

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Северный (Арктический) федеральный университет
имени М.В. Ломоносова»

**ЖУРНАЛИСТИКА И ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗОВ
ПРОШЛОГО И НАСТОЯЩЕГО: ПРОБЛЕМЫ,
ЭФФЕКТЫ, ПРОГНОЗЫ**

*Материалы межрегиональной
научно-практической конференции
(Архангельск, 7–8 декабря 2018 г.)*

Архангельск
САФУ
2018

УДК 070.19
ББК 76.01
Ж 92

Редакционная коллегия:

О.В. Третьякова (составитель, ответственный редактор),
Е.В. Столярова, В.С. Варакин

Ж 92 Журналистика и формирование образов прошлого и настоящего: проблемы, эффекты, прогнозы: материалы межрегиональной науч.-практ. конф. (Архангельск, 7–8 декабря 2018 г.) / сост., отв. ред. О.В. Третьякова; Сев. (Арктич.) федер. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Архангельск: САФУ, 2018. – 151 с.

ISBN 978-5-261-01352-5

В сборнике представлены доклады межрегиональной научно-практической конференции, организованной кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова и посвященной 20-летию журналистского образования на Русском Севере. Издание включает тексты, представленные участниками конференции «Журналистика и формирование образов прошлого и настоящего: проблемы, эффекты, прогнозы». Авторы рассматривают проблемы создания информационной картины мира средствами массовой информации, роль журналистики в конструировании социальной памяти, формирование исторического сознания средствами публицистики.

Материалы предназначены для преподавателей и студентов направления подготовки «Журналистика», для специалистов, работающих в сфере массовой информации, вузовских преподавателей коммуникативных дисциплин.

ISBN 978-5-261-01352-5

© Третьякова О.В., составление, 2018
© Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова, 2018

РАЗДЕЛ II. СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАРТИНЫ МИРА СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

О.Д. Минаева (Москва)

Советская пресса: информация или пропаганда?

В качестве предисловия скажу, что в учебниках по источниковедению меня никогда не удивляло предпоследнее или последнее место публикаций периодической печати в списке исторических источников.

Вопрос, что именно делает пресса: отражает действительность или воздействует, формирует картину мира у аудитории, очевидно, решается не в пользу отражения реальности даже в условиях свободы слова. И затронуть эту тему меня заставляет не желание углубляться в споры о функциях СМИ, а простой вопрос, который встает перед каждым исследователем содержания СМИ: как отличить в них информацию от пропаганды?

Под пропагандой я подразумеваю *«распространение определенных политических воззрений, идей, взглядов и знаний»* [БСЭ, с. 291]. Это определение из тома Большой советской энциклопедии 1930 г. издания представляется достаточно точным и для современных СМИ. Хотя в современном мире термин «пропаганда» подразумевает чаще всего «ложь, обман, манипуляцию». Проблема, как отличить распространение идей и ценностей от информации в обычных публикациях СМИ, оказывается актуальной, поскольку наши современные студенты считают, что пресса только информирует, а ценности человек формирует сам, без ее «подсказок». Хотя именно публикации в СМИ – один из важнейших каналов идеологического воздействия на человека.

Советский период истории отечественных СМИ очень удобен для изучения вопроса различий информации и пропаганды. Содержание партийно-советских СМИ определялось высшими партийными органами, а также задачей трансляции коммунистической идеологии. Именно задачи воспитания «нового» человека определяли содержание СМИ на протяжении всего советского периода. То есть одновременно с актуальными политическими задачами советская журналистика выполняла и более долговременную задачу формирования новых ценностных установок, нового мировоззрения у аудитории.

Наиболее заметно этот аспект работы прессы проявлялся в 1920-х гг., когда на первый план выходила задача адресного обращения к различным группам потенциальной аудитории прессы, чтобы превратить их в сторонников советской власти и включить в поле партийной пропаганды.

Одно из важнейших идеологических направлений в советской прессе – производственная пропаганда. В советской печати для женщин в 1920-е гг.

