

УДК: 007 : 050.316.776.22-23«1943-1960»

## КОНЦЕПЦІЯ РАДЯНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В КОНТЕКСТІ ІДЕОЛОГІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА: АНАЛІЗ ЗМІ

**ПОЧАПСЬКА Оксана,**

канд. наук із соц. комунік., доц.,

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, вул. Огієнка, 61, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька обл., Україна, 32300, e-mail: pochapska.oksana@kpnpu.edu.ua.

*Стаття має на меті розкрити стратегію концептуалізації радянської ідентичності в контексті ідеологізації суспільства засобами масової інформації і пропаганди 1943–1960 рр. Автор проводить контент-аналіз публікацій, досліджує особливості відображення історичних подій та їх програмований вплив на формування поведінкових стереотипів аудиторії. У результаті доходять висновку, що радянська ідентичність української дійсності відбувалася, зокрема, і через медіаповідомлення, в яких чітко розмежовувалися поняття «друг» і «ворог», а також формувалося ставлення до українського через так звану «стратегію м'якої русифікації за системою Жданова». Тому формування й самоідентифікація радянської особистості визначалася принципом повного сприйняття СРСР і діяльності комуністичної партії. Відбувалася цілковита заміна цінностей, а також поступове нівелювання національних звичаїв і традицій.*

**Ключові слова:** радянська ідентичність, ідеологізація, пропаганда, друкована періодика, тоталітарна журналістика.

### THE CONCEPT OF SOVIET IDENTITY IN THE CONTEXT OF IDEOLOGIZING SOCIETY: ANALYSIS OF THE MEDIA

*The article aims to reveal the strategy of conceptualization of the Soviet identity in the context of ideologizing society by mass media and propaganda (1943rd–1960th). The author conducts a content analysis of publications, explores the features of the reflection of historical events and their programmed influence on the formation of behavioral stereotypes of the audience. As a result, the author concludes that the Sovietization of Ukrainian reality took place through media reports, which clearly distinguished between the concepts of «friend» and «enemy», as well as formed the attitude to the Ukrainian through the so-called strategy of «soft Russification by Zhdanov». Thus, the formation and self-identification of the Soviet personality was determined by the principle of full perception of the USSR and the activities of the Communist Party. There was a complete replacement of values, as well as the gradual leveling of national customs and traditions.*

**Key words:** Soviet identity, ideologizing, propaganda, newspapers, totalitarian journalism.

**Вступ.** Українська культура, як і, власне, Українська державність, упродовж усього періоду свого існування зазнавала і продовжує зазнавати утисків й агресивного втручання з боку держав-сусідів. Упродовж 1943–1960 рр. років на формування української ідентичності безпосередній вплив мала комуністична ідеологія, а також тоталітарна система управління СРСР, яка, даючи формально (конституційно) право націям на власний культурний розвиток і рівні права у складі СРСР, насправді впроваджувала політику вищості й елітарності Росії, підтасовуючи історичні й культурні факти, події і явища під цю ідеологію. Тому в цей період мова йшла не стільки про формування української ідентичності, скільки про переформатування й створення такого феномену, як Homo Sovieticus (людина радянська). Основним комунікаційним каналом комуністичної партії були засоби масової інформації і пропаганди, де публікувалися не лише офіційні накази й директиви КП, але й аналітичні (із чіткими висновками), й художньо-публіцистичні жанри (фейлетони, памфлети

та ін.). Подаючи факти, події і явища об'єктивної дійсності, ЗМІ зміщували акценти й підводили аудиторію до «правильних» (потрібних владі) висновків. І саме преса як найбільш доступне джерело інформації у 1943–1960 рр. мала значний вплив на формування радянської ідентичності в контексті комуністичної ідеологізації суспільства. Окрім того, оскільки ЗМІ фіксують події і настрої конкретного історичного періоду, вони є джерелами до розуміння причинно-наслідкових зв'язків між окремими подіями і явищами.

*Мета дослідження* – вивчення особливостей концепції радянської ідентичності в контексті ідеологізації суспільства засобами масової інформації і пропаганди.

