

МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОНТЕНТУ В УМОВАХ АВТОРИТАРНОЇ СИСТЕМИ

Володимир Брадов
(Маріуполь, Україна)

У статті досліджено особливості механізму впливу на формування контенту ЗМІ в умовах партійно-радянської моноідеологізованої медіасистеми; аналізуються фактори, що надалі могли вплинути на формування комунікаційних структур незалежної України.

Ключові слова: партійно-радянська медіасистема, медіаконтент, централізоване управління, ідеологічний контроль.

В статье исследуются особенности механизма влияния на формирование контента СМИ в условиях партийно-советской моноидеологизированной медиасистемы; анализируются факторы, которые в дальнейшем могли повлиять на формирование коммуникационных структур независимой Украины.

Ключевые слова: партийно-советская медиасистема, медиаконтент, централизованное управление, идеологический контроль.

The article investigates the features of the mechanism of influence on the formation of media content in the party and the Soviet mediasystem; analyzes the factors that continue to affect the formation of the communication structures of the independent Ukraine.

Keywords: Party and Soviet mediasistema, mediacontent, centralized management, ideological control.

Постановка проблеми. Якісно-кількісні характеристики сучасного національного інформаційного продукту, а також специфіку формування контенту вітчизняного медіаринку в цілому, визначила кардинальна зміна моделі його виробництва, розподілу, обміну і споживання, яка здійснилась після проголошення незалежності України. В подальшому, коли одним з найважливіших завдань становлення української державності стало розширення в умовах глобалізації й інтеграції національного інформаційного простору, його інформаційно-комунікативної інфраструктури, все більшої актуальності набуває комплексний підхід до вивчення вітчизняної медіасистеми, її організаційних, функціональних, соціальних особливостей та їхнього впливу на вироблений контент, що неможливо без урахування взаємозв'язку проблем сучасного розвитку мас-медіа й умов їхньої діяльності в попередній період [9].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Темі функціонування партійно-радянської системи засобів масової інформації і пропаганди (ЗМІП) присвячено чимало наукових праць. У силу політичних умов, що існували, дослідження проводилися в контексті марксистсько-ленінської методології, задовольняли запити режиму, були ув'язані з його цілями і завданнями. Характеризуючи наукові праці того періоду, можна говорити про безальтернативне домінування

в радянському журналістикознавстві, у тому числі українському, принципу «комуністичної партійності», що диктував методологічні підходи до вивчення матеріалу, позначався на об'єктивності результатів [17, с.12]. На думку сучасників, у радянський час неможливо було провести досить об'єктивне фундаментальне дослідження з урахуванням усіх аспектів розглянутої проблеми, і внаслідок цього систему мас-медіа того часу вивчено недостатньо всебічно [12, с.52; 13, с.32]. Головним чином, наукові розробки були пов'язані з історією дожовтневої і більшовицької преси, узагальненням досвіду діяльності ЗМІП у радянський період, присвячувалися теорії і практиці журналістської творчості – вивченню природи публіцистичного мислення, дослідженням мови мас-медіа, жанровій проблематиці, а ЗМІП розглядалися лише як інструмент ідеологічного впливу.

У пострадянський період різні аспекти функціонування партійно-радянської медіасистеми відображені в працях українських і зарубіжних вчених – В.Бєбика, Ю.Бондаря, В.Владимирова, В.Здоровеги, С.Ільченко, С.Костилюєвої, І.Крупського, І.Михайліна, В.Моїсєєва, М.Романюка, О.Сидоренко, Ю.Усенко, Я.Засурського, О.Вартанової, В.Цвіка, В.Ружнікова та ін. Дослідження проводяться з урахуванням сучасних методологічних принципів, розширилася їхня наукова проблематика, одержала розвиток низка нових тематичних напрямків.

Однак, як показує аналіз, зроблений автором, в опублікованих наукових працях, що стосуються функціонування мас-медіа напередодні розпаду СРСР, в основному порушуються питання особливості окремих сегментів ЗМІП – преси, телебачення, радіо, а в цілому партійно-радянська медіасистема як організаційна структура, що діяла під впливом певних системоутворюючих факторів, як і раніше охарактеризована не в повному обсязі. Нерідко дослідженням властива «надмірна зосередженість... виключно на проблемах минулого, без чіткої кореляції їх з сучасними реаліями» [13, с.35]; увага дослідників концентрується лише на негативі пропагандистської складової діяльності тодішньої преси, телебачення, радіо; висновкам притаманна певна заполітизованість, акцент зміщується у бік характеристики політичної ситуації і критики режиму, що існував. Контекст же функціонування медіа системи в цілому, обумовленість різних подій і явищ, що відбувалися усередині, їх вплив на вироблений контент, на жаль, поки не одержали належного всебічного і глибокого аналізу.

