ним оперує широкий спектр дисциплін: кібернетика, філологія, філософія, історія, журналістика, соціологія та суспільні відносини. Спробу ж представити бодай стислий огляд ключових праць, об'єднаних інтересом до феноменів, які відбивають множинність значень терміну «комунікація», а відтак нав'язують до різних академічних дисциплін та дослідницьких напрямів, увінчала колективна монографія обсягом понад 500 сторінок⁵. Як на самому початку зазначили редактори цієї праці, їхнє завдання ускладнювала потреба охопити і ті роботи, де термін «комунікація» був прямо засигналізований у назві, і ті, чії автори не заявляли, що займаються «комунікацією», але предмет їхнього дослідження прямо стосувався проблематики комунікативних студій.

Зрозуміло, що мій короткий нарис не може замахнутися навіть на набагато скромнішу мету – окреслити найважливіші дослідження та синтези, які спираються на ранньомодерний матеріал. Не претендуючи

⁴ Зокрема, йдеться про математичну модель комунікації Шеннона-Вівера, яка була взята за основу і в суспільних науках. Звідси наявність виразно технічної термінології, що її досі використовували в різноманітних теоріях комунікації: «передавач», «приймач», «повідомлення», «шуми». Пор.: Claude E. Shannon, "Mathematical Theory of Communication," *Bell System Technical Journal* 27 (1948): 379-423, 623-656; Claude E. Shannon, Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication* (University of Illinois Press, 1963).

⁵ *Routledge Handbook of Communication History* / Ed. by Peter Simonson, Janice Peck, Robert T. Craig, John Jackson, Jr., ed., *Routledge Handbook of Communication History* (New York: Routledge, 2013).

жодною мірою на повну історіографічну вичерпність, я спробую лише представити проблематику вузлових дискусій довкола історії комунікації в ранньомодерну добу, які лягли в основу вибіркового курсу «Комунікативна культура в ранньомодерній Європі» на кафедрі історії Національного університету «Києво-Могилянська академія». Основним завданням курсу є ознайомити студентів із теоретичним контекстом комунікативних студій, який значною мірою диктує порядок денний для історичних досліджень у цьому напрямку. Теоретична база та методологічний інструментарій, що їх можна здобути, критично опрацьовуючи англо-американську та західноєвропейську історіографію, присвячену феноменам ранньомодерної комунікації, будуть придатні при вивченні цілої низки проблем на східноєвропейському чи, вужче, українському матеріалі – таких, як історія друку й читання, новин і новинарства, пропаганди та змін суспільної динаміки.

The medium is the message

У 1967 р. професор університету Торонто Маршалл МакЛюен, літературний критик за освітою і теоретик медіа за покликанням, опублікував свою компактну, перформативну і провокативну книгу, де він іє у заголовок тезу, яка вже в різних проявах циркулювала в академічному дискурсі новосформованих протягом останніх двадцяти років «медіа студій»: медіа не просто слугують провідниками інформації, вони впливають на інформацію, змінюють її і в такий спосіб стають її невід'ємною частиною. Відтак, МакЛюен прямо заявив: «The medium is the message»⁶ (медіум є повідомленням). При тому ілюстратор і співавтор книги Квентін Фіоре пропонував читачеві самому переконатись, як спосіб подачі месиджів – у вигляді малюнків, фотографій чи текстів, набраних різним кеглем, впливають на їх сприйняття. Далі МакЛюен зробив іще один крок уперед, твердячи, що медіа змінюють не лише саму інформацію, а й того, хто її споживає: «Змінюючи навколишнє середовище, медіа

⁶ Marshall McLuhan, Quentin Fiore, *The Medium is the Massage* (Penguin books, 1967). У заголовку обіграні два співзвучні слова – «message» (повідомлення) і «massage» (від mass-age – масова епоха) .

вितворюють у нас унікальні співвідношення сприйняття. Підсилення будь-якого нашого почуття змінює спосіб нашого мислення і дій – того, як ми сприймаємо світ»⁷. Іншими словами, спосіб сприйняття інформації – зорово, на слух, через телефонну слухавку чи через екран телевізора – трансформує не саму лиш спожиту інформацію, а й її споживача. Тому, на думку автора, поява чи домінування нового (чи нових) медіа неминуче змінюють суспільство. «Друк винайшов публічний простір, електричні технології винайшли масове суспільство», – пише МакЛюен.

Тезу про трансформуючий вплив медіа МакЛюен висловив не вперше – така думка була магістральною і в його попередніх роботах «Галактика Гутенберга» (1962)⁸ та «Розуміння медіа» (1964)⁹. Більш того, вона виглядає як адаптований до тогочасної ситуації аргумент його колеги по університету Торонто, економіста Гарольда Інніса. У 1950 р. Інніс використав свою базову історичну освіту при написанні книжки «Імперія і комунікація»¹⁰, а вже наступного року запропонував роботу, яку певною мірою можна назвати її логічним продовженням, під назвою «Ангажованість медіа» (1951)¹¹. У цих працях Інніс мав на меті продемонструвати, що кожний новий щабель цивілізації знаменувало домінування нового засобу комунікації, і ці зміни щоразу призводили до масштабних соціальних і політичних трансформацій. Попри те, що Інніс, як видається, обрав занадто велику макроісторичну лінзу і це призвело до невиправданих узагальнень та спрощеного представлення історії й культури держав стародавнього Шумеру, Єгипту, стародавніх Греції та Риму,

⁷ Там само, 41.

⁸ Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: the Making of Typographic Man* (Toronto: University of Toronto Press, 1962); український переклад: Маршалл Мак-Люен, *Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги*, Переклад з англ. В. І. Постнікова, С. В. Єфремова (Київ: Ніка-Центр, 2001).

⁹ Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (Toronto: McGraw-Hill, 1964).

