

Grillet Alain. Pilege a fourrure. Expose du systeme producteur, in Oblique, n 16 – 17 – Paris, Borderie, octobre 1978. 12. Ейзенштейн С. М. Эстетика кинематографического искусства. – К.: Мистецтво, 1978. – 210 с.

Ольга Романова

#### СИНТЕЗ ИСКУССТВ В КИНОРОМАНАХ А. РОБ-ГРИЙЕ

Статья посвящена исследованию вопроса взаимодействия разных видов искусства (кино, музыки и живописи) в произведениях новороманистов. Кинороманы А. Роб-Грийе – это "лаборатория", в которой он активно разрабатывал методику использования разных видов искусства в жанре романа.

**Ключевые слова:** визуальная культура, монтаж, новый роман, синтез искусств.

Olga Romanova

#### THE SYNTHESIS OF CULTURE IN FILM- NOVELS OF A. ROBBE-GRILLET

The article is devoted to research of the question of interaction of different kinds of art (cinema, music and painting) in "new novel". The film-novels of A. Robbe-Grillet is "laboratory" in which he actively developed a technique of use of different kinds of art in a genre of the novel.

**The key words:** installation, new novel, visual culture, synthesis of culture.

Юрій КОЛІСНИК

### ОРГАНІЗАЦІЙНА РОЛЬ ПАРТІЙНО-РАДЯНСЬКОЇ ПРЕСИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ЕПОХИ (На прикладі журнальної періодики УРСР 1950 – 80 рр.)

У науковій публікації цілісно проаналізовано організаційну роль преси УРСР. Автор доводить, що радянські мас-медіа не лише інформували, висловлювали погляди "верхівки", а й налаштовували громадян на близькі й далекі перспективи, чітко окреслювали засоби їхньої реалізації, подавали крапці зразки виробничих досягнень. Хоча в основі тодішньої журналістики були пропаганда ідей марксизму-ленінізму, радянського патріотизму, дружби народів, інтернаціональне виховання, викриття буржуазної ідеології, значну увагу ЗМІ приділяли трудовій людині. Вони сприяли успішному виконанню соціально-економічних програм, піднесенню трудової, суспільно-політичної активності громадян, їх ідейній переконаності.

**Ключові слова:** тоталітарна журналістика, партійні рішення, комуністичне суспільство, трудові подвиги, звеличування передовиків, активізація соцмагань, поширення досвіду, трудова майстерність, зомбування свідомості громадян.

Сучасні засоби масової інформації, відкинувши організаційний досвід попередньої журналістики, недостатньо діють для культурно-духовного оздоровлення українського суспільства. Інформаційний простір нині заповнюють численні видання, котрі переслідують різноманітні цілі. Свобода слова, друку, без сумніву, – позитивні явища в суспільному житті, але до того моменту, поки вони не стають антигуманною, антинаціональною силою. У вируванні різнополюсної інформації національний стрижень має бути провідним, а зусилля ЗМІ – забезпечувати дієвість журналістики. Недооцінка того, що мас-медіа не тільки можуть впливати на свідомість громадян, але й організувати спільноту на виконання конкретних соціально-економічних та ін. завдань, пригальмовує державотворчі процеси в Україні.

З цього погляду актуальним буде дослідити організаційну діяльність преси УРСР в умовах функціонування суспільної моносистеми, визначити параметри й функції, які їй відводились, і визначити, як ефективно вона їх виконувала. Крім того, простежити, як упродовж тривалого періоду преса незмінно залишалася одним із інтелектуальних центрів політичної, економічної, моральної дії. Досі ця проблема в такому аспекті не розглядалася.

З'ясування цих питань допоможе налагодити організаційну роль українських ЗМІ в період трансформації нашого суспільства, підняти їхню дієвість. Мовиться не про запозичення методів доби тоталітаризму, а про методологічний пошук засобів національного відродження суспільства, зокрема через посилення організаційної ролі засобів масової інформації.

У контексті організаційної ролі ЗМІ не слід забувати конструктивного досвіду опозиційних видань, які, починаючи від самвидавної періодики СРСР і закінчуючи пресою Помаранчевої революції, вміло використовували організаційний потенціал друкованого слова, чутливо вловлюючи потреби широких мас. Опозиційна преса на виборах Президента України 2004 року в ідеологічному, агітаційно-пропагандистському й організаційному плані мала істотну перевагу над офіційними пресовими виданнями. Вона відзначалася більшою аргументованістю критики та емоційністю подачі матеріалів. І не обезсилила, не знизила ефективності упродовж трьохетапної виборчої кампанії. Свою роль опозиційні ЗМІ виконали сповна, зорієнтувавши багатомільйонний народ на правильний вибір. Цей приклад укотре підтверджує могутню організаційну силу мас-медіа – каталізатора громадської активності.

Аналіз журнальної періодики УРСР підкріплює думку, що в тоталітарному суспільстві пресі відводилася набагато більша роль, ніж нині. Постійно підтримувався авторитет ЗМІ, на які покладалися важливі завдання. Вони не обмежувалися лише інформуванням, а налаштували громадян на близькі й далекі перспективи, чітко окреслювали засоби їхньої реалізації, подавали кращі зразки трудових успіхів, щоб досягти суспільно-творчих накреслень. У панівних політичних умовах ЗМІ, як інтелектуальна сила суспільства, скорочували відстань від друкованого слова до дії. Мас-медіа доби СРСР, хоча й діяли на замовлення компартійної ідеології, були сповнені відповідальності перед народом, соціально зобов'язані перед ним.