Для реалізації мети дослідження було виконано такі завдання: досліджено історичний контекст окресленого періоду (1943–1960 рр.); здійснено контент-аналіз публікацій друкованих періодичних видань «Советский воин», «Молодий комунар», «Прапор жовтня», «Молодь України» та ін.; визначено особливості формування концепції радянської ідентичності в контексті ідеологізації суспільства засобами масової інформації і пропаганди.

Дослідженням феномену «радянська ідентичність» займалися і продовжують займатися В. Землюк [5], А. Колодій [6], О. Лазаренко [8], Т. Молдавська [9], Л. Нагорна [10], О. Почапська [13] та ін. Водночас дослідження здебільшого орієнтовані на виявлення впливу радянської ідентичності на політичну орієнтацію в сучасному суспільстві. Поза увагою дослідників залишається вивчення ролі засобів масової інформації та пропаганди у формуванні радянської ідентичності, що зумовило втрату інформаційного простору Україною на сучасному етапі. Саме це й визначає *актуальність* обраної теми дослідження.

*Об'єктом дослідження* є друковані періодичні видання за 1943–1960 рр. Такі хронологічні межі обумовлені історичними подіями, що змінювали розташування сил на світовій політичній арені: 1943 р. – битва на Курській дузі, після якої радянська армія почала відвойовувати позиції у німецької армії; 1960 р. – період значного послаблення тоталітарного устрою в СРСР, що зумовило виникнення дисидентства й шістдесятництва.

*Предметом дослідження* є концепція радянської ідентичності в контексті ідеологізації суспільства (на матеріалі аналізу ЗМІ).

*Новизна дослідження* виявляється в порівнянні напрямків формування радянської ідентичності регіональною і загальнодержавною періодикою, з'ясуванні концептуального підходу до спричинення свідомісних змін аудиторії через формування порядку денного й створення необхідної акцентної групи.

*Методи дослідження.* Для вивчення особливостей формування радянської ідентичності були використані такі методи, як аналіз контенту засобів масової інформації і пропаганди, робота з архівними джерелами (вивчалися не лише медіа 1943–1960 рр., але закони й підзаконні акти, розпорядження, що були ухвалені й оголошені в цей період), психолінгвістичний аналіз текстів (що дало можливість сформулювати чітке розуміння запрограмованого результату впливу на аудиторію).

*Результати й обговорення.* Людина, перебуваючи в певному соціумі, має необхідність із ним взаємодіяти, що неминуче спричиняє вплив особистості на соціум та соціуму на конкретну особистість. Належність особистості до соціуму, сприйняття себе частиною цього соціуму, прийняття його правил і законів функціонування й визначає ідентичність особистості. Радянська ідентичність (у цьому контексті) передбачає усвідомлення людиною себе як частини СРСР відповідно до тих правил і законів, що зумовлювали функціонування СРСР від періоду його заснування й аж до розпаду. Досліджуючи поняття радянської ідентичності, Т. Молдавська зазначає, що «радянська ідентичність» – це «усвідомлення людиною себе як частини радянської спільноти, попри завершення існування радянської держави» [9, с. 38]. Тобто поняття ідентичності не пов'язується з періодом існування конкретної системи

правління, конкретної держави чи конкретного соціуму. Проблема ідентичності – це проблема свідомісного самосприйняття, а отже, і системи поведінкових стереотипів, які визначають реакцію людини на ті чи інші факти, події і явища об’єктивної дійсності. Серед домінантних ознак радянської ідентичності Т. Молдавська визначає «вживання російської мови як мови повсякденного спілкування; називання себе радянськими громадянами; «використання сполучення «незалежна Україна» у негативному чи нейтрально-негативному контексті» [9, с. 40–41] та ін.

Той дискурс, який впливає на формування та у межах якого, власне, і формується ідентичність, є зовнішнім фактором, показником, який визначає напрям і правила формування ідентичності.

Для кристалізування Homo Sovieticus система комуністичної пропаганди задіявала всі можливі шляхи, одними з найбільш ефективних були друковані періодичні видання.

