

УДК 070.1(100):32.019.5

ІДЕОЛОГІЗАЦІЯ ПРЕСИ: ІСТОРІЯ, ОСОБЛИВОСТІ ТА УНІВЕРСАЛЬНІСТЬ ЗАСАД

Тарас Лильо

Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, Львів, 79044, Україна, e-mail: tlylio@ukr.net

У статті проаналізовано основні історичні періоди процесу ідеологізації преси в різних країнах, вплив яких поширювався за межі окремих держав. Згаданий процес найбільше виявив себе в більшовицькій та нацистській концепціях ЗМІ, однак ці концепції мали попередників, без напрацювань яких ленінські чи гьоббелівські підходи до преси не були б такими ефективними.

Ключові слова: преса, ідеологія, ідеологема, ідеологізація, ідеологічна маркованість.

Об'єктом розгляду є ідеологічний тиск на пресу різних країн впродовж XVIII–XX століть, найвиразніші зразки підпорядкування преси ідеологічним інтересам урядів революційної Франції, Наполеона, Бісмарка, більшовицької Росії, нацистської Німеччини та фашистської Італії. *Актуальність* цієї теми зумовлена процесами латентної ідеологізації мас-медій, яку не можна вивчати поза вищезгаданим контекстом. *Метою* дослідження є виявити характерні особливості ідеологізації преси, а також універсальність засад підпорядкування ЗМІ ідеологічним пріоритетам урядів. Проблему ідеологізації преси досліджували М. Толмачьов, В. Сергєєв, В.Триков, Г. Вороненкова, Ю. Мельник, Є. Мушинський, К. Кошик та ін.

Початок періодичної преси датують XVII століттям. Перші газети переважно друкували новини торгівлі. Прикладом такого видання можна вважати засновану 1605 року страсбурзьку газету «Relation». Вона не висувала якихось політичних вимог, не мала ідеологічної програми й не викликала застережень у влади. Саме застосування цензури з боку королівської влади можна вважати детектором того, що у тодішніх публікаціях починають з'являтися ідеологічні акценти. 1631 року у Франції починає виходити заснована Жаном Епштейном газета «Nouvelles ordinaires de divers endroits». Цього ж року кардинал Ришельє закриває видання, на місці якого з'являється заснована Теофрастом Ренодо «La Gazette», яка виходила під назвою «La Gazette de France» аж до 1917 року. Цю газету вже можна трактувати як ідеологічне знаряддя тодішньої влади – короля Франції Людовик XIII і кардинала Ришельє, які були авторами друкованих на шпальтах цього видання заміток. Сам видавець газети Теофраст Ренодо був знаковим політичним діячем тодішньої Франції. Газета мала чітку ідеологічну програму: захист молодого монархії від консервативного феодално-аристократичного дворянства, релігійної нетерпимості та сепаратистських

тенденцій, що гальмували процес централізації. Крім того, «La Gazette de France» була захисником політичних та культурних реформ, виступала за зміцнення міжнародного авторитету Франції. Де факто, це – один з перших передвісників політичної газети з окресленою політичною метою. У програмних матеріалах газети, зокрема, йшлося про те, що видання «служить думкам та переконанням, оскільки вона їх збирає по всьому світу...» [1; 24]. Сам Ренодо так визначав завдання газети: писати історію сучасності, компонувати історію вже того дня, коли її візьме до рук читач. Ідеологічне обличчя газети виявлялося не тільки у тенденційній селекції фактів, а й у їхньому коментуванні. Тексти Ренодо відображали політичні інтереси короля Франції. Газета різко критикувала протиурядові пасквілі, спростовувала негативні чутки про королівський двір. Ренодо вірив, що газета має історичну місію й може впливати на суспільство. Помираючи, він промовив такі слова: «Преса належить до бурхливих потоків, силу яких вона збільшує своїм опором» [2; 13]. Однак у передреволюційній Франції, де виходило всього три газети, преса ще не мала істотного ідеологічного впливу на суспільство. Вольтеру преса нагадувала «повідомлення про державні та суспільні справи» [3; 230]. Руссо на запитання «що таке періодичне видання?» зневажливо відповідав: «Ефемерний, позбавлений будь-якої гідності, некорисний витвір, читанням якого зневажають серйозно освічені люди й призначення якого тишить марносластво дурнів й жінок, нічому їх не навчаючи» [3; 231].

