

14. Мандичевський Є. Наука (Поезія) / Є. Мандичевський // Дзвінок. – 1903. – Ч. 7. – С. 112.
15. Мандичевський Є. Питання і відповіді дитини (Поезія) / Є. Мандичевський // Дзвінок. – 1901. – Ч. 7. – С. 101.
16. Мандичевський Є. У бій! / Є. Мандичевський // Літературно-науковий вісник. – 1900. – Т. 11. – Кн. 9. – С. 254.
17. Мандичевський Є. Чому? / Є. Мандичевський // Літературно-науковий вісник. – 1900. – Т. 11. – Кн. 9. – С. 254.
18. Олійник О. Феномен символістської драми в системі українського модернізму / О. Олійник // Стильові тенденції української літератури ХХ століття: Зб. – К.: ПЦ “Фоліант”, 2004. – 284 с.
19. Поліщук Я. Література як геокультурний проект: Монографія / Я. Поліщук – К.: Академвидав, 2008. – 304 с.

Анотація. У статті розглядається поетичний доробок Євгена Мандичевського. Його твори мають виразний патріотичний акцент, сповнені глибокого дидактичного змісту. Наративна матриця поезії спроектована із захоплених авторських візій стосовно краси рідної землі, духовної величі і моралі українського народу.

Ключові слова: *поетика, ментальність, національно-патріотична лірика, неоромантизм.*

Summary. The article deals with the poetic heritage of Eugene Mandychevsky. His works have the expressive patriotic accent and are full of a deep didactic sense. Narrative matrix of the poetry is designed from the author's perception of the world as for the beauty of his native land, the spiritual greatness and morality of the Ukrainian people.

Key words: *poetics, mentality, national-patriotic poetry, neoromanticism.*

УДК 192.136 “1921–1385”

Почапська О. І., Красуцький О. М.

ТОТАЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ: ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРОПАГАНДИ У СТУДЕНТСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАННЯХ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ГАЗЕТИ “РАДЯНСЬКИЙ СТУДЕНТ”)

Історія українського суспільства, як і історія всього людства, має величезну кількість періодів, обумовленість існування яких не викликає жодних сумнівів, разом з тим, викликає досить обережний інтерес серед дослідників. Причому, періоди ці мають своєрідну циклічність – вони мають здатність повторюватися, але вже у видозмінених (мутованих) формах. Кожен із таких періодів характеризується домінуванням певних явищ, які сьогодні відкидаються суспільством як соціальне зло, але у свій час вважалися базовими.

Саме таким явищем стала поява пропаганди у засобах масової інформації.

Дослідженням явища пропаганди та його впливу на формування і розвитку свідомості та самосвідомості (національної чи космополітичної) займаються І. Крупський [8], Н. Сидоренко [12-12], І. Фроянов [16] та ін. Проте переважна більшість існуючих на сьогодні досліджень присвячена з'ясуванню особливостей формування національної свідомості та самосвідомості, а також специфіці використання пропаганди у засобах масової інформації саме у контексті розвитку національного “Я” аудиторії. Разом з тим, слідуючи за модними на сьогодні віяннями – через вивчення особливостей національної самосвідомості окреслювати основні етапи формування національної ідеї, – дослідники дуже часто вдаються до своєрідного ігнорування явищ реальної дійсності, характерних для тієї чи іншої історичної доби, приписуючи їм або нав'язуваність з боку провладних структур, або зовсім інших функціональних характеристик. Окрім того, вважаємо, що цензура і пропаганда – це явища одного ґатунку (хоча сьогодні їх розглядають як різнорідні поняття), оскільки досить часто пропаганда виступала своєрідним способом цензурного заміщення матеріалів з ЗМІ. Разом з тим, вплив пропаганди на становлення і особистості досі залишається недослідженим. У з'ясуванні особливостей використання пропаганди у студентських періодичних друкованих виданнях та специфіки її впливу на становлення особистості, а також в окресленні основних шляхів подолання пропаганди у сучасних ЗМІ полягає новизна нашого дослідження.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що на сьогодні явище пропаганди у сучасних ЗМІ набуло дещо іншого (завуальованішого) характеру, що, разом з тим, не зменшило її ролі у впливі на свідомість та самосвідомість аудиторії. Завдання науковців у тому, щоб виявити особливості модифікації пропаганди в сучасних ЗМІ та запобігти активному її переродженню у цензуру.