Коли аналізуєш періодику 1950-80 років, без особливих труднощів уловлюєш важливу закономірність: преса УРСР – інтелектуально важливий інформаційний центр суспільства, що виконував морально-творчу функцію. Оминаючи обмеженість, помилковість тиражованої політичної ідеології, слід відзначити ефективність обраної методології формування інтелектуально-світоглядного обличчя суспільства за уявним політичним ідеалом.

Радянські мас-медіа, зокрема періодика, виконували багато функцій. Часто крім суспільно-політичної інформації публікували матеріали фахової тематики на загальноживані теми – моралі, спорту, кіномистецтва, театру, побуту і т.п. Нерідко журналістика залишалася незаангажованим інформатором, але при першій нагоді відразу ж переходила на пропаганду марксистсько-ленінської ідеології, вихваляла радянський лад, "мудре" керівництво Комуністичної партії та її вождів.

ЗМІ вслід за програмою КПРС повторювали, "що комунізм – це безкласовий суспільний лад (...) з повною соціальною рівністю всіх членів суспільства" [7, 75]. Газети, журнали, радіо, телебачення всюди наголошували, що комунізм – "це високоорганізоване суспільство вільних і свідомих трудівників, у якому утвердиться громадське самоврядування" [7, 76]. Офіційні мас-медіа широкого розголосу надали тезі, що при комунізмі "джерела суспільного багатства поллються повним потоком" [7, 76], "трудова діяльність перестане бути тільки засобом до життя і перетвориться у справжню творчість, джерело радості..." [7, 76].

Радянським журналістам, армادі партійців та ідеологів вдавалося багато досягти у формуванні ідеалів, перспектив, наснаженні свідомості своїх громадян. Хоча так звана "Велика Жовтнева Соціалістична революція", яка відбулася під прапором "свободи", призвела до найжорстокішої системи визиску й пригноблення, на сторінках газет, журнальної періодики не вщухав погіршення пафосу про комуністичне утвердження. Засоби масової інформації УРСР постійно жонгливали категоріями "розвитку" – усе зростало, розвивалося, збагачувалося,

оновлювалося, що є невід'ємним елементом лінгвогіпнозу. Слово "розвиток" – серед найбільш вживаних. У періодиці постійно наголошувалося, що добробут, відповідно до планів і зобов'язань, – підвищується, промисловість, сільське господарство, культура, наука, освіта і т.д. – розвиваються швидкими темпами. Насправді розвиток був помітний не завжди, мета часто не досягалася, але ілюзія, постійне фантазування захоплювали людей, мобілізували до праці.

Те ж саме слід сказати про державну чи колгоспну власність, які хоч і не виправдовувалися сповна на практиці, на відміну від приватної, але освячувалися засобами масової інформації, як найбільш прогресивна форма діяльності. Комуністична партія використовувала давно відоме психологічне правило і змушувала його дотримуватися також ЗМІ: у суспільній свідомості мали домінувати "досягнення", "перемоги", "успіхи", що досягаються народом, державою. Коли переважають позитивні емоції – активна в праці людина оптимістично сприймає світ, легко долаються труднощі, а їх переборення приносить естетичну насолоду.

Організаторська роль радянської журналістики полягала, перш за все, у показі, а відтак – формуванні ідеальних зразків. Вони мали всіляко активізувати емоційний настрій мас, щоб люди позитивно ставилися до суспільно-значущої діяльності. Така примітивна схема діяла упродовж десятиріч, видозмінюючись лише частково. Від п'ятирічки до п'ятирічки, від одного з'їзду партії до наступного, від видатної річниці до іншої преса невтомно організувала маси, "благословляла" нові ідеї, перспективи, плани, прагнула, щоб вони ставали потребами та особистими планами кожного.

На основі багатьох публікацій журнальної періодики УРСР яскраво простежується, як використовувалися політичні гасла та доктрини марксистсько-ленінської ідеології для формування свідомості громадян. Проілюструємо це на прикладі передовиць теоретично-політичного журналу "Комуніст України" "Величні перспективи комуністичного будівництва" та "Партія радиться з народом", опублікованих 1958 року. Про що ж мовиться в них? Ось цитата з першої: "Неухильно втілюючи в життя ленінський план побудови соціалізму і комунізму в нашій країні, використовуючи переваги соціалістичної системи господарства, радянський народ під керівництвом Комуністичної партії добився вирішальних перемог у розвитку економіки і культури, в зростанні народного добробуту. В результаті індустріалізації країни, колективізації сільського господарства, ліквідації експлуататорських класів і проведення культурної революції в Радянському Союзі переміг соціалізм і успішно здійснюється поступовий перехід до комунізму" [2, 2]. Подібним ідеологічним антуражем відзначається й наступна стаття, де зазначається: "Зараз комунізм з далекої принадної мрії найвеличніших мислителів людства, мрії багатьох поколінь

революційних борців і народів перетворюється у дійсність, в живу, творчу діяльність мільйонних мас, все відчутніше входить в наше повсякденне життя. Його сяючі вершини уже виразно видно, і в наступному семиріччі радянські люди підійдуть до його найближчих підступів" [8, 3].

Порівняємо, чи суттєво відрізняються публікації організаційної спрямованості журналу "Комуніст України" часів хрущовської відлиги від публікацій журналів "Ради народних депутатів", "Під прапором ленінізму" брежнєвської епохи.