Ситуація кардинально змінилася 1789 року, під кінець якого в Парижі виходило понад 140 газет з дуже широким спектром ідеологічного плюралізму. Фактично всі вони були пов'язані з партійними ідеологіями – від роялістської до егалітаристської. Журналіст жирондистських поглядів і видавець «Французького патріота» («Le Patriote français») Жак П'єр Бріссо де Варвіль першим за кілька місяців до взяття Бастилії формулює роль газети як знаряддя політичного впливу на маси, та її ідеологічного виховання. Бріссо де Варвіль, зокрема, писав, що «газета — це єдиний спосіб перетворення численної, ущемленої у своєму розвитку нації, що не звикла до читання і хоче вийти зі стану неучтва і рабства» [3; 231]. Найпопулярнішими газетами початкового етапу Великої французької революції стають видання Жана-Поля Марата «Друг народу» («Ami du peuple»), Каміля Демулена «Революції Франції та Брабанта» («Les Révolutions de France et de Brabant») та Жан-Рене Ебера «Татусь Дюшен» («Le Père Duchesne»), які позиціонували себе як прихильники лівих поглядів.

Після призупинення повноважень короля у серпні 1792 року настає період різкої поляризації французької преси, вплив якої на суспільство ілюструє постановка генеральної ради Паризької комуні: «Нехай ті, хто отрує громадську думку... будуть ув'язнені в тюрмах, а їхні станки, літери та інструменти передані видавцям-патріотам» [3; 235]. Слід відзначити, що такі тенденції різко контрастували з ідеалами, записаними в «Декларації прав людини і громадянина»: у цьому документі свобода преси вперше стає правовим поняттям. Зокрема у ній йшлося про те, що вільне повідомлення ідей і поглядів є одним з найцінніших прав людини, тому кожен громадянин може вільно висловлюватись, писати і друкувати, але підлягає відповідальності за зловживання цією свободою у випадках, передбачених законом.

Ідеологічно зумовленою, маркованою була й риторика революції, яка запропонувала «лінгвістичну ідеологію», що стала базовою для подальших періодів тотальної ідеологізації ЗМІ. Як зазначає В. Сергеев [4; 237], риторика виробила особливу культуру управління внутрішніми механізмами мислення та переконаннями

людей. По-перше, було міфологізовано абстрактні поняття, надано їм суб'єктивні повноваження, перетворено в ідеологічні псевдосуб'єкти, за допомогою яких «можна виправдати і пояснити такі дії, які по-іншому не можна було б пояснити» [4; 238]. Таким чином уможливлено «володарювання Справедливості» та «деспотизм Свободи». Отже, іменем Свободи можна вбивати (згодом – іменем Революції), вона ж «визначає» ідеологічних ворогів та друзів народу. Другим прийомом революційної риторики була підміна змісту. Наприклад, згідно з Декретом про створення «Надзвичайного революційного трибуналу» оголошено злочином незгадану в жодному законі «антигромадянську поведінку». Як наслідок, зміст слова «злочин» свідомо розмивають, підміняють, аби можна було проводити репресії над якомога більшою кількістю ідеологічних опонентів. Третій прийом – використання універсальних схем пояснення. «В епоху Великої французької революції важливим елементом революційної політичної культури стала універсальна схема пояснення, за якою всі труднощі й невдачі є результатом підступності ворогів революції» [4; 239]. Така схема дозволила Марату звести призначення його журналістики не тільки до пошуку ідеологічних ворогів та друзів, а й до їхнього моделювання за маніхейською схемою, що склала основу спрощеного розуміння дійсності: «Хто з вас вважає злочинним те, що я рекомендував останній засіб суспільного порятунку, який у нас залишився?... Якщо б тоді зрубали п'ятсот зрадницьких голів, сто тисяч патріотів не були б вбитими, сотням тисяч патріотів не загрожувала б смерть, різноманітні кліки не роздирали б державу...» [4; 239]. Так боротьба ідей перетворилася на боротьбу з «ворогами революції».