У 1943–1945 рр. домінувала воєнна й навколовоєнна тематика. Тому проблемам культури, літератури й мистецтва приділялася мінімальна увага. Здебільшого мова йшла про перемоги й здобутки радянської армії, а також про втрати «німецько-фашистських загарбників» (словосполучення, яким у СРСР окреслювали німецькі війська).

У 1946–1949 рр. на території України в галузі науки, літератури, культури й мистецтва впроваджувалася ідеологічна кампанія, яка в народі отримала назву «жданівщина». У контексті цієї кампанії відбувалося викорінення власне українських культурних надбань і цінностей, що поступово призводило до втрати української ідентичності й формування феномену ХХ ст. – людини радянської.

У цей період до активного обігу вводиться поняття «буржуазний націоналізм», який на пів століття став основним у підручниках для загальноосвітньої і вищої шкіл в описі тих, хто активно відстоював розвиток національної мови, культури, збереження звичаїв і традицій власного народу. У цей період через пропаганду відбулося свідомісне стирання меж між державами, що входили до складу СРСР, і формування кордонів на місці кордонів Радянського Союзу.

На противагу терміну «буржуазний націоналізм» використовувався термін «космополітизм», змістовним наповнення якого було байдуже ставлення до історії власного народу, його культурних надбань. Саме через космополітизм формувалися поведінкові стереотипи, орієнтовані на створення чіткої стратегії росіянізації (як нав’язування панівної культури) усього населення Радянського Союзу.

Завданням А. Жданова була стратегічна боротьба за переформатування культурного досвіду українців, тому в межах пропагандистської діяльності були задіяні основні позиції: мова, релігія, звичаї і традиції, мистецтво. Усі вони, утверджуючись у межах тоталітарного режиму, формували стійкі переконання в істинності інформаційних посилів, а отже, у виробленні чітких поведінкових стереотипів, що є визначними для радянської самоідентифікації.

Найбільш вразливими й найбільш податливими напрямками впливу є релігія, страх (як об’єднавча категорія), культура. Саме тому ці позиції найповніше вивчаються й використовуються для формування лінії інформаційних повідомлень, котрі здатні змінити поведінкові стереотипи потенційної аудиторії.

Становлення й розвиток періодики на території України в окреслений період, незважаючи на інформаційну закритість СРСР, значно залежав від військово-політичних і економічних векторів розвитку країн, що так чи інакше впливали на загальний світовий контекст.

Радянська влада основне функціональне навантаження друкованих періодичних видань вбачала у пропагуванні й поширенні основних ідеологічних позицій комуністичної партії України. Широке типологічне розмаїття друкованих періодичних видань давало можливість не лише задовольнити інформаційні запити аудиторії, але

й створити підґрунтя для ідеологічної роботи серед максимально широких верств суспільства. Причому варто наголосити на тому, що оскільки ідеологічна складова преси була чітко окреслена Володимиром Леніним, то інформаційне заповнення усіх соціальних кластерів проводилося ще задовго до остаточного утвердження більшовиків на території України.

Саме знищення історичної пам'яті українців стало потужним рушієм для формування якісно нового радянського соціуму, із новими точками відліку для формування нової ідеології.

Для формування необхідного інформаційного контексту планувалося створення громадського агентства преси: «Цими днями в Москві на нараді представників Спілки журналістів СРСР, Спілки письменників СРСР, Союзу радянських товариств дружби і культурного зв'язку з зарубіжними країнами і Всесоюзного товариства для поширення політичних і наукових знань відбувся обмін думками про доцільність створення громадського агентства преси, що діяло б як самостійний інформаційний орган масових громадських організацій СРСР поряд із Телеграфним Агентством Радянського Союзу...» [4, с. 2].

Через ЗМІ влада СРСР провадила досить агресивну інформаційну політику, яка базувалася на терорі, що діяв як своєрідний метод залякування аудиторії. Це сприяло розвитку такого інформаційного тла, яке давало чітке розмежування позицій «добре» й «погано». З одного боку, це давало можливість збудувати кардинально нове суспільство, а з іншого – руйнувало усталений багатовіковими традиціями власне український соціальний простір. Така соціальна деструкція значно полегшувала ідеологізацію і космополітизацію населення України.