¹⁰ Harold Innis, *Empire and Communications* (Toronto: University of Toronto Press, 1950).

¹¹ Harold Innis, *The Bias of Communication* (Toronto: University of Toronto Press, 1951).

середньовічної і ранньомодерної Європи, йому вдалося сформулювати кілька продуктивних тез, серед яких – ідею про зв'язок між усною й письмовою культурами та способом організації держави, а також концепцію «монополії на знання».

Концепція «монополії на знання» є найбільш відомою і впізнаваною тезою Інніса. Її суть полягає в тому, що упродовж історії цивілізації панівні верстви тим чи тим чином монополізували (чи навіть узурпували) доступ до засобів комунікації. Приміром, давньоєгипетські жерці та середньовічні монахи оберігали уміння писати як сакральне знання, доступне лише посвяченим, а європейські державці намагалися встановити контроль над друкарським верстатом. Універсалізуючи тезу Інніса, можемо знайти її паралелі і в історії ХХ ст. – у повному контролі над радіо і телебаченням авторитарних режимів, і в ХХІ ст. – у спробах окремих держав регулювати доступ до мережі Інтернет. На прикладах ранньомодерної історії бачимо виразне віддуння концепції «монополії на знання» в монографії Пітера Берка «Соціальна історія знання» (2000), а надто у її 6-му розділі («Контролюючи знання: Церкви і держави»¹²), де Берк показує, як державна бюрократія, значною мірою усвідомлюючи практикам церковної бюрократії, монополізувала збір, обробку та використання інформації для цілей зовнішньої та внутрішньої політики.

Окрім того, розглядаючи способи комунікації і використані для цього засоби у низці держав стародавнього світу, а також у середньовічній і ранньомодерній Європі, Інніс зауважив, що вони визначали сприйняття простору і часу, а відтак і логіку організації того чи того державного утвору. Для Інніса в ролі медіа виступали не лише такі засоби комунікації, як усне спілкування, письмо чи друк, а й матеріали, що їх використовували для фіксації і передачі інформації (камінь, глина, папірус, пергамент, папір). У підсумку Інніс запропонував дві імперські комунікативні моделі. Перша з них – релігійна – маніфестувала контроль над часом, а тому держави, де така модель була актуальною (Єгипет, стародавній Шумер), надавали перевагу важким і міцним матеріалам для фіксації інформації, як-от камінь. Друга – завойовницька (Рим) – передбачала

¹² Peter Burke, *Social History of Knowledge: From Gutenberg to Diderot* (Polity Press, 2000), 116–148.

встановлення контролю над простором, а тому тут для фіксації та поширення інформації користувалися легкими матеріалами – папірусом і пергаментом. Важливо, що в трактуванні Інніса цей зв'язок між матеріалом як медіумом інформації та державою є оберненим, тобто, наприклад, у Єгипті не релігійний характер влади зумовлював вибір каменю, а сам цей вибір визначав її релігійний характер. Зміна ж матеріалу (як у тому-таки Єгипті – перехід з каміння на папірус) тягла за собою і зміну комунікативної моделі, а в підсумку – і зміну характеру влади.

Нарешті, за тією ж логікою, Інніс демонстрував, наскільки існування імперії в принципі залежало від писемності, і, навпаки, наскільки грецька демократія залежала від домінування усної культури. Мислячи в категоріях «розквіту» і «занепаду», де «занепад» був ознаменований піднесенням Македонії та встановленням її контролю над доти незалежними грецькими полісами, Інніс пов'язував це із ростом значення письма в управлінських практиках – за рахунок практик прямої усної комунікації.

Остання теза про суспільні зміни при переході від суто усної до писемної культури знайшла продовження у роботах теолога і літературознавця Вальтера Онга¹³ та антрополога Джека Гуді, який розвинув її спочатку в статті «Наслідки грамотності», написаній у співавторстві з Яном Ваттом¹⁴, а далі у монографіях «Одомашнення дикого розуму» (1977)¹⁵ і «Логіка письма та організація суспільства» (1986)¹⁶. Використовуючи як приклади зі стародавньої і середньовічної історії, так і матеріали антропологічних досліджень сучасних африканських племен, Гуді продемонстрував, як змінюються економіка, управління, право та загалом взаємини в суспільстві після переходу від усної до писемної комунікації.

¹³ Walter Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word* (London, New York: Methuen, 1982).

¹⁴ Jack Goody, Ian Watt, "The Consequences of Literacy," *Comparative Studies in Society and History* 5, no. 3 (1963): 304–345.

¹⁵ Jack Goody, *The Domestification of Savage Mind* (Cambridge University Press, 1977).

¹⁶ Jack Goody, *The Logic of Writing and Organization of Society* (Cambridge University Press, 1986).

Роботи Гуді також резонують із тезою МакЛюена про те, що спосіб комунікації докорінно змінює сприйняття світу. Зокрема, вплив цієї тези виразно простежується у його концепті «структурної амнезії», суть якої полягає в тому, що усні культури мають слабкий потенціал до раціонального структурування інформації, і це, серед іншого, визначає специфічну модель часу, коли немає виразної різниці між минулим і теперішнім. На схожу ідею можемо натрапити і в хрестоматійній роботі Елізабет Ейзенштейн, яка «пересадила» її на ранньомодерний ґрунт та застосувала до практики друкарства. За Ейзенштейн, спосіб компонування друкованої книги, зокрема поділ на частини, нумерація сторінок та укладання змісту, вплинув на розвиток структурованого, раціонального способу мислення, що ліг у підґрунтя наукової революції XVII–XVIII ст.¹⁷

У 1990-х роках такий підхід продовжив розвивати у своїх студіях французький історик Роже Шарт'є, який з фаховою послідовністю прокоментував зміни у формах фіксації інформації: від звивку до кодекса, від писаної книги до друкованої, а від друкованої книги – до комп'ютерного монітора. Хоч Шарт'є не посилається на МакЛюена, він виразно артикулює дуже подібну до нього ідею: один і той самий текст, але на різних носіях, прочитується і сприймається по-різному – аж до впливу на смислове навантаження, що його отримує читач. Відтак, Шарт'є порівнює сучасну «електронну» революцію із революцією Гутенберга, причому першу він оцінює як радикальнішу, оскільки робота з монітором повернула читача від кодексу знову до звивку. У представленні Шарт'є ця зміна тим важливіша, що матеріальне втілення тексту впливає як на владну динаміку, так і на різні форми комунікації, що організують і структурують систему суспільних взаємин¹⁸.