Універсальність риторичних схем стала однією з причин їхнього широкого застосування в інших країнах у наступних століттях. На думку Алексіса де Токвіля, Французька революція не мала своєї батьківщини, «вона зближувала або роз'єднувала людей усупереч законам, легендам, характерам та мові, іноді сіючи ворожнечу між громадянами однієї держави, а вихідців з різних племен роблячи братами; або, точніше, над усіма окремими національностями вона створила спільну інтелектуальну вітчизну, громадянами якої могли стати люди всіх національностей» [5; 20]. Саме тому її риторичні прийоми були застосовані у пропаганді тоталітарних режимів ХХ століття, в періоди тотальної ідеологізації ЗМІ.

У післяреволюційний період пресу підпорядковано інтересам імперії, виявом чого на початку ХІХ століття стало символічне перейменування «Газети дебатів» («Journal des débats») на «Імперську газету» («Journal de l'Empire»). Пропагандистська підтримка імператорської ідеології та його дій мала системний характер і базувалася на таких постулатах: твердження про єдність у своєму таборі та про незгоду в таборі противника; диференціація підходів до різних груп; замовчування неприємних новин і поширення вигідної, хоч і неважливої інформації, постійне повторювання вигідних ідеологем, зокрема, фальшивих, спотворення інформації та аргументів ворожої преси; постійні спроби висміяти свого противника й звинуватити його у злочинах і вчинках, за які відповідальними є дві сторони. Головний наполеонівський принцип полягав у тому, що «газети зобов'язані не тільки мовчати, про що накажуть, але й говорити, про що накажуть, й головне, як накажуть говорити» [6; 379].

Як зауважує Валерій Триков, у Франції існувала опозиція Наполеонові, але фактично не було опозиційних газет, які відкрито й різко критикували імператора [7; 18]. Офіційна ідеологія мала двох опонентів. Першими були *легітимісти* – прихиль-

ники абсолютної влади короля, дореволюційного устрою, релігії як основи суспільства, противники Просвітництва. Органом легітимістів була «Газет де Франс». Другий напрям представляли *ліберали*, які відстоювали свободу особи поза релігійним контекстом. Найяскравішими представниками ліберальної ідеології того часу були публіцисти Жермена де Сталь та Бенжамен Констан, який після падіння Наполеона видаватиме ліберальний журнал «Французька Мінерва» («La Minerve française»). Після зречення Наполеона Франсуа-Рене де Шатобріан так узагальнить стан Франції часів Бонапарта: «Вся Франція стала імперією брехні. Газети, памфлети, промови, прозові та віршовані твори – все спотворювало правду» [7; 9].

Ще однією постаттю, за правління якої преса стала об'єктом радикальної ідеологізації, був Отто фон Бісмарк. Він сприяв появі наближеного до консерваторів видання «Neue Preussische Zeitung», яку згодом стали називати «Kreuzzeitung». Газета виходила з гербом – залізним хрестом, що був символом свободи Німеччини. Згодом Бісмарк скаже: «На основі позиції «Kreuzzeitung» не можна керувати [державою]. Йдеться про те, що уряд повинен діяти згідно з позицією тих, хто вболіває за націю» [8; 230]. Бісмарк хоч і з презирством ставився до преси, розумів ідеологічне значення газети. На його думку [8; 230], домінування однієї чи двох газет в Німеччині, які пишуть так, що жоден друкований орган не може їх ігнорувати, досягають більше, ніж літератори зі своїми обмеженими та нудними публікаціями в провінційній пресі. Звідси і бажання репресивними та адміністративними методами підпорядкувати пресу ідеї національної єдності згідно з прусською ідеологією. Він судиться з опозиційною пресою, підпорядковує її Комітету з питань преси і навіть закриває окремі видання. Зокрема, уряд Бісмарка видає розпорядження [9, 82], за яким влада отримала право забороняти газети і журнали після двох попереджень у випадку, якщо їхня концепція загрожувала «суспільному благу». Регламентоване циркулярами [9; 84] завдання преси – бути інструментом здорової політичної освіти – реально мало чітко виражене ідеологічне призначення: сприяти «здоровим консервативним поглядам». Противниками Бісмарка стала преса, яка сповідувала соціал-демократичні та ліво-ліберальні погляди. Згідно з «Винятковим законом проти соціалістів» від 1878 року були заборонені партійні видання, які сповідували соціалістичні, комуністичні та соціал-демократичні ідеї. В розпорядженні Бісмарка була й Колонізаційна комісія, пропагандистська інституція: яка ставила собі за мету об'єднати пруських поміщиків і селян проти ліберальних концепцій революціоністів. Метою Бісмарка було збільшити вплив Пруссії й об'єднання Німеччини. Для цього було створено мережу журналістів у Німеччині та усій Європі, які у своїх публікаціях підтримували закордонну політику Пруссії.