Загалом поняття деструкції (деконструкції, руйнування) у соціальному просторі не є новим. Тією чи іншою мірою його порушували у своїх трактатах Ж. Батай, Е. Гуссерль, М. Хайдеггер. Пізніше про руйнівні технології говорив О. Холод.

Досліджуючи соціальну деструкцію та медіатероризм, В. Романюк звертається до поняття «соціальна деструкція» (на противагу міжособистісній і особистісній деструкції), зазначаючи, що «глобальна деструкція є причиною бажання людини спричинити суттєві зміни шляхом руйнації та агресії. Саме ж поняття «агресія» Е. Фромм, як і більшість теоретиків, визначає ключовим у своїй теорії соціальної деструктивності» [14, с. 220].

Агресія може бути виражена кількома шляхами – як фізична, так і моральна. У цьому контексті медіатероризм є одним зі шляхів соціальної деструкції через використання моральної (інформаційної) агресії.

Сучасні дослідники (зокрема В. Романюк [14]) наполягають на тому, що медіатероризм – це прерогатива терористичних організацій («Медіатероризм – це залякування цільової аудиторії окремими терористичними організаціями з метою реалізації політичних, соціальних та інших цілей шляхом викликання й поширення в інформаційному просторі інформації, що провокує у глядача почуття страху та панічних станів» [14, с. 221]). Зі зведенням медіатероризму до функцій винятково терористичних організацій важко погодитися – хіба лише на тому рівні, що в аналізований період держава виконувала функції терористичної організації, яка вчиняла насильницькі дії над фізичними правами й свободами населення України.

В. Романюк зазначає, що «медіатероризм, який ставить за мету передавати «руйнівне повідомлення», що є частиною терористичного акту, має психологічні впливи на суспільну свідомість і є інструментом політичної боротьби та за змістом наближається до поняття «інформаційна війна» [14, с. 221]. Тобто основне завдання таких повідомлень – залякування читачів, що дає можливість маніпулювання свідомістю.

У період Другої світової війни населення України піддавалося інформаційному впливу з різних боків: із боку німецьких і радянських окупантів, а також незначних пропагандистських матеріалів із боку представників руху опору та різноманітних

військово-політичних організацій, які прагнули незалежності України від німецьких і радянських окупантів.

Пропагандистська діяльність відбувалася через рекламно-агітаційні матеріали, а також через аналітико-інформаційні й публіцистичні жанри. Обидва напрями чітко простежуються в засобах масової інформації.

У цей період формуються два типологічні напрями видань: загальнополітичні та видання на воєнну тематику. Останні існували увесь період Другої світової війни й далі трансформувалися в спеціалізовані видання для військових.

Одним із найбільш розповсюджених видань такого типу була газета «Советский воин» – видання Південно-Західного фронту, що був сформований у південно-західному напрямку 22 червня 1941 р. на підставі наказу НКО СРСР від 22 червня 1941 р. на базі Київського Особливого військового округу у складі 5-ї, 6-ї, 12-ї та 26-ї армій.

Більшість матеріалів газети мають пропагандистський характер. Вони мали на меті не лише інформувати, але й піднімати дух, зароджувати віру в перемогу. На першій шпальті кожного номера публікувалися звернення й заклики до радянських воїнів, а також подавалися основні напрямки стратегічного й тактичного ведення воєнних дій.

Більшість публікацій – це історії героїчної перемоги над фашистами. Важливим в описі було показати історію перемоги над собою, над своїми страхами, як, до прикладу, у публікаціях «В чем наша сила» [2], «В ночном бою: Как я подбил четыре немецких танка» [1], «Подвиг девяти гвардейцев» [12] та ін. У більшості публікацій повідомлялося про нові перемоги радянських воїнів, прославлялися солдати, які ціною власного життя здобули перемогу.

