

«НОВОСТИ» И «ПУБЛИЦИСТИКА» КАК КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ В ИСТОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

В течение долгого времени история журналистики оставалась прежде всего историей СМИ, не случайно её наиболее важными, ключевыми датами всегда выступают изобретение книгопечатания и появление первых газет.¹ Но на определённом уровне развитие теоретических представлений закономерно приводит к необходимости разделения двух понятий: СМИ как индустрии, обеспечивающей «производство, упаковку и распространение всех типов медиатекстов», и журналистики, сутью которой выступает «производство содержания информационного характера».²

В подобном случае, однако, неизбежно возникает вопрос о том, что способно заменить СМИ в качестве центральной категории, связывающей воедино историю журналистики?

Претендовать на подобную роль, может, например, понятие «массовой коммуникации». Но признание журналистики «одной из форм коммуникации», - по справедливому замечанию американского социолога М. Шадсона, - «ничего не говорит о том, чем журналистская коммуникация отличается от поэзии, энциклопедии, руководства «Как сделать самому ...», порнографии, «Справочника бойскаута» и «Звёздных войн»». ³ Не случайно зарубежные исследователи периодически задаются вопросом: «Объясняет ли коммуникация журналистику?»⁴

Изучение исторической литературы позволяет выделить два возможных подхода к решению данной проблемы. И даже если ни один из них не может претендовать на исчерпывающее объяснение генезиса и развития журналистики, то в своём сопоставлении они, безусловно, способны предложить новый и достаточно интересный взгляд на её историю.

Работы, о которых идёт речь, были опубликованы практически одновременно, в 1988 и 1989 гг., в разных частях света и принадлежат к прямо противоположным исследовательским школам, но при внимательном прочтении удивительным образом дополняют друг друга. Объединяет их и ещё одно примечательное обстоятельство: в названии обеих отсутствует слово «журналистика».

Одна из них достаточно хорошо известна отечественному читателю: это монография В.В. Учёновой «У истоков публицистики».⁵

¹ См. напр. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. - М.: Изд. РИП-холдинг, 2002. - С.25; Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики. Учебное пособие. - М.: «ИКЦ МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. - С.29.

² Вартанова Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. - 2010. - №1. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/521>

³ Shudson, Michael. The Sociology of News. W.W. Norton & Company, New York, London, 2003. P. 11-12.

⁴ Zelizer, Barbie. Has Communication Explains Journalism? // Journal of Communication. 1993. 43(4). P.80-88.

⁵ Учёнова В.В. У истоков публицистики. - М.: Изд-во МГУ, 1989.

«Понятия «публицистика» и «журналистика» часто использовались как синонимы в журналистской науке советского периода»¹, - замечает П.П.Каминский в статье, посвящённой современному этапу изучения публицистики. В справедливости подобного вывода легко убедиться, поскольку уже на первых страницах своей книги сама В.В. Учёнова отмечает, что «Область журналистики, система средств массовой пропаганды и информации приобрели в современном мире огромное влияние, а публицистические тексты составляют её главное содержательное наполнение»².

С подобной точкой зрения едва ли согласится автор второй из упомянутых выше работ, которую, впрочем, следуя хронологическому принципу, было бы более логично назвать первой. Как следует из её названия, - «История новостей»³, - М. Стефенс, подобно большинству своих западных коллег, склонен считать «главным содержательным наполнением» журналистики новости, а не публицистику.

И всё же эти два подхода носят скорее взаимодополняющий, а не взаимоисключающий характер. Как известно, термин «публицистика» не имеет прямого соответствия в английском языке,⁴ но это, естественно, ни в коей мере не означает отсутствия самого явления.

В своей работе В.В. Учёнова опирается на предложенное В. Гороховым определение публицистики как специфической области общественно-политической и творческой деятельности, преследующей цель актуального идеологического воздействия на общественное мнение, на сознание и поведение масс.⁵

Новости, разумеется, представляют собой нечто совершенно иное. Для целей своей книги М. Стефенс определяет их как «новую информацию о предмете, представляющем определенный интерес для некоторой части общества» и сразу же признаёт, что подобное определение может показаться слишком широким для одних, «так как оно включает слухи, спортивные новости и прочие фривольности», и слишком узким для других, «поскольку исключает моральные и политические наставления»⁶.

Но даже лишённые «моральных и политических наставлений» новости способны оказывать воздействие «на общественное мнение, на сознание и поведение масс»: «Информационные органы – от городских сплетников до телевизионных сетей – раздражают «тиранов» и досаждают им, просто проливая нелюбезный свет на махинации, прикрытые романтическим туманом либо спрятанные во тьме»⁷. Эта способность с наибольшей очевидностью проявляет-

¹ Каминский П.П. Принципы исследования публицистики на современном этапе // Вестник Томского государственного университета. Филология. - 2007. - №1. - С.98.