производственная пропаганда имела еще и важное значение с точки зрения осуществления равноправия. Именно работающая женщина становилась независимой от мужа и могла содержать себя и детей. Не удивительно, что производственная пропаганда в женской прессе велась активно, на множестве примеров. Хотя в период нэпа была безработица, женщины не имели знаний и навыков, чтобы полноценно конкурировать на рынке труда. Агрессивная производственная пропаганда в женской прессе в ситуации, когда было мало возможностей реализовать ее установки на практике, велась на перспективу, как подготовка к индустриализации, когда лозунги женских журналов были в значительной степени реализованы. Это пример того, что информация об отдельных примерах труда женщин на заводах, фабриках, на железной дороге и т.п. с учетом исторических реалий этого периода становилась типичной пропагандой.

Любой исследователь советской прессы знает, что перечень основных тематических направлений оставался неизменным на протяжении практически всего советского периода, однако их конкретное наполнение и актуальные лозунги менялись в зависимости от потребностей момента. Тематика печати делилась на «внутреннюю» и «зарубежную». В 1920-е гг. так называемая «внутренняя» проблематика (о жизни СССР) включала производственную, антирелигиозную, военную пропаганду, борьбу за ликвидацию неграмотности, за новый быт и т.д. Зарубежная тематика сводилась к борьбе двух систем, тяжелой жизни пролетариата за границей, бедности крестьян, угнетению национальных меньшинств и т.д. Различия между прессой 1920-х гг. и, например, 1970-х гг. не носили принципиального характера, если речь идет об основных идеологически важных темах. Менялись лишь те темы, которые относятся к категории информационных, т.е. сообщающих о текущих событиях в стране без их идеологической оценки.

В начале 1920-х гг. среди партийных публицистов и функционеров велась дискуссия о том, как именно партийная пресса должна выполнять свои агитационно-пропагандистские и воспитательные задачи. По сути дела, обсуждалась проблема соотношения информационных материалов и пропагандистских. Л.Д. Троцкий отстаивал необходимость реализации информационной функции журналистики. Он считал, что необходимо ориентироваться на читателя-обывателя (в том числе и пролетария), а не только на подготовленного, политически грамотного коммуниста.

В 1934 г. был издан тиражом в 10 тыс. экз. учебник для студентов Всесоюзного Коммунистического института журналистики. В числе авторов этого труда был известный советский журналист М. Кольцов. В этом учебнике Л.Д. Троцкому, уже высланному к тому времени из СССР, приписывался такой взгляд: печать должна информировать, не поучая и не призывая, и удовлетворять естественное любопытство читателя, т.е. искать «факты (семейная драка, любовные интриги, самоубийства и т.д.), которые интересны интимностью своего происхождения и сногшибательной сенсационностью»

[Редактирование..., с.34]. Следуя логике Троцкого, пресса должна была удовлетворять запросы аудитории на разнообразную, интересную информацию. Эти представления противоречили ленинскому взгляду на печать как на инструмент воздействия, воспитания «нового человека», канал трансляции коммунистической идеологии. На деле это означало, что фактор занимательности или нужности публикации для читателя не принимался во внимание советской прессой. Личная жизнь людей могла быть темой только рассказов и очерков, в которых на примерах вымышленных героев показывались положительные или отрицательные поступки, транслировались социалистические ценности и представления об идеальных людях и отношениях.

Как конкретная историческая ситуация – борьба за власть, построение нового общества и выработка новой идеологии, так и теоретический подход к прессе как инструменту влияния и воспитания, привели к тому, что в СССР периодические издания самых различных типов всегда создавались и развивались как агрессивно-пропагандистские, развернутые в первую очередь на идеологическое воздействие на различные группы аудитории. Этим объясняется то, что «несмотря на все многообразие типов СМИ, созданное в первое десятилетие советской власти, содержание печати нередко дублировалось» [Стровский, с. 35].

В учебниках для советских журналистов 1930-х гг. мы находим вполне современные на первый взгляд рекомендации: говорить с аудиторией популярно и нескучно, не допускать отвлеченных рассуждений, приводить конкретные факты, агитировать цифрами, не употреблять без надобности иностранные слова, сжато излагать и четко формулировать, а главное – говорить «массам правду» [Бас, с. 34]. Однако на деле это означало, что любая публикация должна нести агитационно-пропагандистский заряд, да и правдивость такой журналистики вызывает сомнения.