Заголовки формулювалися так, аби вже з їх перегляду можна було сформулювати основний напрям системи мислення і сприйняття радянської реальності: «Высокий боевой дух», «Уничтожим фашистское зверье», «Успехи не вскружат нам голову», «Еще крепче бейте немецко-фашистских разбойников!» та ін. Подібні заголовки мали на меті сформулювати порядок денний, сфокусувати увагу аудиторії на конкретних подіях, відволікти від побутових негараздів.

Цільовою аудиторією подібних публікацій були не лише воїни радянської армії, але й мирне населення, котре таким чином заохочували вступати до лав радянської армії і захищати власну державу.

Для підсилення ефекту практично в кожному номері газети «Советский воин» публікувалися оповідання про звірства фашистів, де більшість розповідей зводилися до такого тексту: «Фашисти свої знущання розпочали з того, що пограбували село... [...] Потім німці вигнали всіх мешканців села з хат та відвезли до лісу. Там усіх селян з 12-річного віку до сивих людей похилого віку змусили з ранку до пізнього вечора рити окопи... [...] А недавно фашисти відвезли в невідомому напрямку 50 найслабших жінок і підлітків... [...] Та частина села, яка не могла вийти на роботу, розстріляна німцями... [...] На довершення до всіх цих розправ фашистські нелюди спалили днями все село...» [11]. Показово, що назва села в тексті публікації не згадується. Водночас, зважаючи на поведження німецьких військ, такі публікації сприймалися як правдиві, що підсилювало страх у населення України й змушувало приставати на бік радянської армії навіть тих, хто мав кардинально інші уявлення й переконання (про що свідчить добровільна співпраця українського населення з німецькою агітаційною періодикою, а також свідченнями з усно-історичних джерел Поділля).

Подібні публікації обов’язково мали висновок, який підводив читача до того, що війна, котру веде радянська армія, священна, а тому радянська армія потребує допомоги з боку мирного населення, оскільки саме радянські війська здатні захистити мирних жителів: «Бійці слухали їхні трагічні розповіді, і гаряча ненависть до ворога закипала в серцях. Жорстоко мститься фашистським людожером заприсяглися радянські воїни» [11].

Із проведенням Конституційної реформи в СРСР у 1936 р. з'явилася ще одна ланка, що відповідала за забезпечення лояльного ставлення до комуністичної партії, – агітатори: «[...] було створено цілу “армію” агітаторів, яка рекрутувалася за виробничою ознакою. Кожен агітатор особисто відповідав за те, щоб усі виборці проголосували» [7]. До 1960 р. система агітаторів мала широке розповсюдження, і працювали вони постійно, а не лише перед виборами.

Практично у всіх ЗМІ мова йде про роботу агітаторів, які скрізь працюють із людьми: і на виробництві, і на загальних зібраннях, а також під час обідніх перерв на польових роботах. Діяльність агітаторів із повними текстами їхніх виступів публікувалися в періодичних виданнях. До прикладу, у публікації «Твоє місце в полі, агітаторе!» йдеться про те, що роль агітаторів зростає зі збільшенням робіт, аби підняти завзяття людей і прагнення їх самовіддано працювати на благо СРСР: «Жнива другого року семирічки – у розпалі! Ні вдень, ні вночі не стихає гуркіт збиральних агрегатів. Взято на облік кожна година. Липень зачастив дощами, треба раціонально використовувати погожий час, не допустивши втрат урожаю. У гарячу пору польових робіт особливо зростає роль агітатора. Пристрасним словом і задушевною бесідою, розповіддю про кращий досвід і особистим прикладом він запалює трудівників колгоспних ланів на нові трудові звершення, кличе вперед...» [15, с. 1].

Поряд з агітаторами активну роботу показують і комсомольські організації, які дбають не лише про якісну роботу молоді, але й про якісний відпочинок. Подібні публікації будуються на контрастах між «добре» – «погано», «сумно» – «весело» і под. Причому «добре» завжди асоціативно пов'язується з комуністичною партією та комсомольськими організаціями: «Літо. Чудова пора. Десятки тисяч юнаків і дівчат відправляються у відпустку... [...] А як проводять своє дозвілля ті, хто зараз працює? [...] ...там, де добре дбають про відпочинок комсомольські і профспілкові організації, молодь не нудьгує...» [3, с. 2].

