

**УЧЕБНОЕ
ПОСОБИЕ**

ПИТЕР®

СТАНДАРТ ТРЕТЬЕГО ПОКОЛЕНИЯ



М. Н. Ким

Основы теории журналистики

**для
БАКАЛАВРОВ**

ДОПУЩЕНО УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИМ ОБЪЕДИНЕНИЕМ

Стандарт третьего поколения (Питер)

Максим Ким

**Основы теории журналистики.
Учебное пособие**

«Питер»

2013

УДК 070.1(075)
ББК 76.12я7

Ким М. Н.

Основы теории журналистики. Учебное пособие / М. Н. Ким —
«Питер», 2013 — (Стандарт третьего поколения (Питер))

ISBN 978-5-496-00283-7

В учебном пособии с различных концептуальных позиций рассмотрен теоретический фундамент журналистики, выявлена структура метатеории журналистики, обозначены подходы в постижении общих законов функционирования журналистики в обществе, уточнены основополагающие категории. Автором рассмотрены наиболее значимые концепции, раскрывающие сущностные характеристики журналистики. Пособие соответствует Государственному образовательному стандарту третьего поколения и предназначено для студентов (бакалавриат) и преподавателей журналистской и обществоведческих специальностей.

УДК 070.1(075)
ББК 76.12я7

ISBN 978-5-496-00283-7

© Ким М. Н., 2013
© Питер, 2013

Содержание

Введение	6
Глава 1. Истоки возникновения журналистики	7
1.1. Становление и развитие информационных процессов в человеческом обществе	8
1.2. Изобретение печатного станка и первые газеты в «галактике Гутенберга»	13
1.3. Электронные средства массовой коммуникации: этапы формирования	15
Контрольные вопросы	22
Глава 2. К определению сущности журналистики	23
2.1. Лексико-семантические подходы к определению журналистики	24
2.2. Журналистика как системное явление	26
Конец ознакомительного фрагмента.	27

М. Ким
Основы теории журналистики
Учебное пособие

© ООО Издательство «Питер», 2014

* * *

Введение

В учебном пособии предпринята попытка нового осмысления теоретического фундамента журналистики, выявлена структура метатеории журналистики, обозначены подходы в постижении общих законов функционирования журналистики в обществе, наконец, уточнены основополагающие категории. Первоочередное внимание уделено определению объекта и предмета теории журналистики. Без ясного понимания того, с каким общественным феноменом мы имеем дело, сложно изучать и само явление. С этой целью мы рассмотрели все наиболее значимые концепции, раскрывающие сущностные характеристики журналистики, и, конечно, очертили круг наиболее важных теоретических проблем, с которыми мы столкнулись при создании метатеории журналистики. Первый шаг на данном пути – это систематизация ранее полученных знаний об основных признаках журналистики, установление внутренней взаимосвязи между различными отраслями журналистских знаний.

Становление современной теории журналистики проходило на междисциплинарном уровне. Поэтому совокупность знаний, которая была выработана в рамках теории журналистики, носит интегральный характер. Активное взаимодействие с различными предметными областями других наук оказало продуктивное влияние на формирование различных отраслей журналистских знаний, обладающих своей спецификой: историю журналистики, теорию журналистских жанров, психологию журналистики, социологию журналистики, политологию журналистики, экономику журналистики и др. Впрочем, несмотря на все позитивные результаты, полученные в ходе междисциплинарного взаимодействия, некоторые исследователи обеспокоены тем, что современная теория журналистики в последние годы развивается преимущественно вширь, а не вглубь, результатом чего является в целом сравнительно слабая разработка собственно теоретических проблем журналистики. Создаваемая в рамках петербургской школы журналистики метатеория журналистики позволит, на наш взгляд, взглянуть на журналистику как на системное явление. В связи с этим в предлагаемом нами учебном пособии предложен философский взгляд на журналистику с точки зрения ее онтологического, гносеологического, аксиологического, деонтологического, антропологического и культурологического устройства. Благодаря этим подходам становится возможным более глубокое постижение основных, наиболее сущностных взаимосвязей, в которых функционирует и развивается современная журналистика.

Глава 1. Истоки возникновения журналистики

1.1. Становление и развитие информационных процессов в человеческом обществе

Возникновение журналистики было возможно только благодаря выработке различных форм и средств передачи информации, которые стали формироваться еще на заре человеческой цивилизации. За более чем 700 тысяч лет в человеческом сообществе произошли три информационных революции, которые не только кардинальным образом повлияли на весь ход развития истории социума, но и создали благоприятную почву для возникновения и развития такого общественного феномена, как журналистика. Первая информационная революция связана с появлением человеческой речи и письменности, вторая – с изобретением печатного станка, третья – с формированием и развитием электронных средств передачи информации (радио, телевидение и Интернет).

Но вначале, конечно, было СЛОВО! Появление человеческой речи, которая позволила людям выйти из царства животных. Начальная человеческая речь, как пишут исследователи, представляла «набор социоразличительных средств, то есть знаков, служивших для различения одного коллектива от другого. Противопоставление “мы” и “не-мы”, будучи первой социальной классификацией, было и первой лексико-семантической оппозицией»¹. С возникновением речи, то есть особых знаковых кодов, человек смог не только передавать определенные знания из поколения в поколение, но и генерировать новую информацию, облекая ее в различного рода языковые формы: сказки, легенды, мифы и т. д. Такая информация, естественно, имела принципиальное отличие от генетической, способствовавшей естественному отбору особей. Она, по мнению Л. Н. Федотовой, стала «вытесняться оперативной, а еще в большей мере “накопляемой” информацией. Эта последняя являлась хранилищем знаний, которые теперь влияли на выживаемость не менее, чем гены. Процесс разработки кода для общения членов сообщества стал более ускоренным, а сам код более сложным»².

В чем состояла особенность этих знаковых кодов? Во-первых, в процессе выработки различных кодов люди стали создавать различные языковые системы, с помощью которых и происходил обмен информацией. Во-вторых, с помощью языка человек смог полностью абстрагироваться от конкретной ситуации. Люди смогли кодировать не только наличную информацию, но и прошлую, а также облекать в языковые формы все символы своего сознания. В-третьих, язык стал хранилищем не только оперативной, но и долгосрочной информации. Таким образом, в процессе развития языка возникает особый механизм передачи информации, который, по мнению ученых, стал выполнять ряд важнейших функций:

- ориентация в окружающей среде;
- корреляция реакций различных частей общества на стимулы окружающей среды;
- передача социального наследия от одного поколения к другому³.