Як приклад, стаття заступника завідувача відділу нагород Президії Верховної Ради СРСР В. Ракушина "Ордени-ювіляри", опублікована в журналі "Ради народних депутатів". Автор наголошує: "Повага й статус людини в нашій країні визначається, на відміну від світу капіталу, не соціальним походженням, не належністю до заможних верств, а працею для добробуту соціалістичного суспільства. Країна Рад уперше в історії надала всім громадянам можливість вільно виявляти свої здібності, розвивати таланти, творити в будь-якій сфері виробництва, науки й культури. Праця стала в нас одним із найпочесніших обов'язків і є найвищим критерієм людської вартості у всенародній державі. Вона високо цінує трудові подвиги, а також військову звитягу на благо соціалістичної Вітчизни. Батьківщина огорнула своїх героїв всенародною пошаною і славою" [9, 82]. Це зразок основних ідеологем, які часто повторювались упродовж багатьох років.

Показ ідеалів, зразків трудової, військової доблесті радянські ЗМІ використовували як важливий чинник в організації мас на виконання поставлених завдань. Проте серед найвеличніших еталонів були партійні вожді, з яких в усьому слід брати приклад. Журнальна періодика в цьому мала великий досвід.

Покажемо, як це робилося. У журналі ЦК КПУ "Під прапором ленінізму" (1984. – Ч. 18. – С. 14) під рубрикою "Питання теорії і практики розвинутого соціалізму" опубліковано статтю "Культура спілкування як складова соціалістичної цивілізованості". Авторка В. Врублевська (кандидат філософських наук, член Спілки письменників СРСР) пише: "Пролетаріат, трудовий народ створили ієрархію високих моральних цінностей, істинну культуру людських відносин. Передові представники пролетаріату, передусім його вожді К. Маркс, Ф. Енгельс, В. І. Ленін, показували світові не тільки надихаючі приклади служіння інтересам народу, а й високі зразки культури спілкування – істинної товарищескості, колективізму і взаємодопомоги, скромності в побуті, безустанного оволодіння духовними цінностями, що їх нагромадило людство. Їх життєвий подвиг – це яскраве втілення прагнень робітничого класу, корінні інтереси якого об'єктивно збігаються з магістралями суспільного прогресу, людської цивілізації в цілому" [3, 14]. Чергова міфологема великої значущості.

Аналіз радянської преси свідчить, що організаційна робота здійснювалася й через чітке координування діяльності редакційних колективів. Наочно пересвідчуємось про це із змісту самих журналів. Приміром, у 20 числі журналу "Під прапором ленінізму" за 1981 рік опубліковані: передовиця "Жовтень і мир", матеріали під рубриками "XXVI з'їзд КПРС: економіка, політика, ідеологія", "Економіка повинна бути економною", "П'ятирічка і агітатор. Сторони досвіду", "Тваринництво – ударний фронт!", "Для системи політичної та економічної освіти" та ін. Знаходять своє відображення в журналі і політичні тенденції брежнєвської епохи. Як приклад, рядки з редакційної передовиці "Жовтень і мир": "Всесвітньо-історичне значення Жовтневої революції якраз у тому й полягає, що вона відкрила шлях (...) до створення на землі нового типу цивілізацій". Ці слова Генерального секретаря ЦК КПРС, Голови Президії Верховної Ради СРСР товариша Л. І. Брежнєва (...) в гранично концентрованому вигляді говорять про значення, місце і роль Великої Жовтневої соціалістичної революції і створеної нею першої соціалістичної держави в історії людства взагалі і в міжнародних відносинах сучасності зокрема" [4, 2]. Радянські ЗМІ часто організували відповідні матеріали до визначних календарних дат, що також було вагомим чинником в організації й вихованні мас.

Суспільна свідомість не могла вийти за межі усталеного, бо незміною залишалася система інформаційного впливу, цензури. Що стосувалося соціалістичного способу життя, він змальовувався лише позитивно, тоді як капіталістичний лад трактувався виключно як негативне суспільне явище, відстале, регресивне і т. п. Тоталітарна журналістика успішно використовувала цей фактор як стимул до побудови комунізму.

Хоча радянське суспільство видозмінювалося з роками, проте журнальна періодика УРСР ніколи не відступала від партійної лінії, її ідеологічна основа залишалася сталою. Таким чином досягалось уодноманітнення свідомості й мобілізація трудового ентузіазму цілих поколінь. Основне завдання ЗМІ полягало у формуванні провідної (комуністичної) мети, від якої походили заклики до практичних дій.

Дуже прикро, що журналістика того періоду була приречена утверджувати помилкову ідеологію й практику. Щоправда, з іншого боку їй слід позаздрити – якою наполегливістю, невтомністю й систематичністю вона відзначалася у своїх виступах.

Таким чином, журналістика УРСР періоду 1950-80 років, організуючи маси, постійно формувала ідеали, накреслювала шляхи їхнього досягнення. Для цього прищеплювала провідні марксистсько-ленінські ідеї, які ув'язувала з конкретними завданнями.

Партійно-радянська преса цієї епохи сповна ввібрала в себе журналістський досвід і тенденції соціалістичного співжиття попередніх років. Приміром, під час відбудови народного господарства в повоєнні часи радянські ЗМІ на увесь світ заявляли, що радянські люди можуть розв'язувати найскладніші завдання у максимально короткий час. Україні відводилося чільне місце у відновленні промислового виробництва. Як зазначається в "Історії УРСР" про 40-і – 50-і роки, потреба в українській промисловості була надзвичайно великою. Хоча зросла роль східних районів, промисловість України продовжувала вносити левову частку в загальносоюзному обсязі виробництва, зокрема "по виробництву чавуну – з 64,7 % у 1940 р. до 47,8 % у 1950 р., сталі – відповідно з 48,8 до 30,6, видобутку вугілля – з 50,5 до 29,9, електроенергії – з 25,7 до 16,1 %. У цілому промисловість УРСР відіграла велику роль у розвитку народного господарства країни" [5, 51 – 52] і т.д. Красномовні цифри. На жаль, їх мало пам'ятають зараз.

