

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2018: 44; 22–27 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2018.44.9328>

УДК 070 (327:93)

## ПРОПАГАНДА ЯК ІДЕОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ЖУРНАЛІВ «СУРМА» ТА «РОЗБУДОВА НАЦІЇ»

**Василь Пастушина**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,  
e-mail: [vasyl.pastushyna@ukr.net](mailto:vasyl.pastushyna@ukr.net)*

У статті проаналізовано розуміння пропаганди у підпільному органі УВО «Сурма» та програмному органі ПУН «Розбудова Нації». Охарактеризовано поняття пропаганди в часописах та її роль. Досліджено структуру пропаганди, а також її можливі вияви як ідеологічної складової у боротьбі за незалежність України.

*Ключові слова:* пропаганда, «Сурма», «Розбудова Нації», ідеологія.

Пропаганду можна визначати як засіб досягнення мети. Все, що нас оточує – речі, побут, життєва практика, реклама, мистецтво – все наповнене пропагандою і стає нею, пропаганда стає суспільною потребою [2: 239]. Сьогодні про пропаганду як елемент маніпуляції свідомістю потрібно говорити, враховуючи розвиток інформаційних технологій, війн, ринків тощо. Період міжвоєнної доби, коли найпоширенішим інформаційним джерелом було друковане слово, характеризувався не меншим розмахом пропаганди, доказом чого є журнали «Розбудова Нації» та «Сурма».

«Сурму» почали друкувати 1927 р. як пропагандистський підпільний орган УВО. Журнал був створений як орган УВО і у ньому подавали зобов'язання, дії та пропагандистські елементи, що стосувались військової організації підпільного руху.

Журнал «Розбудова Нації» почав виходити як орган ПУН, виконуючи програмну функцію підготовки до КУНу. Ось як цю ситуацію позиціонувала президія КУНу (інж. Д. Андрієвський (голова) та В. Мартинець (секретар)), звернення якої друкувалося у першому числі часопису: «Найближчим завданням Проводу є сформулювання ідеологічної бази й розроблення структури та намічення плану діяльності майбутньої організації, як рівнож підготовка загалу українських націоналістичних елементів до прийняття та співпраці з організацією українських націоналістичних елементів до поняття та співпраці з організацією українських націоналістів і творення вже від нині її кадрів... Завершенням діяльності теперішнього Проводу буде Конгрес Українських Націоналістів, що має остаточно усталити ідеологічні українського націоналізму, ствердити факт повстання єдиної організації, прийняти її структуру та покликати її сталий Провід» [4: 2].

П. Кожевніков у статті «Рік Розбудови Нації», надрукованій у відповідному друкованому органі в кінці 1928 р., згадав про його створення: «Без наказів і ди-

ректив повставала самостійно менші й більші організації. А разом із тим виникла пекуча потреба друкованого органу, що ширив би гасла націоналізму, що кликав би до творення націоналістичної сили.

Ось як глобально журнал «Сурма» визначає роль пропаганди у своїй «передовиці»: «Будучність українського революційного руху та взагалі наших визвольних змагань від того, чи поставимо пропаганду внутрішню та зовнішню на належній висоті або, іншими словами, чи зуміємо підняти в народі воевничого Духа й викличемо тверду віру в перемогу над ворогами» [6: 1]. Тобто вже самі друковані органи визначають пропаганду як основну зброю, яка властива друкованому органу, крім того ця цитата підкреслює, що «Сурма» та «Розбудова Нації» – це журнали, які поширюють ідеї, покликані для «реалізації національно-державного ідеалу» або принаймні на рівні утворення їх задумували саме такими. Пропаганда, як і дискурс ворога, є відчутною на сторінках журналів в контексті ідеї боротьби. Варто ці аспекти розуміти в певній цілості, яку вони творять. У журналах «Сурма» та «Розбудова Нації» ця цілість має вигляд ідеї боротьби, яка перетворюється в ідеологію.