Такого рода внегенетическая информация позволила человеку не только успешно приспособиться к окружающей действительности, но и координировать свою деятельность, создавать общественные структуры, генерировать на основе накопленных знаний новые, тем самым полностью изменив естественный ход человеческой эволюции. Зарождение человеческой речи по праву считается *первой информационной революцией*.

Следующим важным этапом в развитии информационных обменов стало изобретение письменности. Ее происхождение, как правило, связывают с усложнением экономических и политических отношений родоплеменных сообществ, с формированием первых форм государ-

¹ Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. – СПб., 2004. С. 10.

² Там же. С. 10.

³ Там же.

ственности, с увеличением торгового обмена и т. д. Циркулирующая в обществе информация стала не только разнообразной по своему содержанию, но и более объемной по своему количеству. С целью ее более точной фиксации и возникла необходимость в разработке письменности. Исследователи расходятся в хронологической трактовке периода формирования письменности. «Ориентировочно это VI тыс. до н. э. Самые древние письменные материалы до нас пока дошли от IV тыс. до н. э. [...] Древнейшие письменные тексты известны из раскопок в городе Шумере (Вавилония). Они относятся приблизительно к 3700 г. до н. э.»⁴. О чем свидетельствуют эти даты? Прежде всего о том, что становление письменности имеет не только свою длинную и богатую историю, но и определенные этапы, связанные и с обработкой материала для письма, и с поиском различных способов нанесения знаков, и с изобретением алфавита, и с созданием первых рукописных книг, и т. д.

Материалом для нанесения письменных знаков служили на начальном периоде развития письменности камни. Важное научное открытие сделал в конце XVIII – начале XIX в. историк Ж.-Ф. Шампольон. Именно благодаря ему были расшифрованы надписи на Розеттском камне, вывезенном в числе других ценных артефактов из Египта в 1799 г. армией Наполеона. Можно сказать, что к данному открытию Шампольон шел всю свою жизнь. С 12 лет, после прочтения книги «Описание Египта», он страстно увлекся историей этой древнейшей человеческой цивилизации. С целью полного погружения в исторический материал он стал изучать греческий, латинский, древнееврейский языки. Именно эти знания в своей совокупности и подвели его к гениальной догадке о том, что иероглифы на Розеттском камне могли означать не только отдельные слова, но и отдельные звуки и буквы. Как показали дальнейшие исследования, у египтян трансформация письменности представляла переход от обычного знакового начертания в звуковую письменность. Именно в этом и состояла гениальная догадка французского ученого.

В древнегреческих государствах материалом для письма служили глиняные дощечки, на которые после тщательной просушки наносились различные долговые обязательства, хозяйственные записи и т. д. Орудиями для письма были предметы, напоминающие шило. Дощечки хранились во дворцах в специальных деревянных ящиках или в корзинах. Как правило, все эти емкости сортировались по сериям. Столь тщательное и бережное хранение письменных документов неоспоримо указывает на ту важную роль, которую они играли в жизни людей, так как в них содержалась информация о тех или иных материальных ценностях.

Главным изобретением древнегреческой цивилизации в области письменности было создание алфавита. Оно было придумано за 700 лет до Рождества Христова в Греции. «Эта концептуальная технология, – пишет М. Кастельс, – стала основой развития западной философии и науки в том виде, какими мы их знаем сегодня. Она позволила преодолеть разрыв между устной речью и языком, отделив сказанное от говорящего и сделав возможным концептуальный дискурс. Этот исторический поворотный пункт был подготовлен тремя тысячелетиями эволюции устной традиции и неалфавитных форм коммуникации. Греческое общество достигло нового состояния мышления, “алфавитного мышления”, вызвавшего в человеческой коммуникации качественные изменения»⁵.

Появление алфавита, безусловно, приходится на эпоху развитой письменности. Благодаря именно этому открытию развиваются различные виды письменных текстов: граффити, album, наконец, римская протогазета. О чем говорят эти новые формы коммуникации?

За счет новых форм письменной коммуникации можно было обратиться не только к отдельному адресату, а к массам. К одной из таких форм можно отнести граффити, которые

⁴ Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы, или Метаморфозы рекламного образа. – М., 1999. С. 45.

⁵ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура (http://www.gumer.info/bibliotek/Buks/Polit/Index_Polit.php).

процарапывались гражданами на стенах домов, храмов, портиках и пр. Такие надписи содержали самую разнообразную информацию: это могли быть мнения, призывы, заявления о себе, самореклама, соображения по поводу тех или иных событий и т. д. Как правило, все эти сообщения не имели общезначимого характера, хотя и были рассчитаны на массовое прочтение. Главным документальным свидетельством наличия граффити являются, по мнению ученых, надписи, которые были сняты археологами и историками культуры со стен Помпей⁶. Исследователи отмечают, что «граффити представляют собой синкретичные образования, поскольку среди них встречаются как рекламные тексты, несущие профессиональные следы типичных объявлений, так и надписи, которые к объявлению не имеют прямого отношения. Это могут быть лирические раздумья, строфа стихотворения, объяснение в любви. Представляется, что граффити – это форма личностной саморекламы»⁷. Для нас важно определение граффити как одной из форм личностной саморекламы. Почему? В процессе саморекламирования человек выступает в качестве коммуникатора, который пусть и неявно, но решает свои определенные коммуникативные задачи. В саморекламе человек уже не только заявляет о себе, но и предлагает другим людям некие услуги. Процарапав на стене личностное послание, индивид надеялся получить ответную реакцию. Данная форма саморекламы оказалась настолько популярной, что городские власти вынуждены были выделять для граффити отдельные места, хоть сколько-то ограничивая тем самым возможности самовыражения горожан. Как правило, это были специально отведенные участки на городских стенах, на просторных частях домов, выбеленные краской или известкой. Именно отсюда происходит понятие *album*, то есть «белый». Вот как исследователи описывают процесс нанесения надписей на таких стенах: «...В Помпеях с восточной стороны форума высится здание внушительных размеров. В нем располагалась сукновальная мастерская. В надписи сообщалось, что здание возведено на средства вдовы торговца тканями от имени ее и ее сына. Стена этой мастерской, обращенная к форуму, представляла собой несколько разделенных пилястрами участков для письма. Они были выбелены, рядом стоял сосуд с черной краской и орудием для письма. *Album* обслуживали приставленные для этого дела *dealbatores* (букв. “выбеливатели”). Стоило белым участкам полностью покрыться оперативными объявлениями, как прислужники принимались за свои обязанности – и начисто выбеленная стена вновь исполняла роль рекламного носителя»⁸. Из данного описания видно, что для альбома выбирались дома, располагавшиеся возле самых людных мест; в процессе нанесения надписей участвовали все жители города, что говорит о популярности данного вида информационного обмена; многократное использование одного и того же места с постоянным обновлением надписей свидетельствует о том, что у людей была высокая потребность в получении разнородной информации.