У контексті ранньомодерної доби ключовим винаходом, який вплинув на комунікативні практики, судилося стати друкарському верстатові. Тож не дивно, що саме навколо питань про винайдення і поширення дру-

¹⁷ Elizabeth Eisenstein, *The Printing Revolution in Early Modern Europe* (New York: Cambridge University Press, 2005), 70–81.

¹⁸ Роже Шарт'є, *Письменная культура и общество* (Москва: Новое издательство, 2006).

ку, а також споживання і сприйняття друкованої продукції обертається значна частина досліджень. Сюди ж можна віднести й питання, в який спосіб друк змінив ранньомодерного читача. Науковці намагаються дати відповідь на це питання у рамках напрямку історії читання, окресленням якого ми значною мірою завдячуємо уже згаданому Роже Шарт'є, що й не дивно, адже його інтерес до практик читання сформувався саме завдяки зацікавленню історією друкованої книги¹⁹.

У своїх монографіях «Культурні функції друку в ранньомодерній Франції» (1987)²⁰ та «Порядок книг» (1992)²¹ (де назва виразно апелює до праці Мішеля Фуко «Порядок речей») Шарт'є перейшов від історії друкованої книги до різноманітних досвідів ранньомодерної людини, пов'язаних із книгами, причому його цікавить досвід не лише читача, але й автора, видавця, друкаря та власника. Хоч у назві першої із згаданих монографій ужито словосполучення «культурні функції», яке вказує, нібито робота мала би бути написана в ключі «культурного повороту», насправді обидві праці радше демонструють пов'язаність із історією ментальності. У своїх висновках Шарт'є відштовхується від міркувань соціолога й антрополога Дональда Френсіса МакКензі, зокрема його тези про те, що «форма впливає на зміст», а тому «слід пильнувати, щоб не піддатися ілюзії, яка помилково зводить тексти до їхнього семантичного наповнення»²². Не можна не зауважити спорідненість такого підходу із твердженнями Маршалла МакЛюена, хоч задля справедливості слід відзначити, що знакові роботи МакКензі²³ побачили світ через добрі два десятиліття після праць МакЛюена.

¹⁹ Henri-Jean Martin, Roger Chartier, *Histoire de l'édition française* 1–4 (Paris: Promodis, 1982-1986).

²⁰ Roger Chartier, *The Cultural Uses of Print in Early Modern France* (Princeton, 1987).

²¹ Roger Chartier, *L'ordre des livres* (Paris: Editions Alinea, 1992). Синхронно побачив світ і англійський переклад книги: Roger Chartier, *The Order of Books* (Stanford University Press, 1992).

²² Там само, 90.

²³ Див. наприклад: Donald Francis MacKenzie, *Bibliography and the Sociology of Texts* (London: British Library, 1986).

У 1995 р. Роже Шарт'є виступив співредактором збірки «Історія читання на Заході»²⁴, яка ще більше загострила дослідницьку увагу на проблемах рецепції текстів і ствердила життєздатність напряду історії читання. Збірку відкриває стаття, присвячена практикам читання в стародавній та класичній Греції; наступні нариси аналізують зміни, яких зазнавали читацькі досвіди упродовж Середніх віків і ранньомодерної доби та XVIII й XIX ст., і завершуються міркуваннями про «майбутнє читання». У роботах, присвячених ранньомодерній добі, розглянуто читацький досвід гуманістів, новонаверненої протестантської читацької аудиторії і так звану практику «народного читання», а також регулювання читання релігійної літератури в рамках Католицької Реформи.

Інші дискусії з приводу впливу друку на суспільну динаміку нав'язуються до концептів комунікативної революції, публічного простору та пропаганди, кожен з яких буде розглянуто далі.

Комунікативна революція

У 1932 р. американський історик Роберт Альбїон опублікував есеї «Комунікативна революція»²⁵, що відтоді не лише став класичним, а й спровокував тривалі дискусії на тему, як зміни у способах комунікації впливають на систему суспільних взаємин. У своєму есеї Альбїон тонко вловив подвійний сенс поняття «комунікація», показавши, як швидкий розвиток транспортних технологій і медіа радикально змінив суспільну динаміку впродовж XIX ст. Що ж до поняття «революція», то його в заголовку праці ужито не випадково, адже, на думку Альбїона, новації транспорту та медіа хоч і справили величезний вплив на розвиток економіки (а, відповідно, були факторами індустріальної революції), все ж вони заслуговують на окремий розгляд, а їхній ефект не обмежується поступом

²⁴ *Histoire de la lecture dans le monde occidental* / Ed. G. Guglielmo Cavallo, Roger Chartier, ed., *Histoire de la lecture dans le monde occidental* (Rome-Bari: Giuseppe Laterza & Figli Spa, 1995) Англійський переклад збірки: *A History of Reading in the West* / Ed. by Guglielmo Cavallo, Roger Chartier, ed., *A History of Reading in the West* (Polity, 1999).

²⁵ Robert G. Albion, "The Communication Revolution," *American Historical Review* 37 (1932): 718–720.

