



ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 94(37).05

МОНЕТНАЯ ПРОПАГАНДА В ПОЗДНЕРЕПУБЛИКАНСКОМ РИМЕ

С. Н. Ахиев

Саратовский государственный университет
E-mail: responsum@list.ru

В статье исследуется дискуссионный вопрос о направлениях монетной пропаганды периода поздней Римской республики и дается оценка ее эффективности. Автор приходит к выводу, что изображения и легенды монет лидеров Римской республики менялись в соответствии с любыми поворотами их политики. Это говорит о том, что на монеты возлагались не только финансовые, но и определенные идеологические функции.

Ключевые слова: политическая пропаганда, монеты, Римская республика, Цезарь, общественное мнение.

The «Coin Propaganda» in the Late Roman Republic

S. N. Akhiev

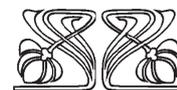
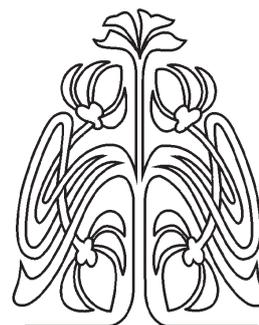
The article is devoted to the issue of the directions of the «coin propaganda» in the Late Roman Republic and the estimation of its effectiveness. The author concludes that the images and legends of the coins changed in accordance with any turns of the Roman Republic leaders' policy. This means that the coins served not only financial, but also certain ideological purposes.

Key words: political propaganda, coins, Roman Republic, Caesar, public opinion.

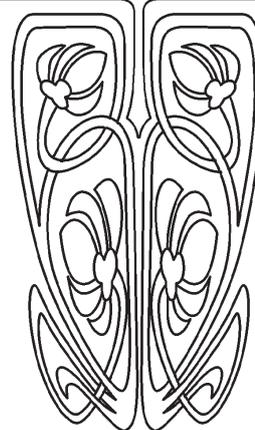
DOI: 10.18500/1819-4907-2015-15-4-47-51

Важным видом источника по проблеме политической пропаганды периода Второй гражданской войны в Риме являются монеты. Монетная чеканка часто отражает основные пропагандистские лозунги политических лидеров Рима, эволюцию их программ, направленность идеологической конфронтации. Благодаря стараниям ряда выдающихся специалистов по римской нумизматике – Г. Мэттингли, Э. Сайденхема, К. Сазерленда, М. Гранта, М. Крофорда и др.¹ монеты уже немало рассказали о политике и идеологии того времени. Значение этого вида источника для изучения пропаганды обусловлено тем, что монеты с их изображениями и легендами, по мнению многих исследователей, в античном мире играли ту же роль, что и современные средства массовой информации, доходя до самых глубоких уголков ойкумены. Корректная дешифровка монетной символики прямо вводит исследователя в круг идеологической борьбы того времени. Не случайно исследователи отмечают, что монеты представляли собой выгравированное на металле содержание пропаганды видных римских политиков, организованное и структурированное в знаках².

Нумизматические данные не только иллюстрируют сообщения античных авторов, но и сообщают важные факты, о которых нарративные источники часто умалчивают. Иногда монеты являются едва ли не единственным источником информации о направлениях пропаганды участников борьбы. Это в полной мере относится, например, к деятельности М. Эмилия Лепида в период 41–36 гг. до н. э., поскольку нарративные источники практически ничего не говорят о действиях этого триумвира в указанное время. Не менее ценно изучение монетной



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





чеканки Секста Помпея, так как письменные свидетельства о нем весьма противоречивы. Анализ монет Секста Помпея позволяет говорить о целенаправленной «республиканской» пропаганде, стремившейся утвердить его не только среди сторонников и клиентов отца, но и в среде уцелевших сторонников восстановления республиканской формы правления.