Наряду с граффити и альбомами, выступавшими в качестве носителей личностной информации, в Древнем Риме появились первые протогазеты, в которых уже давалась институциональная информация. К ним исследователи относят два «издания», продолжавшие традиции *album*: тексты, написанные краской на белой поверхности.

«Первый вариант назывался *as a senates* (“дела сенатские”). На специально выбеленной территории выводились черной краской последние решения сената. Эта акция была задумана и реализована Юлием Цезарем в 59 г. до н. э., когда он еще был консулом. Вторая газета называлась *Acta diurni populi romani* (“Повседневные дела римского народа”) и представляла собой достаточно широкий белый плацдарм, на котором сообщались уже и повседневные события»⁹.

⁶ Ученова В. В., Старых Н. И. Указ. соч. С. 46.

⁷ Там же.

⁸ Там же. С. 47.

⁹ Там же. С. 48.

О чем говорят выпуски этих двух газет? Во-первых, о том, что наряду с межличностной информацией в древнегреческих городах стала на регулярной основе циркулировать институциональная, то есть исходящая от государственной власти; во-вторых, для донесения подобного рода информации уже используются специально отведенные для этого места и технология нанесения надписей; в-третьих, данные протогазеты выпускаются с определенной периодичностью; в-четвертых, в этих «изданиях» уже большее место занимает общезначимая для всех граждан информация.

В античную эпоху в греческих городах-полисах возникает *историография*. Это были погодные списки, или так называемые эпонимы (списки лиц, именами которых назывался год – и по именам их велось летосчисление), списки победителей на Олимпийских играх. Сюда могли включаться и краткие указания о выдающихся событиях, происшедших в соответствующем году, – о солнечных затмениях, землетрясениях, нашествиях врагов и т. п.¹⁰. Как справедливо отмечает В. В. Ученова, этапами формирования исторического сознания являются «все более точная фиксация деяний предков, постепенное очищение знания о них от мифологических примесей»¹¹. Для зарождающейся в те времена историографии были уже характерны документальная точность в фиксации исторических событий, фактологичность, злободневность. Цицерон, подводя итог развернутому рассуждению о родстве мастерства историка и мастерства красноречия, делает вывод: «Кому же не известно, что первый закон истории – ни под каким видом не допускать лжи; затем – ни в коем случае не бояться правды не допускать ни тени пристрастия, ни тени злобы»¹². В рамках античной историографии возникают такие жанровые формы, как «риторическая биография», политически насыщенные и автобиографические мемуары, путевые записки, посмертные биографии, полемические трактаты – памфлеты, которые, по мнению В. В. Ученовой, стали исходным звеном в самоопределении собственно публицистических и журналистских жанров.

В процессе становления всех этих типов текстов возникает так называемая публицистическая эпистолография, которую уже нельзя было отнести ни к служебным документам, ни к межличностной переписке: бытовой, семейной, дружеской. Характеризуя новый тип текстов, В. В. Ученова отмечает, что публицистическая эпистолография по своей форме представляла личную переписку, но по своему существу обращалась к широкому кругу заинтересованных адресатов, иногда к большим социальным общностям. При этом корреспонденты часто выступали как выразители крупной общественной позиции, политической группы, социальной идеи¹³. В силу того, что подобного рода письма были посвящены актуальным проблемам той эпохи, было очень много желающих ознакомиться с ними. Поэтому их тиражированием посредством оперативной переписки занимались писцы-рабы или секретари-вольноотпущенники.

В Средние века (IV–XV вв.) все формы письменности, которые были разработаны в античные времена, не нашли своего дальнейшего развития. По мнению историков, переход от античных времен к Средневековью знаменовался упадком культуры в целом. Именно в этот период начинается великое переселение народов Европы с насиженных мест под натиском кочевников из Азии. Если в античных городах-полисах к грамотным людям можно было отнести практически всех свободных граждан, то в Средние века таковых было трудно встретить не только среди крестьян, но и среди крупных феодалов и даже королей. Писать и читать умели в основном служители культа, которые учились грамоте в церковных школах. Несмотря на костры инквизиции, христианская церковь заботилась о сохранении античной образованности.

¹⁰ См.: Буасье Г. Цицерон и его друзья. – М., 1980. С. 330.

¹¹ Ученова В. В. У истоков публицистики. – М., 1989. С. 31.

¹² Цицерон. Об ораторе, II, 15, 62 // Цицерон Марк Туллий. Три трактата об ораторском искусстве. – М., 1972. С. 142.

¹³ Ученова В. В. У истоков публицистики. – М., 1989. С. 56.

И в этом у ее представителей была прямая нужда. Ведь только грамотные церковники могли читать и переписывать Святое Писание, выступать с проповедями, знать наизусть молитвы и т. д. При больших монастырях создавались специальные мастерские по переписыванию религиозных книг. Так появляется и развивается искусство рукописной книги. В отличие от древнегреческих и римских книг, которые писались на папирусной бумаге и были свернуты в свитки, в Средние века книга приобрела вид сложенных и переплетенных листов. Папирус был заменен на пергамент, который делался из телячьей или овечьей кожи. В отличие от папирусной бумаги, пергамент был более прочным материалом. Поэтому на нем можно было писать не только с двух сторон, но и сгибать листы, сшивать, переплетать...

Технология создания средневековой книги – трудоемкий и очень долгий процесс: одни занимались выделкой кожи для пергамента, другие – переписыванием текстов книг, третьи – нанесением на страницы различных украшений и рисунков, четвертые – переплетом, пятые – выработкой определенного шрифта для письма и т. д. Орудием письма стали служить гусиные перья. Изготовленные таким образом фолианты представляли большую ценность, поэтому их как дорогие подарки дарили друг другу знатные люди и вельможи.

1.2. Изобретение печатного станка и первые газеты в «галактике Гутенберга»

Настоящая же революция в книгопечатании свершилась в Европе в XV в. после изобретения И. Гутенбергом нового способа печати текста с помощью подвижных литер. В чем заключалась гениальность данного изобретения? В своем печатном станке Гутенберг учел все технические достижения человечества с древнейших времен. Например, в Европе печатный оттиск использовался при клеймении домашнего скота. На острове Крит археологами был найден глиняный диск (так называемый «критский диск»), на который были нанесены знаки с помощью штемпелей-печаток. Печатный оттиск, как утверждает в своих писаниях Геродот, использовал лидийский царь Гигос в VII в. до н. э. при печатании монет.