У XVIII-XIX століттях преса стає знаряддям ідеологічної боротьби й на північноамериканському континенті. До проголошення незалежності США преса створювала образ ворога з Великої Британії, виступає за відокремлення від метрополії. Представниками пресового руху за незалежність можна вважати, зокрема, такі видання як «The Massachusetts Spy», «The Boston Gazette», в редакції якої було спланована протестна акція 1773 року – «бостонське чаювання». Уособленням цього національно-визвольного ідеологічного напрямку став Томас Пейн, автор памфлету «Здоровий глузд».

Особливо тенденція до ідеологізації преси виявилася у післяреволюційний період, коли читач набув статусу виборця і став відчутним вплив Великої французької

революції. Відтоді пресу підпорядковують партійним ідеологіям – федералістській та республіканській. Основним виразником ідеології федералістів була заснована 1789 року Александром Гамільтоном «*Gazette of the United States*», а республіканців – «*National Gazette*», яку два роки по тому заснували Томас Джефферсон з Джеймсом Медісоном. Згодом Т. Джефферсон назве це видання рятівником конституції США, яка стрімко наближалася до монархії. Прихильники Т. Джефферсона окреслювали ідеологічні принципи А.Гамільтона як монархічні, антидемократичні, англофільські. Гамільтон виступав за сильний уряд, Джефферсон – за обмеження влади уряду. Гамільтон віддавав перевагу федеральній владі, Джефферсон наполягав на прерогативах штатів. Гамільтон жахався анархії, Джефферсон – тиранії. Гамільтон відстоював інтереси фінансистів, торговців, комерсантів, Джефферсон – інтереси аграріїв, яких називав «обраним народом Божим». У своїх виступах, статтях Джефферсон і Гамільтон порушили ідеологеми, які є актуальними й сьогодні: до яких меж можна дозволити свободу, не жертвуючи порядком, де рівновага між правами й обов'язками громадян демократичного суспільства, наскільки активним має бути уряд у проведенні економічної політики, якою має бути міра повноважень президента в питаннях участі країни у воєнних діях, чи повинні обрані представники народу демократичної держави голосувати відповідно до волі більшості своїх виборців, навіть якщо це суперечить їхнім власним переконанням... Публіцистичну спадщину Т. Джефферсона називали «підручником ліберальних політичних принципів та аксіом», а його автора – найбільшим демократичним авторитетом Америки. Саме він актуалізував й обґрунтував у американському контексті такі ідеологеми як «особиста свобода», «рівні права для всіх, ніяких особливих привілеїв ні для кого», «країною має правити народ», «демократична простота», «права штатів й чітке дотримання конституції». Попри Першу поправку до Конституції США, яка набула чинності 1791 року, вже через сім років Конгрес приймає «Закон про наклеп», який суттєво обмежує свободу насамперед республіканської преси. Після перемоги на президентських виборах Т. Джефферсона обмеження були скасовані.