До особливостей пропаганди СРСР варто віднести й особистий приклад окремих індивідів, які показують високі результати у власній професії – у межах п'ятирічок і семирічок, які проголошувала радянська влада. Подібні публікації мали на меті підкреслити, що радянська людина формує не лише власний простір, але й простір інших, що є значно важливішим, оскільки егоїзм – це ознака буржуазних націоналістів, які є ворогами Радянського Союзу. Саме таким чином формувалася соціальна свідомість радянської людини, яка до цього часу має прояви в сучасному суспільстві.

Розвиток України в контексті СРСР передбачав формування плацдарму не стільки для інтеграції українського етносу в умовно договірну спільноту, якою за декларативними заявами політичних лідерів мав стати Радянський Союз, скільки асимілювання й космополітизації. Космополітизація нації, формування багатонаціональної спільноти насправді передбачали створення етнічної монобільшості, що сфокусована на примус до сприйняття й переосмислення культурних і ментальних здобутків провладної етнічної більшості. Цією більшістю стали росіяни через активне впровадження міфів про братні народи, про первинність російської мови й про ототожнення понять Русь і Росія, русини й росіяни.

Контент-аналіз газети «Молодий комунар» за 1960 р. (проаналізовано вибірково 8 номерів видання) засвідчив, що словосполучення «радянська людина» (у різних варіаціях) трапляється 8 тис. разів, лексема «українець» – 167 разів, російський (у варіаціях) – 1113 разів. Важливо відзначити, що поняття «радянська людина» завжди перебуває в певному контекстуальному навантаженні: повинна робити – не повинна робити. Такі чіткі вказівки створювали алгоритм мислення й поведінки, аби не виділятися із загального контексту.

На таких позиціях базувалася радянська пропагандистська система: починаючи від формування ілюзії домінантного етносу й завершуючи громадянським усвідомленням себе гвинтиком системи.

Із цією метою активно використовувалися усі доступні засоби: від пропаганди до фізичного примусу, який виявлявся не лише в появі заградбатальйонів під час Другої світової війни й формуванні таборів для так званих ворогів народу, а й у відпрацюванні чіткого розуміння, що вороги усюди. І особливим ворогом є той, хто підриває авторитет радянської влади.

**Висновки та перспективи.** Формування й самоідентифікація радянської особистості визначалася принципом повного сприйняття СРСР і діяльності комуністичної партії. Відбувалася цілковита заміна цінностей (релігія замінювалася ідеологією, роль проповідника лягла на плечі агітатора та ін.), а також поступове нівелювання національних звичаїв і традицій (залишаючи візуальні атрибути – одягання українських строїв для «особливих» випадків, як-от зустріч Генерального Секретаря КП та ін., – викорінювався внутрішній зміст, а також розвивалося відчуття награності ситуації, що, врешті, призвело до відмови від українського як меншовартісного, немодного, непотрібного). Наслідки такого підходу до переформатування соціального й ментального устроїв мають вплив навіть сьогодні, майже за 30 років після розвалу СРСР. До них належать: ставлення до українського як до чогось меншовартісного, використання поняття «незалежна Україна» в негативному контексті, пієтет у згадці про СРСР (якість продуктів, ціни на продукти, робота профспілок, стабільність тощо).

Результати дослідження можуть стати в пригоді при викладанні курсів історичного циклу (зокрема «Історії української журналістики») для студентів вищих навчальних закладів.

Подальше вивчення особливостей формування радянської ідентичності дасть можливість напрацювати шляхи формування українського інформаційного простору та його захисту від інформаційних атак країн-агресорів, а також відкриють перспективи до розширення засобів захисту індивідів від маніпулятивного впливу медіа.