В Китае была развита ксилография (печать с досок). Данный технологический принцип сводился к тому, что на отдельную доску наносились иероглифы, которые потом замазывались краской. Таким образом, получался единичный печатный пресс, с помощью которого становилось возможным размножить большое количество копий. Данная технология не получила дальнейшего развития из-за своей трудоемкости и неэффективности, поскольку каждый раз, чтобы напечатать новый текст, нужно было вырезать иероглифы на подобных досках.

Подвижные литеры, придуманные Гутенбергом, оказались более эффективными в книгопечатании, так как их можно было располагать в любых комбинациях и делать с их помощью множество копий. Такой способ печати произвел революционный взрыв в издании книг, а потом и периодической печати. В истории человечества данный период определяют в качестве *второй информационной революции*, в ходе которой были созданы все материально-технические предпосылки появления такой ветви массовой коммуникации, как журналистика. Распространение информации с этого момента станет действительно массовым.

В 1609 г. в Страсбурге и Аугсбурге вышли первые германские газеты, выпущенные чисто типографским способом. По своему внешнему виду они больше напоминали книги, так как формат каждой страницы равнялся четверти листа. Издание первых газет стало возможным благодаря не только изобретению печатного станка, но и появлению дешевой бумаги. Именно на такой некачественной бумаге и издавалась еженедельная страсбургская газета «Ведомость» (Relatio). Видимо, для этих целей другая и не требовалась, так как вся информация, которая публиковалась на ее страницах, носила оперативный характер. В дальнейшем, на протяжении более трехсот столетий, газеты во всем мире будут выходить на дешевой газетной бумаге. С одной стороны, это было продиктовано коммерческими соображениями, а с другой – быстрое устаревание газетной информации не требовало более дорогой бумаги для печати.

Пример первых газет был заразителным. Не прошло и года, как во многих городах Германии, а потом и в других европейских городах стали появляться, как грибы после дождя, газеты разных форматов и тематических ориентаций. Первые европейские газеты были коммерчески ориентированными. Вначале этого были еженедельные издания, и только к концу XVII в. стали выходить ежедневные газеты.

Характерной особенностью первых европейских изданий была периодичность выхода, что позволяло поставить распространение информации на регулярный поток. Именно отсюда и происходит понятие «периодические издания». Выпуском этих изданий занимались уже не только профессиональные издатели и типографы, но и журналисты, которые ежедневно снабжали газеты актуальной оперативной информацией. У этих изданий появляется и своя массовая аудитория. Массовая коммуникация, таким образом, начинает приобретать уже постоянно отлаженный механизм взаимобмена информационными потоками.

Но столь бурное развитие массовой периодики в Европе объясняется не только технологическими причинами, то есть собственно изобретением печатного станка и дешевой бумаги,

но и причинами социально-экономическими. И прежде всего зарождающимся капитализмом, активизацией торговых отношений между государствами, наконец, общественной потребностью в получении оперативной информации, с помощью которой можно было бы ориентироваться в быстро меняющейся действительности.

Подобного рода процессы повлияли и на появление первых изданий в России. Глобальные преобразования, которые наметил в XVIII в. Петр I, непосредственно коснулись и сферы образования. Благодаря петровской просветительской программе в России стали открываться различные образовательные учреждения, была создана Академия наук, церковно-славянская азбука была заменена в 1708 г. на «гражданский» шрифт, а 15 декабря 1702 г. царь подписал указ о печатании «Ведомостей». 16 декабря данный указ был опубликован, а на следующий день в свет вышел первый номер газеты. Так зародилась журналистика в России.

1.3. Электронные средства массовой коммуникации: этапы формирования

Следующий значительный этап развития журналистики в истории человечества связан с изобретением радио и телевидения. Появление электронных средств массовых коммуникаций знаменует собой *третью информационную революцию*. Изобретение радио и телевидения, конечно, стало возможным только благодаря различным открытиям в области естественно-научных дисциплин, а точнее в области физики.

25 апреля (7 мая) 1895 г. русский ученый А. С. Попов выступил с научным докладом и демонстрацией прибора, который был назван «грозоотметчиком». В заключение ученый выразил надежду, что этот прибор в будущем может быть применен для передачи сигнала на расстояние без проводов. Уже в марте 1896 г. А. С. Попов продемонстрировал свое изобретение на практике, передав первую в мире радиограмму, состоявшую из двух слов: «Генрих Герц». Имя гениального физика, чьи работы легли в основу изобретения Попова, было передано на расстояние 250 м азбукой Морзе¹⁴. К такому же открытию пришел в Италии Г. Маркони. Из-за того, что оба изобретателя работали автономно и их открытия совпали по времени, долгие годы шли бесплодные споры о том, кто же стоял у истоков изобретения радио. Уже в 1901 г. Маркони осуществил радиосвязь через Атлантический океан¹⁵. В России человеческий голос по радио прозвучал впервые лишь в 1919 г. – это был голос дежурного инженера Нижегородской радиолaborатории, его слова слушали в Москве и Петрограде¹⁶.

Появление радио дало новый импульс развитию журналистики. Возможность передачи на огромные расстояния не только живого человеческого голоса, но и звука позволила опутать всю землю эфирными радиоволнами. Теперь каждый человек в самом отдаленном уголке страны мог прослушать актуальные новости, музыку, радиоспектакли и т. д. Если еще в начале XX в. самыми распространенными радиоприборами были репродукторы и громкоговорители, то сегодня, в первом двадцатилетии XXI в., речь идет о распространении спутникового цифрового радио.

Но самым удивительным и одновременно невероятным изобретением XX в. является телевидение, в котором соединились два технических достижения: «великий немой» – кино и «великий невидимка» – радио. Первым о существовании в природе электромагнитных волн предположил английский физик Д. Максвелл. Он и вывел знаменитое уравнение об этих волнах, существование которых на экспериментальном уровне доказал немецкий физик Г. Герц. В 1880 г. русский ученый П. И. Бахметьев предложил схему передачи изображения на расстоянии. Данная идея была тут же подхвачена другими учеными. В 1884 г. П. Нипков изобрел диск, с помощью которого стало возможным разложение изображения на отдельные элементы. В 1888–1889 гг. профессор А. Г. Столетов, изучив так называемый «внешний фотоэффект» – способность некоторых металлов под воздействием света испускать электроны, создал фотоэлемент. Достижение Столетова открыло принципиальную возможность непосредственного преобразования световой энергии в электрическую. В 1907 г. Б. Л. Розинг запатентовал идею преобразования электрических сигналов в светящееся изображение. На практике это стало возможным в результате появления катодной электронно-лучевой трубки, которую изобрел англичанин В. Крукс, а усовершенствовал немец Ф. Браун. Б. Л. Розинг по справедливости считается во всем мире основоположником электронного телевидения, так как именно от его работ ведет телевидение свою родословную.