Монетная пропаганда стала активно изучаться в 40–60 гг. XX в., когда в разработку темы был активно введен этот относительно новый для данной проблемы вид исторического источника. Исследователи отмечали, что монеты являлись не только средствами платежа, но и выступали в качестве одного из самых эффективных средств пропаганды политических лидеров Рима. Сам тип монетной чеканки, по их мнению, часто определялся идеологией и политической программой³. Как подчеркнул К. Пере, те политики, которым удалось захватить власть, очень интенсивно использовали монеты как замечательный инструмент пропаганды по всей империи и за ее пределами⁴. В современной исторической и нумизматической литературе остаются спорными несколько вопросов. Не определена эффективность монетной пропаганды, а также не выяснено, какие надежды возлагали на нее политические лидеры, занимавшиеся эмиссией денег, и соответственно насколько серьезно они подходили к созданию новых монетных типов. Такие видные исследователи, как Г. Мэттингли, К. Сазерленд, М. Грант, А. Альфельди делали однозначный вывод, называя монеты исключительно эффективным средством пропаганды⁵. М. Грант даже утверждает, что политические лидеры самолично занимались выборами чеканов, которые должны были акцентировать внимание на определенных идеях. Однако позднее выходит ряд исследований, в которых авторы ставят под вопрос эффективность монетной пропаганды. В число этих исследователей входят, в частности, А. Джонс, М. Крофорд, Б. Левик⁶. Исследователи подчеркивают, что монеты – это, прежде всего, явление экономической жизни. Чеканились они исключительно с целью выплат армии, игравшей решающую роль в период кровопролитных гражданских войн. В отношении идеологической функции монет ученые используют более осторожные термины, вроде «убеждение» или даже «общение»⁷. Английский исследователь Фергюс Миллар говорит, что невозможно установить, какие чувства испытывали римляне при попытках воздействовать на их сознание через изображения и легенды, и потому считает неудачным сам термин «пропаганда», используемый в отношении монет⁸.

Несомненной заслугой этой группы исследователей является то, что, поставив под сомнение эффективность монетной пропаганды, они выдвинули на первый план проблему дуализма политической пропаганды, связанной не с навязыванием целевых установок, а ее ориентации

на уже существующее общественное мнение с устоявшимися вековыми традициями и мировоззрением. Новизна подхода заключается в отказе воспринимать их лишь как средство активного и целенаправленного воздействия на сознание людей. Однако трудно согласиться с гиперкритичным суждением Б. Левик о том, что «чеканы предназначены не для публики, а адресованы человеку, чей портрет занимает аверс монеты»⁹.

Действительно, степень эффективности воздействия монетной пропаганды на общественное мнение не стоит преувеличивать. Эффективность всех средств и методов политической пропаганды (а не только монет) была высокой лишь в исключительных случаях. Это происходило, когда политические лозунги затрагивали сознание самых широких слоев общества, доходили до самых глубоких народных чувств, примером которых могут служить патриотически-традиционалистские настроения италийцев в 33–32 гг. до н. э. Монетная пропаганда, конечно, не могла стать катализатором подобных настроений, поднявших и объединивших самые различные социальные слои римского общества. С другой стороны, несомненно, что, донося до населения через свои символы, изображения, легенды четко выраженные идеи, взгляды, лозунги противоборствующих сторон, монеты способствовали политической ориентации римских граждан и тем самым становились средством «вербовки» сторонников. Именно этим, на наш взгляд, определяется эффективность монетной пропаганды.

Вряд ли можно считать справедливым утверждение Я. Ю. Межеричко, что в современной исторической литературе само слово «пропаганда» *заменяется* более осторожными терминами¹⁰. Никто из цитируемых им исследователей не отрицал того факта, что монеты в той или иной степени служили инструментом идеологического воздействия на общество. А упомянутые им термины являются составной частью самого понятия политической пропаганды. Терминология, предлагаемая А. Джонсом, М. Крофордом и другими исследователями, прямо относится к той стороне пропаганды, которая ориентируется на уже существующие социальные взгляды и убеждения, а не той, которая касается активной и целенаправленной деформации общественного мнения в своих интересах (на что указывают в основном М. Грант и К. Сазерленд). В первую очередь это относится к чеканке таких близких каждому римскому гражданину изображений, как Pax, Concordia, Fortuna и т. п., прямо отвечающих надеждам и чаяниям людей, уставших от гражданских войн. Но вряд ли можно считать отвечающими чаяниям всех римских граждан отчеканенные легенды типа DICT. PERPETVO на монетах Цезаря, DIVI IVLI FILIVS – на монетах Октавиана, NEPTVNI – на монетах Секста Помпея и множество других легенд и изображений, явно являвшихся политическими лозунгами, направленными на утверждение автори-



тета политического лидера Рима, занимавшегося эмиссией таких монет.

Впрочем, вопрос о целях монетной пропаганды до настоящего времени является спорным. Ряд современных исследователей¹¹ придерживаются более традиционной точки зрения, что монеты следует рассматривать как своеобразные средства массовой информации древности.