У XIX столітті ідеологізація американської преси була пов'язана передовсім з ідеологічним протистоянням Півночі й Півдня та громадянською війною. У період Реконструкції серед тенденцій розвитку преси дослідники визначають зростання політичної незалежності періодичних видань. Деякі з них стають суб'єктом не тільки внутрішньополітичного процесу, а й міжнародних відносин. Прикладом такої тенденції є видання Вільяма Рендольфа Герста, який, на думку американського історика журналістики Енді Такера [10], прямо причетний до того, що у XIX столітті журналісти стали відігравати важливу роль у суспільному житті. Редагований Герстом «*The New York Journal*» брав безпосередню участь у розпалюванні війни між США та Іспанією. Після початку війни В.Р. Герст так підсумував ідеологічне призначення газети: «Сила газети є найбільшою силою цивілізації. Газети вирішують, які закони прийняти, наглядають над цим процесом. Вони оголошують війни, контролюють народ, представляють його» [11].

Основою більшовицьких поглядів на пресу стала опублікована 1905 року стаття Володимира Леніна «Партійна організація і партійна література», в якій необхідність підпорядкування преси та літератури принципу партійності обґрунтовано потребою покінчити з їхнім «ідейним невільництвом», його «мерзенністю, від якого задихалося все живе і свіже на Русі» [12]. Суть цього принципу полягала у

тому, що преса повинна стати частиною загальнопролетарської справи, «колесом і гвинтиком» одного-єдиного, великого соціал-демократичного механізму, яке урухомлює увесь свідомий авангард всього робітничого класу» [12]. Така аргументація є яскравим прикладом реідеологізації преси, яка має позбутися залежності від буржуазно-анархічного індивідуалізму й підпорядкуватися інтересам соціалістичного пролетаріату. Нову ідеологізацію замасковано під необхідність реалізувати право преси на свободу (на визволення від ідейного поневолення).

Уже на другий день після жовтневого перевороту Ленін підписує «Декрет про пресу», згідно з яким мають бути закриті видання, які закликають до відкритого опору або непокорі Робітничому і Селянському урядові. Таке рішення В. Ленін мотивує тим, що «за ліберальною ширмою фактично ховається свобода для панівного класу... , який, захопивши лівову частку преси, отрує розум і вносить сум'яття у свідомість мас» [13]. Автор цього декрету виявляє розуміння небезпек від буржуазної преси, порівнюючи ці загрози з бомбами та кулеметами. Попри те, що В. Ленін наголошував на тимчасовому характері заходів щодо обмеження свободи преси, подальші дії більшовиків лише посилювали репресивні дії стосовно вільнодумних журналістів. Згодом, у праці «Умови прийняття до Комуністичного Інтернаціоналу» Ленін зазначить, що «періодична і неперіодична преса, всі партійні видавництва повинні бути цілком підпорядковані ЦК партії...» [14], а у листі «Товаришеві Томасу Беллу» [15] він обґрунтовує значення газети як економічного та політичного знаряддя мас у їхній боротьбі.

Ідеологізація преси в нацистській Німеччині розпочалася з перших днів приходу до влади Гітлера. Цей процес проходив під гаслом захисту німецького народу. У лютому 1933 року було прийнято Закон «Про захист німецького народу», який заборонив опозиційну пресу, згодом разом з комуністичною партією була заборонена комуністична газета «Die Rote Fahne» («Роте Фане» – «Червоний прапор»), а влітку цього ж року новий закон заборонив всі ненацистські партійні видання. Створене міністерство народної освіти та пропаганди повністю підпорядкувало процес поширення інформації інтересам нацистської ідеології, а його очільник Йозеф Гьоббель став посередником, що встановлює зв'язок між ідеєю, яку потрібно поширити, і глядачами, яких потрібно переконати й підпорядкувати цій ідеї. За визначенням Адольфа Гітлера, серед основних завдань пропаганди – «підірвати існуючий порядок і впровадити у нього нову ідеологію» [16, 51]. Дослідники нацистської пропаганди зауважують, що однією з найважливіших ознак цієї пропагандистської системи був її тотальний характер, оскільки вона охоплювала не тільки сферу політики, а й все національно-культурне життя, а «ідеологічне опрацювання й «промивання мізків» здійснювалися не тільки за допомогою партійних з'їздів та демонстрацій, але й шляхом контролю над пресою та радіомовленням, над мистецтвом та літературою, над театром та кіноматографом» [16; 93]. Бойовим листком міністерства, який згодом став газетою з понад 300-тисячним накладом, стало засноване ще 1927 року видання «Der Angriff» («Атака»). Ідеологічній програмі нацистської партії, а згодом й уряду була підпорядкована газета «Völkischer Beobachter» («Фольккішер беобахтер» – «Народний оглядач»).