Виходячи з цього, **метою** статті є дослідження механізм впливу на формування медіаконтенту в умовах моноідеологізованої партійно-радянської медіасистеми, виявлення його структури та особливостей.

Виклад основного матеріалу. За радянських часів засоби масової інформації і пропаганди, які самі були системним утворенням, у свою чергу, являли органічно вбудовану частину системи більш високого порядку – ідеологічної діяльності КПРС і соціалістичного управління суспільством. Родові функції ЗМІ [4, с.38], властиві мас-медіа демократичних суспільств, у радянській – «інструментальної» – моделі [10, с.198] ігнорувалися, а професійна діяльність редакцій газет, телебачення і радіо всіх рівнів зводилася до проведення в маси лінії партії й уряду, висвітленню життя суспільства винятково з партійних позицій, пропаганді радянського способу життя, ідеологічному забезпеченню

виконання п'ятирічних планів, формуванню комуністичного світогляду у читачів, глядачів, слухачів з одночасною критикою суспільно-політичних цінностей західної демократії.

Ідеологізована, централізовано структурована медіасистема, що забезпечувала «можливість універсального географічного доступу» [8, с.75] до ЗМІ на всій території СРСР, в умовах повної відсутності будь-якого галузевого саморегулювання, вимагала ретельної організації і чіткого управління: від союзно-республіканського на рівні ЦК до керівництва парткомом колгоспною багатотиражкою чи заводським радіо. Для реалізації цих функцій у структурі партійно-радянської медіасистеми діяла розгалужена керуюча підсистема, суб'єктами якої виступали органи політичного управління та органи редакційного керівництва. Метою перших було забезпечення упорядкованості й організованості як у цілому в системі, так і у всіх її процесах – виробництва, розподілу, поширення і «засвоєння духовних цінностей соціалізму» [21, с.62]. На рівні ж редакційного керівництва необхідно було координувати творчу діяльність, впроваджувати в практику принципи партійної публіцистики. Саме через цю керуючу підсистему здійснювався процес впливу на формування відповідного, ідеологізованого медіаконтенту.

До суб'єктів політичного управління відносилися партійні, державні, громадські структури, а також відомства й організації, що спеціалізувалися на визначених напрямках: Держтелерадіо, Держкомвидав, ТАРС, АПН, Спілка журналістів СРСР та ін. Власне природою авторитарної держави, коли для збереження влади засоби «духовного» виробництва необхідно тримати під контролем, а мас-медіа повинні служити інструментами політичного життя, визначалася необхідність централізованого політичного, партійного, соціально-економічного управління. В. Владимиров так формулює логіку процесу: «Партія усі видання і ТРК засновувала, забезпечувала папером, поліграфією, технікою, фінансами, а також навчала, розставляла, контролювала і просувала кадри. За це КПРС вимагала повного підпорядкування її рішенням...» [5, с.129].

М.Шкондін акцентує увагу на наступних функціях партійного управління: дослідницька; визначення політичної лінії та основних напрямків діяльності; організаційна (структурування, нормування, координація, регулювання та ін.); підбір, розміщення, навчання і виховання журналістських кадрів; контроль [21, с. 86-87]. Серед об'єктів партійного керівництва дослідник виділяє медіасистему в цілому, її підсистеми, їхні структурні одиниці, а також інфраструктуру (видавництва, інформаційні агентства, журналістські організації і т.п.).