в індустрії. Процеси, започатковані в Америці з другої половини XVIII ст., Альбїон характеризує як «постійну революцію», а економічний підйом США він прямо пов'язує з ростом транспортної інфраструктури. Таким чином, основними категоріями у його есеї виступають «інфраструктура» і «швидкість», причому інфраструктуру він вважає ключовим чинником для швидкості, з якою люди, речі та інформація рухаються в економіці.

Дещо інакше потрактування «комунікативної революції» трьома десятиліттями пізніше запропонував літературний критик, перший директор телестудії CBS та засновник Школи комунікації Пенсильванського університету Гїлберт Селдс. Особистий професійний досвід у медіа-індустрії переконав його, що основною категорією комунікативної революції є не так швидкість руху інформації, як аудиторія покриття, а опорою такої комунікативної революції він очікувано називає радіо²⁶. Увага до аудиторії покриття надала нового сенсу необхідності розширення інфраструктури для проривних змін у практиках комунікації, зацентрувавши увагу на потребі не просто наявності, але й доступності інфраструктури чи технології. Таке бачення вдало підсумував американський соціолог Деніел Белл у своїй крилатій фразі «Контроль над комунікацією – джерело влади, доступ до комунікації – умова свободи».

Осмилення концепту «комунікативної революції» на ранньомодерному матеріалі почалося за два десятиліття потому – в двотомній монографії американської дослідниці Елізабет Ейзенштейн, присвяченій впливам друку на суспільні взаємини часів Ренесансу й Реформації, а також на трансформацію наукового дискурсу впродовж XVI–XVII ст.²⁷ Ейзенштейн жодною мірою не була піонером у дослідженні історії книги і друкарства – ці лаври заслужено належать класикам французької

²⁶ Gilbert Seldes, “Communications Revolution,” in *Explorations in Communication: An Anthology*, ed. by Edmund Snow Carpenter, Marshall McLuhan (Boston: Beacon Press, 1960), 196-99.

²⁷ Elizabeth Eisenstein, *Printing Press as an Agent of Change* 1–2 (New York: Cambridge University Press, 1979). Скорочена версія: Elizabeth Eisenstein, *The Printing Revolution in Early Modern Europe* (New York: Cambridge University Press, 1983).

Школи Анналів Люсьєну Февру й Анрі-Жану Мартіну²⁸. Слід зауважити й те, що її робота була до певної міри реакцією на праці Зіґфріда Стейнберга²⁹ та Рудольфа Хірша³⁰. Теза, яка слугувала свого роду засновком для дослідження Ейзенштейн, досить проста: її попередники обмежувалися констатацією низки ефектів друку на розвиток західноєвропейської культури (чи, послуговуючись їхньою термінологією, «цивілізації»), але вони не обмірковували, якою була «механіка» цього впливу. Натомість її монографія мала за мету розібрати власне цю «механіку», прослідкувавши, в який саме спосіб друк доклався до творення ренесансної культури та формування підвалин реформаційного руху. Хоч Ейзенштейн не посилається ані на Альбіона, ані на Селдса, вступний розділ її праці носить промовисту назву «Невизнана революція» («An Unacknowledged Revolution»), а в роботі повсякчас акцентовано окреслені ними категорії «комунікативної революції»: швидкість передачі інформації та розширення аудиторії – у цьому випадку читацької. На думку Ейзенштейн, обидва наслідки випливали з інтенсивного розповсюдження інформації внаслідок наростання кількості й асортименту друкованої продукції. Разом з тим, стандартизація (у сенсі можливості розмножувати один і той самий текст і краще зберігати тексти) уможлиблювала їх накопичення та зіставлення, що сприяло розвиткові наукового дискурсу.

Одразу після появи монографію Ейзенштейн розкритикував Ентоні Графтон – передусім за нехтування першоджерелами (решта його критичних зауваг зводилася до того, що, пропонуючи окремі аргументи, авторка покладалася на чужі дослідження та узагальнюючі синтези)³¹. Ця крити-

²⁸ Lucien Febvre, Henri-Jean Martin, *The Coming of the Book: the Impact of Printing 1450–1800* (London: Verso, 1990). Оригінальне видання: Lucien Febvre, Henri-Jean Martin, *L'apparition du Livre* (Paris: A. Michel, 1958).

²⁹ Sigfrid H. Steinberg, *Five Hundred Years of Printing*, rev. ed. (Penguin books, 1961).

³⁰ Rudolf Hirsch, *Printing, Selling and Reading 1450–1550*, rev. ed. (Wiesbaden: Harrassowitz, 1974).

³¹ Anthony Grafton, “The Importance of Being Printed,” review of *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe*, by Elizabeth Eisenstein *Journal of Interdisciplinary* 11, no. 2 (1980): 265–286.

ка, проте, не підважує актуальності праці, адже, попри те, що дослідники заповнюють окремі її лакуни ретельним розбором джерел чи дискутують з окремими аргументами, досі ніхто не переглянув і не заперечив запропоновані авторкою основні категорії «друкарської революції», які повною мірою збігаються з категоріями, що їх визначили Альбїон і Селдс для «комунікативної революції» XIX– XX ст. Свідченням того, що праця Ейзенштейн дотепер є орієнтиром для вивчення наслідків і впливів друку, може слугувати її дискусія зі згаданим Ентоні Графтоном та Адріаном Джонсом, автором іншої впливової монографії «Природа книги» (1998)³², на сторінках «*American Historical Review*», і то через понад два десятиліття після виходу в світ першого видання книжки Ейзенштейн³³.