Преса цього періоду багатопрофільно і в усій повноті показувала, як шахтарі виконують свої підвищені зобов'язання, сталевари також не відстають у праці, як жінки орють на полі коровами, волами, як в'яжуть хліб, як вступають в колгоспи у Західній Україні. Незважаючи на рабську працю людей, ЗМІ доводили, що післявоєнна відбудова й подальший розвиток народного господарства в УРСР відбувалися досить легко і стали вагомим вкладом у боротьбу радянського народу за побудову комунізму. Наголошувалося, що Українська РСР добивається дальшого піднесення у розвитку промисловості, сільського господарства й культури, що досягається "найтісніша згуртованість робітничого класу, колгоспного селянства й радянської інтелігенції навколо Комуністичної партії", що "під керівництвом Комуністичної партії радянський народ досяг великих успіхів у всіх галузях соціалістичного будівництва"; про те, що "зростає роль КППС як керівної сили радянського суспільства". Так преса послідовно втілювала настанови В. Леніна про необхідність поєднання в діяльності радянської преси пропагандистської, агітаторської й організаторської функцій (висловлювання запозичене в меншовиків).

Отже, газетам і журналам на всіх етапах радянського тоталітаризму відводилася роль організаторів у мобілізації трудящих на виконання як партійних, так і виробничих завдань. Радянські засоби масової інформації були важливим організатором ідейно-політичної роботи. Основним змістом у цей період і в наступні залишається пропаганда *ідей марксизму-ленінізму, радянського патріотизму, дружби народів, інтернаціональне виховання*, викриття *буржуазної ідеології, псевдонаук, космополітизму, буржуазного націоналізму*.

Психологічна обробка пресою, радіо, телебаченням не припинялася ні на мить. До свідомості 260-мільйонної аудиторії СРСР багатотиражно, мільйоноразово, монолітно і всеохоплююче доводилися заскорузлі догми

партійно-ленінської ідеології. Для маніпуляції свідомістю використовувалася широка палітра ідеологічно-пропагандистських засобів журналістики. Матеріали Компартії, Рад, профспілок, численні інтерв'ю, репортажі, інформаційні повідомлення, статті подавалися з промовистими аншлагами, рубриками, гаслами, закликами й цілеспрямовано формували в українському суспільстві комуністичну свідомість.

Виконуючи важливе соціальне замовлення партії по формуванню світогляду, ідеалів, переконань та життєстверджуючих принципів, радянська журналістика (і не лише вона) знаходилася в полоні панівної політичної ідеології. ЗМІ увібрали в себе весь ідеологічно-лінгвістичний арсенал висловів, штучно сформований в ідеологічних кабінетах. І не їхня в цім вина. Вони працювали синхронно з владними інститутами, їхньою інтелектуальною продукцією, якою потрібно було "кваліфіковано" озброювати маси, організовуючи їх у єдину суспільну силу. Монополія влади змушувала журналістів обмежувати свій творчий виднокіл, керуватися зобов'язуючою інформацією.

Дослідники новоязу радянської тоталітарної журналістики чомусь обмежуються лишень окремими поняттями типу: "радянська країна", "країна рад", "комуністичний", "радянський", і т.д. Ведучи мову про організаційний вплив на суспільну свідомість новоязу, слід було б говорити не про окремі слова, а про цілі словесні блоки, якими змушували послуговуватися журнальну періодику. Хоч би й такі: "Трудящі Української РСР під керівництвом КППС і її бойового загону – Комуністичної партії України – свято виконують свій найвищий патріотичний і інтернаціональний обов'язок – самовідданою працею всемірно зміцнюють економічну та оборонну могутність нашої соціалістичної Батьківщини, дружбу і найтісніше співробітництво з великим російським народом, всіма народами СРСР і країн соціалістичної співдружності, успішно будують комунізм" [6, 661], "Дороговказом для радянського народу по шляху до комунізму є безсмертне марксистсько-ленінське вчення, мудре керівництво ленінської партії" [6, 661], "Важливими подіями в політичному і духовному житті республіки, як і всієї країни, був вихід у світ творів Л. І. Брежнєва: "Мала Земля", "Відродження" і "Цілина" (...). Названі праці Брежнєва є великим вкладом у марксистсько-ленінську теорію і практику соціалістичного та комуністичного будівництва [6, 661], "Важливим підсумком великих соціальних зрушень, які відбулись у житті нашого народу, є радянський, соціалістичний спосіб життя" [6, 659], "Комуністична партія виступає як організуюче ядро всієї політичної системи нашої держави, як колективний розум усього радянського народу. Вона згуртовує трудящих усіх націй і народностей нашої країни для самовідданої праці в ім'я комунізму, озброює їх ідеями соціалістичного інтернаціоналізму й дружби народів" [6, 658], "В Конституції