У перекладі з латині «пропаганда» означає «те, що підлягає розповсюдженню», але вже у тлумачному словнику знаходимо поміж іншими значеннями: «Ідейний вплив на широкі маси або певні групи людей, що носить політичний або релігійний характер» [5: 39]. Тобто пропаганда із предмета переросла у власне вплив, хоч ми схильні вважати, що і та, й інша дефініція пропаганди є правильною. Виходячи з цього можна ввести у розмовний арсенал поняття «суб'єкт пропаганди» і «об'єкт впливу», як визначає їх Л. Леонт'єва [3: 12], де, для прикладу, суб'єктом пропаганди виступає газета, а об'єктом впливу – ті, на кого поданий у газеті матеріал мав би подіяти, адже «суб'єкт пропаганди в концептуальній схемі зайнятий лише собою, об'єкт впливу він сприймає лише у вигляді абстракції» [3: 12].

Під пропагандою наразі можна розуміти поширення задалегідь відшліфованої усіма доступними технічними і психологічними методами інформації чи дезінформації, яка має за мету сформувані чи знешкодити ту чи іншу ідею, що цікава провокатору, і розрахована на щонайбільшу кількість людей. Ось яку всеохоплюючу її роль, говорячи про світ, показує журнал «Сурма»: «Пропагандою є в нашому столітті важнішою зброєю, ніж усі інші, в боротьбі народів між собою. Лише дорогою пропаганди можна якусь справу зробити популярною в світі» [6: 2].

Такі теоретичні критерії орієнтують на сприйняття пропаганди як суспільного феномену в об'єктивному розумінні. Цей тематичний підрозділ заслуговує на увагу принаймні тому, що журнали позиціонуються пропагандистськими органами та вважають пропаганду своєю основною зброєю: «Бо лише пропагандою серед власної суспільності можна викликати фанатизм і ненависть до ворога, геройського Духа та зажду посвяти та штовхнути широкі народні маси вслід за тими, що на своєму прапорі виписали: «боротьба з ворогом на життя й смерть». Уже в цій цитаті прослідковується непересічна роль пропаганди у визвольному русі та взагалі в функціонуванні газети. Далі зупинимось на пропаганді детальніше, подаючи її так, як бачать і розуміють підпільний орган УВО «Сурма» та офіційний орган ПУН «Розбудова Нації», в свою чергу намагаючись підтвердити їх пропагандистський статус.

Автор передовиці журналу «Сурма» виокремлює пропаганду словом і пропаганду ділом та наголошує, що будь-який акт, зроблений для продовження боротьби, має мати якнайбільший розголос у краї та світі [6: 1-2]. Крім цього пропаганда є зов-

нішньою та внутрішньою. При чому тематика пропаганди не зупиняється на одному номері, а створює своєрідний інформаційний блок, чим пояснюється ще й непересічне сприймання пропаганди як основної зброї часописів.

Підкреслити важливість пропаганди у діяльності журналів можна хоча б тими завданнями, які ставить для пропаганди «Сурма»: «... плекати розумну ненависть до окупанта серед власної суспільності... Пропаганда нашого визвольного руху між чужими народами, придбання прихильної opinio publicae, інформування чужих народів про теперішнє положення українського народу, приєднування між ними союзників на випадок нашої збройної боротьби з окупантами» [6: 1].

Для пропаганди ділом автор визначає «перший рід пропаганди» [6: 2]. Засоби пропаганди численні, вони поділяються на внутрішні і зовнішні, залежно від роду пропаганди [6: 2].