На сьогодні існує близько десятка визначень для терміну “пропаганда”. Всіх їх об’єднує те, що пропаганда – це спосіб впливу на аудиторію через односторонню ідеологічну спрямованість, що не залишає місця для інших точок зору. У нашому дослідженні ми будемо відштовхуватися від такого визначення: “пропаганда – це поширення інформації – фактів, аргументів, чуток та інших відомостей, в тому числі свідомо неправдивих, – для створення впливу на суспільну думку чи на певну цільову аудиторію” [9].

У 1921 р., із приходом до влади більшовицької партії, пропаганда стала основним засобом прихилення мас та провідним методом викладу матеріалу у друкованих періодичних виданнях. Аж до середини 80-х рр. ХХ ст. періодичні видання вважалися “трибуною влади” та органом контролю усіх суспільних процесів. Опираючись на теорії онтогенезу, більшовики робили ставки саме на молодь (вік 17-25 років), оскільки психіка саме цієї вікової категорії є найбільш нестійкою, а тому є відмінним матеріалом для стороннього впливу. З 1921 р. Через те дитячим та молодіжним виданням у плані пропаганди приділялася значна увага з боку влади та цензурного і комітету пропаганди. І з 1921 р. виник один із найтриваліших різновидів пропаганди – так звана “радянська пропаганда” – це пропаганда комуністичних ідей та радянського способу життя. Проводилась цілеспрямовано та централізовано під керівництвом КППС і мала офіційну назву “ідеологічна робота та просвітництво мас” [10].

Вже до кінця 20-х років ХХ ст. переважна більшість вищих навчальних закладів мала власні друковані періодичні видання, основне ідеологічне спрямування яких полягало у всебічному вихованні особистості із пригніченим почуттям національної приналежності, зате із загостреними космополітичними поглядами (хоча і космополітизм був досить однобоким, оскільки обмежувався територією Радянського Союзу). Якщо, скажімо, до 1921 р. друковані періодичні видання, що засновувалися при університетах, складалися переважно із наукових, інформаційних та розважальних матеріалів (згадати хоча б журнал “Харьковський Демокрит”), то наприкінці 20-х рр. періодика рясніла інформаційними оглядами, звітами, замітками, статтями, фейлетонами і памфлетами, вже заголовки яких містили прямі вказівки на ті поведінкові стереотипи, які повинні бути притаманними справжньому членові комуністичного суспільства: “Виклик прийнято” [2, 3], “До перемоги комунізму” [5, 3], “Ідейна зброя колективу” [7, 3], “Рапорт наших комсомольців” [10, 3], “Стартували успішно” [14, 1], “Більше уваги громадській роботі” [1, 1], “Видатний педагог-марксист” [1, 2] та ін.

Для будь-якої держави важливим фактором у формуванні особистості є розвиток національної самосвідомості та національної самоідентифікації.

Генеза національної самосвідомості – це довгий історичний процес, багаторівневий і надзвичайно нерівномірний у ході свого розвитку. Спершу в історичному плані поява зародків національної самосвідомості відбувалася на звичайному етнопсихологічному рівні. Вона була пов’язана із формуванням і вкоріненням у психіці представників тієї чи іншої спільноти антитези “ми” та “вони”. Усвідомлення себе як члена певної групи, цілісності (“ми”) саме і будується через протиставлення представникам іншої групи – певним “вони”.