¹⁴ Радиожурналистика / Под ред. А. А. Шереля (<http://evartist.narod.ru/text5/44.htm>).

¹⁵ Там же.

¹⁶ Там же.

Так в истории человечества появляется новый канал массовой коммуникации – телевидение, которое к концу XX в. заняло доминирующее положение среди всех СМК. Телевидение предоставило людям доселе невиданные возможности достоверного отображения событий в режиме реального времени на огромные территории. Вобрав в себя все лучшие технические достижения, современное телевидение стало самым мощным каналом распространения и тиражирования массовой информации.

Развитие Интернета и информационных технологий решающим образом сказалось сегодня на модификации и трансформации традиционных массмедиа относительно новых условий существования и принципиально иных способов функционирования.

Что же это за условия, которые кардинальным образом изменяют весь медийный ландшафт? Во-первых, Глобальная сеть становится новым «открытым пространством для сбора, хранения и распространения информации, важным фактором развития публичной сферы и гражданского общества»¹⁷.

Во-вторых, инфраструктура Интернета, сложившаяся сегодня как информационно-коммуникативная среда, стала включать в себя телекоммуникационные системы, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), наконец, различные информационные ресурсы, содержащие разнообразные приложения. Как видим, в сети Интернет происходит схождение (слияние) воедино технологий, обеспечивающих как коммуникационные, так и информационные ее аспекты. Не случайно, что основной теоретико-прикладной концепцией развития инфраструктуры Интернета стала в середине 90-х гг. концепция конвергенции.

В-третьих, новые коммуникационные и информационные технологии в Сети практически стерли границы времени и пространства, создав тем самым самые благоприятные условия для общения между людьми в режиме реального времени.

Таким образом, с появлением Интернета наступила новая коммуникационная эра, которая принесла с собой новые коммуникационные технологии, методы и инструменты взаимодействия между людьми.

Интернет как новый канал коммуникации обладает собственными специфическими чертами:

- эффективностью – представляемая информация релевантна пользователю;
- интерактивностью – возможность технической реализации мгновенной обратной связи с пользователем;
- таргетированностью – возможность передавать сообщения максимально точной целевой группе;
- малозатратностью – коммуникация в интернет-среде значительно дешевле, чем на других каналах, поэтому можно говорить об отсутствии существенных издержек для инициатора коммуникации;
- гибкостью – возможность оперативно реагировать и менять коммуникативные тактики в реальном времени;
- уникальностью – это первый из каналов, который позволяет наладить интерактивную связь с аудиторией¹⁸.

Наступление эпохи Интернета характеризуют два очень важных изменения: во-первых, коммуникационные потоки перестали быть однонаправленными, во-вторых, новые технологии позволяют распределять и получать намного больше информации и данных, чем удавалось до сих пор¹⁹.

¹⁷ Конвергенция СМИ: от печати к «цифре» (<http://www.tutby.com/publications/business>).

¹⁸ Stoff Rick Becoming mainstream [КурХадж] // St. Louis Journalism Review. 2006. 288. Т. 36. Р. 7–19.

¹⁹ Albrycht Elizabeth Turning Blogs into Useful Communications Tools [КраТта] // Tactics. MapT 2005. Р. 14–15.

Естественно, что все обозначенные исследователями технологические условия непосредственным образом сказались и на трансформации массмедиа.

Первыми влияние Интернета испытали печатные СМИ и информационные агентства, так как Глобальная сеть изначально создавалась как один из способов передачи текстовой информации. Поэтому появление отдельных видов СМИ начиналось с простого дублирования текстовой информации.

В 1993 г. в свет вышла электронная копия газеты Washington Post. Затем наряду с электронными версиями изданий стали появляться интернет-газеты и интернет-журналы. В 1994–1996 гг. возникает интернет-радио, а в 1999 г. и интернет-телевидение. Сегодня число зарегистрированных интернет-ресурсов в разделе «СМИ» в различных поисковых системах имеет десятки тысяч наименований. В основе происходящих в последние годы изменений лежат два взаимосвязанных процесса. Первый из них носит название «дигитализация» (от англ. *digitalisation*), обозначая перевод содержания СМИ во всех его формах – текстовой, графической, звуковой – в цифровой формат²⁰. Второй процесс называется конвергенцией.

В чем заключается принцип дигитализации? Оцифровка текстовой и аудиовизуальной информации в понятную для современных компьютеров цифровую форму позволила превратить Глобальную сеть в новый канал передачи информации, способный преодолеть традиционные «ограничители» старых СМИ. Таким образом, благодаря новым информационно-коммуникативным технологиям для современных онлайн-СМИ больше не существует ни временных, ни пространственных ограничений. «Синхронизация подачи информации во всем мире достигается за счет размещения информации газет, радио или телевидения на интернет-сайтах, а эффект присутствия усиливается с помощью технологий, позволяющих вести трансляцию или передачу информации с места события»²¹.

Немаловажное значение имеет и то, что цифровой формат по сути уравнивал возможности традиционных СМИ, заложив основу их дальнейшего слияния с новыми массмедиа.

Отличительной характеристикой традиционных СМИ всегда было четкое разграничение различных типов информации – текста, звука и визуального образа. Сегодня эти различия аналоговых СМИ стираются за счет конвергенции.

Толковый словарь русского языка Д. Н. Ушакова дает следующее определение слову «конвергенция» – это сходство, совпадение каких-либо признаков и свойств независимых друг от друга явлений (от лат. *convergens* – совпадающий). Этот научный термин существует почти во всех дисциплинах. Так, в социологии конвергенция – это процесс постепенного сближения противоположных социальных систем; в биологии – процесс появления сходных черт и/или поведенческих реакций у далеких в систематическом плане, но обитающих в сходных условиях существ; культурная конвергенция – это развитие сходных черт у нескольких разных культур. Общим во всех определениях является факт сближения разнородных объектов в силу разных причин²². В 50-х гг. прошлого столетия западные философы и социологи начали употреблять понятие «конвергенция» в общественно-политических науках. Опираясь на достижения научно-технического прогресса, они высказали предположение о постепенном сглаживании различий между капиталистическим и социалистическим обществами²³.

Вышедшая в 1962 г. книга американского исследователя Д. Белла «Конец идеологии» стала одной из кульминационных точек развития теории общественно-политической кон-

²⁰ Луканина М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция (<http://www.philology.ru/linguistics2/lukanina-06.htm>).

²¹ Там же.

²² Пресса о нас (так называется рубрика, под которой размещаются материалы о СМИ) — <http://www.romir.ru/news/press/528.html>.

²³ От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетий / Отв. ред. Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова. – М., 2000. С. 37.

