



В. М. Виниченко

ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ. У ИСТОКОВ ЖУРНАЛИСТИКИ



Виталий Виниченко

**История зарубежной
журналистики. У
истоков журналистики**

«Южный Федеральный Университет»

2018

УДК 070(075.8)

ББК 76.01я73

Виниченко В. М.

История зарубежной журналистики. У истоков журналистики /
В. М. Виниченко — «Южный Федеральный Университет», 2018

ISBN 978-5-92-752914-8

Настоящее учебное пособие состоит из четырёх частей, каждая из которых преследует собственную цель. В первой из них затрагиваются методологические проблемы изучения истории журналистики, во второй рассматриваются пражурналистские явления Античности и Средневековья, в третьей – изобретение книгопечатания и появление первых газет, в заключительной, четвёртой части анализируется развитие английской печати в XVII–XVIII вв., результатом которого становится формирование важнейших предпосылок становления современной журналистики. Предназначено для студентов факультетов и отделений журналистики.

УДК 070(075.8)

ББК 76.01я73

ISBN 978-5-92-752914-8

© Виниченко В. М., 2018

© Южный Федеральный
Университет, 2018

Содержание

Глава 1	6
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Виталий Михайлович Виниченко

История зарубежной журналистики. У истоков журналистики: учебное пособие

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Ростов-на-Дону – Таганрог Издательство Южного федерального университета 2018

Печатается по решению кафедры истории журналистики Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета (протокол № 4 от 1 декабря 2017 г.)

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории и правового регулирования массовой коммуникации Кубанского государственного университета *Ю. В. Лучинский*;

кандидат филологических наук, доцент кафедры истории журналистики Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета *Ю. А. Наумова*

© Южный федеральный университет, 2018

© Виниченко В. М., 2018

© Оформление. Макет. Издательство Южного федерального университета, 2018

Глава 1

История журналистики: необходимое предисловие

«Каков бы ни был предмет истории – институт, нация или научная дисциплина, – его следует определить или обозначить его пределы, чтобы, исходя из этого, можно было проследить его становление», – писал во введении к своей книге «Этапы развития социологической мысли» известный французский социолог и журналист Раймон Арон [5, с. 24].

Однако применительно к журналистике уже этот первый шаг представляется достаточно сложной задачей. «Термин “журналистика” настолько широк... что его невозможно использовать в единственном числе, ничто не в состоянии объединить все те явления, которые ассоциируются с термином “журналистика”, кроме него самого... любое предположение, что нечто, именуемое “журналистикой”, вообще может существовать, было бы малоубедительным обобщением, вытекающим из обманчивого единства термина», – утверждает в одном из своих эссе современный австралийский исследователь Джон Хартли [88, р. 20].

Как ни странно, но Хартли не столь уж далёк от истины. Его американская коллега Б. Зелизер объясняет подобную ситуацию существованием в журналистике как минимум трёх «интерпретационных сообществ», состоящих из её исследователей, преподавателей и самих журналистов. Представители каждого из них склонны рассматривать журналистику совершенно по-разному. Единство взглядов зачастую может отсутствовать даже внутри сообщества, что особенно наглядно проявляется в случае с исследователями. Зелизер насчитывает пять возможных подходов к изучению журналистики: социологический, исторический, языковой, политологический и культурологический. Каждый из них, взятый в отдельности, предлагает свое, уникальное видение журналистики, а их приверженцы, по утверждению Зелизер, так и не сумели найти общего языка, а потому «им не удалось создать целостную картину журналистики, объединяющую воедино все эти подходы для ясного понимания того, чем является журналистика и чем она может быть» [135, р. 30].