Вопрос о направлениях монетной пропаганды и ее эффективности остается дискуссионным. Но тот факт, что изображения и легенды менялись в соответствии с любыми поворотами политики практически всех лидеров Рима в период 49–30 гг. до н. э. прямо свидетельствует, что они возлагали на монеты определенные идеологические функции¹². Неслучайно резкое увеличение числа монетных выпусков и огромное разнообразие в типологиях чеканов хронологически совпадает с самыми беспокойными годами конца Республики.

Чеканка монеты в Риме всегда являлась прерогативой властей, и сенат очень ревниво оберегал свое право денежной эмиссии. В период Второй гражданской войны, когда сенат часто сам оказывался в руках вождей политических группировок, опиравшихся на армию, новые властители присвоили себе право чеканить собственные монеты без разрешения сената. Как подчеркнул Г. Крамп, на монетах 49–30 гг. до н. э. знак разрешенного сенатом выпуска – аббревиатура SC (Senatus Consulto) – практически исчезает, лишь изредка появляясь в пропагандистских целях¹³.

Исследователи отметили, что в период гражданских войн монеты стали служить средством *личной* пропаганды лидеров Римского государства, которые использовали их, чтобы обнародовать свои политические программы, закодированные в специальные символы¹⁴. Несмотря на заявления о трудности корректной расшифровки этих символов, исследователи, тем не менее, часто однозначно трактуют смысл изображений и легенд, содержащихся на монетах.

Замечание П. Жала о том, что символика монет могла действовать избирательно, оставаясь непонятной для непосвященных¹⁵, вряд ли можно считать справедливым. Если даже спустя два тысячелетия благодаря совместным усилиям историков и нумизматов удалось расшифровать значение практически всех символов монет, то едва ли стоит считать, что их смысл оставался непонятным для современников. Достаточно вспомнить, что Кассий Дион, оставивший описание одной из монет Брута, через два с лишним столетия после описываемых им событий без труда смог очень точно донести до читателя смысл ее символики. На реверсе этой монеты содержится изображение колпака, который получали вольноотпущенники в знак свободы, между двумя кинжалами с сопроводительной надписью EID MAR (мартовские иды)¹⁶. Кассий Дион интерпретирует символы так: «Брут... изображал на монетах ... шапку вольноотпущенника, поясняя этим, а также над-

писью, что он вместе с Кассием желал освободить отечество» (*Dio Cass. XLVII. 25. 3*). Современные исследователи с ним полностью согласны: «Суть дела излагалась максимально четко – тиран был заколот, чтобы мог жить освобожденный Рим»¹⁷.

Таким образом, можно констатировать, что язык символов, использовавшийся в монетной чеканке, был не просто понятен современникам, но и адресовался именно им. В любом случае несомненно, что монеты в античности выступали не только в качестве средства платежа. Часто они содержали надписи Libertas, Concordia, Pax, пропагандирующие такие ценности, как свобода, мир, процветание. Очевидно, что подобные легенды должны были влиять на общественное мнение и привлекать сторонников.

Триумвиры, получившие право чеканки без разрешения сената, использовали его в целях личной пропаганды, менявшейся в зависимости от политических и идеологических условий того времени. Отсюда же и разнообразие монетных чеканов. К. Пере справедливо отметил, что монеты в руках политических лидеров служили своего рода средством мобилизации сторонников. Чем больше конкурентов в борьбе за власть, тем богаче и разнообразней легенды и изображения на монетах. А сами монеты, по мнению французского исследователя, представляли собой не что иное, как «наглядные речи, позволявшие получать поддержку и доверие сограждан»¹⁸.

Именно по монетам мы можем создать довольно целостное представление о политических программах римских лидеров периода гражданской войны 49–30 гг. до н. э., проследить эволюцию их лозунгов и направлений пропаганды. Совершенно не случайно появление новой тенденции, прослеживаемой в монетной чеканке интересующего нас периода – смена традиционных изображений на персональные, демонстрация личного успеха и карьеры. Достаточно посмотреть на монеты Цезаря, Помпея, Октавиана, Антония, чтобы заметить эту тенденцию. Этого не избежали даже сторонники Республики, и в первую очередь – М. Брут, чей портрет присутствовал на многих из выпускавшихся им монет¹⁹.