Варто відзначити, що журнал «Сурма» називає вчинками війни, революційні зриви, повстання та масові заворушення [6: 1]. Тобто варто розуміти, що саме ці вчинки є ключем до розуміння пропаганди ділом, яку для себе та для читачів визначив редакційний колектив журналу. Усі вчинки служать одному наміру, як і пропаганда загалом – будівництву самостійної української держави дорогою національного освідомлення широких мас населення, закріплення проти польських настроїв, нанесення шкоди національному ворогові та «спаювання народу в одну тверду цілість». Такими вчинками УВО-ОУН через журнал «Сурма» називає: «Атентат С. Федака, замах на Войцехівського, вбивство зрадника Твердохліба, велика акція саботажів у 1922 р., що знищила кількасот польських дворів, терористична акція проти адміністративних органів польської влади, проти польських зайдів-кольоністів та проти українських зрадників» [7: 4].

Пропаганда ділом – це буквальна і проста теоретична «субстанція», яка визначена власне журналом і в рамках цих теоретичних якостей виконує непересічну функцію, що ілюструє не лише політику журналу, а й вагомо доповнює ту складну дефініцію про пропаганду.

«Пропаганда словом має за завдання... поширювати вплив пропаганди ділом на якнайширші кола власного і чужих народів» [7: 5]. Тобто в редакції є чітке розмежування між пропагандою словом та ділом. Враховуючи те, що пропаганда словом є для нашого дослідження безпосереднім представником редакційної політики газети, зупинимось на ній докладніше. Автор статті розуміє її так: «Пропаганда словом має за завдання, з одного боку, поширювати вплив на якнайширші кола власного й чужого народів, і продовжувати цей вплив через деякий час, щоб захопити нові покоління, і, з другого боку, щоб викликати бажані настрої та нові вчинки в лоні власної суспільності... При пропаганді живим словом приходять під увагу такі її форми: розмови, відчити й реферати, віча, курси і т.п. При пропаганді писаним словом маємо знов летючки, відозви, листи, брошури й книжки, пресу і т.п.» [7: 4]. Тобто пропаганду словом варто розуміти так, аби все, що стосується якимось чином слова як предмета революційної діяльності, представляло собою не лише головний засіб, за допомогою якого журнал впливає на читачів, а й винятковий елемент редакційної політики, що стає центральним у функціонуванні журналів.

Крім цього поділяють всі засоби і форми пропаганди за відношенням до законів ворожої влади на легальні та нелегальні: «Розуміється, що УВО веде в першу чергу пропаганду при допомозі нелегальних форм, полишаючи легальні форми пропаганди

всім прочим нашим товариствам, групам, партіям, установам та врешті поодиноким людям» [1: 5].

УВО та ОУН боролися проти окупаційних режимів і способів політичного терору був однією з ланок національно-визвольної боротьби. Дослідник Я. Дашкевич відтак виправдовує ті дії революційного руху, які застосовували організації у своїй боротьбі: «Необхідно розуміти те, що поневолений народ, якщо легальні демократичні засоби національної боротьби не дають жодних результатів, змушений і має моральне та політичне право застосовувати всі засоби збройної революційної боротьби, протиставляючи її державному теророві» [1: 9].

Тут варто зупинитися на тому, як розуміє завдання пропаганди УВО-ОУН. Розділимо їх на завдання внутрішньої та зовнішньої пропаганди.

До завдань внутрішньої пропаганди варто віднести: 1) пропаганду національно-державної ідеології (плекання національної моралі, піднесення інтересів нації над інтересами людей і класів, розв'язку питань розбудови суспільного життя із усіх його видимих боків, що були б орієнтовані національно-державною ідеологією, виховання молоді, шкільництво, соціальні питання, господарство і т.д.); 2) об'єднання української суспільності та підготовку до майбутньої війни з окупантами. Саме цю тезу журнал «Сурма» називає «полем для праці УВО» [7: 4], яка визначила це завдання як найперше і головне, хоча не виняткове, – в числі завдань УВО присутні ще «плекання лицарського духа та любови до військового діла, плекання української військової традиції, пропаганда конечности війни для нас та її способів, познайомлення про способи визвольних воєн інших поневолених народів» і т.п. [7: 4].

