

О. І. Почапська-Красуцька

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

«ВИГІДНА» ОСОБИСТІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ФОРМУВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЮ ДРУКОВАНОЮ ПЕРІОДИКОЮ

У статті мова йде про 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, глобалізація, космополітизм, Кам'янець-Подільський педагогічний інститут.

Історія українського суспільства, як і історія усього людства, має величезну кількість періодів, обумовленість існування яких не викликає жодних сумнівів, але інтерес дослідників до яких є досить обережним. Причому, періоди ці мають певну циклічність — вони повторюються, але вже у видозмінених (мутованих) формах. Кожен із цих періодів характеризується домінування 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 розвиток свідомості та самосвідомості (національної чи космополітичної) займаються І. Крупський [8], Н. Сидоренко [12-13], І. Фроянов [16] та ін. Проте переважна більшість існуючих на сьогодні досліджень присвячена з'ясуванню особливостей формування національної свідомості, а також специфіці використання пропаганди у засобах масової інформації саме у контексті розвитку національного «Я» аудиторії. Разом з тим, слідуючи модним на сьогодні віянням — через вивчення національної свідомості окреслювати основні етапи формування національної ідеї, — дослідники досить часто вдаються до своєрідного ігнорування явищ реальної дійсності, характерних для тієї чи іншої історичної доби, приписуючи їм або нав'язуваність з боку провідних структур, або зовсім інших функціональних характеристик. Окрім того, вважаємо цензуру і пропаганду явищами одного ґатунку (хоча сьогодні їх і розглядають як різні рідні поняття), оскільки досить часто пропаганда виступала своєрідним способом цензурного заміщення матеріалів у ЗМІ. Разом з тим, вплив пропаганди на становлення особистості і досі залишається недослідженим. У з'ясуванні особливостей використання пропаганди у студентських друкованих періодичних виданнях та специфіки її впливу на становлення особистості, а також в окресленні основних шляхів подолання пропаганди у сучасних ЗМІ полягає наукова 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 полягає в тому, щоб виявити особливості модифікації явищ пропаганди в сучасних ЗМІ та запобігти активному її переродженню в цензуру.

На сьогодні існує близько десятка визначень для терміну «пропаганда». Всіх їх об'єднує твердження про те, що пропаганда — це спосіб впливу на аудиторію через однобічну 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 році, 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 років XX століття періодичні видання вважалися «трибуною влади» та органу контролю усіх суспільних процесів. Опираючись на теорію онтогенезу, більшовики робили ставки саме на молодь (вік 17-25 років), оскільки психіка саме цієї вікової категорії є найбільш нестійкою, а тому відмінним матеріалом для стороннього впливу. Через те з 1921 року дитячим та молодіжним виданням у плані пропаганди приділялася значна увага з боку влади та цензурного і комітету пропаганди. І саме з цього року виник один із найтриваліших різновидів пропаганди — так звана «радянська пропаганда» — це пропаганда більшовицьких ідей та радянського способу життя. Проводилась вона централізовано, цілеспрямовано під керівництвом КППС і мала офіційну назву «ідеологічна робота та просвітництво мас» [10].

Вже до кінця 20-х років XX століття переважна більшість вищих навчальних закладів мала свої періодичні друковані видання, основне ідеологічне спрямування яких полягало у всебічному вихованні особистостей, 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 року друковані періодичні видання, що засновувалися при університетах, склалися переважно із наукових, інформаційних та розважальних матеріалів (згадати хоча б журнал «Харьковский Демокрит»), то наприкінці 20-х років періодика рясніла 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, с. 3], «До перемоги комунізму» [5, с. 3], «Ідейна зброя колективу» [7, с. 3], «Рапорт наших комсомольців» [10, с. 3], «Стартували успішно» [14, с. 1], «Більше уваги громадській роботі» [1, с. 1], «Видатний педагог-марксист» [2, с. 2] та ін.

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

Генеza національної самосвідомості — це довгий історичний процес, багаторівневий і надзвичайно нерівномірний у ході свого розви-

тку. Спершу в історичному плані поява зародків національної самосвідомості відбувалася на звичайному етнопсихологічному рівні. Вона була пов'язана із формуванням та 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 і т. д.) чи соціокультурні ознаки (інша мова, інші звичаї, традиції та ін.); можуть бути релігійні вірування (інші ідоли, тотеми, боги, релігія) чи соціально-економічні устрій (інший спосіб соціального виробництва, спосіб життя і т. д.); 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, плоскі (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 на пряму 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 над цінністю та не закріє 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-плеємінних, 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 модно бути таким, як усі в новостворений дер-