Ідеологічній програмі нацистів також служив Інститут газетознавства Берлінського університету, керівником якого був професор Еміль Довіфат. Саме він розробив теорію нацистської журналістики й сформулював такі закони нацистської

пропаганди як: розумового спрощення, обмеження матеріалу, повторення-втокмачування, суб'єктивності, емоційного нагнітання. Цими принципами визначалася практика 2300 німецьких газет. У другому виданні своєї фундаментальної праці «Газетна наука» у 1944 р. Еміль Довіфат так визначив ідеологічне завдання газети: «У націонал-соціалістичній державі призначенням газети є не слугувати інструментом боротьби між політичними силами, а бути засобом досягнення внутрішньої єдності нації. Під час війни це її завдання є ще переконливішим. У духовній битві вона повинна бути могутньою зброєю, яка супроводжує солдатів у походах» [17].

Більшовицька та нацистська пропаганда мала вплив і на Беніто Муссоліні. Цьому сприяв і той факт, що у дофашистський період своєї політичної діяльності він належав до більшовицького крила італійської соціалістичної партії. Вже як прем'єр-міністр фашистського уряду Муссоліні йде на зближення з СРСР, оскільки вважав, що це може посилити його боротьбу з лібералізмом. За іншими версіями, більшовизм і фашизм настільки схожі між собою, що останній «свідомо перейняв деякі форми, вироблені комунізмом» [18; 114]. Ще у 1924 році Муссоліні захоплювався Леніним, а Троцький вважав Муссоліні своїм найкращим учнем.

Фашистські теоретики Ерманно Емікучі та Франческо Фатторелло трактували журналістику як «четверту зброю» й намагалися перетворити її зі «справи приватної» у «справу національну». «Фашизм творив пресу, для якої завдання інформувати підпорядковувалося завданню об'єднувати горомадян навколо дуче та режиму, принцип «свободи» преси підпорядковувався принципу «відповідальності» [19]. У своїх працях вони намагаються забезпечити наукову легалізацію фашистським спробам підпорядкувати пресу ідеології. Спираючись на німецький досвід, зокрема на працю Еміля Довіфата «*Zeitungswissenschaft*» («Газетна наука»), Франческо Фатторелло [20] намагається сформулювати «наукове пояснення» визначених фашистами завдань для преси, а також раціонально показати «моральність» журналістики як виразника національних інтересів.

Однак необхідність підпорядкувати пресу фашистській ідеології була наслідком не лише вивченого досвіду більшовиків та нацистів. Як зазначає Деніс Мек Сміт, ще в юності політичний досвід навчив Беніто Муссоліні, що цілком можна обійтися «дев'яноста сімома процентами газетного шуму і трьома процентами вагомих аргументів» [18; 174]. Саме у соціалістичний період свого життя Б. Муссоліні збagnув значення газети як засобу ідеологічної боротьби. На прохання соціалістів він почитає редагувати щомісячний журнал «*La Lotta di Classe*» («Класова боротьба»). Автором назви цього видання був сам Б. Муссоліні. Дослідники політичної діяльності дуче припускають, що назва видання відповідала його переконанню: настав час перестати вивчати світ й спробувати нарешті його змінити. Для цього він використовував журналістів не тільки у редакціях, а й у політичних кабінетах. 1930 року близько половини міністрів та половина членів Великої Ради були журналістами, понад шістдесят – парламентарями, двадцять – провідними дипломатами. Крім того, «більшість видатних фашистів мали свої власні субсидовані газети і журнали... вони були зручним способом залучення офіційних фондів й створення для кожного ієрарха заgonу платних підлабузників і пропагандистів» [18; 191].