Основу антитези “ми”-“вони” зазвичай складають одна чи декілька яскраво виражені ознаки, характерні для “них” на відміну від “нас”. Це може бути фізичний вигляд (інша зовнішність, інші риси обличчя та ін.) чи соціокультурні ознаки (інша мова, інші звичаї, традиції та ін.). Можуть бути релігійні вірування (інші ідоли, тотеми, боги, релігія) чи соціально-економічний устрій (інший спосіб суспільного виробництва, спосіб життя і т. д.). Такими ознаками можуть бути і політичний устрій (інший спосіб побудови влади та управління) чи ідеологічна доктрина (інші системи цінностей) і т. д.

На побутовому, психологічному рівні механізм національно-етнічних стереотипів придушувався новим механізмом космополітичних стереотипів. Космополітичні стереотипи, як і будь-які інші стереотипи, загалом – це емоційні, картинно яскраві, але внутрішньо абстрактні, узагальнені, змістовно спрощені, пласкі (хоча і претендують на всеоб’ємність та абсолютизацію) оцінні образи “типових” представників інших національно-етнічних груп. Вони формуються на основі одностороннього суб’єктивного та надміру емоційного сприйняття членів іншої етнічної групи через абсолютизацію однієї чи кількох поведінкових якостей, що напряду механічно пов’язуються з якимось зовнішніми ознаками, контрастними, порівняно з рисами власної нації.

Розвиток національної самосвідомості в політичному плані може відігравати подвійну роль. З одного боку, це може бути, безумовно, прогресивний процес, що призводить до якісно нового рівня розвитку національно-етнічної спільноти. Проте такий позитивний розвиток можливий лише за умови, що національна самосвідомість не піде шляхом власної абсолютизації і не стане

своєрідною надцінністю та не закряє для представників спільнот інших можливостей розвитку свідомості та не обмежить її усвідомленням національно-етнічної приналежності. В іншому випадку розвиток національної самосвідомості може призвести до редукції ціннісно-сміслових структур свідомості до нижчих рівнів, запереченню цінностей, що належать до понять більш високого порядку – наприклад, загальнолюдських, звуженням свідомості до меж кланових, феодално-племінних, націоналістичних чи расистських ідейно-політичних поглядів.

При побудові комуністичного суспільства всі ці показники національної свідомості були скеровані в одному напрямку. Це означає, що всі складові були підпорядковані єдиній програмі впливу на масову свідомість аудиторії ЗМІ (а, отже, переважної більшості суспільства). Так, опираючись на лозунг “пролетарі всіх країн, єднайтеся!”, більшовицька, а потім і комуністична партія намагалася об’єднати суспільство на основі так званої “союзної” ідеї – ідеї космополітизму. Цим самим гаслом було створено своєрідну психологічну моду – стало модним бути таким, як усі в новоствореній державі. Під шквал дошкульних публікацій потрапляли люди, які намагалися чимось вирізнитися з-поміж інших. Так, у газеті “Радянський студент” від 13 січня 1959 р. зустрічаємо постійну (аж до 1921 р.) рубрику “Ключі рядки”, у якій поміщено матеріал “Гляньте на стилягу”: “Студент III курсу фізмату О. Мершон дивує своїх однокурсників не тільки погонею за “стильним” одягом, але й легкодумними витівками, паразитичними замашками” [6, 2]. Далі йде карикатура із підписом: “Подивіться на стилягу // Натурально-справжнього! // І вгадайте, чим він радий // І чого нема в нього” [6, 2]. На карикатурі зображено молодого чоловіка, котрий сидить за столом із сигаретою та келихом вина. Насправді – про це стало відомо зі щоденника такого собі “Г. Кореспондентика” (під цим псевдонімом ховався однокурсник О. Мершона), – студент фізмату ніколи не курих і не вживав алкоголю, оскільки і на тютюн і на спиртні напої у нього була алергія, проте йому дуже подобався одяг, що вирізнявся своєю оригінальністю. Але оскільки оригінальний одяг можна було придбати лише за кордоном (проте одна із тез комуністичної пропаганди говорила про те, що “все, зроблене в СРСР, є найкращим”). Саме тому став яскравим уособленням зла для комуністичної пропаганди.