Особливість багаторівневого управлінського механізму полягала в налагодженій системі перехресного контролю. С.Льченко демонструє це на прикладі телерадіомовлення [11, с. 9]. Виробництвом інформаційного продукту для ТБ і радіо, його поширенням на одній шостій території планети займався відповідний комітет Ради міністрів СРСР – Держтелерадіо. Фактично він виконував функції союзного міністерства: через нього йшло фінансування всіх підзвітних організацій і підприємств, що відносяться до сфери ТБ і радіо; реалізовувалися ідеологічні установки партії і держави; впроваджувалася в життя державна інформаційна політика. У той самий час комітет був відповідальний за ідейно-політичний та художній рівень телерадіопрограм. Контроль за фактичним змістом ефіру здійснювали державні органи цензури. Питання

стратегічного і тактичного розвитку галузі, кадрових призначень знаходилися в компетенції партійних органів, структурно вибудованих за принципом владної вертикалі. Вони ж контролювали в цілому ідеологічну вивіреність контенту ЗМІ. У структурі ідеологічних відділів ЦК і обкомів компартії України функціонували сектори преси, що здійснювали контроль за діяльністю підвідомчих засобів масової інформації і видавництв із їхньою поліграфічною базою. У міськомках і райкомках, у відповідних відділах була передбачена посада інструктора, що вів питання ЗМІ [3, с.78].

Редакційне управління, на відміну від вищого, політичного, було спрямоване на створення умов ефективної творчої, інформаційно-пропагандистської діяльності редакційних колективів [19, с. 76; 21, с. 130]. На прикладі преси чітко прослідковуються ключові моменти цього управлінського процесу, багато в чому типового і для інших видів ЗМІ з урахуванням їхньої виробничої специфіки. Керівну роль у забезпеченні оптимального рівня роботи редакцій газет чи журналів грали їх видавці – партійні і радянські органи, що, виходячи з ідеологічних завдань, визначали і контролювали головні напрямки діяльності журналістських колективів, вирішували кадрові й організаційні питання, забезпечували матеріально-технічний бік «духовного» виробництва. Вони ж впливали і на формування контенту підзвітних їм засобів масової інформації та пропаганди. Видавець розглядав і затверджував перспективні тематичні плани редакції, а в окремих випадках і плани особливо важливих кампаній; систематично заслуховував звіти редколегій і вживав заходів щодо поліпшення їхньої діяльності; давав оцінку творчій роботі журналістського колективу; контролював дієвість публікацій. Таким чином, ідеологічна вивіреність змісту надрукованих на сторінках газет і журналів матеріалів не викликала сумнівів.

Безпосереднє керівництво редакцією з боку видавця здійснювалося через редактора, що призначався винятково відповідним партійним комітетом з урахуванням його, кандидата, політичних якостей. Політичний характер посади припускав висування на неї «по партійній лінії», коли у керівництва редакцій ставали люди, що не мали досвіду роботи в ЗМІ, а часом, і покликання до неї. Так, в Україні 70 відсотків редакторів місцевих партійних видань до вступу на посаду одержали найрізноманітніші спеціальності в галузях народного господарства, а 95,7 відсотків призначенців мали попередній стаж роботи в партійних, радянських, профспілкових, комсомольських органах [2, с.122]. Одна з основних функцій редактора полягала в керівництві творчим і технологічним процесом виробництва інформаційного продукту, забезпеченні ідеологічно вивіреної спрямованості його змісту [1, с.21; 16, с.180; 19, с.51].

Партійно-державна регламентація функціонування ідеологічно жорстко орієнтованої медіасистеми здійснювалася за допомогою прийняття партійних документів, що фактично мали директивний статус. У своїй діяльності підсистеми ЗМІ – преса, телебачення, радіо – повинні були керуватися постановами ЦК КПРС, рішеннями його політбюро і партійних з'їздів, а на рівні республіки до цього додавалися ще й відповідні документи компартії України. У партійних документах містилися ідейно-політичні установки редакціям ЗМІ, вказівки з подальшого підвищення ефективності їхньої діяльності, забезпечення єдності політичної й організаційної роботи.

Функція партійного впливу не обмежувалася постановкою макроцілей. На рівні ЦК, спеціальною постановою, приймалося рішення про випуск видання, формулювалися його програмні завдання, тематика і проблематика, встановлювалися формат, обсяг, періодичність. Той самий партійний орган визначав кількість інформаційних випусків у програмах всесоюзного радіо, жанровий і тематичний спектр передач. Грунтуючись на партійних документах, Держкомвидав, наприклад, затверджував типові положення про підготовку текстових оригіналів і порядок їхнього проходження в редакції журналу, а Держтелерадіо розподіляло і перерозподіляло технічні засоби радіомовлення. Рішення партії звучали рефреном на з'їздах Спілки журналістів СРСР [7, с.54; 14, с.292; 21, с.86].