Не лучше в этом отношении и ситуация в отечественной науке¹. Е. В. Ахмадулин рассматривает журналистику как социальную систему [6, с. 9], Л. П. Аполлонова – как социальный институт [3], С. Г. Корконосенко в одной из работ – как общественную деятельность [25, с. 3], в другой – как особую форму познания [24, с. 15], а Е. П. Прохоров в своём «Введении в теорию журналистики» вообще отказался от идеи предложить для неё какое-то одно, исчерпывающее определение, отметив, что понятие «журналистика» «имеет очень широкое семантическое наполнение» и изучать этот предмет «необходимо во всём богатстве его сторон и проявлений» [42, с. 11]. Неудивительно, что М. М. Ковалёва, в течение многих лет преподававшая историю журналистики в стенах Уральского университета, сравнила состояние отечественной теории журналистики с мифом², а проблему согласования теоретических представлений о журналистике с концептуальными основаниями исторических профессиональных дисциплин называла «самой актуальной (и даже болезненной!)» [23, с. 61].

¹ Потомственный российский журналист В. А. Аграновский писал под занавес своей карьеры: «Наша профессия... до сих пор, к сожалению, не имеет стройной и всеми признанной теории. Мы и сегодня ещё плохо знаем, что такое журналистика. Форма общественного сознания и средство изменения жизни? Подобно литературе, живописи, музыке, архитектуре, театру и кино – род искусства? Или входит в литературу как понятие видовое, подобно поэзии, драматургии, прозе и художественному переводу?.. Работы многих авторитетных учёных, посвящённые теоретическим проблемам журналистики, при всей их значительности и глубине, содержат взаимные противоречия и не дают, увы, полного ответа на поставленные вопросы» [1, с. 13].

² Это сравнение лишено у М. М. Ковалёвой негативной коннотации, поскольку, в соответствии с теорией А. Ф. Лосева, она рассматривает миф как донаучную форму организации человеческого знания.

Более того, возникает ощущение, что чем дольше тот или иной человек работает в журналистике или занимается её изучением, тем больше он затрудняется с её определением³. «Предложить точное определение для журналистики оказалось на удивление трудной задачей», – признал в 2014 г. профессор Нью-Йоркского университета М. Стефенс [127, р. XIII]. Подобное утверждение, на первый взгляд, выглядит несколько неожиданно, поскольку четверть века назад он не испытывал ни малейших сложностей в этом отношении. Во введении к «Истории новостей», одной из своих центральных работ, он, подобно многим из его коллег, определял журналистику как наиболее лаконичный термин для деятельности по сбору и распространению новостей [126, р. 3].

Во многом эти сложности закономерно вытекают из природы самой журналистики как профессии, которая, по словам всё того же Хартли, в отличие от юриспруденции или медицины, «не способна установить собственные границы, контролировать свои ряды, диктовать стандарты или цены, которая не располагает неотъемлемым набором основополагающих знаний и умений» [88, р. 24].

Журналистика действительно является открытой профессией, для занятия которой не требуется диплом о журналистском образовании, а иногда и вообще какой бы то ни было диплом. Но это не уменьшает её значимости. Тот же Хартли называет её «самой важной текстовой системой в мире», конкурировать с которой «по масштабам распространения, глубине социального проникновения, разнообразию тем и форм» может лишь драма [ibid., р. 20].

Но вернемся к цитате Р. Арона, где он приводит пример историка, намеревающегося описать историю Франции либо Европы. Для этого он может воспользоваться довольно простым приёмом: обозначить в качестве Франции или Европы некий участок территории между Атлантикой и Уралом, после чего описать то, что происходило на нём с течением времени. «На деле же он никогда не пользуется таким топорным способом, – отмечает Р. Арон. – Франция и Европа – не географические, а исторические понятия, и та и другая определяются единством институтов и идей, опознаваемых, хотя и изменяющихся, и определённой территорией». Более того, сама дефиниция «выводится из двусторонних связей между настоящим и прошлым, из сравнения сегодняшней Франции и Европы с Францией и Европой эпохи Просвещения или господства христианства» [5, с. 24].

Сказанное им полностью справедливо и по отношению к журналистике, поскольку представления о ней также претерпевали существенные изменения с течением времени. Чтобы убедиться в этом, достаточно сопоставить два её определения, относящихся к разным историческим эпохам.