Притлумлюючи відчуття національної самосвідомості та національної самоідентифікації у населення СРСР, більшовицька (а згодом і комуністична) партія не врахувала того, що свого часу так детально описали З. Фрейд та К.-Г. Юнг – колективного позасвідомого (підсвідомого). Відповідно до основних положень їх теоретико-практичних розробок, будь-яка людина народжується із так званим національним генотипом (колективним підсвідомим), в якому закладено основи національної самоідентифікації та національної самосвідомості. А це означає, що “особистість може позбутися так званого “поклику крові” лише за десять поколінь за умови національно-етнічного кровозмішування” [15, 576].

Своєрідним різновидом пропаганди передвоєнних років (йдеться про 1937-1938 рр.) були досить поширені висловлювання про те, що “для американців і українців однаково ненависними є і гітлеризм, і комунізм” [11]. Така пропаганда була спрямована на те, щоб сформувані в особистісному світобаченні загостреної антитези “ми” – “вони”. Причому, акцент ставився на тому, що “вони” не сприймають “нас” к дружню спільноту, а лише критикують всі “наші” надбання. В такий спосіб виховувалося загострене почуття ворожості до всього чужого, а “вони” перетворювалися на ворожу спільноту.

В. Дем’яненко в статті “Событийность в языке средств массовой информации” відзначає, що “до головних завдань засобів масової інформації можна віднести: виклад подій, що не завжди мали місце, проте вони розуміються як реальні, та нав’язування адресатам (наприклад, навіювання) певних оцінок цих подій і установок” [4, 59].

Евентологічний аналіз студентських друкованих періодичних видань 1921-1985 рр. показав, що так званих “чистих” видань в Україні не було, – у переважній більшості поєднувались інформаційність та сугестивність. Не становила винятку і газета “Радянський студент”, що виходила друком у Кам’янець-Подільському педагогічному інституті. Роль такого поєднання у студентських періодичних виданнях була приблизно такою ж, як і роль сучасних політично-рекламних матеріалів – тобто основним завданням їх було не просто повідомити про якусь конкретну подію, а розташувати акценти так, щоб завдяки їх зміщенню населення обрало вірну (тобто потрібну конкретній привладній силі) позицію.

Компаративний аналіз офіційних даних (офіційних історичних документів) і подій, про які йшлося в текстах інформаційних видань, та самих текстів, опублікованих у студентській періодиці, дає нам право вести мову про певне зміщення тематичної та подієвої акцентуації, що призводило до викривлення фактів і подій.

Вдаючись до підбору сугестивних фактів, комуністична партія дотримувалася чіткої мети – систематично впливати на свідомість особистості для навіювання основної ідеї. Причому, всі сугестивні факти, як правило, відштовхувалися від текстових фактів, що, в свою чергу, підсилювало основну мету – здобуття тотального контролю над свідомостями усіх націй, об’єднаних під егідою СРСР.

У радянській пропаганді можна виділити три основні критерії змісту, що сприяли її успішному досягненню мети: наявність центральної тези; легкість для сприймання цільовою аудиторією; важкість для критики (обґрунтованість тез, їх несуперечність одна одній, або хоча б видимість цього). Насправді, у матеріалах, опублікованих у студентських періодичних виданнях чітко простежуються дві основних тези, з правомірністю яких сперечатися практично неможливо: своє (тобто радянське) значно краще за чуже (з правомірністю цієї тези сперечатися могли лише ті, для кого була відкрита дорога за межі СРСР); держава – це механізм, в якому всі люди – лише гвинтики, що виконують власні соціальні ролі, – і бути частиною цілого – це найпочесніша роль громадянина СРСР. Сперечатися з цим вкрай важко вже хоча б тому, що вони були підпорядковані єдиній ідеї – об'єднати різні нації і держави під егідою Радянського Союзу.