вергенции. Д. Белл подкрепил свою концепцию постиндустриального общества, выдвинутую ранее, выводом о возникновении нового типа общества. По мнению американского социолога, оно будет опираться на технологии знаний и на информационную индустрию – две важнейшие составляющие будущей экономики. Д. Белл перекинул мостик к последующим концепциям и представлениям об информационном обществе, и вместе со многими его идеями конвергенция была воспринята и переосмыслена в новом контексте. С 1970-х гг. это понятие все чаще употребляется для обозначения интеграции информационных и коммуникационных технологических устройств – компьютеров, телефонов, телевизоров.

Дальнейшее развитие термин получил в ходе дискуссий о дерегулировании телекоммуникационного рынка в США и вещательного рынка в Западной Европе в 1980-х гг. Но только в 1990-х гг. быстрое внедрение Интернета в повседневную жизнь миллионов людей придало дискуссиям о конвергенции широкий практический смысл.

В каком значении употребляется данное понятие в современной журналистике?

Понятие «конвергенция» означает не только слияние различных аналоговых СМИ в Сети, но и смену традиционного мономедийного формата на мультимедийный, то есть современные медиа благодаря конвергенции становятся поставщиками многоформатного содержания.

Таким образом, применительно к средствам массовой информации конвергенция – это процесс сближения разнородных электронных технологий в результате их быстрого развития и взаимодействия, создание объединенных каналов передачи информации в рамках общей инфраструктуры. Проще говоря, конвергенция в СМИ – это кросс-медийная технология взаимопроникновения между различными каналами передачи информации.

Основой конвергенции является дигитализация, то есть возможность перевода различного вида информации в цифровой формат. Благодаря конвергенции становится возможной выработка единых стандартов и протоколов для распространения оцифрованной информации по различным каналам: эфирное, спутниковое и кабельное радио- и телевидение, сети передачи данных и Интернет.

Конвергенция, по мнению представителей медиарынка, предоставляет им следующие возможности:

- распространение в Интернете своих ноу-хау и предыдущего опыта;
- активизация архивов информации и возвращение утраченных рынков «продажи информации» через виртуальные библиотеки и архивы;
- реализация в полной мере метода «управления знаниями»;
- слияние в единое целое традиционных и интернет-СМИ и многое другое.

Приведенные спектры понимания конвергенции различными ключевыми субъектами интернет-рынка показывают, что концепция конвергенции, как и сама инфраструктура в Интернете, превратилась из сугубо технологической идеи синтеза технологий в идею синтеза технологий, услуг и приложений²⁴.

Как отмечают московские исследователи, конвергенция реализуется на разных уровнях, изменяя свое толкование в зависимости от сферы приложения понятия²⁵.

Технологическая конвергенция СМИ, как слияние технологий распространения и производства информации, сказалась на изменении форм СМИ, где наряду с традиционными формами возникают гибридные формы (онлайновые и офлайновые)²⁶.

²⁴ Габович А. Г. Конвергенция и технологии в Интернете (http://www.its.org.ua/biblioteka/gabovich_3.htm).

²⁵ Там же.

²⁶ Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. – М., 2000.

На профессиональном журналистском уровне конвергенция привела к слиянию прежде достаточно отдаленных и разобщенных СМИ.

Появление общих для разных каналов содержательных продуктов привело к рождению новых интегрированных жанров – инфотейнмента (англ. *infotainment*: от *information* – информация, *entertainment* – развлечения), эдютейнмента (от англ. *education* – обучение, *entertainment* – развлечение) и др.²⁷.

Как видим, процессы конвергенции СМИ повлияли на трансформацию традиционных массмедиа. В связи с этим возникает вполне обоснованный вопрос: как данное слияние повлияет на существующую сегодня типологическую структуру СМИ?

По мнению экспертов, слияние офлайновых и онлайн-СМИ делает российский медиарынок привлекательным для крупных инвесторов. Директор по медиаисследованиям TNS Gallup Media Р. Тагиев предсказывает значительное качественное изменение медиарынка. В качестве основных причин повышения внимания инвесторов к медиарынку можно, по его мнению, рассматривать его размер, темпы роста и внедрение новых технологий. По его оценке, «в ближайшие 3–5 лет медиарынок будет переживать сильные качественные изменения в связи с увеличением числа каналов коммуникаций, с аудиторией и изменением способа доставки контента. Если сейчас деятельность медийных компаний очень жестко завязана на трех составляющих – производство контента, бренд, который с этим контентом связан, и канал коммуникации, – то в будущем ситуация будет такова, что на рынке будут компании, где бренд будет привязан к производству контента. А вот каналов дистрибуции будет несколько, и компания сможет выбирать, каким образом доносить информацию до аудитории»²⁸.

Уже сегодня мы можем наблюдать такой опыт на основе деятельности РБК. В данном холдинге и газета, и журнал, и телеканал, и сайт – все выходит под одним брендом. Наиболее крупные российские медиахолдинги стали создавать собственные мультимедийные пространства. К подобным холдингам можно отнести «Газпром-медиа» и «Проф-медиа», которые свои новые интернет-ресурсы конвергируют со своими традиционными СМИ. Например, «Коммерсантъ. Холдинг» стал мультимедийной площадкой для взаимодействия бумажных СМИ, радиостанций, а в будущем, возможно, и телепроектов.

Об этих новых тенденциях, происходящих на медийном пространстве, впервые было заявлено в России на 59-м Всемирном газетном конгрессе и XIII Международном форуме редакторов, который состоялся в Москве в 2006 г. Активно тему цифровых технологий и онлайн-контента развивает Гильдия издателей периодической печати (ГИПП), в частности в рамках ежегодных выставок-конференций «Издательский бизнес/Publishing Expo». Результатом работы в этом направлении явилось создание совместно с IFRA цифрового журнала «Стратегии и практика издательского бизнеса», в котором благодаря новым технологиям стало возможным создание на мониторе имитации печатной версии журнала, добавляя к функциям компьютерной навигации возможность «листать» страницы²⁹. Все эти технологические новации настолько быстро внедряются в жизнь, что у многих специалистов возникают вполне обоснованные опасения по поводу сохранения традиционных СМИ в условиях конвергенции.

В связи с этими новациями возникает вполне обоснованный вопрос: сохранятся ли в условиях конвергенции традиционные СМИ?

Еще в 1913 г. немецкий исследователь массовых коммуникаций В. Рипль сформулировал постулат, гласящий, «что новые, “более высокоразвитые” массмедиа не смогут вытеснить “старые” – при том, правда, условии, что последние найдут новые пути развития. Ведь кино

²⁷ Ребель А. И снова о конвергенции бумажных СМИ и электронных носителей (<http://www.gipp.ru/openarticle.php>).

²⁸ Там же.