1. Броварчук Ю. В ночном бою: Как я подбил четыре немецких танка. *Советский воин*. 1943. № 71 (311). С. 3.
2. В чем наша сила. *Советский воин*. 1943. № 107 (347). С. 3.
3. Де байдужість, там нудьга. *Молодий комунар*. 1960. № 10 (283). С. 2.
4. До створення в СРСР громадського агентства преси. *Молодий Комунар*. 1961. № 14 (365). С. 2.
5. Землюк В. П. Політична ідентичність в Україні в період кризи «розвинутого соціалізму» і здобуття державної незалежності: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2007. 233 с.
6. Колодій А. Ф. Національний вимір суспільного буття. Львів : Вид-во «Астролябія», 2008. 352 с.
7. Кульчицький С. В. Конституційна реформа в СРСР 1963. *Енциклопедія історії України* : Т. 5 : Кон – Кю / Редкол. : В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. Київ : В-во «Наукова думка», 2008. 568 с. URL: [http://www.history.org.ua/?termin=Konstitutsiyuna\\_Reforma\\_V\\_Srsr\\_1936](http://www.history.org.ua/?termin=Konstitutsiyuna_Reforma_V_Srsr_1936) (дата доступу: 28.09.2021).
8. Лазаренко О. Політична ідентифікація і політична влада в сьогоденній Україні: ілюзії та горизонти нових очікувань. *Україна – проблема ідентичності: людина, економіка, суспільство*. Конференція українських випускників програм наукового стажування у США. Львів, 18–21 вересня 2003 р. С. 155–158.
9. Молдавська Т. Радянська ідентичність та її вплив на формування сучасних суспільних стереотипів людей похилого віку (за матеріалами усної історичної джерел півдня України). *Наукові записки. Серія «Культурологія»*. 2013. Вип. 12. С. 38–48.
10. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст. Київ : ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с.
11. Никитин С. Милые, спасите! Рассказы 36 крестьян, бежавших из-под фашистского гнета. *Советский воин*. 1943. № 109 (349). С. 3–4.
12. Овчаренко Г. Подвиг девяти гвардейцев. *Советский воин*. 1943. № 56 (296). С. 2.

13. Почапська О. І. Формування порядку денного періодичними виданнями 1943 року (за матеріалами аналізу газет «Азовський вісник», «Бобринецький голос», «Буг», «Відродження»). *Синopsis*. 2021. № 27 (1). С. 14–21.

14. Романюк В. Соціальна деструктивність та медіатероризм: концептуально-теоретичний аспект. *Теле- і радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 213–223.

15. Твоє місце в полі, агітаторе! *Молодий комунар*. 1960. № 9 (282). С. 2.

1. Brovarchuk, Yu. (1943), «In the night battle: How I lined up four German tanks», *Sovietskyi Voin [Soviet warrior]*, no. 71 (311), p. 3.

2. «What is our strength», *Sovietskyi Voin [Soviet warrior]*, 1943, no. 107 (347), p. 3.

3. «Where there is indifference, there is boredom», *Molodyi Communar [Young Communard]*, 1960, no. 10 (283), p. 2.

4. «Before the establishment of a public press agency in the USSR», *Molodyi Communar [Young Communard]*, 1961, no. 14 (365), p. 2

5. Zemlyuk, V.P. (2007), *Political Identity in Ukraine During the Crisis of «Developed Socialism» and Gaining State Independence*, PhD diss. (polit. sci.), National Academy of Science of Ukraine, Kuras Institute of Political and Ethnical Studies, 233 p.

6. Kolodiy, A.F. (2008), *National Dimension of Social Life*, Astrolabe Publishing House, Lviv, 352 p.

7. Kulchytsky, S.V. (2008), «Constitutional reform in the USSR in 1963», *Encyclopedia of the History of Ukraine* : vol. 5, Naukova Dumka Publishing House, Kyiv, 568 p., available at: [http://www.history.org.ua/?termin=Konstitutsiyana\\_Reforma\\_V\\_Srsr\\_1936](http://www.history.org.ua/?termin=Konstitutsiyana_Reforma_V_Srsr_1936) (accessed 28 September 2021).