Первое из них представляет собой даже не определение как таковое, а лишь первый шаг по направлению к нему. В статье, появившейся в начале 1833 г. на страницах британского журнала «Westminster Review», речь идёт о новом общественном явлении, для обозначения которого, по мнению автора, лучше всего подошёл бы французский термин «journalism»: «“Журналистика” удачный термин для того, что он подразумевает... Обмен мнениями и сведениями, который осуществляется в Англии и других странах посредством газет и журналов, слишком важен, чтобы оставаться без названия, и данный термин полностью подходит» [95, р. 195].

Второе определение принадлежит перу одного из современных исследователей американской журналистики Майкла Шадсона и открывает первую главу его книги «Социология новостей», изданной в 2003 г.: «Журналистика – это бизнес или практика подготовки и распространения представляющей широкий общественный интерес информации о текущих событиях. Это сфера деятельности ряда организаций, регулярно (как правило, ежедневно) публи-

³ Так, тремя десятилетиями ранее у Е. П. Прохорова всё-таки было для неё единое определение, предложенное им на страницах «Большой советской энциклопедии»: «**ЖУРНАЛИСТИКА**, вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодич. распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение, кино и др.); одна из форм ведения массовой пропаганды и агитации» [43, с. 252].

кующих информацию о текущих событиях и комментарии к ней, расценивающиеся как точные и достоверные, для рассредоточенной анонимной аудитории с целью её открытого вовлечения в общественно значимый дискурс» [120, р. 11].

Эти два определения разделяет опыт не только 170-летнего развития англо-американской журналистики, но и непрерывных попыток его осмысления.

Определение М. Шадсона, естественно, не является единственно возможным либо истинной в последней инстанции; с исторической точки зрения оно удобно лишь тем, что позволяет достаточно легко вычленив его ключевые компоненты и взглянуть на время их возникновения. Именно так он и поступает в своей работе чуть далее: «Главные институциональные и культурные отличия современных новостей имеют относительно короткую историю – максимум 400 лет. Люди, получающие зарплату за написание достоверных материалов о текущих событиях и их публикацию на регулярной основе, существуют лишь около 250, а во многих местах не более 150 лет. Нормативное представление о том, что они должны обеспечивать граждан политической информацией для того, чтобы демократическая система могла работать, они выработали лишь после появления современных демократических государств. Идея о том, что эти журналисты должны преподносить новости в беспартийной профессиональной манере, возникла едва ли более века назад. Все эти черты современной журналистики принимают разные формы в зависимости от национальных традиций» [ibid., р. 71].

В этом отрывке примечательны три момента: во-первых, Шадсон принимает за точку отсчёта истории журналистики дату появления первых газет (400 лет назад); во-вторых, указывает на наличие её различных форм, зависящих от национальных традиций; и наконец, он использует в качестве синонимов слова «журналистика» и «новости».

Последнее полностью соответствует традициям англо-американской журналистики. «Термин “журналистика” в обычном понимании имеет два значения, – поясняет один из коллег М. Шадсона Д. Нероне. – Он означает как новости, так и деятельность по их освещению. В первом значении он подразумевает продукт, производимый информационными организациями или прессой. Во втором значении журналистика – это специфический набор норм, стандартов и процедур, которыми должна руководствоваться деятельность по освещению новостей» [106, р. 196]. Именно в первом значении, по утверждению Д. Нероне, термин «журналистика» использовал в упомянутом выше эссе «Журналистика и современность» Д. Хартли.

И здесь проявляется одно из упомянутых М. Шадсоном национальных различий, обуславливающих существование разных форм журналистики. В российской традиции, например, ключевым понятием для её определения до недавнего времени всегда выступала публицистика, а не новости. «Публицистика – высший род журналистики», – утверждалось в 1971 г. на страницах «Краткой литературной энциклопедии» [14, с. 73]. «Область журналистики, система средств массовой пропаганды и информации приобрели в современном мире огромное влияние, а публицистические тексты составляют её главное содержательное наполнение», – писала в 1989 г. во введении к своей монографии «У истоков публицистики» В. В. Учёнова [53, с. 4]. «Главным типом творчества, используемым в журналистике, является публицистика», – более двух десятилетий спустя отмечал её коллега Е. П. Прохоров [42, с. 76].