дана глибока марксистсько-ленінська характеристика розвинутого соціалістичного суспільства як закономірного етапу на шляху до комунізму" [6, 658], "Видатні успіхи, досягнуті трудящими всіх радянських республік, зумовили в загальному підсумку те, що соціалістичне суспільство наприкінці 50-х – на початку 60-х років досягло рубежу зрілості – було побудовано розвинуте соціалістичне суспільство, створено необхідні передумови для переходу до безпосереднього будівництва комунізму" [6, 654], "В процесі комуністичного будівництва радянський народ успішно здійснив три плани розвитку народного господарства: семирічний план (1959 – 1965 рр.), план восьмої (1966 – 1970 рр.) та дев'ятої (1971 – 1975 рр.) п'ятирічок і нині успішно виконує десятий п'ятирічний план. За ці роки у нашій країні створено могутній економічний потенціал, базою якого є багатогалузева індустрія, висококомеханізоване сільське господарство, передова наука і техніка, висококваліфіковані робітничі та інженерно-технічні кадри" [6, 654], "XXV з'їзд КПРС схвалив "Основні напрями розвитку народного господарства на 1976 – 1980 роки", відповідно до яких було розроблено десятий п'ятирічний план..." [6, 654].

Свідомо наводимо приклади лінгвогіпнотизуючих вербальних конструкцій з "Історії Української РСР", адже вони багаторазово повторювалися пресою. Під тотальним ідеологічним пресингом, який щільно заповнив інформаційний простір, постійно жили наші громадяни. Зцементовано ідеологічні складові надійно, не знайдеш ні шпаринки для альтернативного мислення чи самостійного аналізу дійсності. Висловлювання в "Історії Української РСР" дивовижно схожі з висловлюваннями в "Українському історичному журналі", "Віснику Академії наук УРСР", в журналі "Україна", "Вітчизна", "Всесвіт" та багатьох інших періодичних виданнях того часу, де використовувався широкий арсенал засобів ідеологічного впливу на читача. Не має значення, до якого тогочасного журнального видання звертаємось – вони всі заідеологізовані по вінця. Періодика УРСР 1950 – 1980 років, як і вся радянська журналістика, не могла оминати цих словесних ідеологічних барикад. Вони вибудовувалися всюди, всіма й не було іншого виходу, як писати про них, висловлюватися так і друкувати саме це.

Іншою невід'ємною рисою тоталітарної журналістики, крім формування мети, діяльності та політичних переконань, про що вже сказано, є організація трудящих на безпосереднє виконання п'ятирічних планів і зобов'язань. Це був не менш важливий напрям журналістських буднів. Не лише газети, радіо, телебачення, а й журнальна періодика означеного періоду всіляко підтримує дану тематику. Для цього вміло використовувалися знаменні дати, річниці. Так, редакція "Робітничої газети" разом з Укпрофрадою виступила в 1977 році з пропозицією "проведення республіканського огляду підвищення культури й

естетики виробництва" [6, 614]. Цей захід використали для активізації соцзмагання на честь роковин Жовтневої революції. На робітничих місцях запроваджувалися методи наукової організації праці, робітничим колективам присвоювалися високі звання. Хоча в цьому було чимало формалізму й фальші, але в суспільній свідомості культивували знаменність, надзвичайність, епохальність починів. Тодішня преса багато писала про присвоєння продукції державного Знаку якості, і знову ж таки – з присвятою "До 60-річчя Великого Жовтня" та "60-річчя радянської влади на Україні". Журналісти і владні структури на місцях виконували замовлення Комуністичної партії про розгортання руху за підвищення ефективності виробництва та якості роботи.

Засоби масової інформації та пропаганди на вимоги партійного керівництва сприяли успішній реалізації соціально-економічних програм, піднесенню трудової та суспільно-політичної активності громадян, їх ідейної свідомості для виконання поставлених завдань, неухильного піднесення народного господарства і соціалістичної культури.

Періодиці УРСР 1950 – 1980 років завжди вистачало організаторських і пропагандистських справ, які виступали в тісній єдності. Забезпечувати вивчення, пропаганду ідей комунізму, матеріалів чергових з'їздів, пленумів, організовувати, розширювати, втілювати в практику постійні модифікації соціалістичного змагання. Слід було доводити, що в процесі будівництва розвинутого соціалізму диктатура пролетаріату перетворюється в загальнонародну (державну диктатуру), а партія пролетаріату стала партією всього народу. Треба було показувати, як це виявляється у виробничих досягненнях. Скажімо, в русі за комуністичне ставлення до праці. Слід відзначити, що ЗМІ досить настирливо шукали передовиків, зачинателів тих чи інших ініціатив. Серед них: Гіталов, Стаханов, Парубок, Савельєва, Цимбал та багато-багато інших. Партія, а заодно й преса, возвеличували будь-які досягнення і починання, не шкодуючи при цьому епітетів і метафор для означення трудової діяльності. Їх море: "трудові подвиги народу", "процвітання соціалістичної батьківщини", "велика політична перемога", "велич здійснених справ", "тріумф ленінської політики", "благо народу та інтереси комуністичного будівництва – найважливіші завдання Комуністичної партії", "широкі масштаби технічного переозброєння", "швидкі темпи оновлення виробничих фондів" і т. д. і т. п. Якщо Л. І. Брежнев у промові на жовтневому (1976 р.) Пленумі ЦК КПРС зауважив, що дев'ята п'ятирічка – це "п'ятирічка величезних масштабів і великих економічних можливостей" [1, 577], то цей "витвір" не міг не увійти в загальнополітичний вжиток. Отже, організаторська роль радянської преси виявляється з одного боку в здійсненні політичного виховання, у формуванні величезних перспектив, ідеалів, а з іншого – на найвищому рівні підтримувати своїми публікаціями трудову активність громадян.