² Учёнова В.В. Цит. изд. С.4.

³ Stephens, Mitchell. A History of News: from the Drum to the Satellite. Penguin Books, 1988.

⁴ Термин «публицистика» отсутствует в одном из наиболее полных и авторитетных на сегодняшний день словарей английского языка Webster's Third New International Dictionary of the English Language. Первое значение, которое данный словарь предлагает для слова publicist – «эксперт в области международного права» // Webster's Third New International Dictionary of the English Language. Merriam-Webster, Inc., 1993. P.1836.

⁵ Учёнова В.В. Цит. изд. С.3.

⁶ Stephens, Mitchell. A History of News. Harcourt Brace College Publishers, 1997. P.4.

⁷ Ibid. P.174.

ся в периоды острых социально-политических кризисов, подобных, например, Американской революции.

«Но этого недостаточно, чтобы опрокинуть систему государственного устройства» - признаёт М. Стефенс. А потому американская пресса применила против британцев ещё одно оружие из журналистского арсенала: весомые, непроверяемые аргументы. «Мнения и новости не одно и то же, хотя мнения могут порождать и содержать новости. Они, конечно же, гораздо более политизированы, чем новости. Влияние и новостную значимость преисполненных мнениями газет, распространявшихся тогда в Америке, своевременным американцам трудно осознать»¹.

В качестве примера материалов подобного рода, - «*opinion pieces*», - М. Стефенс указывает на опубликованные в 1767 г. «Письма пенсильванского фермера» Д. Диккинсона и появившийся на страницах американской прессы десятилетием позже «Здравый смысл» Т. Пейна, то есть именно те произведения, которые в нашем понимании относятся к наиболее ярким примерам американской публицистики XVIII века.

В периоды, подобные Американской революции, публицистика закономерно становится наиболее важной и ценной частью содержания прессы, но подобное утверждение совершенно очевидно не будет справедливым для других исторических этапов: уже в следующем, XIX веке, по признанию многих историков, американские «*viewpapers*» превращаются в «*newspapers*»². Именно поэтому М. Стефенс избирает объектом своего исследования новости, а не публицистику.

Подобное различие делает работы В.В. Учёновой и М. Стефенса удивительно комплементарными по отношению друг к другу. Там, где последний ограничивается всего полутора страницами рассуждений о взаимоотношениях истории и новостей³, В.В. Учёнова посвящает десять страниц публицистическим граням античной историографии⁴. Это вполне логично, поскольку для М. Стефенса важно лишь то, что исторические сведения, как правило, не могут рассматриваться в качестве новостей из-за недостатка новизны⁵, более того, «история как наука рождается.. как противовес близорукости, поверхностности и суетности новостей»⁶, тогда как его российской коллеге необходимо показать, что «с публицистикой античная историография многократно пересекалась»⁷ и проследить процесс превращения истории из повествования, отличающегося своей объективностью у Фукидида, в орудие политической борьбы у младших анналистов.

И, напротив, там, где В.В. Учёнова лишь вскользь упоминает об одном из наиболее ярких «пражурналистских» явлений, - *acta senatus* и *acta diurna*, -

¹ Ibid. P.175.

² Emery M., Emery E. *The Press and America: An Interpretive History of the Mass Media*. 5th Ed. New Jersey, 1984. P.143.

³ Stephens M. *Op. cit.*, P.47-48.

⁴ Учёнова В.В. Цит. изд. С.30-40.

⁵ Stephens M. *Op. cit.*, P.4.

⁶ Ibid. P.48.

⁷ Учёнова В.В. Цит. изд. С.29.

ограничиваясь стандартным замечанием, что это лишь «прообраз массовой ежедневной прессы.. это ещё не сама газетная периодика»¹, М. Стефенс достаточно обстоятельно анализирует систему письменных коммуникаций древней Римской империи, центром которой они выступают, чтобы продемонстрировать влияние, которое способно оказать на общество существование подобной системы: «Рим сумел построить удивительно эффективную для своего времени систему распространения письменной информации, благодаря которой образ римской действительности постоянно находился перед глазами его солдат и чиновников, где бы они ни были. ... Потребовалась Клеопатра, чтобы отвлечь внимание Марка Антония от событий в Риме. Гораздо чаще римские полководцы, в отличие от военачальников Александра Македонского, отказывались от любых возможностей создать свое собственное государство и их легионы неизбежно начинали двигаться назад, в - или на Рим»².