Как известно, одним из ключевых признаков публицистики выступает её стремление к непосредственному воздействию на мнение и поведение аудитории, в силу чего она зачастую рассматривается как одна из форм агитации и пропаганды [21, с. 98].

Это понятие не имеет прямого соответствия в английском языке, ближайшими по значению терминами к нему являются «*opinion pieces*» и «*advocacy journalism*».

Новости представляют собой нечто совершенно иное. М. Стефенс, автор одной из наиболее фундаментальных исторических работ в данной области, «*A History of News*», определяет их как «новую информацию о предмете, представляющем определённый интерес для некоторой части общества», и сразу же признаёт, что подобное определение может показаться слиш-

ком узким для некоторых именно потому, что «исключает моральные и политические наставления» [125, р. 4].

Согласно традициям западной журналистики, новости должны быть объективными и беспристрастными; кроме того, их следует отделять от мнений. Однако выполнить подобное требование довольно непросто: «Мнения и новости не одно и то же, хотя мнения могут порождать и содержать новости», – признаёт М. Стефенс [ibid., р. 175].

Одна из причин, по которой грань между ними трудно провести с абсолютной чёткостью, – это то, что и новости, и публицистика являются взаимосвязанными и взаимодополняющими компонентами журналистики. В том, что это так, можно убедиться, если взглянуть на шесть основных функций, которые, по утверждению М. Шадсона, новости выполняют в демократическом обществе [119, р. 8–9]:

1. Информационная функция: СМИ способны обеспечивать граждан полной и достоверной информацией, чтобы те могли сделать разумный политический выбор.

2. Расследовательская: СМИ могут расследовать деятельность органов и лиц, обладающих властью, особенно государственной.

3. Аналитическая: СМИ могут обеспечивать доступную интерпретацию, помогающую гражданам понять сложные проблемы.

4. Функция социальной эмпатии: журналистика способна рассказать людям о жизни других сегментов общества и помочь им понять взгляды и образ жизни тех, кто к ним принадлежит, особенно если речь идёт о тех, кто добился в жизни меньших успехов, чем они сами.

5. Функция общественного форума: журналисты способны обеспечивать диалог между гражданами и сообщать о взглядах различных групп в обществе.

6. Мобилизационная функция: СМИ могут выступать в качестве защитника определённых политических программ и побуждать людей к действиям в их поддержку.

Последняя из этих функций полностью укладывается в определение публицистики.

Как утверждает М. Шадсон, «относительная значимость различных функций может изменяться с течением времени и варьироваться от одного демократического общества к другому», что позволяет вести речь о национальных моделях журналистики. Более того, «если понимать журналистику как деятельность по подготовке и периодическому распространению информации и комментариев о текущих событиях, представляющих общественный интерес и обладающих общественной значимостью, то она, в отличие от демократии, существовала в Чили в течение 1980-х гг., в Испании времён Франко, где также не было демократии, и существует в современном Китае, порой отваживаясь даже критиковать правительство, что, однако, не приближает Китай к демократическому устройству» [119, р. 8].

Не менее важно то, что набор этих функций, а также их соотношение с течением времени способны изменяться, меняя представление о журналистике в том или ином обществе. Так, например, вплоть до последних десятилетий XIX в. американская пресса, как и европейская, носила откровенно партийный характер, а её основной функцией, по утверждению М. Шадсона, выступала вовсе не информационная, а мобилизационная.

И это вновь возвращает нас к тому, о чём мы уже сказали: журналистика является историческим понятием, содержание которого не только претерпевало серьёзные изменения с течением времени, но и может варьироваться в зависимости от национальных традиций.