Інший вимір «комунікативної революції», а саме ріст транспортної інфраструктури, проторував шлях до ранньомодерних студій порівняно недавно, коли німецький історик Вольфганг Берінгер звернувся до цієї теми у ґрунтовній статті із дещо дезорієнтуючою назвою «Комунікативні революції. Історіографічний концепт»³⁴. Насправді «комунікативним революціям» як історіографічному концепту присвячена лише перша (і менша) частина статті, що слугує за відправну точку дослідження. Берінгер прямо визнає, що передусім послуговується тезою Роберта Альбїона стосовно визначального впливу транспортної інфраструктури (поштової системи, доріг та залізниці) на поступ «комунікативної революції». Натомість він заперечує твердження, ніби радикальна зміна в швидкості руху внаслідок розвитку транспортної інфраструктури була унікальною, а її відправною точкою слід вважати другу половину XVIII ст. Саме таку точку відліку постулював Альбїон, вважаючи, що кожна наступна декада породжувала винаходи, які революційно змінювали швидкість комунікації у всіх сенсах цього слова – пароплав, паровоз,

³² Johns A. *The Nature of the Book. Print and Knowledge in the Making*. – The University of Chicago Press, 1998.

³³ Anthony Grafton, Elizabeth Eisenstein, Adrian Johns, “AHR Forum: How Revolutionary was the Print Revolution,” *American Historical Review* 107 (2002): 84–128.

³⁴ Wolfgang Behringer, “Communications Revolutions: a Historiographical Concept,” *German History* 24, issue 3 (2006): 333–374.

телеграф, телефон, електровоз, автомобіль, трансатлантичний кабель, літак і, нарешті, радіо. Берінгер також розкритикував Альбіона за те, що той обмежив свої спостереження і висновки розвитком інфраструктури в Сполучених Штатах Америки. Зрозуміло, що обидва закиди тісно пов'язані: як історик-американіст Альбіон за означенням не міг сягнути глибше XVIII ст. Це завдання – розширити аналіз географічно і хронологічно – поставив перед собою Берінгер, аби показати універсальність тези Альбіона про ріст інфраструктури як визначальний поштовх до «комунікативної революції». При цьому він відштовхнувся від міркувань сучасного американського історика Ричарда Р. Джона, який назвав розвиток поштової системи ключовим фактором у поступі комунікацій³⁵.

Відтак, другу частину статті Берінгера присвячено становленню імперської пошти від часів імператора Максиміліана I (1493–1519) до кінця XVI ст. Берінгер показав, що вже за імператора Карла V (1519–1558) система поштових станцій охопила майже всю імперію, «над якою ніколи не заходить сонце», – Іспанію, південь Італії, Австрію, королівську Угорщину, Чехію, Німеччину, Нідерланди, Люксембург та графство Бургундію (за іронією, без американських володінь імператора). На думку Берінгера, облаштування стабільної поштової системи стало причиною щонайменше двох «революцій». Перша з них – це «революція подорожей», пов'язана з тим, що мандрівники дедалі частіше обирали «поштові» дороги – ті, уздовж яких розташовувалися поштові станції разом із постійними дворами. Італійські друкарні, реагуючи на запит, почали видавати карти поштових доріг, що також сприяло укоріненню таких практик. Друга революція, названа автором «медіа революцією», була похідною від становлення системи постійних поштових кур'єрів, завдяки яким інформацію стали передавати швидко та регулярно. Берінгер підкреслює, що впродовж XVII–XVIII ст. упорядкування доріг орієнтувалося власне на ці, вже наявні, поштові маршрути. Ще важливіше, що імперська пошта (як і італійська) була доступна публіці (за всієї обмеженості ранньомодерного публічного простору): мандрівники за

³⁵ Richard R. John, *Spreading the News: the American Postal System from Franklin to Morse* (Harvard University Press, 1995).

платню могли користатися поштовими станціями чи, точніше, розташованими при них постійними дворами, і за платню можна було відправити повідомлення через постійних кур'єрів.

У підсумку, як бачимо, дискусія навколо концепту «комунікативної революції» заохочувала до вивчення таких параметрів, як: 1) пришвидшення руху інформації (завдяки ростові транспортної інфраструктури, зміні практик, пов'язаних із доставкою інформації, та розширенню географії друкарства); 2) збільшення аудиторії споживання інформації (завдяки більшій доступності як транспортної інфраструктури, так і друкованої продукції). Утім, другий аспект можна пов'язати не лише з кращою доступністю інформації, а й із більшим до неї інтересом, а це вже насуває питання про початки функціонування публічного простору в ранньомодерну добу.

Публічний простір до «публічного простору»

Хоч філософ Франкфуртської школи Юрген Габермас опублікував свою роботу «Структурні трансформації публічного простору» ще 1962 р.³⁶, а у 1982 р. він завершив свій *magnum opus* – двотомну «Теорію комунікативної дії»³⁷, історики комунікації повною мірою взяли їх на озброєння лише впродовж 1990-х років, після того як «Структурні трансформації публічного простору» було 1989 р. перекладено англійською мовою³⁸. Як виявилось, питання, сформульовані Габермасом майже 30 років тому (а саме: «коли і за яких обставин постав феномен публічної дискусії?», «яким є зв'язок між владою і публічним дискурсом?», «за якими критеріями можна розділити публічний і приватний простори?» і, нарешті, «яку роль в формуванні публічного простору відіграли зміни в способах комунікації?»), чудово резонували із дослідженнями з історії

³⁶ Jürgen Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (Neuwied, Berlin: Luchterhand, 1962).

³⁷ Jürgen Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns* 1-2 (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1982)..

³⁸ Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (MIT Press, 1989).