Преса радянських часів переконливо писала про успіхи соціалістичних змагань, приурочених видатним датам радянської історії (50-річчю утворення СРСР, 100-річчю від дня народження В. І. Леніна і т.д.), гідну зустріч партійних з'їздів, пленумів та ін. Присвячувати до проведення визначних дат трудові досягнення – було невід'ємним завданням журналістики. Широко використовувались позитивні оцінки-ярлики: "новатори", "передовики", "ударники соціалістичної праці", "радянські винахідники", "раціоналізатори", "переможці соцзмагань". Приміром, готується XXV з'їзд КПРС, відразу ж розгортається змагання на його гідну зустріч. До цього заходу відразу повідомлялося про взяття підвищених зобов'язань, негайно віднаходилися/творилися ініціативи та ініціатори трудових звершень. Водночас пускалися в хід засоби морального стимулювання – вимпели, зірки, перехідні червоні прапори і т. п. Відповідно з'являлися нові почини, ініціативи. Варто було лише запровадити щось – воно відразу популяризувалося в пресі.

Журналістика УРСР реалізувала себе, беручи активну участь у стимулюванні праці через прославлення. Засоби масової інформації популяризували шляхи піднесення економіки, науки, культури. Від редакційних колективів вимагалось так відображувати радянську дійсність, щоб заохочувати маси до трудових подвигів.

Це завдання вирішувалося системою заходів. Редакції були зобов'язані і формували в трудящих комуністичний світогляд ("від кожного по здібностям – кожному по потребі"), відданість ідеям комунізму. Усе життя та праця людей всіляко прив'язувалося до певних дат – відзначень чергових роковин Великого Жовтня, Першого Травня, Дня Перемоги, Дня народження В. І. Леніна і т. п. Велику роль відігравали з'їзди партії і сесії Верховної Ради СРСР. До цих офіційних дат приєднували низку заохочувальних засобів: людям говорили, що вони стоять на трудовій вахті, беруть участь у трудових фронтах, несуть підвищені зобов'язання. Культивовані партією й урядовими структурами різноманітні почини, ініціативи виходили, мовляв, від народу. Засоби масової інформації мали усе належно подати, щоб створити в громадськості відповідний емоційний стан.

Преса майстерно виконувала свою організаторську роль, систематично публікуючи відповідні матеріали, а також інформувала про досягнення надуманих рубежів, змагань, вахт, естафет, фронтів. Приміром, у восьмій п'ятирічці сотні працівників сільського господарства були удостоєні звання Героя соціалістичної праці, близько 60 тисяч осіб нагороджені орденами й медалями Радянського Союзу. Десятки тисяч – почесними грамотами і грамотами Президії Верховної Ради Української РСР, грамотами та іншими відзнаками партійних, радянських, профспілкових та комсомольських органів на місцях. Щедрістю нагород, відзнак і моральних стимулів заохочували громадян до наслідування, викликали бажання працювати ефективніше. Усе це засвідчувало "переможну ходу комунізму".

Покажемо, як у журналі "Україна" (1956. – Ч. 2) возвеличується жінка-орденоносець. На титулці видання подано ілюстрацію вродливої української трудівниці в завітчаній білій хустині. Рум'яна, окрилена успіхом жінка немов пишається трудовими здобутками, за які удостоєна зірки Героя Соціалістичної Праці, ордена Леніна. Нижче наведено слова: "Королевою праці" назвали іноземні друзі Героя Соціалістичної Праці, депутата Верховної Ради УРСР, ланкову колгоспу імені Сталіна Мельницеподільського району, Тернопільської області Євгенію Олексіївну Долинюк. Її портрет уміщено на першій сторінці нашого журналу". На інших шпальтах – далі наводяться трудові приклади, гідні для наслідування. Скажімо, подано красиве фото гірника Криворізького залізничного басейну, шахти "Гігант". Під ним підпис: "Бурильник Іван Сизов у забої несе вахту на честь XX з'їзду КПРС". Формуючи ідеали на конкретних прикладах, радянські засоби масової інформації водночас створювали ілюзію нескінченних перемог та успіхів. Такі матеріали традиційно вміщувалися на сторінках журнальної періодики.

У цьому ж виданні на сторінці 22 – чергова розповідь про героя праці, вихідця з народу. Вміщено також ілюстративний матеріал – портрет трудівника Григорія Володимировича Мельника, який "з 1907 року працює на харківському заводі "Серп і молот". Тут він вступив у ряди Комуністичної партії, тут з рядового робітника-ковалев став теплотехніком цеху". На кольоровій вклейці журналу пропонується матеріал про досягнення в хореографії. Зображено виступ української балерини. Він викликає захоплення. Нижче надруковано коментар: "З великим успіхом іде у Львівському державному театрі опери та балету недавно поставлений балет великого норвезького композитора Едварда Гріга "Пер Гюнт". У новій виставі бере участь багато талановитої молоді. На фото: молода солістка балету Лідія Ковч у ролі доньки короля Рондських гір".

Це лишень окремі зразки доблесті радянських громадян, на які преса кличе рівнятися. Про видатні успіхи в царині гірничої промисловості, металургії, сільського господарства, легкої промисловості, досягнення культури, освіти, медицини, спорту журнал "Україна" пише надзвичайно багато. Це своєрідна вітрина успіхів радянської України, яка мобілізує впливала на громадян. Сучасній журналістиці приклади трудових досягнень слід було б використовувати частіше, адже в нинішній газетно-журнальній продукції є рідкістю показ доблесті українських громадян.

