

*РАДИО КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ В ГОДЫ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ***М.А. ПРОНИНА, А.А. АРОЯНЦ**

*Кубанский государственный технологический университет
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2,
электронная почта: mashapronina1995@mail.ru*

В статье рассматриваются исторические аспекты появления радио и его свойства как инструмента мотивации в годы Гражданской войны. В данный период происходила ожесточенная борьба за идеалы. Общество выступало в качестве некоей публики, которая должна была принять одну из точек зрения. Каждая из сторон искала собственный эффективный способ отстаивания позиций и своих идеалов. СМИ оказались инструментом скрытого подчинения и мотивации для принятия решений. Радио только стало набирать силу как способ передачи информации, но уже в этот период содержало в себе те необходимые элементы, которые требует мотивация.

Ключевые слова: Гражданская война, мотивация, СМИ, радио.

Через ожесточенные бои на многих фронтах Гражданской войны в начале XX века, кровопролитие в попытках занять лидирующие позиции на политическом поприще, голод и разруху в городах, шло строительство нового государственного аппарата. Необходимо было стимулировать жителей страны на принятие новых решений и идей. И в данной ситуации радио послужило одним из инструментов мотивации народных масс.

При исследовании данной темы были рассмотрены как исторические источники, так и материалы, касающиеся процесса становления средств массовой информации и специфики деятельности. В книге «Радиожурналистика» авторы глубоко проникают в историю появления и развития радио [7]. И хотя книга предполагает в большей степени изучение аспектов современной радиожурналистики, ее жанров и основ введения эфира, первая глава посвящена радио в историческом ракурсе.

Заслуживает внимания книга «Гражданская война в России» [4]. В ней С.Г. Кара-Мурза показывает сущность войны, ее характер. Также была изучена статья П.А. Сорокина «Причины войны и условия мира» [8], рассматривающая вооруженные конфликты, рожденные политическими, социальными и иными противоречиями, с точки зрения причинно-следственной связи.

Книга «История новейшей Отечественной журналистики» [6] позволила заглянуть в подробное описание СМИ в военные годы, продемонстрировала их силу и статус как средства управления сознанием, как возможность передать информацию и как некий инструмент мотивации, побуждающий к каким-либо действиям.

Война – это стихия, только не природного характера, а социального. Она поглощает все вокруг вне зависимости от декларируемых целей. А еще война – это средство управлять обществом, городами, странами. На сегодняшний день появился ряд исследований, предоставляющих аргументированные доказательства в пользу того, что война – способ управления и подчинения. У любого оружия, даже у такого «мощного» как война, есть свои скрытые инструменты.

«Гражданская война в России была порождена не только классовым, но и цивилизационным конфликтом – по вопросу о том, как надо жить людям в России, в чем правда и совесть» [4, С. 10]. В работе «Причины войны и условия мира», опубликованной в 1944 году, П. А. Сорокин пишет: «Гражданские войны возникали от быстрого и коренного изменения высших ценностей в одной части данного общества, тогда как другая либо не принимала перемены, либо двигалась в противоположном направлении. Фактически все гражданские войны в прошлом происходили от резкого несоответствия высших ценностей у революционеров и контрреволюционеров. От гражданских войн Египта и Персии до недавних событий в России и Испании история подтверждает справедливость этого положения» [8, С. 141-142].

Можно предположить, что Гражданская война была рождена из противоречий, но фактически почти все войны рождаются из них. Однако, Гражданская война отчасти сложнее, ведь она не просто шла между теми, кто «за» и «против», это вооруженное противостояние братьев – тех, кто не согласен или сомневается в правильности решения другого.

Исследователи убеждены: народ России в разгар войны был расколот [4, С.15]. Складывавшиеся обстоятельства подталкивали к конкретному выбору.

Следует отметить, что в рассматриваемый период важное место в управлении массовым сознанием, мотивации к каким-либо действиям занимали СМИ: газеты, журналы, а также плакаты с лозунгами и другие печатные средства. В этот момент свою роль сыграло и создание радио. На основе ряда определений можно сделать вывод, что в современном понимании радио – это способ передачи информации, а именно: звуков, сигналов, сообщений на большие расстояния. Все это происходит при помощи электромагнитных волн, которые распространяются специальными станциями. Исследуя различную литературу об истории становления радио, можно отметить тот факт, что еще на этапе первичных испытаний оно уже представлялось именно как способ распространения информации.

«Мысль о радио, об этом замечательном способе передачи сообщений при помощи невидимых электромагнитных волн, выразил более 60 лет назад великий ученый Александр Степанович Попов. В одной из своих лекций для морских офицеров он говорил, что наши органы чувств не замечают электромагнитных волн, но если изобрести прибор, улавливающий эти волны, их можно будет применять для передачи сигналов на большие расстояния» [9, С. 16].

Суждение Александра Степановича переросло в процесс работы над радио, это заняло в его жизни главное место. Он создал «совершенное средство связи». Но останавливаться на этом этапе Попов не стал и продолжал работу над улучшением своего изобретения.