Завдання зовнішньої пропаганди полягають у: 1) пропаганді «конечности союзів між народами, поневоленими такими самими окупантами, що й наш нарід» (там же), а саме Литва, Білорусь, Грузія і т.д.; 2) пропаганді власне визвольного руху між країнами світу, як наслідок, придбання симпатиків, а тому помічників у національній боротьбі. Редакція журналів зауважують, що вони озброїлись метою поставити українське питання на міжнародних форумах і вирішити його в дусі українського національного ідеалу.

Крім «позитивних», як їх називає «Сурма» [7: 5], завдань внутрішньої та зовнішньої пропаганди існують і «негативні», зокрема: 1) розлад ворожого війська зсередини, адже, як підкреслює газета, третина польської армії – люди із поневолених народів; 2) поширення «розумної ненависті» [7: 5] до окупанта як серед української суспільності, так і серед інших поневолених народів, ширити деморалізацію серед поляків; 3) поширення постійного невдоволення усіма ворожими режимами й урядами; 4) стримування ворожої пропаганди, що розповсюджується не лише на українській території, а й за кордоном і т.д.

Варто сказати, що це лише загальне визначення завдань, родів і засобів пропаганди, але вже на цьому рівні можна стверджувати, що вона виконувала важливу роль у боротьбі за волю українського народу, вона не лише функціонувала під час самої війни, а й випереджала збройну боротьбу, будучи при цьому важливим і невторним елементом її самої.

Пропагандою, враховуючи все сказане, можна називати чи не всю інформацію, що подається на сторінках журналів, починаючи від теоретичних осмислень самої пропаганди, закінчуючи повідомленнями про збори грошей, хроніками, іронією у статтях та ін. Найпомітнішим і показовим елементом пропаганди називаємо заклин-

ки на сторінках підпільного органу, починаючи від провокативних: «Ідея без діла є мертва!», «З хати до хати! З рук до рук!», продовжуючи застережливими: «Не держіть у себе дома ніяких речей ні документів чи записок, які можуть доказувати вашу приналежність до УВО», «Вистерігайтесь провокаторів!», «Пам'ятайте, що кожний ваш лист проходить поліційну цензуру». Спочатку (до квітня 1928 р.) журнал обходився такими простими закличками, та потім, врахувавши досвід пропаганди психологічного враження, на сторінках журналу «Сурма» з'являються заклики альтернативного та попереджувального значення, наприклад: «Тримайте язик за зубами, та не попадете в тюрму», «Найбільша метода зізнань: відмова зізнань», або ось такий особливий заклик: «Одинока ціль поліції та суду – засудити вас! Одиноке їх средство – ваші зізнання! Одинока ваша ціль в тюрмі – воля! Одиноке ваше средство, що веде до цієї цілі – ваша мовчанка!».

Важливою є також так звана вказівна пропаганда: «Пишіть як найменше листів на волі, зовсім не пишіть у тюрмі! Не один у своїх листах і «приписах» виписав собі довгі літа тюрми» чи «І в тюрмі, стіни мають уха. І в тюрмі, ви окружені провокаторами. Не звірюйтесь тому, ні перед приятелями, не перед іншими особами!». Важливо відзначити ще й те, що такі заклики були взятими в рамки, надруковані жирним шрифтом та постійно повторювались. Тобто всі механічні засоби формування пропаганди проходили через руки авторів та були взяті до уваги.

Варто зауважити про редакційний колектив журналів не заперечує необхідності збройного конфлікту, більше того, він навіть дещо зневажливо ставиться до своєї, здавалося б, основної зброї: «Було б зовсім мильним думати, що суть і ціль революційного руху лежить виключно в підбурюванні наших широких мас демагогічною й не відвічальною пропагандою» [7: 4].

Пропаганда за свою багатовікову історію накопичила складну систему дефініцій, які, в свою чергу, доповнюються та інколи суперечать одна одній. Для пропаганди часописи «Сурма» та «Розбудова Нації» визначили вагому та неординарну роль, в результаті якої пропаганда як така виконувала не тільки величезну концептуальну функцію журналів, а й була основоположницею ідеології, що програмувала не лише бачення редакційних колективів, а й загалом українського підпільного руху.