Контекст функціонування медіасистеми впливав на тематичне наповнення і жанрову палітру ЗМІП, що до неї входили; визначав структуру, інформаційну спрямованість, стилістику й особливості подачі журналістських матеріалів; передбачав безумовне домінування у виробленому контенті ідеологічної складової впливу на аудиторію. Зміст газетних сторінок партійно-радянських друкованих органів відбивали їхні тематичні рубрики: «Партійне життя», «З досвіду ідеологічної роботи», «Трудова вахта п'ятирічки», «Рубежі змагання», «Ведучі п'ятирічки – комуністи», «Зобов'язання – під контроль» [15, с.203-208].

Характерно, що один з розповсюджених у той період жанрів – передова стаття – визначався, виходячи з партійних вимог, як «політична вказівка, директива» [20, с.3]. І це не розходилося з практикою. Перші шпальти партійно-радянських друкованих органів займали передовиці, присвячені темам мобілізації зусиль на «трудовому фронті», героїчної «битви за врожай»; ролі в цьому партійних організацій; у них роз'яснювалася важливість завдань, що стоять перед суспільством, робився акцент на моральній відповідальності кожного за виконання намічених планів; з них починалися великомасштабні пропагандистські кампанії.

Природно, у періодичних виданнях будь-якого рівня можна було зустріти і культурну, спортивну тематику; рубрики, присвячені науці, освіті, міжнародній інформації, дозвіллю тощо. Однак більша частина газетно-журнальних площ була зайнята матеріалами економічної, партійної спрямованості. Певний вплив на змістовне навантаження чергового номера робило нормоване зверху співвідношення місцевих матеріалів та отриманих централізовано каналами інформгентств.

З огляду на те, що радянське телебачення і радіомовлення, так само як і преса, функціонували в тому ж ідеологічному механізмі, перед ними стояло завдання беззаперечного служіння справі комуністичного будівництва. Це визначало спрямованість і зміст телерадіопрограм, вимагало розвитку таких форм і жанрів, що найбільш ефективно дозволяли б донести ідеї партії до мільйонів людей. Досліджуючи радянський період розвитку телебачення, М.Голядкин відзначає, що «ідеологізація поширювалася не тільки на інформацію, але і на розважальні і культосвітні передачі» [6, с.106]. Український дослідник ТБ А. Яковець констатує: «Не викреслиш із біографії нашого УТ численні циклі і рубрики по вінця заідеологізованої доби на кшталт «Партійного життя», «На головних напрямках п'ятирічки», «Телевізійний плакат», «На

ударних будовах», «Комсомольські зорі», «Піонерія...» [22, с.14]. Магістральним напрямком у роботі радянського радіомовлення були пропаганда радянського способу життя, «провідної ролі комуністичної партії, її титанічної творчої діяльності, показ значення і конкретних проявів союзу робітничого класу і селянства» [7, с.114]. Саме така тематика визначала ідейний зміст і спрямованість програм радіомовлення, що мали всесоюзне охоплення, а місцеві передачі і випуски новин вбудовувалися в загальну програмну сітку.

Відносна редакційна незалежність у політично нейтральних питаннях обмежувалася визначенням жанру, пошуком об'єкта висвітлення і нової теми в межах дозволеного [5, с.129; 16, с.11; 19, с.44-45]. Але нерідко і подібна «свобода вибіру» виключалася відповідною постановою. Так, дозволяючи Держтелерадіо організувати трансляцію цілодобової інформаційно-музичної радіопроеграми «Маяк», ЦК КПРС визначав, що вона «повинна містити оперативну інформацію (не менше двох випусків на годину) про найважливіші події економічного, політичного культурного життя, ... короткі коментарі на тему дня, ...репортажі, інтерв'ю; ...складатися з коротких передач симфонічної й естрадної музики, народних, радянських і зарубіжних пісень, номерів естради; ...створювати шляхом ретельного добору і продуманого повторення найбільш важливих новин ... політично вірну картину подій внутрішнього і міжнародного життя» [14, с.552].