Но, пожалуй, наиболее ярко различие и комплиментарность работ В.В. Учёновой и М. Стефенса проявляется в их хронологических рамках. Если первая прослеживает истоки западноевропейской публицистики лишь до начала XIV в.,³ поскольку, по её мнению, «именно в условиях Предвозрождения как в Западной Европе, так и на Руси в ходе освобождения политики от теологии складывается необходимость постепенного самоопределения публицистического творчества»⁴, то в монографии М. Стефенса этот период занимает лишь около 20% её объёма.

Хронологические рамки работы В.В. Учёновой, как и глубина проводимого ею анализа, внушают несомненное уважение, и всё же оставляют чувство определённой недосказанности и незавершённости. Бесплезно искать у неё ответа на вопрос о том, когда именно публицистика «пересекается» с журналистикой, превращается в «её главное содержательное наполнение». С подобной точки зрения для неё было бы более логично закончить свой экскурс фигурой итальянского литератора Пьетро Аретино, объединившим традиции предшествующего развития публицистики с возможностями печатного станка и заслужившим тем самым титул «праотца журналистики»⁵.

Совершенно иную картину мы наблюдаем у М. Стефенса уже хотя бы потому, что по утверждению Э. Эмери и М. Эмери, само слово «news» появляется в английском языке лишь в XVI веке в противовес бытовавшему ранее термину «tydings» чтобы подчеркнуть разницу между спонтанными информационными обменами и осознанной деятельностью по сбору и распространению сведений о текущих событиях.⁶ С течением времени она претерпевает очевидные измене-

¹ Учёнова В.В. Цит. изд. С.28.

² Stephens M. Op. cit, P.59.

³ Для российской публицистики этот рубеж сдвинут на начало XVII века. Аргументируя необходимость подобного сдвига, В.В. Учёнова апеллирует к авторитету академика Д.С. Лихачёва, утверждавшего, что «Значение этого века в истории русской культуры приближается к значению эпохи Возрождения в истории культуры Западной Европы» // В.В. Учёнова, С.199.

⁴ Учёнова В.В. Цит. изд. С.4-5.

⁵ См.: Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. Изд. 2-е. - М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2013. С.338-342; Урина Н.В. Пьетро Аретино и предвосхищенные журналистики //Вестник МГУ. Серия журналистика. - 2004. - №3. - С.81-105.

⁶ Emery M., Emery E. Op. cit. P.6.

ния, а в XIX веке вырабатывает ряд профессиональных стандартов, благодаря которым превращается в журналистику. Среди них активность в поиске информации (enterprise), стремление к её получению из первых рук (observation), умение углубляться в проблему (investigation), уважение к фактам (veneration of the fact) и объективность их подачи (objectivity)¹.

Последнее требование позволяет провести чёткую грань между журналистикой и публицистикой, но, с точки зрения М. Стефенса, подобное разделение имеет далеко неоднозначные последствия: «Отказавшись от возможности выражать собственное мнение, не утратили ли журналисты большую часть своих возможностей стимулировать важные общественные перемены? «Умы и сердца» людей в Америке не были обращены к революции газетами, стремящимися отразить в том числе и противоположную точку зрения короля Георга III. Научившись добывать и раскапывать информацию, не лишились ли журналисты способности наносить удары?»².

*М.С. Волуйская,
М.В. Коротницкая*

СОСТАВЛЯЮЩИЕ МЕДИАОБРАЗА НИУ «БелГУ» В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКЕ

В современных условиях рынка образовательных услуг важнейшую роль в создании положительной репутации учреждения играет его образ, сформированный СМИ.

Большая Советская Энциклопедия указывает на то, что «своеобразие образа заключается в том, что он есть нечто субъективное, идеальное; он не имеет самостоятельного бытия вне отношения к своему материальному субстрату – мозгу и к объекту отражения».

Применительно к изучению медиареальности ученые используют понятие медийного образа. Образ в СМИ формируется из фрагментов личного восприятия субъектов журналистами, будь то осознанных, или случайных деталей.

Как известно, познающим субъектом медиареальности являются журналисты. Именно в результате их интерпретации фактов социальной действительности в медиатекстах формируется медийный образ.

Следует иметь в виду, что медиаобраз, создаваемый средствами журналистики, значительно отличается от художественного образа. Происходит это из-за того, что основным средством формирования первого является опора на факты как основной метод журналистского творчества.

¹ Stephens M. Op. cit. P.221-265.

² Ibid.262.