Важливим залишається питання пропаганди підпільного руху, адже цей фактор визначений одним із найголовніших у його розвитку та формує низку питань як теоретичних, так і практичних. Найбільш цікаве для нас питання практичного втілення пропаганди. Журнали демонструють нам своє розуміння цієї «багатопрактичної» величини. Вони подають власні теоретичні думки з приводу пропаганди, враховуючи які, можемо говорити про пропаганду як науковий термін, вживаючи при цьому як структурний елемент – питання української ідеології. У рамках цього ми поділяємо пропаганду на пропаганду словом та ділом, а також пропаганду внутрішню та зовнішню.

Можемо наразі констатувати, що пропаганда в усьому ідеологічному медійному дискурсі відіграє одну з передових ролей, особливо враховуючи те, що побудована не лише на розповсюдженні інформації, а на розповсюдженні потрібної інформації.

Пропаганда у журналах «Сурма» і «Розбудова Нації» – важлива складова боротьби за незалежність України. Автори часописів вважають пропаганду однією із основних засобів для здобуття власної мети. Журнали подають своє розуміння пропаганди, що побудоване на ідеологічному аспекті, який розробили Д. Донцов,

В. Мартинець, Д. Андрієвський, Ю. Вассиян та ін. У теоретичному осмисленні журналів пропаганда ділиться на пропаганду словом, пропаганду ділом, зовнішню та внутрішню пропаганду.

#### REFERENCES

1. Дашкевич Я. Полковник: Переднє слово // Український визвольний рух: наук. зб. – Львів, 2011. – Збірник 16. – С. 6-13.
2. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
3. Леонтєва Л. Зброєю масового ураження почуттів і розуму // Віче. – 2004. №1. – С. 12-16.
4. Новий почин // Розбудова Нації. – 1928. – Ч. 1. – С. 2.
5. Новий тлумачний словник української мови у трьох томах. – Том. 3 / Укл.: Василь Яременко, Оксана Сліпушко. – К.: «Аконіт», 2005. – 863 с.
6. Пропаганда // Сурма. – 1927. – Грудень. – Ч. 5. – С. 1-2.
7. Пропаганда // Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 6-1. – С. 4-5.

#### PROPAGANDA IN THE MAGAZINES «SURMA» AND «ROZBUDOVA NATSIYI»

**Vasyl Pastushyna**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine  
e-mail: [vasyl.pastushyna@ukr.net](mailto:vasyl.pastushyna@ukr.net)*

The article analyzes the understanding of propaganda in magazines «Surma» and «Rozbudova Natsiyi». The concept of propaganda in the periodicals and its role are described. The structure of propaganda, as well as its possible manifestations as an ideological component in the struggle for the independence of Ukraine, was explored.

Propaganda can be defined as a means to achieve the goal. Today it is necessary to speak about propaganda as an element of manipulation of consciousness, taking into account development of information technologies, wars, markets and the like. Period of the interwar era, when the most common information source was the printed word, was characterized by no less scope of propaganda, as evidenced by the magazines «Rozbudova Natsiyi» and «Surma».

Propaganda, as well as the enemy's discourse, is palpable on the pages of magazines in the context of the idea of struggle. It is necessary to understand these aspects in a certain integrity that they create.

The authors of the magazines shared propaganda by word and propaganda by deed. The means of propaganda are internal and external. That is, it is necessary to understand that these actions are the key to understanding the propaganda business, which for themselves and for readers defined the editorial staff of the journal. All actions serve one intention, as well as propaganda in general, the construction of an independent Ukrainian state by expensive national awareness of population, consolidation against Polish sentiments, damage to the national enemy and «assemble the people into one solid whole».

*Key words:* propaganda, «Rozbudova Natsiyi», «Surma», ideology.