Отже, як свідчить журнальна продукція тих часів, серед основних функцій преси УРСР в епоху будівництва комунізму було прославлення радянського трудівника (показ продуктивності праці гірника, сталевара, колгоспника, вченого, музиканта, вчителя і т. п.), пропагування трудового досвіду, широкі заходи стимулювання праці і зрідка – критика. ЗМІ урочисто висвітлювали знаменні дати, свята, тепло розповідали про правофлангових,

переможців соцзмагань, розкривали "секрети" їхніх трудових успіхів. Знаходячи відповідні першоджерела інформації, преса доносила її до громадськості. Методика була такою: а) постановка завдань на конкретний період; б) пошук інформаційних першоджерел про ударників праці; в) донесення інформації до громадськості у привабливій мобілізуючій формі; г) постійне висвітлення ходу виконання узятих передовиками зобов'язань.

Для забезпечення дієвості тогочасної преси діяв безперервний інформаційний конвеєр емоційного забезпечення виробничої діяльності. Десятиліттями видозмінюючись у деяких незначних деталях, радянська журналістика робила одне й те ж – чітко окреслювала виробничі програми, реалізовувала ідею плановості в усьому і супроводжувала їхнє виконання. Інформація була невід'ємною частиною, складником програмуючо-контролюючої діяльності партії, держави. Засоби масової інформації виконували подекуди й інженерні, технологічні, агротехнічні та інші професійні функції. Скажімо: підтримка "шкіл передового досвіду", популяризація звань "краща ланкова", "кращий тракторист", "кращий комбайнер", "кращий сталевар", поширення досвіду майстерності передовиків, висвітлення успіхів переможців змагання "кращий за професією", показ змагань за перехідні мандати/прапори на честь річниць Великого Жовтня, інформування про підняття прапорів на честь переможців, встановлення червоних зірок на садибах... Це далеко не все, чим займалися ЗМІ – від стіннівок, бойових листівок і до центральних газет та журналів. Такими організаторськими обов'язками були обтяжені радянські мас-медіа. Проілюструємо сказане фактами.

Ретельно готувалася громадськість до відзначення 100-річчя від дня народження В. Леніна. Відповідальна ідеологічна кампанія значною мірою була перекладена на засоби масової інформації. Коли розпочався рух за комуністичну працю, на честь цієї дати посилилась агітація за присвоєння колективам бригад, змін, цехів та підприємств звання "Колектив комуністичної праці", а окремим передовикам – "Ударник комуністичної праці". Для морального стимулювання нові почини постійно й широко висвітлювалися в пресі.

Слід відзначити вагому роль преси у прикрашуванні, прославленні, "освячуванні" продуктивної діяльності промисловості, сільського господарства, досягнень науки, культурно-освітньої сфери. Хоча в надрукованому було багато надуманого, перебільшеного, штучного, формального, неправдивого, але лиш для того, щоб громадськість до нього тягнулася, брала приклад, розвивала виробництво, науку, культуру.

Коли б з такою наполегливістю впродовж усіх років державної незалежності України утверджувалась національна самобутність та приділялась увага переходу на засади ринкової економіки, безперечно,

результати були б набагато більші. Якби так організовано і вдумливо проводилося планування сучасних економічних реформ в Україні і контролювалося їхнє здійснення з прилученням ЗМІ, не було б, напевно, такої кризовості та недолюгості в економічному житті країни.

Звичайно, ніхто не веде мову про сліпе, бездумне запозичення минулого досвіду – такий підхід неприйнятний. Проте чітко визначати національні пріоритети, планувати кроки в майбутнє, мобілізувати народ на трудові звершення з не меншою потужністю треба й зараз. Слід проводити це постійно, як і в передвиборних кампаніях, – досвід вже є. Без нав'язування утопічних ідей і надуманих форм та методів досягнення, а через постановку реальних цілей, які відповідають нинішньому етапу утвердження української держави. З цього погляду попередня практика організаторської діяльності преси, очевидно, не може бути відкинена.

## Література

1. *Брежнев Л. І.* Ленінським курсом. Промови і статті: У 7 т. – К.: Політвидав України, 1971 – 1979. – Т.6. – С. 577. 2. Величні перспективи комуністичного будівництва // *Комуніст України.* – 1958. – Ч. 11. – С. 1 – 13. 3. *Врублевська В.* Культура спілкування як складова соціалістичної цивілізованості // Під прапором ленінізму. – 1984. – Ч. 18. – С. 12 – 17. 4. Жовтень і мир // Під прапором ленінізму. – 1981. – Ч. 20. – С. 2 – 5. 5. Історія Української РСР: У 8 т. 10 кн. / Голов. ред. Ю. Ю. Кондуфор. – К.: Наук. думка, 1979. – Т. 8. – Кн. 1. – С. 51 – 52. 6. Історія Української РСР: У 8 т. 10 кн. / Голов. ред. Ю. Ю. Кондуфор. – К.: Наук. думка, 1979. – Т. 8. – Кн. 2. – С. 661. 7. *Мищенко Михайло.* Яка ж ідеологія нам потрібна? // *Сучасність.* – 1992. – Ч. 3. – С. 75 – 79. 8. Партія радиться з народом // *Комуніст України.* – 1958. – Ч. 12. – С. 1 – 10. 9. *Ракушин В.* Ордена-юбіляри // *Советы народных депутатов.* – 1978. – 9 сент. – С. 82 – 83.