Як зазначає Ю. Мельник, в тоталітарну країну Італія оформилася лише у 1926-1928 рр., із прийняттям низки «надзвичайних фашистських законів» («*leggi fascistissime*»), які дозволили Муссоліні та його партії взяти під контроль усі сфери

суспільного життя країни [21; 447-448]. Однак уже влітку 1923 року він подав королю на підпис декрет, згідно з яким префект (представник уряду у провінції) міг робити попередження відповідальним редакторам газет за розміщення повідомлень, що підривають суспільний порядок, розпалюють класову ненависть чи закликають до непокори закону. Через рік прийнято постанову, яка мала силу закону й обмежувала свободу преси. Муссоліні забороняє журналістську діяльність без дозвільного сертифікату від фашистської партії. 1924 року в Італії розпочинає роботу міністерство у справах преси й пропаганди, інформаційне агентство Стефані (Agenzia Stefani) було підпорядковане уряду. Згодом більшість опозиційних газет припиняє існування. На останньому партійному конгресі у червні 1925 року Муссоліні засадам ідеологізації італійського суспільства відкрито надає тотального характеру. За його словами, необхідно відмовитися від застарілих «фразеології та умонастрою» ліберальної Італії, прагнути фашизації всіх державних інститутів. Логічним завершенням цього процесу мала стати синонімія слів *италієць* і *фашист*, заборона будь-якої критики владної ідеології й жорстка дисципліна, яка отримала статус релігії.

Поставлені завдання мали бути реалізовані під контролем Пресового бюро, яке 1937 року отримало статус Міністерства народної культури (Ministero della cultura popolare). Дослідник Челесте Герберічс (Céleste Herberichs) [22] у праці «Corriere della Sera і фашизм. Розділ з історії італійської преси» згадує виданий 1945 року в Римі том інструкцій для преси (le note di servizio). Цей том містить антологію директив, які вищезгадане міністерство надсилало в останній рік фашистського режиму усім італійським газетам, інколи по кілька разів на день. Ці інструкції регламентували не тільки зміст, а й форму публікацій до найменших дрібниць.

У фашистській Італії тиск на пресу не завжди мав насильницький характер. Наприклад, достатньо було лише поговорити з власниками «Corriere della Sera» братами Креспі, щоб головний редактор газети ліберал Луїджі Альбертіні був звільнений. За схожою процедурою позбулися посад редактори видань «La Stampa», «Il Giornale d'Italia», «La Tribuna». На їхні місця були призначені прихильники фашистської ідеології. Тиску піддавалися й зарубіжні кореспонденти. Для цього, зокрема, було створено «відділ залякувань», яким керував заступник прем'єр-міністра Діно Гранді. За допомогою заляканих та підкуплених іноземних журналістів Муссоліні утверджував ідеологему «рятівника Європи» від більшовизму і думку про те, що «фашизм має свою соціальну філософію, яка заслуговує на серйозну увагу» [18; 110].

Під час існування Італійської соціальної республіки (Республіки Сало) радіо та пресу Італії контролювали нацисти. Контроль відбувався за допомогою Офісу пропаганди в Стаффельському інституті в Мілані. Офіс продукував статті, які були обов'язковими для друку в італійських газетах.

У тоталітарних режимах ХХ століття ідеологізація преси стала одним з найефективніших базових чинників моделювання образу ворога у свідомості споживача інформації. Тут йдеться про ідеологізацію як заперечення дій опонента з погляду власних ідеологічних пріоритетів, які отримували аргументаційний і водночас маніпулятивний статус «здорового глузду». Інакше кажучи, ідеологічні аргументи ворога не сприймали, йому відмовляли в праві на ідейність, його вважали циніком.