Почему это так важно? Потому что в настоящий момент журналистика переживает очередную исторический разлом: «В течение примерно полутора веков журналисты делали ставку на сбор и распространение новостей, – писал в 2014 г. М. Стефенс в своей новой книге «Beyond News: The Future of Journalism». – С середины XIX в. они зарабатывали на жизнь и даже создавали огромные предприятия, продавая новости или рекламу в сочетании с ними... Дело выглядит так, что в будущем немногие журналисты смогут существовать далее подобным образом» [127, р. XIII–XIV].

«Мы не увидим конца журналистики, но газетам предстоят тяжёлые времена, и некоторые из них, включая самые именитые, их не переживут, – соглашается с ним М. Шадсон. – Информационная, исследовательская, а также функция социальной эмпатии, которые журналистика ранее выполняла в условиях демократии, могут быть перераспределены между журналистскими и нежурналистскими организациями. Они могут не концентрироваться более в руках газет и телевизионных станций, как это было некогда» [119, р. 21].

С американскими исследователями солидарны многие из их европейских коллег, как свидетельствует статья профессора Дортмундского университета Х. Пётткера под красноречивым названием «Источник понимания: почему журналистика нуждается в истории как тематической области», опубликованная им в 2011 г. в журнале «Journalism Practice». В ней он, в частности, писал: «Связь журналистики с новостной функцией существенно ослабла с тех пор, как люди и организации, не имеющие отношения к журналистике, стали приобретать всё большее значение, используя методы и формы подачи информации, разработанные в рамках новостной журналистики, для влияния на общественное мнение в соответствии со своими собственными политическими, экономическими, религиозными или научными интересами...» [109, р. 522]. В подобных условиях, полагает Пётткер, журналистика должна сделать главной целью то, что до сих пор считалось для неё вторичной задачей: помогать общественности лучше понимать окружающий нас мир (то, что М. Шадсон называет аналитической, а Х. Пётткер – ориентирующей функцией).

Это довольно непростая задача, поскольку мир, в котором мы живём, состоит из двух взаимосвязанных и взаимодополняющих сфер: природы и человеческой культуры. Природа, как известно, подчиняется законам естественного развития, которые могут быть математически смоделированы, что позволяет со значительной степенью вероятности предсказывать различные природные явления. А вот культура, включающая в себя искусство, политику, общественные отношения, будучи результатом взаимодействия людей, такому моделированию практически не поддаётся. Единственным возможным ключом к пониманию и объяснению культурных феноменов является изучение того, как они возникли и изменялись с течением времени, т. е. истории.

Как вы понимаете, журналистика и сама является одним из тех культурных феноменов, о которых ведёт речь Х. Пётткер, и, следовательно, лишь изучение истории служит залогом к пониманию её дальнейшего развития.

Итак, мы пришли к выводу, что журналистика является исторически и культурно обусловленным понятием. Но что мы должны принять за исходную точку в её истории?

«Исторический опыт развития журналистики не так уж велик: зародилась она в начале XVII столетия в Европе. В России это произошло на век позже, в других странах и регионах мира – в различные исторические сроки», – утверждает на первых страницах одного из наиболее популярных отечественных учебников по истории журналистики минувшего десятилетия [20, с. 3].

Это, пожалуй, одна из наиболее распространённых точек зрения, в соответствии с которой дата появления первых печатных газет в Европе отделила собственно историю журналистики от так называемых пражурналистских явлений (prejournalism) Античности и Средневековья. Причиной её широкого распространения выступает исторически сложившаяся тесная связь между печатной периодикой и журналистикой: «Журналистика! Что это такое? Газеты! Что они собой представляют? Qu'est-ce la presse? C'est la voix de la nation», – с этих слов начинается предисловие к изданной в 1873 г. 789-страничной «Журналистике в Соединённых Штатах с 1690 по 1872 год» Фредерика Хадсона [90, р. XXI]. На эту родовую связь отчётливо указывает целый ряд профессиональных терминов, таких как scoop (экслюзив), sidebar (дополнительная информация к основному материалу), headline (заголовок), byline (подпись, имя автора), происхождением которых англоязычная журналистика обязана печатному делу.