Отже, пропаганда як явище і провідний метод формування радянського суспільства активно використовувалася комуністичною (більшовицькою) партією вже з моменту її зародження. Свого апогею вона досягла у воєнний (йдеться про Другу світову війну) та повоєнний періоди (аж до 80-х років ХХ ст.). У цьому контексті великий акцент комуністична партія робила на студентські друковані видання, грамотно і систематично використовуючи метод пропаганди, зробили її ідеальним засобом формування “вигідної” особистості.

Список використаних джерел

1. Більше уваги громадській роботі // Радянський студент. – 19 січня. – 1958. – С. 1.
2. Видатний педагог-марксист // Радянський студент. – 19 січня. – 1958. – С. 2.
3. Виклик прийнято // Радянський студент. – 13 січня. – 1958. – С. 3.
4. Демьяненко В. З. Событийность в языке средств массовой информации / В. З. Демьяненко // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Тезисы докладов Международной научной конференции, Москва, филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 25-27 октября 2001 г. – М.: Изд-во Московского университета, 2001. – С. 59-60.
5. До перемоги комунізму // Радянський студент. – 13 січня. – 1958. – С. 3.
6. Ідейна зброя колективу // Радянський студент. – 13 січня. – 1958. – С. 3.
7. Колючі рядки // Радянський студент. – 13 січня. – 1958. – С. 3.
8. Крупський І. Національно-патріотична журналістика України (друга половина ХІХ – перша чверть ХХ століття). – Львів, 1995. – 184 с.
9. Лейнер Х. Основы глубинно-психологической символики [Электронный ресурс]. – Точка доступа: http://jungland.ru/hanskarl_lyoynner_osnovy_glubinno_psyhologicheskoy_simvoliki
10. Рапорт наших комсомольців // Радянський студент. – 13 січня. – 1958. – С. 3.
11. Россия и Запад: Формирование внешнеполитических стереотипов в сознании российского общества первой половины ХХ века [Електронне видання]. – Точка доступа: http://www.pseudology.org/information/Russia_and_West/index.htm.
12. Сидоренко Н.М. Національно-духовне самоствердження: У 3 ч. / Дослідницький центр історії української преси / Н.М. Сидоренко. – К., 2000. Ч 2: Преса інтернованих українців та цивільної еміграції (Чехія, Польща, Румунія, Єгипет, 1919-1924). – 262 с.
13. Сидоренко Н.М. Національно-духовне самоствердження: У 3 ч. / Дослідницький центр історії української преси / Н.М. Сидоренко. – К., 2000. Ч 3: Національні часописи у “таборовому просторі” Європи після завершення Другої світової війни (Італія, Великобританія, Німеччина, Австрія, 1945-1950). – 160 с.
14. Стартували успішно // Радянський студент. – 19 січня. – 1958. – С. 1.
15. Фрейд З. Я и Оно / З. Фрейд. – М.: Аспект-Пресс, 2008. – 679 с.
16. Фроянов И. Я. О классовом и национальном сознании в современном мире [Электронный ресурс]. – Точка доступа: http://www.sovross.ru/2006/47/46_3_6htm.

Анотація. У статті мова йде про специфічні особливості пропаганди як методу впливу на формування свідомості та самосвідомості студентської молоді, а також про специфіку її використання у студентських друкованих періодичних виданнях.

Ключові слова: пропаганда, періодика, національна свідомість та самосвідомість, глобалізація, космополітизм.

Summary. The article deals with the problem of specific peculiarities of propaganda as the method of influence on the development of consciousness and self-consciousness of the youth of the student's age. The author also give the specific of its using in the students periodical print editions.

Key words: propaganda, periodical editions, national consciousness and self-consciousness, globalization, cosmopolitism.