Серед інших, похідних від ідеологізації аргументаційних принципів творення образу ворога дослідники зазначають категоричність (всі ознаки опонента не тільки трактують на власний розсуд, таку візію оголошують істиною в останній інстанції),

стереотипність (образ-знання опонента вигідно мінімальне, стереотипи підмінюють справжнє знання), асинхронність (трактування опонента без огляду на динаміку дій, у тому числі історичних; це дозволяє ігнорувати еволюцію ворога у бік позитивного образу) [23]. Наслідком такої асинхронності є принципи демонізації (опонент є уособленням не банального, тобто спроможного переродитися у добро, зла, а зла абсолютного, метафізичного) та непримиренності (тільки смерть опонента є умовою власного виживання).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Bonnefont G. Un oublie. Theofrast Renaudot createur de la presse, de la poublicité, des dispensaries du mont, depiete (1586-1653). – Paris, 1889.
2. Лозанн Ст. Ее величество пресса. – Москва, 1926. – 170 с.
3. Толмачев М. Великая Французская Революция и свобода печати // Иностранная литература. – 1989. – № 7. – С. 230-236.
4. Сергеев В. Деспотизм свободы // Иностранная литература. – 1989. – № 7. – С. 236-239.
5. Токвиль, А. де. Давній порядок і Революція / З фр. пер. Г. Філіпчук. – К.: Юніверс, 2000. – 224 с.
6. Трыков В. Зарубежная журналистика XIX века: Учебное пособие. – М., 2004. – 608 с.
7. Chateaubriand F.-R. de. Oeuvres completes: En 5 T. – P.: Delloye libraire: Lefèvre libraire, 1836. – T. 5. – P. 9.
8. Koszyk Kurt. Deutsche Presse im 19. Jahrhundert. Geschichte der deutschen Presse. – Teil II. Colloquium Verlag Berlin, 1966. – 372 s.
9. Вороненкова Г.В. Политика Бисмарка в области печати // Вестн. Моск. Ун-та. Сер.10. Журналистика. 1998. №3. – С.79-92.
10. <http://www.svoboda.org/a/24200099.html>;
11. <http://artelis.pl/artykuly/659/William-Randolph-Hearst---tworca-czwartej-wladzy>
12. Ленин Н. Партийная организация и партийная литература // Новая жизнь. – 1995. – № 12.
13. <http://www.hist.msu.ru/ER/Etext/DEKRET/press.htm>
14. Ленин В. И. Полное собрание сочинений. Том 41: Тезисы ко II Конгрессу Коммунистического Интернационала. – С. 204–212.
15. <http://leninism.su/works/83-tom-44/615-tovarizhu-bellu-45.html>
16. Брамштедте Е., Френкель Г., Манвелл Р. Йозеф Геббельс – Мефистофель усмеяется из прошлого. – Ростов н/Д. – 2000. – 448 с.
17. https://de.wikipedia.org/wiki/Emil_Dovifat
18. Смит Д. Муссолини. – М., 1995. – 384 с.
19. Allotti P. Giornalisti di regime / P. Allotti. – Roma: Carocci editore, 2012. – 278 p.
20. Fattorello F. The Theory of the Social Practice of Information. – Palgrave Macmillan UK, 2015. – 135 p.
21. Мельник Ю. Основні методи боротьби проти опозиційної преси у фашистській Італії 1922-1926 рр. // Вісник Львівського університету. Серія журн. – 2013. – Вип. 37. – С.447-452.

22. Herberichs C. (1976) The Corriere della Sera and Fascism. A Chapter from Italian Press History, *International Communication Gazette*, vol. 13 (1967), № 4, 348-361.
23. Ситникова Е.Л. Образ Советского Союза как фактор внешней политики США: 1945 – 1952 гг. : автореф. дис. ... канд. ист. наук. Курск, 2007.

IDEOLOGIZATION OF THE PRESS: HISTORY, FEATURES AND VERSATILITY OF FOUNDATIONS

Taras Lylo

*Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chupryny str. 49, Lviv, 79044, Ukraine
e-mail: tylio@ukr.net*

The article analyzes the main historical periods of media ideologization process in different countries. This process was founded themselves mostly in the Bolshevik and Nazi concepts of media, but these concepts had predecessors. Lenin and Goebbels only improved their achievements.

Key words: media, ideology, ideologeme, ideologization, ideological marks.