Особые пропагандистские задачи, стоявшие перед советской прессой, предопределяли выбор средств, в первую очередь жанровую палитру. А.А. Тертычный говорит о такой тенденции, как применение «устойчивых “наборов” жанров» в пределах одного издания. Это наглядно демонстрируют массовые женские журналы довоенной эпохи.

Типичными для женских журналов в 1920–1930-е гг. были следующие жанры: статья (передовая или редакционная), заметка, очерк, рассказ, стихотворение, фельетон (в том числе и стихотворный), письмо. Классический репортаж встречается очень редко, чаще публиковался фоторепортаж, что объясняется малограмотностью аудитории. Ни разу в довоенной истории журналов «Крестьянка» и «Работница» мы не встретили в них интервью. Безусловно, особое значение для работы с малограмотной женской аудиторией имели визуальные жанры: фотографии, рисунки, коллажи и т.д.

Содержание номера женского журнала традиционно строилось таким образом: передовая статья, заметки, очерк (1–2) и фотоочерк (часто) или фоторепортаж, рассказ, 2–3 стихотворения, письма читательниц. В передовой статье обозначались актуальные политические тенденции, в заметках они подкреплялись фактами; очерки, как правило, были посвящены героиням эпохи; стихотворения и рассказы в художественной форме сжато повторяли основные положения передовой статьи и актуализировали идеологически важные темы. Разговор о жизни, о женской доле, о счастье и любви, т.е. о жизненных сценариях и новых ценностях, велся в очерках на документальном материале и в рассказах на примере вымышленных героев и сюжетов. Рисунки, сопровождавшие рассказы, достаточно ясно (особенно для неграмотного читателя) отражали их содержание. Письма читательниц демонстрировали одобрение аудиторией содержания журнала и практическое воплощение идей, которые им транслировались. С точки зрения выбора жанров журналы «Крестьянка» и «Работница» ничем друг от друга не отличались.

Есть определенная специфика использования информационных жанров в советской женской прессе. Классический информационный жанр – заметку – можно было использовать и в пропагандистских целях. Именно заметка была основным жанром в рубриках об индустриальном труде, об ударничестве и социалистическом соревновании, в научно-популярных рубриках. Причем, если посмотреть на содержание большинства заметок, становится понятно, что события единичные и редкие для своего времени подаются как норма, как повсеместно распространенная практика. А создание такого ложного представления – это типичный пример манипуляции сознанием читательниц. Примеры найти легко: крестьянкам рассказывают о родильных домах, работницам – о том, как удобны ясли, как домохозяйки массово овладевают сложными профессиями, техникой и т.д. Этот типичный пример того, как информационный жанр выполняет пропагандистскую задачу.

Репортаж редко можно встретить на страницах женской печати, зато часто публиковались фоторепортажи: физкультурники на параде, комсомольцы за учебой, женская бригада у станков. Они также выполняли не только информационную, но и пропагандистскую, воспитательную и образовательную функции. Задача этих фотожанров (как репортажей, так и очерков) была не в том, чтобы показывать конкретных людей, а в том, чтобы донести политический лозунг (женщины на производство, например, или обучение крестьянок грамоте). Фотография играла значительную роль в печати довоенного периода именно потому, что придавала достоверность публикациям и была ясна даже неграмотному читателю.

Особую роль выполняли в женском журнале художественно-публицистические жанры. А.В. Луначарский повторял, что важно задействовать все средства для агитационно-пропагандистской работы: кино, агиттеатр, плакат и другие, так как «для масс часто язык образов убедительнее всех других» [Луначарский, с. 4]. Такие жанры как очерк, фельетон, рассказ,

частушка или стихотворение были наиболее востребованы в пропаганде идей женского равноправия.

Собственно, и сейчас в женском журнале непременно присутствует рассказ. Задачей таких жанров было создать новые образы, с помощью эмоционально насыщенных текстов закрепить в сознании аудитории новые ценности и жизненные сценарии.

В очерке или рассказе можно было коротко, отбрасывая все противоречащие политическим лозунгам детали, нарисовать не только образ «правильной» героини, но и описать «правильный» сценарий ее жизни, акцентируя внимание читательниц на принципиальных, важных моментах.