Символика монет использовалась всеми политическими лидерами Рима для оправдания их власти. В первую очередь это касается символов власти – фасций, ликторских топоров, курульных кресел и т. п. Когда Секст Помпей чеканит свой портрет, сопровождаемый надписью Pius, нетрудно догадаться о его скорби по отцу и брату и стремлении (по крайней мере – демонстрируемому) стать защитником их идей²⁰. Пропаганда Цезаря стремилась оправдать его власть, используя изображения Pax, Concordia, рога изобилия, в совокупности означавшие окончание братоубийственных гражданских войн и процветание Италии²¹. По мнению многих исследователей, использование многочисленных атрибутов божеств римского пантеона в монетной чеканке



Цезаря, Антония, Октавиана, Секста Помпея и др. являлось демонстрацией особой связи с богами и их покровительства²².

Таким образом, монеты, содержавшие различные изображения и легенды, действительно являлись важнейшим средством пропаганды всех лидеров Рима, использовавших их для привлечения сторонников и убеждения в своем превосходстве. При этом следует быть осторожным в приравнивании античных монет к современным средствам массовой информации.

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать вывод, что исследователи нумизматического материала единодушно считают монеты важным средством, игравшим значительную роль в формировании общественного мнения периода гражданской войны 49–30 гг. до н. э. Монетная пропаганда в равной степени была ориентирована как на традиционное общественное сознание, так и на внесение в него новых идей и взглядов, целью которых было доказательство исключительной роли того или иного политического лидера. Донося до населения с помощью специальных общеизвестных символов программы конкурентов, боровшихся за власть, монеты так или иначе способствовали политической ориентации населения в пользу кого-либо из соперников. И умение политических лидеров использовать в своей чеканке те или иные идеи, умение привлечь людей (а в эти бурные годы – особенно армии) на свою сторону с помощью конкретных лозунгов в конечном итоге определяло и степень эффективности политической пропаганды.

Общество является сложнейшей системой, все элементы которой взаимосвязаны. При этом важными регуляторами общественного поведения, составляющими основу социальной системы, являются сознание, психика, образующие специфику человека. Социально ориентированная пропаганда в руках умелого политика превращается в мощнейший инструмент манипуляции как психикой одного человека, так и общественным сознанием в целом.

Политическая пропаганда складывается из двух факторов – ориентации на существующее общественное мнение, с одной стороны, и целенаправленной деформации этого мнения в свою пользу – с другой. Подвижное общественное сознание и в античности выполняло функцию своего рода среды, в которой перемещались пропагандистские лозунги; она же их наполняла, подпитывала и придавала новый смысл, способствовала непрерывной эволюции соответственно всем оттенкам настроений и чувств римских граждан.

Часто игра обстоятельств и общественных настроений вносила неожиданные коррективы в политику лидеров Римской республики, что не могло не оказать влияние на принятие важнейших политических решений. Некоторые лозунги оказывались особенно созвучными идеологии отдельных социальных групп. Так борьба за идеи

определяла расстановку сил в борьбе за власть, а в некоторых случаях и ее результаты. И, как нам представляется, одним из важнейших средств, обеспечивающих это воздействие на общественное мнение в позднереспубликанский период истории Древнего Рима, являлись монеты.

