

Секция «Журналистика»

Журналистика 1930х годов как инструмент идеологического воздействия партии (на материале газеты «Правда»)

Лапочкина Надежда Васильевна

Студент

Череповецкий государственный университет, Гуманитарный, Череповец, Россия

E-mail: LapNV@yandex.ru

Тема идеологического воздействия на СМИ является очень актуальной, особенно в свете недавнего выступления Леонида Парфенова. Проблема свободы слова и свободы прессы всегда очень остро стоит в нашей стране. И если Леонид Парфенов смог открыто заявить об отсутствии свободы слова как таковой, то в советские времена подобное никому в голову бы не пришло. В Советском Союзе это значило практически подписать себе смертный приговор. Поэтому представляется особенно интересным проследить аспекты взаимодействия СМИ и власти, остановив свое внимание не на общеизвестных вещах, а на новых сторонах. Объектом исследования стала газета «Правда», выпуски 1930-1940 годов.

В работе поставлена следующая гипотеза: в газете «Правда» формируются два центральных образа – героя и антипода этого героя, на противопоставлении которых строится идеологическая политика. Образ создается как метод навязывания идеологии. С помощью этого приема ведется активное влияние на общественное сознание.

В «Правде» 1930 года нельзя выделить совершенно четкий портрет героя. Главным в его образе является принадлежность к рабочему классу и активное участие в деятельности партии. В 1935 появляется конкретизация в образе – на страницах газеты мы видим большое количество фотографии «передовиков», указываются конкретные данные. Герой становится более образованным и интеллигентным. То есть образ героя подается как идеал для подражания через конкретные личности. Появляется много статей, посвященных женщинам, к женским типажам прибавляются и детские. В 1940 год образ героя сильно расширятся.

В связи с русско-финской войной и возникающими предчувствиями последующей, более крупной войны, герой облачается в военную форму и берет в руки винтовку. Образ этого персонажа очень широк, поскольку включает как и отдельных личностей, так и Красную Армию в целом.

Теперь стоит перейти к характеристике образа антипода героя. На страницах «Правды» образ отрицательного персонажа встречается так же часто, как и образ героя. Образ антипода распадается на несколько составляющих.

В этом случае можно по полному праву говорить об одноплановых персонажах, то есть антиподы имеют однотипный, сугубо негативный, характер.

В ходе работы мы выделили два типажа – антиподы «внешние» и «внутренние». Внешние – как правило, политические противники, поборники капиталистического строя, враги всего советского народа.

Внутренние антиподы – нарушители внутри страны, те, кто подрывает своей деятельностью или бездействием идущую стройку светлого будущего и идейную составляющую коммунистической идеологии.

На первый план в ряду отрицательных героев выступают конкретные страны – Америка и Германия.

Уже в 1935 в газете увеличивается число тревожных статей о режиме Гитлера. Годы предчувствия войны определили окончательный образ антипода – потенциального врага.

Им стал военный противник. Это и «белая» Финляндия, и фашистская Германия. Наблюдается абстрагирование образа антипода. Он «теряет» человеческие черты и становится более общим, уходит из внутренней среды во внешнюю. Антипод по своему смыслу почти равняется врагу.

Два образа – героя и антипода – действительно существуют в материалах «Правды». Они очень ярко прописаны на каждом этапе периода.

Система «герой-антипод» передает идеологическое воздействие партии, действуя ненавязчиво, на уровне восприятия и закрепления в сознании как некой модели поведения. Образ в данном случае действует как один из приемов навязывания идеологии.

Образы абсолютно одноплановые - ярко положительные или ярко отрицательные.

Герой и антипод развиваются, динамически двигаясь от 1930 к 1940. Однако в середине периода наблюдается расхождение: если герой накапливает в себе различные черты, то антипод расходуется на «внешнего» и «внутреннего» с преобладанием первого.

Внешний трансформируется в образ потенциального врага, выраженного в отношении к конкретной стране – Америке, Англии, Германии. Внутренний – это, как правило, гражданин СССР, нарушитель дисциплины, оппортунист.

Портреты героев и внутренних антиподов строятся по одинаковым чертам:

- происхождение;
- профессия;
- политические взгляды/принадлежность к партии;
- образование;
- уровень материальных благ;
- человеческие качества.

Таким образом, через систему героев и антиподов, человек получает навязанную партией модель поведения, где главная составляющая – идеология. А поскольку навязывание производится не открыто, а с помощью воздействия на сознание, то закрепление образа для жизни происходит успешно.

Литература

1. Беспалова А.Г. История мировой журналистики. – 3-е изд., испр. и доп. – М.:ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д.:ИЦ «МарТ», 2003.
2. Блюм А.В. Советская цензура в эпоху тотального террора 1929-1953. – М.: Академический проспект, - 2000.
3. Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник. - 4-е изд. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.

4. Козлова М.М. История отечественных средств массовой информации. Учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2000.
5. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для студентов вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007.
6. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917-2000). Учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2002.
7. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. – М.: МГУ, 2005.
8. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. – М.: Славянский Дом Книги, 2008.
9. Хализеев В.Е. Теория литературы Учебник. – 3-е изд., испр. и доп. – М: Высшая школа, 2002.
10. Литературная энциклопедия: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/le8/le8-1751.htm>