²⁹ Эксперты создали портрет СМИ (<http://www.briansk.ru/world/20081024/185903.html>).

не вытеснило театр, а телевидение – кино...»³⁰. Как показывает мировой опыт, конвергенция офлайнных и онлайнных СМИ приведет не только к появлению новых СМИ (как цифровое ТВ в Сети), но и к модернизации традиционных СМИ. Газеты и журналы останутся, но приобретут иную форму существования.

С какими изменениями мы уже столкнулись на новом медийном пространстве? Объединение СМИ в единую технологическую платформу привело не только к появлению новых видов СМИ, но и к унификации предлагаемого контента.

К наиболее распространенным видам сетевых СМИ можно отнести электронные издания. Большинство крупных газет и журналов присутствует в Сети с конца 1990-х гг., сначала в виде электронных версий изданий, а потом и самостоятельных электронных газет. Конвергенция бумажных СМИ и электронных носителей развивается все стремительнее. По оценкам маркетологов, конвергентные ресурсы сейчас занимают 49 % мирового медиарынка³¹.

На Западе пионером на пути сращивания различных направлений обработки информации стало издание The New York Times. Этот медиагигант, наряду с печатной версией издания, ежедневно выкладывает в Сеть 12 форматов версий газеты – по количеству используемых для чтения устройств, где обычные газетные полосы дополнены видеоконтентом и интерактивными составляющими.

В будущем, по прогнозам специалистов, вполне возможно создание электронной бумаги, на которой и будут издаваться электронные газеты. Газета будущего, отмечают эксперты, должна быть мобильной, не зависящей от физического носителя и дистрибуции, но при этом материальной и масштабируемой с точки зрения физического использования.

Традиционная система СМИ наряду со всеми разновидностями интернет-изданий (интернет-газета, интернет-журнал, интернет-портал, электронная газета и другие производные) будет дополнена интернет-радио и интернет-телевидением.

Интернет-радио стало возможным за счет оцифровки аудиоинформации. Трансляция в Интернете может быть как прямой (живое вещание), так и в записи (видео или аудио по запросу).

Развитие технологий сжатия аудио- и видеосигналов открыло широкие возможности для передачи вещательной информации в масштабе реального времени не только по выделенным каналам связи, но и через сеть Интернет.

В Сети появилось сетевое телевидение. Главными отличительными чертами данного ТВ-вещания являются мультимедийность, интерактивность, развлекательность. Уже сегодня мы можем говорить не о пассивном, а об активном телезрителе. Такой потребитель контента может реально влиять не только на ход передачи, но и на программную сетку вещания, на сюжет фильма и т. д. Эксперты в работе «Интерактивное телевидение в мире и в России» выделяют четыре основных направления, отличающихся как функциональностью, так и содержанием: расширенное, или интернет-ТВ (enhanced TV); персональное ТВ (personal TV); интерактивное ТВ (interactive TV); «интеллектуальный дом» (Smart Home). Мобильное телевидение – еще одна модная новинка, которая претендует на то, чтобы стать популярной в Европе. Телепередачу вполне можно смотреть на экране современного телефона с расстояния вытянутой руки. Особенно актуальна данная новинка для тех, кто много времени проводит в дороге.

Новой разновидностью сетевых СМИ становится блогерство. История блогов начинается с 1994 г. Именно в тот год Дж. Холл создал и поддерживал свой блог в Интернете, но тогда эта новинка была безымянной. В декабре 1997 г. Дж. Барджер присвоил новому типу веб-сайтов имя «веблог». И только в начале 1999 г. П. Мерхольц сократил это название до общеизвестного теперь «блог».

³⁰ Там же.

³¹ Там же.

Блог – это сетевой дневник. Или активно стали пользоваться не только обычные пользователи, но и журналисты. До 90 % блогов интерактивны. Благодаря блогам люди получили возможность свободного общения по любым интересующим их темам. Таким образом, сетевые дневники дают возможность множеству людей общаться друг с другом в виде диалога вне зависимости от времени и пространства.

Рассмотрев различные типологические модификации сетевых СМИ, мы можем заключить, что современные электронные массмедиа, отличаясь таким чертами, как многоканальность, мультимедийность и интерактивность, способны, в отличие от традиционных СМИ, к отражению происходящих событий в режиме реального времени и непрерывному обновлению информационных ресурсов. Отличительной особенностью контента, производимого новыми электронными массмедиа, стала синтетичность, то есть конвергенция в одном информационном продукте различных типов информации (в частности, текста, изображения и звука). Новые информационно-коммуникационные технологии позволили адресату не только выбирать нужную ему информацию, но и самому активно участвовать в информационном взаимодействии. Двусторонняя модель коммуникации, таким образом, становится доминирующей в новых электронных массмедиа. Поэтому сегодня более приемлемым является термин «СМК», так как в данном случае имеется в виду не одностороннее воздействие на массовую аудиторию, а налаживание обратной связи с аудиторией, взаимный обмен информацией, общение и т. д.

Таким образом, наш исторический обзор основных этапов зарождения средств массовой коммуникации в истории человечества говорит о том, что в процессе своего становления они прошли через три информационные революции, которые были связаны: первая – с появлением человеческой речи и письменности, вторая – с изобретением печатного станка, третья – с появлением электронных СМИ и сети Интернет. Все эти достижения в области средств массовой коммуникации стали возможны только благодаря великим техническим открытиям, которые не только в корне изменили способы и средства обмена информацией между людьми, но и создали все материально-технические предпосылки для появления и становления журналистики как общественного феномена.

Контрольные вопросы

1. Какова сущность первой информационной революции?
2. Какие возможности появились у человека с появлением речи?
3. В чем сущность внегенетической информации?
4. Опишите протогазеты в древнеримской цивилизации.
5. Какова сущность второй информационной революции?
6. Первые газеты в Европе: дайте общую характеристику.
7. Обозначьте истоки становления электронных средств массовой коммуникации.

Глава 2. К определению сущности журналистики

2.1. Лексико-семантические подходы к определению журналистики

Что такое журналистика? Вряд ли можно получить однозначный ответ на этот вопрос, потому что в разные исторические эпохи и в различных теоретических трудах мы найдем различные по своему семантическому наполнению определения. И даже не определения, а всего лишь значения данного понятия.

Чем же обусловлены трудности в определении этой научной категории? Здесь несколько причин.

Первая проблема носит чисто *лексико-семантический* характер. Слово «журналистика» восходит к французскому слову *journal*, от *jour* – «день», которое в свою очередь восходит к лат. *diurnal* – «дневник, ежедневник, ежедневная газета» (цезаревские газеты имели в названии слово *diurna*)³².

