

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Региональные СМИ как способ формирования идеологических образов в пропаганде Советского Союза

Верескунов Семен Андреевич

Студент

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, Социологический факультет, Рязань, Россия
E-mail: s.vereskunov@yandex.ru

Формирование идеологических образов является важнейшей задачей и пропагандистской ролью любого государства. Как отмечает в своей статье А.Я. Лившин и И.Б. Орлов целью пропаганды является целенаправленное воздействие на умы для изменения поведения людей в нужном направлении.[1]

Поэтому представляется важной задачей проанализировать, какую роль сыграли региональные СМИ в формировании идеологических образов как элемент пропаганды.

В ходе исследования анализировались региональные издания Рязанской области (Образована: 26 сентября 1937 года. До этого территория входила в состав Московской и Воронежской областей). В довоенный период Рязань являлась административным центром области, где ведущей отраслью было сельское хозяйство, промышленность же была развита слабо. В годы Второй мировой войны город не подвергался оккупации, являлся тыловым и работал на фронт. Рост и развитие административного центра определили специфику агитации в районных средствах массовой информации.

При анализе прессы за период с 1943 года по 1985 год весьма символичным является то, что областная газета «Приокская правда» до 1956 года имела другое название, которое прекрасно отражало содержание идеологии и пропаганды того времени - «Сталинское знамя».[4] Имеется в виду конечно Красное знамя – символ революционной борьбы. Можно предположить, что такое название должно было производить впечатление незыблемости революции, советский человек должен был всегда помнить, что за то государство, в котором живет и хорошую жизнь он обязан революции и лично товарищу Сталину.

Изучение «Сталинского знамени» за 1943 год показало, что частью пропагандистского аппарата было создание политических мифов. Разрабатывались концепции двух вождей в партии (Ленина и Сталина), двух центров ее создания - газеты «Искра» и «Брззола», в которой участвовал Сталин: Сталин – вождь народов Закавказья; Сталин – создатель и организатор Красной армии, вдохновитель ее побед и др. Для каждого исторического этапа были характерны свои идеологические образы, которые соответствовали определенным целям. Так в годы Великой Отечественной Войны пропаганда не только превратилась в своеобразное орудие войны, но и стала одним из ключевых факторов достижения преимущества перед противником.[1] А в годы социалистического строительства пропаганда применялась с целью вдохновения граждан на достижение высоких результатов в самых разных отраслях от промышленности до космоса, формировала ощущение превосходства СССР и социалистической идеологии над другими странами.

Помимо формирования различных мифов СМИ прибегало к приему стереотипизации. Хорошим примером может послужить стереотип эффективности коллективного

труда и быта на фоне индивидуального.[2] Этот стереотип находил место в материалах, рассказывающих о внедрении соцсоревнования, различных починов, развитии системы наставничества и т.д. Особую роль играли передовые статьи. Изучение ряда печатных изданий отечественной прессы 1960-ых годов позволяет выявить и привести в качестве примера следующие заголовки газет: «К новым успехам в социалистическом соревновании», «Усилим напряжение в борьбе за молоко?», «Уборке урожая – ударные темпы», «В борьбе за высокий урожай – равняться на передовиков!», «Образцово подготовимся к весеннему посеву!».[5]

Анализ газеты «Приокская правда» за 1961, 1967, 1970 и 1985 годы позволяет выявить таковые различные примеры манипуляции и внушения. К ним можно отнести:

- Введение сравнения. Печатались статьи типа «Два мира – два типа профсоюзов», в которых сравнивались наша и «их» жизнь, труд, права, цифры статистики. Например, на страницах «Приокской правды» печатались репортажи о деятельности наших предприятий, размещались портреты счастливых рабочих.

- Эффект выпячивания. Статьи «про загнивающий капитализм» выставляются на самое видное место в самый центр с использованием карикатур, которые также являются малым механизмом манипуляции.

- Использование эпитетов, и слов, носящих сильную эмоциональную окраску. Вот что могли прочитать жители Рязани на страницах наших местных газет освещающие полет Юрия Гагарина в космос: «Вековая мечта стала явью» или «Это восхитительно!».[6]

- Обращение к авторитету. Если предоставлялось сложное для оценки мнение или событие, то для направления мысли граждан в нужное русло прибегали к таким шаблонам как: «мировое сообщество считает», «весь цивилизованный мир...», «по сообщениям агентства» и подобные.

Также некоторые продукты советской печати высвечивают такой идеологический образ как: СССР обеспечивает товарами со своих заводов страны Европы, Азии, Африки. Рязанские газеты позволяют выявить активное разворачивание стахановского движения в сельском хозяйстве. Много внимания уделяется рекордным надоям молока, сбору урожая и просто весомому вкладу Рязанской области в успехи Советского государства.

СМИ играет очень важную роль, если не основную, в формирование политического курса в государстве. Пропаганда в СССР использовалась целенаправленно, воздействуя на население максимально точно и эффективно.[3] Результатом изучения таких источников как: «Блокнот агитатора», «Приокская правда», «Сталинское знамя» за период с 1943 по 1967 годы является вывод о том, что чрезвычайно важное значение в пропаганде играла именно региональная печатная продукция. В прессе широко использовались репортажи с места событий, обязательно подкрепленные фотографиями. Освещались достижения конкретных районов, выражались слова благодарности конкретным людям, ударникам труда. Сравнивались достижения Рязанской и других областей.[7] Все это приближало власть к народу, способствовало развитию чувства идентичности и причастности каждого отдельно взятого гражданина к своему государству. Все население региона от тракториста до учителя знали, что коммунизм где-то совсем рядом, а это ощущение в свою очередь подталкивало советских людей к осуществлению общей мечты.

Таким образом, нельзя не заметить, что политические образы и механизмы идеологической пропаганды всегда находились в тесной связи с политической машиной СССР.

Литература

1. Лившин А.Я., Орлов И.Б. Пропаганда и политическая социализация // Отечественная история. 2008. №1. С. 99-105
2. Кара-Мурза С.Г., Манипуляция сознанием. М., 2000.
3. Бернейс Э., Пропаганда. М., 2010.
4. Сталинское знамя. 1943. Январь-Декабрь
5. Приокская правда. 1963. 17 Ноября. С. 26.
6. Приокская правда. 1961. 14 Апреля. С. 9.
7. Блокнот агитатора. 1967. №19

Слова благодарности

Выражаю слова благодарности своему научному руководителю!