8. Lazarenko, O. (2003), «Political identification and political power in today's Ukraine: illusions and horizons of new expectations», *Ukraine is a problem of identity: man, economy, society*. Conference of Ukrainian graduates of research internship programs in the USA, Lviv, September 18–21, pp. 155–158.

9. Moldavska, T. (2013), «Soviet identity and its influence on the formation of modern social stereotypes of the elderly (according to oral historical sources in southern Ukraine)», *Proceedings. Culturology series [Proceedings. Culturology series]*, vol. 12, pp. 38–48.

10. Nagornaya, L.P. (2008), *Regional Identity: the Ukrainian Context*, National Academy of Science of Ukraine, Kuras Institute of Political and Ethnical Studies, Kyiv, 405 p.

11. Nikitin, S. (1943), «Dear, save! Stories of 36 peasants fleeing from Nazi oppression», *Sovietskyi Voin [Soviet warrior]*, no. 109 (349), pp. 3–4.

12. Ovcharenko, G. (1943), «The feat of nine guardsmen», *Sovietskyi Voin [Soviet warrior]*, no. 56 (296), p. 2.

13. Pochapska, O. (2021), «Formation of the agenda in printed perisodical editions of 1943 (based on the analysis of the newspapers “Azov Herald”, “Bobrynetsky Voice”, “Bug”, “Renaissance”)», *Synopsis [Synopsis]*, no. 27 (1), pp. 14–21.

14. Romanyuk, V. (2016), «Social destructiveness and media terrorism: conceptual and theoretical aspect», *TV and radio journalism [Tele- i Radiozhurnalistyka]*, vol. 15, pp. 219–223.

15. «Your place in the field, agitator!», *Molodyi Communar [Young Communard]*, 1960, no. 9 (282), p. 2.

UDK: 007:050.316.776.22-23«1943-1960»

## THE CONCEPT OF SOVIET IDENTITY IN THE CONTEXT OF IDEOLOGIZING SOCIETY: ANALYSIS OF THE MEDIA

**Pochapska Oksana**, PhD (Social Communications), Associate Professor, Kamianets-Podilskyi Ivan Ohiienko National University, Ohiienko str., 61, Kamianets-Podilskyi, Khmelnytskyi region, Ukraine, 32300, e-mail: [pochapska.oksana@kpnu.edu.ua](mailto:pochapska.oksana@kpnu.edu.ua).

ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-1069-9639>

**Introduction.** During 1943–1960, the formation of Ukrainian identity was directly influenced by communist ideology, as well as the totalitarian system of government of the



USSR, which, formally (constitutionally) giving nations their own cultural development and equal rights within the USSR, actually implemented a policy of supremacy and elitism. Thus, in this period it was not so much about the formation of Ukrainian identity, but about the reformatting and creation of such a phenomenon as Homo Sovieticus (Soviet man).

**Relevance of the study.** The article aim is to reveal the strategy of conceptualization of the Soviet identity in the context of ideologizing society by mass media and propaganda. Methodology. Such methods as content-analysis, work with archival sources, psycholinguistic analysis of texts.

**Results.** As a result, the author concludes that the Sovietization of Ukrainian reality took place through media reports, which clearly distinguished between the concepts of «friend» and «enemy», as well as formed the attitude to the Ukrainian through the so-called strategy of «soft Russification by Zhdanov». Thus, the formation and self-identification of the Soviet personality was determined by the principle of full perception of the USSR and the activities of the Communist Party. There was a complete replacement of values (religion was replaced by ideology, the role of preacher fell on the shoulders of the agitator, etc.), as well as the gradual leveling of national customs and traditions (leaving visual attributes – dressing Ukrainian costumes for «special» occasions, – the internal meaning was eradicated, and also the feeling of simmering situation developed, which, in the end, led to the rejection of Ukrainian as inferior, unfashionable, unnecessary).

**Conclusion.** Further study of the peculiarities of the formation of Soviet identity will provide an opportunity to develop ways to form the Ukrainian information space and protect it from information attacks of aggressor countries.

**Key words:** *Soviet identity, ideologizing, propaganda, newspapers, totalitarian journalism.*

Стаття надійшла до редакції 15.01.2022.