жаві. Під шквал дошкульних публікацій потрапляли люди, які намагалися чимось вирізнитися з-поміж інших. Так, у газеті «Радянський студент», що виходила друком у Кам'янець-Подільському педагогічному інституті, заснованому Іваном Огієнком, від 13 січня 1921 року (аж до 1959 року) зустрічаємо постійну рубрику «Колючі рядки», у якій містилися матеріали типу «Гляньте на стильягу»: *«Студент III курсу фізмату О. Мершон дивує своїх однокурсників не тільки погонею за «стильним» одягом, але й легкодумними витівками, паразитичними замашками»* [6, с. 2]. На карикатурі зображено молодого чоловіка, котрий сидить за столом із сигаретою і келихом вина. Насправді — про це стало відомо зі щоденника такого собі «Г. Кореспондентика» (під цим псевдонімом ховався однокурсник О. Мершона), — студент фізмату ніколи не курив і не вживав алкоголю, оскільки на тютюн і 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 він став яскравим об'єктом «для биття» для комуністичної пропаганди.

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

Своєрідним різновидом пропаганди передвоєнних років (йдеться про 1937-1938 роки) були досить поширеними 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 приймають «нас» як дружню спільноту, а лише критикують усі «наші» надбання. В такий спосіб виховувалося загострене почуття ворожості до всього чужого, а «вони» перетворювалися на ворожу спільноту.

В. Дем'яненков у 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 наві'язування адресатам (наприклад, навіювання) певних оцінок цих подій і установок» [4, с. 59].

Евентологічний аналіз студентських друкованих періодичних видань 1921-1985 років показав, що так званих «чистих» видань в Україні не було, — у переважній більшості поєднувалися інформаційність та сугестивність. Не становила винятку і газета «Радянський студент». Роль такого поєднання у студентських пе-

ріодичних виданнях була приблизно такою ж, як і роль сучасних політично-реklamних 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 самі текстів, опубліковані у студентській періодиці, дає право нам вести мову про певне зміщення тематичної та родієвої 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 виокремити три основні критерії змісту, що сприяли успішному досягненню нею мети:

- наявність центральної тези;
- легкість для сприймання цільовою аудиторією;
- важкість для критики (обґрунтованість тез, їх несуперечливість одна одній, або хоча б видимість цього).

Насправді, у матеріалах, опублікованих у студентських друкованих періодичних виданнях, чітко протезуються дві основні тези, з правомірністю існування яких сперечатися практично неможливо:

- своє, тобто радянське, значно краще за чуже (з істинністю цієї тези могли сперечатися лише ті, кому була відкрита дорога за кордон, проте за кордон мали змогу поїхати лише «надійні» і «обрані», а вони ні з чим і ніколи не сперечалися);
- держава — це механізм, в якому усі люди — лише гвинтики, що виконують власні соціальні ролі, — і бути частиною цілого — це найпочесніша роль громадянина СРСР (сперечатися з цим вкрай важко уже хоча б тому, що простезується явна підпорядкованість єдиній ідеї — об'єднати різні нації і держави під егідою Радянського Союзу).

Отже, пропаганда як явище і провідний метод формування радянського суспільства активно використовувалася більшовицькою (комуністичною) 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 століття). У цьому контексті більшовицька (комуністична) партія робила на студентські друковані періодичні 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. — 19 січня. — 1958. — С. 3.
4. Демьяненко В. З. Событийность в языке средств массовой информации / Владимир Демьяненко // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования : тезисы докладов междунауч. конф. 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. Колочі рядки // Радянський студент. — 1 січня. — 1958. — С. 3.
8. Крупський І. Національно-патріотична журналістика України (друга половина XIX — перша чверть XX століття) / Іван Васильович Крупський. — Львів : ЛНУ, 1995. — 184 с.
9. Лейнер Х. Основы глубинно-психологической символики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://jungland.ru/hanskarl_luoyner_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 XX века [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.pseudology.org/information/Russia_and_West/index.html
12. Сидоренко Н. М. Національно-духовне самоствердження : у 3 ч. / Дослідницький центр історії української преси / Наталія Миколаївна 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 / Наталія Миколаївна 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 / Зигмунд Фрейд. — М. : Аспект-Пресс, 2008. — 679 с.
16. Фроянов И. Я. О классовом и национальном сознании в современном мире [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.sovross.ru/2006/47/46_3_6htm.

The article deals with the problem of peculiarities of propaganda as the method of influence on the development of consciousness of the students. The author also gives the specificity of its using in the students' periodical print editions.

Key words: propaganda, periodical editions, national consciousness, globalization, cosmopolitanism, Kamyanets-Podilsky pedagogical institute.

Отримано: 28.08.2011 р.