Примечания

- ¹ *Mattingly H. A. Coins of the Roman Empire in the British Museum. L., 1923. Vol. 1 ; Sydenham E. A. The coinage of the Roman Republic. L., 1952 ; Sutherland S. H. V. Coinage in Roman imperial policy. L., 1951 ; Grant M. From imperium to auctoritas. A historical study of Aes coinage in the Roman Empire 49 B. C. – A. D. 14. Oxf., 1969. См. также: Wallace-Hadrill A. Image and authority in the coinage of Augustus // JRS. 1986. Vol. 76. P. 66–87 ; Burnett A. The authority to coin in the Late Republic and Early principate // NC. 1977. Vol. 137. P. 37–63.*
- ² *Pérez C. Monnaie du pouvoir, pouvoir de la monnaie: Une pratique discursive originale – le discours figuratif monétaire (1^{er} s. av. J.-C. – 14 ap. J.-C.). P., 1986. P. 135.*
- ³ Помимо авторов, указанных в примеч. 1, см. также: *Jal P. La guerre civile à Rome. Étude littéraire et morale de Cicéron à Tacite. P., 1963. Автор изучил символику монет 49–30 гг. до н. э. и попытался оценить степень их эффективности как средства пропаганды.*
- ⁴ *Perez C. Op. cit. P. 11. Ср.: Jones A. Numismatics and history // Essays in Roman Coinage presented to H. Mattingli. Oxford, 1956. P. 13.*
- ⁵ *Mattingly H. Op. cit. P. 5 ; Grant M. Roman history from coins. Some uses of the Imperial Coinage to the Historian. Cambridge, 1969. P. 16 ff. ; Sutherland S. H. V. Op. cit. P. 9 ; Alföldi A. The main aspects of Political propaganda on the Coinage of Roman Republic // Essays in Roman Coinage presented to H. Mattingli. Oxford, 1956. P. 64 f. П. Жаль является одним из немногих, кто попытался сравнить различные средства пропаганды. По мнению исследователя, эффективность монетной пропаганды была много выше, чем, например, монументальной, в доказательство чего он приводит небесспорный довод, что монеты не могли быть разрушены так, как разрушались монументы и статуи (*Jal P. Op. cit. P. 192*). Автор говорит далее об известной продолжительности действия монетной пропаганды, поскольку монеты побужденных использовались в обращении даже после поражения. В отечественной литературе подобной точки зрения придерживается М. Г. Абрамзон, считающий, что с точки зрения политической пропаганды монеты оказывали на население большее воздействие, чем изобразительное искусство. (См.: *Абрамзон М. Г. Монеты как средство пропаганды официальной политики Римской империи. М., 1995. С. 546–548*).*
- ⁶ *Crawford M. H. Roman imperial coin types and the formation of public opinion // Studies in numismatic method presented to Ph. Grierson. Cambridge, 1983. P. 54 ; Jones A. Op. cit. P. 23–27 ; Levick B. Propaganda and the imperial coinage // Antichthon. 1982. Vol. 16. P. 104–116. См. также: *Межеруцкий Я. Ю. «Республиканская монархия»: метаморфозы идеологии и политики императора Августа. М. ; Калуга, 1994. С. 311. Майкл**



- Крофорд в этой связи выделяет два типа легенд на монетах – общественный и частный, причем второй тип, по наблюдению автора, начинает преобладать в эпоху гражданских войн (*Crawford M. H. Roman Republican Coinage. Cambridge, 1974. Vol. 2. P. 713 ff.*).
- ⁷ См. например, *Wallace-Hadrill A. Op. cit. P. 69.*
- ⁸ *Millar F. State and subject: the impact of monarchy // Caesar Augustus : seven aspects / eds. F. Millar, E. Segal. Oxford, 1984. P. 39.* Автор, в частности, указывает, что не известно кто выбирал легенды и изображения на монетах и какова была на них реакция населения. Ученый высказал мнение, что античные монеты вряд ли могут быть отнесены к пропагандистским средствам.
- ⁹ *Levick B. Op. cit. P. 107.*
- ¹⁰ *Межеруцкий Я. Ю. Указ. соч. С. 311.*
- ¹¹ *Perez C. Op. cit. P. 134 ; Cascio L. E. State and coinage in Late Republic and Empire // JRS. 1981. Vol. 71. P. 76–86 ; Morawiecki L. Political propaganda in the coinage of the late Roman Republic (44–43 B. C.). Wroclaw, 1983. P. 13 f. ; Evans J. D. The Art of Persuasion : Political propaganda from Aeneas to Brutus. Ann Arbor, 1992. P. 20 ; Sayles W. G. Ancient Coin Collecting III : The Roman World – Politics and Propaganda. 2nd ed. Krank Publications, 2007. P. 217.*
- ¹² *Morawiecki L. Op. cit. P. 14–17.*
- ¹³ *Crump G. Coinage and imperial thought // The craft of the ancient historian. N. Y. ; L., 1985. P. 435–437.* См. также: *Поздняков А. В. Начало регулярной чеканки золотой монеты в Риме при Цезаре и причины ее появления // Вестн. Моск. ун-та. 1980. Сер. 8. История. № 1. С. 70–74.*
- ¹⁴ *Perez C. Op. cit. P. 25.* Ричард Шерцль, один из первых исследователей монетных типов, отметил, что в течение республиканского периода на римских монетах чеканились изображения кого-либо из шести богов: Януса, Юпитера, Минервы, Геркулеса, Меркурия и Ромы, тем самым выявив религиозно-консервативный характер монетной чеканки вплоть до середины I в. до н. э., когда впервые появились изображения людей (*Шерцль Р. Римское монетное дело. Харьков, 1893. С. 49–51.*).
- ¹⁵ *Jal P. Op. cit. P. 193*
- ¹⁶ *Cohen H. Description historique des monnaies frappees sous l'Empire Romain communement appelees medailles imperiales. Graz, 1955. Vol. 1. P. 27. № 15 ; De Souza V. Politische Aussage und Propaganda auf Denkmälern spätrepublikanischen und augusteischen Zeit. München, 1974. S. 28. Pileus (лат.) или πῖλος (греч.) – войлочная шапка, которую имели право носить только свободные. Вольноотпущенники получали ее в день освобождения как символ своего приобщения к коллективу свободных граждан, а потому она ассоциировалась с самой свободой.*
- ¹⁷ *Mattingly H. A. EID MAR // AC. 1948. Vol. 17. P. 451.* Ср.: *Смирин В. М. К вопросу об освещении в античной историографии событий, предшествовавших заговору против Цезаря // ВДИ. 1957. № 1. С. 126.* Примечательно, что в день убийства Юлия Цезаря заговорщики, навесив pileus на копье, пронесли этот копьеносец через весь Рим. Таким образом, можно говорить об устойчивой тенденции считать эту шапку именно символом свободы. (См.: *App. B. C. II. 119.*) О выпуске этой монеты см. также: *Hill Ph. V. Propaganda on Coins of the Civil Wars, 44–30 B.C. // NC. 1962. Vol. 70, № 3. P. 52 ; Cahn H. A. L'aureus de Brutus avec EID. MAR. // Congres Internationale de Numismatique de Paris 6–11 juillet 1953. II. Actes. P., 1953. P. 213–217 ; Bengtson H. Zur Geschichte des Marcus Brutus // ABAW. 1970. S. 48–49.*
- ¹⁸ *Perez C. Op. cit. P. 140.* Ср.: *Jal P. Op. cit. P. 192–193.*
- ¹⁹ *Cohen H. Op. cit. P. 24–27 ; Jal P. Op. cit. P. 198 ; Парфенов В. Н. Рим от Цезаря до Августа. Очерки социально-политической истории. Саратов, 1987. С. 45.*
- ²⁰ *Cohen H. Op. cit. P. 4. № 12 ; Perez C. Op. cit. P. 137.*
- ²¹ *Cohen H. Op. cit. P. 13. № 29 ; Perez C. Op. cit. P. 139.*
- ²² См., например: *Alföldi A. Op. cit. P. 85 f. ; De Souza V. Op. cit. S. 11 f. ; Morawiecki L. Op. cit. P. 13.*