Традиция употреблять термин «журналистика» в качестве синонима СМИ укоренилась настолько, что всё тот же Х. Пёткер в начале нового столетия счёл необходимым напомнить, что «газеты и телевидение, как и остальные СМИ, выступают лишь материальными предпосылками, необходимыми для существования журналистики как профессии. Сама же профессия журналиста представляет собой нечто нематериальное, например осознание своего долга перед обществом информировать его обо всём, что действительно важно, и при этом приверженности правде; способность обнаруживать всё то, что скрыто от общественного внимания, делать сложные и уникальные явления доступными для всех» [110, р. 139].

Одна из важных причин устойчивости подобного восприятия журналистики в современных условиях кроется в том, что М. Шадсон назвал «типичным для социологии стремлением опираться на факты, поддающиеся эмпирическим измерениям». И поскольку «новости неизменно выступают продуктом деятельности специальных организаций, именуемых прессой или средствами массовой информации, чьи сотрудники ежедневно формируют нашу информационную повестку дня», то именно СМИ неизменно выступают объектом социологических исследований журналистики, а следовательно, вполне логично принять за отправную точку в её истории дату появления первых газет.

Социологический подход прекрасно подходит для углублённого изучения эволюции журналистики именно как «сферы деятельности специальных организаций», поскольку она представляет собой «не только литературное явление, но и производственный процесс. Стилистические конструкции, такие как, например, перевёрнутая пирамида, лид, отвечающий на пять вопросов (кто, что, когда, где и почему), и связанные с ними приёмы являются продуктом индустриализации в той же степени, что и консервная банка. Методы, технические процессы и принципы журналистики были разработаны для удовлетворения не только требований самой профессии, но и производственной необходимости в выпуске массовой продукции... Если случается нечто, не поддающееся обработке на основании [существующей] производственной модели, тогда, в сущности, этого не было: оно не может быть представлено вниманию аудиторией либо предлагается лишь в искажённом виде» [67, р. 91–92].

Более того, социологический подход фокусирует внимание на следующих важных и интересных вопросах: «Почему одни государства подвергают новости большему контролю, чем другие? Почему журналистские традиции одних стран побуждают журналистов к написанию литературных эссе, а других – к созданию фактологических отчётов? Почему некоторые из выходящих в одном и том же городе газет публикуют сенсационные новости на первой полосе, а другие – нет? Почему в одних странах доминирует коммерческое вещание, а в других – общественное? И имеет ли это всё какое-то значение?» [120, р. 64–65], – стимулируя тем самым развитие сопоставительных исследований.

Но одновременно с этим социологический подход способен приводить к излишне узким и категоричным выводам, подобным тем, к которым пришёл в своей известной статье «Журналистика как англо-американское изобретение» британский исследователь Жан Челаби, утверждавший, что «журналистика является не только открытием XIX века, но и англо-американским изобретением» [69, р. 304]. Не случайно его коллега по другую сторону океана сочла необходимым напомнить, что, «принимая за основу социологический подход, исследователи журналистики тем самым формируют представление о ней, прекрасно вписывающееся в рамки социологии, но, по-видимому, ни в какую другую научную область. Принимая во внимание комплексную и многогранную природу журналистики, это может означать, что мы упускаем многое из того, что составляет журналистику» [134, р. 81].

М. Шадсон, хотя и менее категоричен, чем Ж. Челаби, тем не менее во многом близок к его взглядам, поскольку в одной из своих центральных работ «Открытие новостей: социальная история американских газет» утверждает, что «сама идея 'новостей' является изобретением "Джексоновской эпохи"» [118, р. 4]. Однако это совершенно противоречит тому очевидному

факту, что не «газеты создают новости; новости порождают газеты» [79, р. 6], как отчётливо указывает на то уже само английское слово «newspaper». Более того, сам термин «news» появляется в английском языке в XVI в. в противовес бытовавшему ранее термину «tydings», чтобы подчеркнуть разницу между спонтанными информационными обменами и осознанной деятельностью по сбору и распространению сведений о текущих событиях [ibid., р. 6].

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.