журналістики, що побачили світ упродовж 1970-х–1980-х років³⁹. Уже традиційно ці праці⁴⁰ брали за точку відліку феномен так званої британської «нової журналістики» другої половини XIX ст., яка розвивалася у відповідь на популяризацію і комерціалізацію газетної справи. Спостереження Габермаса показували, що така журналістика, зорієнтована на чимширшу аудиторію, сягає корінням публічного простору, який наростав упродовж XVIII ст. Простіше кажучи, культура буржуазного суспільства з його салонами для інтелектуалів і кав'ярнями для простих обивателів стимулювала розширення інтересу до політики та суспільних справ, а журналістика XIX ст. заходилася задовільняти цей інтерес не без зиску для газетярів.

Як відомо, Габермасів концепт «публічного простору» передбачає наявність деякої уявної спільноти, що її можуть творити представники різних прошарків суспільства, які вільно дискутують про актуальні суспільні питання та здатні чинити вплив на політичне життя. Допасовуючи концепт Габермаса до функціонування сучасних медіа, один з редакторів збірки «Комунікація і громадянство. Журналістика і публічний простір» (1991) Пітер Далгрєн розпочав вступ до збірки дещо зміненою дефініцією: «Публічний простір є поняттям, яке в контексті сучасного суспільства вказує на те, як і до якої міри мас-медіа, а особливо журналістика, можуть допомогти громадянам дізнаватися про світ, зважувати свої реакції та приймати обґрунтовані рішення при виборі напрямку дій»⁴¹. Що ж до тез Габермаса, то він назвав їх «неоднозначними» та застеріг від сліпого прикладання його теорії до інакших, ніж у XVIII–XIX ст., історичних періодів, зокрема до сучасності, де публічну сферу «зумовлюють інші історичні обставини, і (варто сподіватися) вона насичена інакшими можливостями»⁴².

³⁹ Peter Simonson, Janice Peck, Robert T. Craig, and John P. Jackson, Jr., "The History of Communication History," in *Routledge Handbook of Communication History*, ed. by Peter Simonson, Janice Peck, Robert T. Craig, John Jackson, Jr. (New York: Routledge, 2013), 17–18.

⁴⁰ Michael Schudson, *Discovering the News* (New York: Basic Books, 1978) Dan Schiller, *Objectivity and the News* (University of Pennsylvania Press, 1981).

⁴¹ Peter Dahlgren, Colin Sparks, ed., *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere* (New York: Routledge, 1991).

⁴² Там само, 2.

Одинадцятьма роками пізніше Массімо Роспокер у передмові до видання «Поza публічною сферою. Погляди, публічна політика, простори в ранньомодерній Європі» (2012)⁴³ констатував: незважаючи на те, що практично кожна конференція чи серйозна публікація з історії комунікації доходить висновку про потребу переосмислення габермасівського концепту «публічного простору», а автори повсякчас епатують читача заголовками на кшталт «Після Габермаса», «Прощавай, Габермас?» і «Габермас іде до дідька», цей концепт надалі залишається домінуючим аналітичним інструментом в історії новинарства та медіа.

Дослідники ранньомодерної історії спираються на концепт «публічного простору» передусім при вивченні впливів друку на ранньомодерне суспільство. При цьому їх не зупиняє доведено низький рівень тогочасної письменності, адже, як показав щойно згаданий Роже Шарт'є, споживання друкованого тексту не конче передбачало індивідуального читання, а відтак не потребувало письменності усієї зацікавленої аудиторії⁴⁴. Зрозуміло, що дослідницьку увагу тут прикуто до міських публічних просторів, де читацьку аудиторію (в найширшому сенсі поняття) об'єднували принаймні дві теми – релігія та політика, а предметами рефлексії виступали передусім політичні памфлети та новини.

Зокрема, Александра Галаш у своїй монографії «Ринок друку. Памфлети і публічний простір у ранньомодерній Англії» (1997)⁴⁵ доводила, що в Англії публічний простір почав формуватися навколо політичних памфлетів кінця XVI ст., які оприявнювали цілий спектр конфліктів навколо політичних інтересів. Водночас авторка зацентрувала увагу на важливості комерційної сторони друку, бо, за її спостереженням, власне ринок друку створював можливість широкого доступу до публічного дискурсу. На відміну від Шарт'є, який поставив у центр свого «Порядку

⁴³ Massimo Rospocher, ed., *Beyond the Public Sphere. Opinions, Publics, Spaces in Early Modern Europe* (Berlin: Duncker & Humblot GmbH, 2012).

⁴⁴ Roger Chartier, "Reading Matter and 'Popular' Reading: From the Renaissance to the Seventeenth Century," in *A History of Reading in the West*, ed. by Guglielmo Cavallo, Roger Chartier (Polity, 1999): 269–283.

⁴⁵ Alexandra Halasz, *The Marketplace of Print. Pamphlets and the Public Sphere in Early Modern England* (Cambridge University Press, 1997).

книг» досвіди авторів, видавців і читачів, Галаш зосереджується на політичних брошурах з метою реконструювати, «як економічні агенти й інтереси, залучені до виробництва дискурсу як товару, співвідносяться із соціальними взаєминами, що їх конструює дискурс, до яких він входить і які уможлиблює»⁴⁶. У підсумку Галаш вважає ріст накладу й асортименту памфлетної продукції упродовж другої половини XVI–XVII ст. найбільш промовистим доказом розширення тогочасного публічного простору, адже саме ця продукція була найдоступнішою як авторам, що прагнули опублікувати свої твори, так і читачам. Очевидно, книжка потребувала би суттєво більших капіталовкладень видавця чи патрона, а тому була розрахована на вужчу аудиторію споживання.

Як видається, робота Галаш послужила добрим стимулом для подальших досліджень ранньомодерних англійських політичних друків, адже протягом наступного десятиліття світ побачила низка досліджень зі схожим предметом зацікавлень та, що важливо, з акцентом на розширенні доступності тих чи тих інструментів комунікації для публіки у габермасівському розумінні поняття – приміром, памфлетів, петицій чи новин⁴⁷.