«Уже в марте 1896 года А.С. Попов продемонстрировал свое открытие на практике, передав первую в мире радиограмму, состоявшую из двух слов: «Генрих Герц». Имя гениального физика, чьи работы легли в основу изобретения Попова, было передано на расстояние 250 метров азбукой Морзе. В этом же году итальянский ученый и предприниматель Гульельмо Маркони получил патент от английского правительства на такое же изобретение. Попов по настоянию военно-морского ведомства свой прибор не патентовал – его изобретение засекретили» [7, С. 16].

Почти весь XX век шли бурные споры о том, кому же все-таки принадлежит изобретение. Намерения Маркони были раскрыты. С собой в Италию он привез запечатанную коробку, которая вызывала много вопросов. Однако все же удалось выяснить, что находилось под завесой этой тайны – устройство, которое было собранно по схеме Попова.

До своего разоблачения Маркони успел нажить немалое состояние, в отличие от Попова, чья работа над изобретением не оглашалась. А.С. Попов продолжил свои исследования, и немалыми усилиями добился дальности связи более 600 м. Затем он смог установить связь по радио на расстоянии свыше 20 км, уже к 1901 году ученому удалось добиться дальности радиосвязи на 150 км. Так начался первый период развития радио [7, С. 17].

Рассматривая исследуемый вопрос в исторической ретроспективе, можно констатировать факт, что развитие и становление радио уже с начала своей работы представляло особо сложный постепенный процесс. Во время Гражданской войны радио не имело столь современной системы, однако являлось не менее эффективным способом передачи информации и средством мотивации массового сознания. К тому же активное применение радио началось именно в годы Гражданской войны, оно проявлялось в передаче небольших сообщений. Так, например, самое первое обращение по радио прозвучало в 1917 году, оно заключало в себе особую информацию политического, социального и экономического характера. «25-26 октября (по другим источникам 7-8 ноября) 1917 г. произошел вооруженный переворот. Временное правительство было отстранено от власти. В распространении известий о событиях в Петрограде первостепенную роль сыграло радио (радиотелеграф)» [6, С. 16]. Это было первое сообщение по радио такого назначения, что доказало возможность использовать радио не только как средство связи, но и как инструмент широкой политической информации. «Утром 7 ноября 1917 года радио революционного Петрограда передало написанное Лениным историческое воззвание «К гражданам России!» Спустя несколько дней – 12 ноября 1917 года – советские радиостанции передали в

эфир первое обращение от имени Советского правительства. Обращение начиналось словами: «Всем. Всем». В нем сообщалось, что Всероссийский съезд Советов выделил новое, Советское правительство и принял два важных декрета: о немедленном переходе всех помещичьих земель в руки крестьянских комитетов и о предложении демократического мира» [9, С. 49]. Далее по радио стали передавать правительственные сообщения, другие декреты и т.д. Эти данные демонстрируют, что радио использовалось как инструмент политической власти для взаимодействия через информацию, побуждения к действиям нужным власти, способ мотивации.

«...Радио было призвано не просто дополнять прессу, но выполнять своеобразную функцию замещения ее обязанностей в системе информации. При этом ценность оперативной информации умножалась на возможность массового охвата ею широких кругов населения. «Вся Россия будет слушать газету, читаемую в Москве», – объявил В.И. Ленин...» [10, С. 19]. Владимир Ильич видел большое будущее и перспективы массового вещания, он считал, что радио станет неотъемлемой частью распространения информации, и мощным оружием в построении социалистического будущего страны. Он предполагал, что радио и строительство радиостанций, важнейшие элементы становления и перспективного развития государственной власти.

«К весне 1921 года инженерами Казанской базы радиотелефонирования (военно-техническая база типа арсенала) был сконструирован усилитель, благодаря которому разговор по телефону можно было передать через рупор наподобие граммофонной трубы. Такие рупоры были установлены на двух площадях Казани 1 мая 1921 года, и через них передавались тексты газетных статей» [10, С. 10]. Это не было обделено вниманием в Москве. В итоге информация в печатном виде появилась в РОСТА (Российское телеграфное агентство). В тот же день был запрошен письменный отчет и предложение о распространении такого же устройства в Москве и Петрограде.

«С 28 мая по 1 июня 1921 года громкоговорящая радиотелефонная установка была испытана в Москве: рупоры установили на балконе здания

Моссовета, а 17 июня передачи Центральной радиотелефонной станции начали транслировать на шести площадях Москвы». Такие трансляции содержали фрагменты РОСТА. Это были различные отрывки из газет, а также составленные тексты, которые готовили специально для радиопрограмм. С рассматриваемого момента началось становление радиожурналистики. Вплоть до 1921 года программы содержали только обращения и сообщения, прямо или косвенно связанные с политикой. И потому «первыми в истории отечественного радиовещания передачами, обращенными к массовой аудитории, правомерно считать вещательные программы вербального характера, выпускаемые в свет с 22 июня 1921 года регулярно и ежедневно (с 21 до 23 часов, за исключением ненастных дней) [10, С. 11].

В изложении материалов программ 1921 года и ряда последующих лет прослеживалась более простая конструкция композиции и лексики. Особую важность имела легкость восприятия информации, так как различные шумы препятствовали достижению нужного результата.