УДК 94(437)12/13

ЗБРАСЛАВСКАЯ ХРОНИКА О НАЧАЛЕ СЕРЕБРЯНОЙ ДОБЫЧИ В КУТНОЙ ГОРЕ

П. Н. Лапшов

Саратовский государственный университет
E-mail: pav9204@yandex.ru

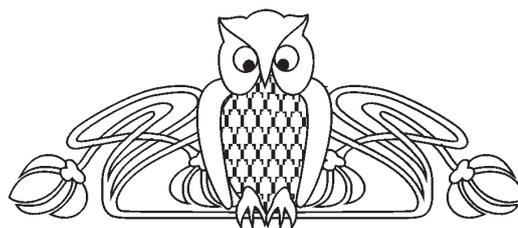
Горное дело в средневековой Чехии – важная страница истории этой страны. Хроника Петра Житавского дает историку возможность выявить черты неповторимости рождения одного из крупнейших горных городов средневековой Чехии.

Ключевые слова: горное дело, Збраславская хроника, Кутна Гора, серебро, Петр Житавский.

Zbraslavskaya Chronicle on the Beginning of Silver Mining in Kutna Hora

P. N. Lapshov

Mining in medieval Bohemia is an important page in the history of this country. The chronicle of Piotr Jitavsky gives the historian an opportunity to identify the unique features of the birth of the one of the biggest highland towns of medieval Bohemia.



portunity to identify the unique features of the birth of the one of the biggest highland towns of medieval Bohemia.

Key words: mining, Zbraslavskaya chronicle, Kutna Hora, silver, Piotr Jitavsky.

DOI: 10.18500/1819-4907-2015-15-4-51-53

Историк, обратившийся к изучению развития чешских горных городов в средние века, сталкивается с серьезной проблемой: их ранняя история сохранила для нас ничтожно малое количество источников. Одним из немногих памятников такого рода является Збраславская хроника Петра Житавского.