Підхід до вивчення ранньомодерної новинної продукції в інших регіонах Заходу певною мірою подібний до підходу Галаш. Дослідники тогочасного новинарства повсякчас підкреслюють, що політична інформація була одним з основних продуктів друкарського верстата. Разом з тим, вони показують, що внаслідок активізації новинарства як бізнесу зростала аудиторія, здатна поінформовано дискутувати на політичні теми. Такий хід міркувань опосередковано перегукується із концептом «глобального села» Маршалла МакЛюена, коли медіа (МакЛюен мав на увазі телебачення, але для ранньомодерної доби цю роль цілком міг грати друкарський верстат) уможлиблюють та заохочують участь у політичному житті, навіть якщо ця участь є не більше ніж ілюзією.

⁴⁶ Там само. – С. 167.

⁴⁷ David Zaret, *Origins of Democratic Culture: Printing, Petitions, and the Public Sphere in Early modern England* (Princeton University Press, 2000); Joad Raymond, *Pamphlets and Pamphleteering in Early Modern Britain* (Cambridge University Press, 2003); Peter Lake, Steve Pincus, ed., *The Politics of the Public Sphere in Early Modern England* (Manchester University Press, 2007).

Збірки «Новини, газети та суспільство в ранньомодерній Британії» (1999), редактована Джадом Реймондом, і «Політика інформації в ранньомодерній Європі» (2001), редактована Бренданом Дулі та Сабріною Барон, добре репрезентують спектр дослідницьких підходів до ранньомодерного новинарства⁴⁸. Простежуючи швидкість, періодичність, тематику, канали передачі новин та інструменти контролю над ними, автори відповідних статей приділяють значну увагу і рецепції новинної продукції, оцінюють обсяги читацької аудиторії, маркери впливу на неї та тенденції її емансипації, що в підсумку дозволяє говорити про розширення публічного простору через ріст споживання новин.

Поза тим, історія ранньомодерного новинарства виопуклює не лише трансформацію суспільної динаміки, але й зрушення у сприйнятті простору та часу. Зокрема, автори колективної монографії, редактованої уже згаданим Бренданом Дулі⁴⁹, ставлять питання про те, як ріст швидкості передачі новин впливав на уявлення про час. Іншими словами, дослідники намагаються прослідкувати, як протягом XVI–XVII ст. мінявся життєвий цикл новин, себто час, протягом якого подію все ще могли вважати новиною. На їхню думку, зміни у ставленні до новин сприяли поступовому оформленню уявлень про сучасність. Ще одним напрямком монографії є дослідження новинних мереж, адже слідом за питанням «як швидко рухалися новини?» напрошуються питання «завдяки чому і у який спосіб новини рухалися саме так?»⁵⁰. Нарешті, третій напрямок – це те, як

⁴⁸ Joad Raymond, ed., *News, Newspapers, and Society in Early Modern Britain* (London: Frank Cass, 1999); Sabrina Alcorn Baron, Brendan Dooley, ed., *The Politics of Information in Early Modern Europe* (London: Routledge, 2001).

⁴⁹ Brendan Dooley, ed., *The Dissemination of News and the Emergence of Contemporaneity in Early Modern Europe* (Farnham: Ashgate, 2010).

⁵⁰ Joad Raymond, ed., *News Networks in Seventeenth-century Britain and Europe* (Abingdon: Routledge, 2006); John-Paul A. Ghobrial, *The Whispers of Cities. Information Flows in Istanbul, London, and Paris in the Age of William Trumbull* (Oxford University Press, 2013); Paul Arblaster, *From Ghent to Aix: How They Brought the News in the Habsburg Netherlands, 1550–1700* (Leiden: Brill, 2014).

політичні новини докладалися до формування того, що сьогодні ми називаємо суспільною думкою, а це перегукується із дослідженнями феномену пропаганди.

Пропаганда? Пропаганда!

Дати визначення терміну «пропаганда» видається не легшим завданням, аніж окреслити зміст терміну «комунікація». Термін суттєво змінив своє соціолінгвістичне значення відтоді, коли папа Григорій XV у 1622 р. заснував Священну Конгрегацію поширення («пропаганди») віри (*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*), що мала на меті передусім організацію і підтримку місіонерства. У XVIII ст. термін увійшов до політичного лексикону на позначення технік переконання, а після Першої світової війни, разом із пильною дослідницькою увагою до вивчення стратегій формування суспільної думки, здобув стійку негативну конотацію. З того часу і дотепер пропаганда означає не просто моделювання суспільної думки, але моделювання з використанням маніпулятивних засобів. Тісна зв'язка «пропаганди», «суспільної думки» і «масового суспільства» неминуче робила першу предметом зацікавлення у студіях комунікації. Утім, сьогодні на позначення сучасних способів формування суспільної думки з політичних питань частіше заведено вживати поняття «політична комунікація».

Британський історик Пітер Берк, розмірковуючи над проблематичністю вживання терміну «пропаганда» у своїй монографії «Конструювання Луї XIV» (1992), присвяченій витворенню і поширенню владних образів легендарного французького короля, визнав анахронічність цього терміну – нарівні із пов'язаними з «пропагандою» «суспільною думкою» та «державною ідеологією». Однак, на його думку, «якщо визначити термін “пропаганда” достатньо широко, наприклад, як спробу транслявати суспільні й політичні цінності, то навряд чи можна заперечити правомірність його використання стосовно XVII ст.»⁵¹ До того ж, додам, сучасний альтернативний термін «політична комунікація»

⁵¹ Peter Burke, *The Fabrication of Louis XIV* (Yale University Press, 1994), 4.