«Экспериментальное массовое вещание в России, как, впрочем, и в других странах, начиналось не с политических, а с литературно-художественных программ – радиоконцертов. 17 сентября 1922 года первый в стране радиоконцерт был передан Центральной радиотелефонной станцией в Москве: в эфире звучала русская музыка (Чайковский, Бородин и Римский-Корсаков) в исполнении выдающихся мастеров Большого театра – певицы Н.А. Обуховой, флейтиста А.И. Ларина и скрипача Б.О. Сибора» [10, С. 15].

Как уже отмечалось, народ во время Гражданской войны был расколот. И необходимо было решать эту проблему, мотивировать народные массы на какие-либо действия, побуждать их к принятию какой-либо стороны. Исследователи констатируют, что «статус партии, политического объединения или другой структуры в реальном мире определяется также ее местом в информационном пространстве» [11]. Воззвания передавали идею интересную для части общества, а также провоцировали их на принятие веры и правды, которую несла за собой лидирующая сторона. Появление радио не только

внесло лепту в развитие техники и технологий, но и дало толчок для развития нового эффективного инструмента передачи массовой информации, мотивирования целевых аудиторий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бубукин А. Эфирные тайны. – Новосибирск: FM-реклама, 2003. - 148 с.
2. Голядкин Н.А. Творческая радиореклама. – М.: Аспект пресс, 1999. - 16 с.
3. Горяева Т.М. Радио России. Политический контроль советского радиовещания в 1920-1930-х годах. – М.: Росспэн, 2000. 176 с.
4. Кара-Мурза С.Г. Гражданская война в России. – М.: Алгоритм, 2014. - 320 с.
5. Малов Н.Н. Радио на службе у человека. - М.: Гостехиздат, 1947. - 64 с.
6. Овсепян Р.Ф. История новейшей Отечественной журналистики. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996, - 208 с.
7. Радиожурналистика / Под ред. А.А. Шереля. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005. 480 с.
8. Сорокин П. А. Причины войны и условия мира // СОЦИС. – 1993. - № 12. - С. 140-148.
9. Честнов Ф. В мире радио. – М.: Военное Издательство Министерства Обороны Союза ССР, 1954. - 336 с.
10. Шерель А. Аудиокультура XX века – М.: Прогресс-традиция, 2004. - 576 с.
11. Ароянц А.А. Пропаганда как инструмент формирования общественного мнения (на примере литературно-художественного альманаха «Кубань») // Тезисы докладов Всероссийской научно-теоретической конференции «PR в России: образование, тенденции, международный опыт». – Краснодар: КубГТУ, 2004. - С 41.

REFERENCES

1. Bubukin A. Efirnye tayny. – Novosibirsk: FM-reklama, 2003. - 148 s.
2. Golyadkin N.A. Tvorcheskaya radioreklama.-M.: Aspekt press, 1999-16 s.
3. Goryaeva T.M. Radio Rossii. Politicheskiy kontrol sovetskogo radioveshchaniya v 1920-1930-kh godakh. – M.: Rosspen, 2000. 176 s.
4. Kara-Murza S.G. Grazhdanskaya voyna v Rossii. – M.: Algoritm, 2014. - 320 s.

5. Malov N.N. Radio na sluzhbe u cheloveka. - M.: Gostekhizdat, 1947. - 64 s.
6. Ovsepyan R.F. Istoriya noveyshey Otechestvennoy zhurnalistiki. - M.: Izd-vo Mosk. un-ta, 1996, - 208 s.
7. Radiozhurnalistika / Pod red. A.A. Sherelya. M.: Izd-vo Mosk. un-ta, 2005. 480 s.
8. Sorokin P. A. Prichiny voyny i usloviya mira // SOTsIS. – 1993. - № 12. - S. 140-148.
9. Chestnov F. V mire radio. – M.: Voennoe Izdatelstvo Ministerstva Oborony Soyuza SSR, 1954. - 336 s.
10. Sherel A. Audiokultura XX veka – M.: Progress-traditsiya, 2004. - 576 s.
11. Aroyants A.A. Propaganda kak instrument formirovaniya obshchestvennogo mneniya (na primere literaturno-khudozhestvennogo almanakha «Kuban») // Tezisy dokladov Vserossiyskoy nauchno-teoreticheskoy konferentsii «PR v Rossii: obrazovanie, tendentsii, mezhdunarodnyy opyt». – Krasnodar: KubGTU, 2004. - S 41.

RADIO AS A TOOL OF MOTIVATION DURING THE CIVIL WAR

M. A. PRONINA, A. A. AROYANTS

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072,
e-mail: mashapronina1995@mail.ru*

The article examines the historical aspects of the emergence of radio and its features as a tool for motivation during the Civil War. In this period there was a fierce fight for the ideals. The society acted as a kind of the audience that had to take one of the points of view. Each side was looking for a perfect way to defend its positions and ideals. Mass media turned out to be the perfect tool for hidden subordination and motivation for making decisions. Radio was just beginning to absorb power as a way of transmitting information. But it already contained the necessary elements which were required by the motivation.

Key words: civil war, motivation, media, radio.