Висновки. Таким чином, з метою виробництва відповідного висунутим ідеологічним вимогам інформаційного продукту і його повномасштабного поширення в країні була створена централізована ієрархічна структура з цілком виразними завданнями і функціями, що являла собою ефективний механізм впливу на формування медіаконтенту. У контексті його функціонування визначалися інформаційна спрямованість, стилістика і форма подачі журналістських матеріалів, тематичне наповнення і жанрова палітра підсистем ЗМП; передбачалося безумовне домінування у виробленому контенті ідеологічної складової впливу на аудиторію. Багаторівневе управління медіасистемою забезпечувалося, з одного боку, органами політичного управління, а з іншого – органами редакційного керівництва. Вплив на формування відповідного медіаконтенту здійснювалося партійними органами через перспективне тематичне планування творчої редакційної діяльності; за допомогою кадрової політики та ідеологічного контролю, цензури; забезпеченням матеріально-технічної сторони інформаційного виробництва. Вимога до підконтрольних ЗМІ відображати «об'єктивну реальність» значно звужувала діапазон авторської інтерпретації і нав'язувала визначений шаблон підготовки матеріалу для преси, телебачення, радіо.

Особливості функціонування механізму впливу на формування медіа контенту в певній мірі вплинули на подальший процес трансформації партійно-радянської медіасистеми в комунікаційну систему незалежної України, що визначає напрямок наступних розвідок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Базів В.А. Посттоталітарна журналістика в умовах будівництва демократичного суспільства / В.А.Базів // Українська періодика: історія і сучасність: доп. та повід. четвертої Всеукр. наук.-теорет. конф. (19-20 грудня 1997 р.). – Л., 1997. – С. 20-25.

2. Барішполец А.Т. Пресса: пути и путы: Местная печать в условиях перестройки / А.Т.Барішполец. – К.: Политиздат України, 1989.
3. Бебик В.М. Засоби масової інформації посткомуністичної України / В.М.Бебик, О.І.Сидоренко.– К.: МАУП, 1996. – 124 с.
4. Бондар Ю.В. Національний інформаційний простір новітньої України: становлення та функціонування у процесі політичної трансформації суспільства: [монографія] / Ю. В. Бондар. – К.: МАУП, 2007. – 184 с.
5. Владимиров В.М. Вступ до спеціальності «Журналістика»: [навч. посібник] / В.М. Владимиров. – К.: МАУП, 2007. – 166 с.
6. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения: [учеб. пос. для студентов вузов] / Н.А.Голядкин. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 141 с.
7. Журналистика в политической структуре общества: [монография] / под ред. д.ф.н., проф. Я.Н.Засурского. – М.: Изд-во МГУ, 1975. – 185 с.
8. Журналистика на перепутье: опыт России и США / под ред. Е.Л.Вартановой. – М.: Медиамир, 2006.– 184 с.
9. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2017 рр» № 537-V від 09.01.07 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=537-16>
10. Засурский Я. Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990 – 2004 / Я.Н.Засурский. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2004. – 464 с.
11. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода: история, проблемы, перспективы: [Учеб. Пос.] / С.Н. Ильченко.– СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.- 182 с.
12. Колісник Ю. Журнальні видання УРСР як засіб ідеологічного виховання мас. / Журналістика.– 2010. – № 9(34). – С. 50–63
13. Костилова С.О. Становлення і розвиток друкованих засобів масової інформації новітньої України (друга половина 80-х – 90-х рр.. XX ст.): дис... д-ра іст. наук: 07.00.01 / С. О. Костилова. – Д., 2007. – 477 л.
14. КПСС о средствах массовой информации и пропаганды.-2-е изд., доп.- М.: Политиздат, 1987.- 608 с.
15. Кузнецов И.В. Газетный мир Советского Союза / И.В.Кузнецов, Е.М.Фингерит, т.2. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1976 – 365 с.
16. Лазебник Ю. А. Нове в розвитку радянської преси / Ю. А. Лазебник. – К.: Держполітвидав, 1960. – 188 с.
17. Михайлин І. Л. Розвиток науки про соціальні комунікації в Україні: історія журналістознавства [Електронний ресурс] / І. Л. Михайлин. Режим доступу: www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof
18. Планирование информации в прессе / И.В.Курилов, В.В.Шинкаренко. – М.: «Мысль», 1976 – с.143і
19. Рабочая книга редактора районной газеты: Опыт, методики, рекомендации / Под ред. Я.Н.Засурского. – М.: Мысль, 1988.- 575с.
20. Стилистика газетных жанров / под ред. Д.Э.Розенталя. – М., Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 230 с.
21. Шкондин М. В. Печать: основы организации и управления / М.В.Шкондин. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 184 с.
22. Яковець А.В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: 2-ге видання, доп. і перероблене / А.В.Яковець. – К.: Вид. Дім „Києво-Могилянська академія”, 2009. – 264 с.