Вполне вероятно, что именно на основе первоначального значения данного слова составители различных словарей и справочников определяли понятие журналистики. Именно исходя из этих трудностей, петербургский исследователь Б. Я. Мисонжников попытался по возможности точно идентифицировать данную категорию, соотнеся опыт прошлый и настоящий, российский и зарубежный³³. Рассуждая по поводу того, какими новыми семантическими смыслами наделялось данное понятие, Б. Я. Мисонжников пишет: «...шел медленный и мучительный процесс соответствующей институционализации достаточно новой в историческом масштабе сферы профессиональной деятельности. В настоящее время она уже хорошо известна как журналистика, но характерно то, что и ныне ее понимание и отождествление не всегда представляется адекватным, налицо вольные или невольные семантические искажения»³⁴. Почему это происходит? По мнению исследователя, в ходе формирования данной области профессиональной деятельности (журналистики) «произошел определенный семантический отрыв деривата от исходного базового материала», слово «журналистика» перестало быть связанным исключительно с «журналом...»³⁵. В. И. Даль истолковывает понятия «журнал» и «журналистика» следующим образом: журнал – это «повременное издание, недельное, месячное, выходящее по установленным срокам; срочник», журналистика, соответственно, – это «журнальная, срочная словесность»³⁶. Б. Я. Мисонжников отмечает, что «данная деривация заметно ограничивала пределы социальной сфокусированности понятия журналистики, отражала механистический принцип словообразования»³⁷. На наш взгляд, такой «механистический принцип словообразования» был обусловлен тем, что составители словарей и не пытались наделить указанный термин никакими дополнительными смыслами и значениями. Как видим, рассмотрение понятия журналистики с соответствующим дериватом понятия журнала было малопродуктивным.

Понимание данной проблемы привело составителей словарей к более широкой трактовке понятия «журналистика».

³² Свитич Л. Г. Феномен журнализма. – М., 2000. С. 62.

³³ См.: Мисонжников Б. Я. Современная журналистика: императивы институционализации // Социально-политическое функционирование журналистики // Материалы секции «Журналистика в мире политики» Дней Петербургской философии / Ред. – сост. В. А. Сидоров. – СПб., 2005. С. 108.

³⁴ Там же.

³⁵ Там же.

³⁶ Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. Т. 1. – М., 1956. С. 548.

³⁷ Мисонжников Б. Я. Указ. соч. С. 109–108.

Так, в XIX в. этим словом обозначали собственно журналистскую профессию, род занятий, литературно-публицистическую работу в периодических изданиях, и широко распространенный термин «персональный журнализм» употреблялся именно в этом смысле³⁸.

В *Толковом словаре русского языка под редакцией Д. Н. Ушакова* слово «журналистика» имеет два значения – литература журналов и журналистов и литературная публицистическая деятельность в журналах и газетах.

В *Академическом словаре современного русского литературного языка издания 1955 г. со ссылкой на издание 1898 г. даются также два толкования журналистики*: 1. Повременные издания; 2. Одна из форм литературной деятельности, профессия журналиста.

В *словаре С. И. Ожегова и в четырехтомном словаре русского языка журналистика* тоже определяется как литературно-публицистическая деятельность в журналах, газетах, затем к ним прибавляется радио и телевидение.

В *Большом советском энциклопедическом словаре 1952 г.* журналистика понимается как: 1. Одна из форм литературной деятельности, профессия журналистов; 2. Периодические издания.

И наконец, в последней *Большой советской энциклопедии (1972)* в статье Е. П. Прохорова журналистика определяется как вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой пропаганды и агитации. Соответствует нем. *journalistik* и англ. *journalism*. Впрочем, дальше автор выходит за рамки собственного определения журналистики как вида деятельности и говорит о том, что в России первоначально термином «журналистика» обозначалась совокупность журналов, с середины XIX в. этот термин стал применяться уже ко всем периодически выходящим изданиям. Ныне термином «журналистика» обозначается многообразная продукция журналистской деятельности, совокупность профессий в ее рамках, а также соответствующий предмет изучения и преподавания – журналистика как научная дисциплина. Позднее в понятие журналистики ученый включает и каналы передачи информации, и главное – всю систему СМИ как социального института³⁹.

В процессе своего исторического развития такая сфера профессиональной деятельности, как журналистика, стала рассматриваться и как вид текстовой и информационной деятельности, и как средство идеологической борьбы в достижении общественных идеалов, и как инструмент манипулирования общественным мнением, и как система СМИ, и как одна из разновидностей коммуникативной деятельности и т. д. Действительно, понятие журналистики на сегодняшний день столь многогранно, что разные исследователи попытались дать ему трактовку, исходя уже из той или иной выбранной ими научной парадигмы. И в этом нам видятся не только плюсы, но и минусы. Не отрицая существующих терминологических трактовок категории журналистики, отметим, что подобного рода разногласия только внесла определенную путаницу в само понимание этого понятия. Исходя из каких научных подходов трактовали журналистику ученые?

³⁸ Свитич Л. Г. Феномен журнализма. – М., 2000. С. 62.

³⁹ Там же.

2.2. Журналистика как системное явление

Представители данного подхода считают, что «журналистика – это сложная многокомпонентная и многофункциональная система, органически входящая в социальную систему общества в целом»⁴⁰. При этом отмечается, что на развитие этой системы влияют не только политические, идейные, культурно-образовательные, но и технологические факторы. Один из представителей системного подхода Е. В. Ахмадулин пишет: «Система журналистики, при всей ее кажущейся автономии, зависит от режима правления в обществе, социальной обустроенности этого общества, от идей, мировоззрений, духовных и моральных ценностей, традиций, бытующих в обществе, его культурного и образовательного уровня, а уж затем – от экономического, технического и технологического потенциала»⁴¹.

В чем состоит привлекательность системного подхода?

Во-первых, он позволил дифференцировать различные виды и типы систем журналистики, исходя из тезиса о взаимозависимости системы журналистики от типа политической системы общества. В этом смысле можно говорить об авторитарной системе журналистики, о либертарианской, о социалистической системе журналистики, о журналистике социальной ответственности и т. д. На этой основе и родились различные социальные теории журналистики, которые в основном строились относительно идейно-теоретической концепции свободы печати Дж. Мильтона, Т. Гоббса, Дж. Локка, Ж.-Ж. Руссо, Г. Гегеля и др.

Во-вторых, рассматривая журналистику как социальную систему, можно говорить о задачах и социальной роли этой системы. К задачам относят информирование и социальное адаптирование, а к социальной роли системы – отражение и формирование общественного мнения.

⁴⁰ Ахмадулин Е. В. Краткий курс теории журналистики. – Ростов н/Д, 2006. С. 9.

⁴¹ Там же.

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.