історики-медієвісти та ранньомодерники вже зарезервували на позначення дипломатичної діяльності до XVIII ст.⁵²

Окрім того, для прикладу, стратегії переконання у рамках процесів конфесіоналізації упродовж XVI–XVII ст. важко не називати «пропагандою» в сучасному сенсі слова – як з погляду мети (донести ключові тези до щонайширшої аудиторії), так і з погляду використання маніпулятивних технік та опертя на найновіший для того часу «засіб масової інформації» – друкарський верстат.

Серед величезного масиву досліджень з проблем пропаганди абсолютною класикою залишається робота французького філософа і соціолога Жака Еллюла «Пропаганда: формування суспільних настроїв» (1973)⁵³. У цій роботі авторові вдалося охарактеризувати пропаганду з точки зору соціологічного і психологічного підходів. Таке поєднання дозволило йому не просто описати пропагандистський інструментарій, але й показати психологічний та політичний впливи пропаганди і обговорити фактори, які зумовляють її ефективність чи неефективність. Своєю чергою, Вероніка Сушова показала, чому техніки дослідження пропаганди можуть і мусять бути використані для ранньомодерної доби та як історики здатні скористатися надбаннями соціології у таких дослідженнях⁵⁴.

Загалом, роботи, прямо чи опосередковано присвячені явищам пропаганди в ранньомодерній Європі, можна умовно поділити на дві групи. Перша, де автори мислять пропаганду в рамках того широкого визначення, яке для цього терміну запропонував Пітер Берк, та зосереджують увагу передусім на творенні й поширенні політичних або релігійних

⁵² John Watkins, “Toward a New Diplomatic History of Medieval and Early Modern Europe,” *Journal of Medieval and Early Modern Studies* 38, no. 1. (2008): 1–14

⁵³ Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes* (Vintage books, 1973).

⁵⁴ Veronika Sušová, “Propaganda and Public Opinion in Early-Modern Europe,” *Acta Universitatis Carolinae, Philosophica et Historica I, Studia Historica*, 53 (2000): 231–254.

текстових і візуальних образів⁵⁵. Від імагології *per se* їх відрізняє інтерес не лише до способу конструювання таких образів, але й до каналів та стратегій їхньої трансляції для різних аудиторій.

Автори другої групи аналізують риторичні та візуальні прийоми, ближчі до сучасних уявлень про те, чим є пропаганда. Саме в такому ключі розвинув своє дослідження Джефрі Сав'є в монографії «Друкована отрута. Памфлетна пропаганда, фракційна політика та публічний простір у Франції початку XVII ст.» (1990)⁵⁶. Для Сав'є існування у ранньомодерній Франції публічного простору є доконаним фактом, а репутація, загальне схвалення та «добре ім'я» – невід'ємною складовою соціального капіталу. Відтак він зосереджує увагу на аналізі стратегій репутаційного менеджменту, зокрема риторики збезчещення, у політичних памфлетах та їхньому впливі на кар'єрні траєкторії героїв цих памфлетів.

Утім, однією з найбільш плідних дослідницьких тем є маніпулятивні стратегії часів Реформації, коли католики і протестанти використовували найрізноманітніші засоби переконання та психологічного впливу для консолідації своєї пастви. Тут важко не згадати опубліковану ще на початку 1980-х років статтю Мірієм Ашер Крісман «Від полеміки до пропаганди: розвиток впливів на маси наприкінці XVI ст.» (1982)⁵⁷, де авторка переконливо показує, як і католики, і протестанти впроваджували схожі дискурси іншування, спрямовані один проти одного, та нагнітали масову істерію, яка мала на меті унеможливити контакти між представниками цих релігійних конфесій. Окремо також слід згадати монографію Роберта Скрібнера «Задля простого народу: народна про-

⁵⁵ Mark U. Edwards Jr., *Printing, propaganda, and Martin Luther* (Berkeley: University of California press, 1994); Sean Kelsey, *Inventing a Republic: The Political Culture of the English Commonwealth (1649–1653)* (Stanford University Press, 1997); Laura Lunger Knoppers, *Constructing Cromwell. Ceremony, Portrait, and Print 1645–1661* (Cambridge University Press, 2000).

⁵⁶ Jeffrey K. Sawyer, *Printed Poison. Pamphlet Propaganda, Faction Politics and the Public Sphere in Early Seventeenth-Century France* (University of California Press, 1990).

⁵⁷ Miriam Usher Chrisman, “From Polemic to Propaganda: The Development of Mass Persuasion in the Late Sixteenth Century,” *Archiv fur Reformationsgeschichte* 73 (1982): 175–196.

паганда для німецької Реформації» (1981), присвячену каналам розповсюдження реформаційних ідей та стратегіям переконання, які дозволяли впливати на переважно неписьменну аудиторію⁵⁸. У цьому ж ключі написано і книжку Ребекки Оттінґер «Музика як пропаганда в німецькій Реформації» (2001)⁵⁹. Нарешті, не можна оминати увагою роботу знаного фахівця як історії книги, так і історії Реформації Ендрю Петіґрі «Реформація та культура переконання» (2005)⁶⁰.

Загалом, як бачимо, міждисциплінарні підходи студій комунікації здатні запропонувати різноманітні можливості для дослідника ранньомодерної історії, а дослідження засновані на українському матеріалі можуть суттєво збагатити історичні дискусії на актуальні теми, починаючи історією друку та завершуючи аналізом пропагандистських стратегій.

⁵⁸ Robert W. Scribner, *For the Sake of the Simple Folk: Popular Propaganda for the German Reformation* (Cambridge University Press, 1981).

⁵⁹ Rebecca Wagner Oettinger, *Music as Propaganda in the German Reformation* (Aldershot: Ashgate, 2001).

⁶⁰ Andrew Pettegree, *Reformation and the Culture of Persuasion* (Cambridge University Press, 2005).