Юрий Колисник

## ОРГАНИЗАЦИОННАЯ РОЛЬ ПАРТИЙНО-СОВЕТСКОЙ ПРЕССЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭПОХИ

(На примере журнальной периодики УССР 1950-80 гг.)

В научной публикации целостно проанализирована организационная роль прессы УССР. Автор убеждает, что советские масс-медиа не только информировали, выражали взгляды господствующей верхушки, но и настраивали граждан на близкие и далекие перспективы, четко очерчивали средства их реализации, приводили лучшие образцы производственных достижений. Хотя в основе журналистики того времени были пропаганда идей марксизм-ленинизма, советского патриотизма, дружбы народов, интернациональное воспитание,

разоблачение буржуазной идеологии, значительное внимание СМИ уделяли трудовому человеку. Они способствовали успешному выполнению социально-экономических программ, подъему трудовой, общественно-политической активности граждан, их идейной убежденности.

**Ключевые слова:** тоталитарная журналистика, партийные решения, коммунистическое общество, трудовые подвиги, возвышение передовиков, активизация соцсоревнований, распространение опыта, трудовое мастерство, зомбирование сознания граждан.

Uriy Kolisnyk

#### ORGANIZATIONAL ROLE OF PARTY SOVIET PRESS IN THE CONTEXT OF THE PRESENT EPOCH

(ON THE EXAMPLE OF MAGAZINE PERIODICALS OF UKRAINIAN 1950-80)

In the scientific publication the organizational role of Ukrainian press is fully analysed. The author proves, that the soviet mass-media did not only inform, express the points of view of authority, but also showed the prospects to the citizens, gave definite means of their realization, demonstrated the best standards of production achievements. Considerable attention of mass-media was paid to a labour man, although the basis of that time journalism was made up of propaganda of Marxism-Leninism ideas, soviet patriotism, friendship between peoples, international upbringing, disrobing of bourgeois ideology. They helped the successful implementation of the socio-economic programmes, inspiration of citizens“ labour, social and political activity and their ideological confidence.

**Key words:** totalitarian journalism, party decisions, communist society, labour achievements, glorification of front-rank workers, activation of socialist competitions, distribution of labour experience skill, manipulation of public consciousness.

*Ніна ЗРАЖЕВСЬКА*

#### ПРОБЛЕМИ МЕДІА-КУЛЬТУРИ У ЗВ'ЯЗКУ З РОЗВИТКОМ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ І МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

*У статті аналізується феномен медіа-культури, що виявляється продуктом взаємовпливу масової культури і масової комунікації. Медіа-культура – явище, яке тільки зараз починає осмислюватися як феномен, який поступово стає панівним в контексті сучасної культури. Трансляція*

*сучасної культури здебільшого через мас-медіа дає інформацію для осмислення явища масового суспільства. Сучасний тип культури залежить від медіа настільки, що можна говорити про її пряму залежність від ЗМІ.*

**Ключові слова:** медіа-культура, мас-медіа, масова культура, засоби масової інформації, глобалізація, міф, суспільна свідомість.

Актуальність аналізу медіа-культури в комунікативному аспекті пов'язана перш за все з тим, що виявлення сутності цього типу культури виявляється принципово важливим для розуміння походження та ролі різних типів культур у сучасному суспільстві, а також для виявлення їх функціональних особливостей. Культурно орієнтована соціологія невпинно стає основним інструментом аналізу цієї історичної трансформації. Проблема оцінки взаємостосунків та взаємовпливу масової культури і популярної культури та масової комунікації варіюється від критичних (Г. Адорно, Г. Лассвелл, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, Л. Лалл) до нейтральних відгуків і навіть позитивних (Д. Белл, Е. Шилз). Трансляція сучасної культури здебільшого через мас-медіа дає інформацію для осмислення явища масового суспільства. Медіа-культура – явище, яке тільки зараз починає осмислюватися як феномен, що поступово стає панівним в контексті сучасної культури. Мультимедійні та інтерактивні засоби вбирають всі аспекти традиційної культури і переосмислюють їх у напрямку постмодерністської ідеології. Медіа-культура як продукт постмодерністського стилю чи напрямку в сучасній культурі нерозривно пов'язана з масовою культурою. Для масової культури притаманні еkleктичність, відносність естетичних традицій і цінностей, що вписується в рамки мозаїчної культури постмодерну. Але теорія постмодернізму якраз і спрямована проти ідеологічності і однолінійності традиційної культури, на плюралізм думок і ідеологій. Що стосується масової культури, то для неї байдуже, що думають і у що вірять окремі суб'єкти – важливо, що вони використовують одні і ті ж комунікативні канали, тобто інтеграція людей, суспільства відбувається за допомогою технологій. Масова культура являє собою технологію культурного виробництва, що відповідає рівню комунікацій. "Вона знаходиться "по той бік естетики", на межі мистецтва, політики і повсякденності. Масова культура – це культура масового індустріального (чи постіндустріального) суспільства, яким воно стало на початку ХХІ століття, і іншою вона бути не може" [1, 110]. Отже масова культура вписується в теорію глобалізму, де стандартизація і уніфікація відіграють першочергову роль.

Необхідною властивістю продукції масової культури повинна бути цікавість, щоб вона мала комерційний успіх, щоб її купували і гроші, витрачені на неї, давали прибуток. Цікавість же задається жорсткими структурними умовами тексту. Сюжетна і стилістична фактура продуктів масової культури