Очерки, объединяя репортажное и исследовательское начала, чаще всего рассказывали о новых явлениях в жизни женщины: в них анализировались производственная или общественная деятельность женщин, рисовались образы героинь того времени. Очерки выглядят достоверно, изобилуют деталями, в них четко проставлены оценки «хорошо – плохо» в описании того или иного явления.

В подобных публикациях расставлены традиционные для женской прессы смысловые акценты: подчеркнуты новые возможности, которые появились у советских женщин, описана их борьба за свой новый жизненный путь. В 1930-х гг. героинями очерков «Работницы» все чаще становятся женщины-руководители: бригадир, директор, офицер, капитан корабля. В таких публикациях обязательно рассматривается, какие проблемы возникают у героини с подчиненными, как она преодолевает недоверие, какой стиль руководства демонстрирует.

Портретные очерки в 1930-х гг. создавали пантеон героинь этого времени: ударниц-стахановок, летчиц, спортсменок. Проблемные очерки – чаще всего индустриальные – посвящены сложностям трудовой деятельности героинь, недостаточном использовании женского труда на производстве, преодолению гендерных стереотипов в обществе.

Хотелось бы подчеркнуть, что в советском обществе образ женщины формировался, исходя из пропагандистских задач, а не эстетических представлений. Именно в печати фиксировались жизненные реалии (примеры типичных образов, модной одежды, социальных признаков и т.д.), давались оценки «хорошо – плохо». И эта маркировка тесно связана с ценностными установками, стереотипами поведения, государственной политикой и т.д., которые транслировались печатью, особенно женской.

Многие факторы усложняют интерпретацию содержания журналов для женщин, как и любых СМИ тоталитарной эпохи. Представляется важным, чтобы анализ содержания советской газеты или журнала базировался на понимании, какие именно идеи и ценности транслирует пресса изучаемого периода.

Список литературы и примечания:

1. *Бас И.* Язык большевистской газеты. М.: ВКИЖ, 1934.
2. Большая советская энциклопедия. Т. 47. М., 1930. С. 291.
3. Вступительное слово т. Луначарского // Третий всероссийский съезд политпросветов Р.С.Ф.С.Р.: Материалы. Бюллетень № 1 от 29 ноября 1922 г. М.: б. и., 1922.
4. О газете: Сб. статей. Екатеринбург: Уралкнига, 1923.
5. Редактирование и массовая работа большевистской печати / Под ред. В. Ноделя. М., 1934.
6. *Стровский Д. Л.* Отечественная журналистика новейшего периода: Учеб. пособие. М.: Юнити-Дана, 2014. С. 35.
7. *Шафир Я.* Вопросы газетной культуры. М.-Л.: Гос. изд-во, 1927.

О.В. Третьякова (Архангельск)

Искусственный отбор фактов и мнений

В среде исследователей журналистики стало уже общим местом то, что очень многие (особенно государственные) издания, и тем более телеканалы сознательно искажают информационную картину дня путем подчеркивания одних событий и замалчивания других. Соккрытие некоторых фактов и обстоятельств приводит к искажению, переформатированию информационной картины мира. Фигуры умолчания российских СМИ – не только Навальный, политические судебные процессы и политзаключенные, репрессии в отношении гражданских активистов и «иностранных агентов», вызвавшие «четвертую волну» вынужденной эмиграции. Средства массовой информации замалчивают любую негативную, нежелательную для имиджа властей информацию, в том числе информацию о прошлом страны.

И это довольно опасное явление, так как память о прошлом используется для ориентации в настоящем: это «навигационный инструмент, позволяющий маневрировать внутри порожденного нами времени», как говорит о культурной памяти немецкий историк Алейда Ассман [1]. В рецензии на книгу этого автора отмечается, что автор, опираясь на концепцию «культура как память» русских семиотиков Юрия Лотмана и Бориса Успенского («Культура, соединенная с прошлым памятью, порождает не только свое будущее, но и свое прошлое»), А. Ассман сводит эту концепцию к двум положениям: «будущее и прошлое конструируются в настоящем» и «прошлое не исчезает автоматически».

Подчеркнем, что в данной статье речь идет не о «переписывании», фальсификации или мифологизации истории, а только лишь об отмеченной еще У. Липпманом селекции информации, или, продолжая использовать терминологию биологов, об *искусственном отборе* подлежащих