

# МЕДИА И ЖУРНАЛИСТИКА: НОВЫЕ ПОДХОДЫ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

История СМИ





Эта лекция посвящена истории СМИ. Мы поговорим о влиянии печатной машины Гуттенберга на создание новостей, о развитии журналистики на протяжении веков, о газетной индустрии в XXI веке и в эпоху интернета. Вспомним день, когда зародилась свобода прессы. Итак, какими были первые печатные новости?

Юлий Цезарь примерно в 59 году до нашей эры представил одну из первых форм письменных новостей, которые назывались просто «Ежедневные события». Этот очень сложно написанный рукописный лист новостей рассказывал истории о правительственных скандалах, военных кампаниях, испытаниях, казнях, битвах и пожарах. Это издание производилось за очень большие деньги и отправлялось губернаторам провинций и частным подписчикам.

В VIII веке в Китае появились газеты в виде рукописных листов. Они информировали торговцев и влиятельных граждан о происходящих событиях. В такой форме – как новостной лист – прототип газеты появился в Европе в середине XV века, когда немецкий ювелир Иоганн Гуттенберг изобрел печатную машину со сменными и подвижными буквами. Изобретение Гуттенберга революционизировало печать в Европе.

Хотя подвижный тип печати был известен в Восточной Азии с X века, маловероятно, что такая система была создана за пределами Азии до Гуттенберга. Да, торговля печатью существовала в Европе, но технология деревянных блоков была сложным и трудоемким процессом. Изобретение Гуттенберга дало значительный скачок в скорости и эффективности и превратилось в целую полиграфическую промышленность. Он был вдохновлен технологией, используемой в винтовых винных прессах Рейнской долины.

Его винтовой пресс равномерно передавал изображения на бумагу или пергамент. Инструмент ручной подачи – самый важный элемент изобретения – позволил такому принтеру быстро направлять требуемое количество разнообразных символов. Метод печати Гуттенберга оставался стандартом до XX века.

Однако из-за высокой стоимости печати в сочетании с тем фактом, что большинство людей в Европе в Средние века оставались по-прежнему неграмотными (за исключением монахов и торговцев), дальнейшее развитие дешевых массовых газет было отложено.

В Германии в конце 1400-х годов печатались информационные брошюры для развлечения богатой образованной элиты, они содержали первый контент, который мы сегодня понимаем как новости. В каждой брошюре старались публиковать сенсацию – новость о стихийном бедствии, шокирующем преступлении, скандале. Некоторые из самых известных этих памфлетов сообщали о зверствах в отношении немцев в Трансильвании, связанных с именем Дракулы.

В англоязычном мире самыми ранними предшественниками газеты были corantos – «коранто», небольшие информационные брошюры, которые выпускались только тогда, когда непосредственно происходило событие, заслуживающее освещения в печати. Первая английская типография была создана в 1477 году, и вскоре Лондон стал одним из самых важных центров печати в Европе. Новостные брошюры, в отличие от будущих газет, печатались нерегулярно и предоставляли отчеты только об отдельных событиях.

Коммерческая ценность новостей как информации впервые была признана в Венеции. Там в середине XVI века торговцы устанавливают прецедент, взимая плату – одну газету (маленькую монету) за публичные чтения последних новостей. Венеция была центром торговли и информации, и торговцы должны были знать местоположение судов и стоимость дорогостоящих грузов, которые они перевозили. Дубликаты этих рассылок также продавались торговцами. В 1556 году венецианское правительство заказало сбор информации и еженедельную рассылку новостей в газете. С тех пор термин «газета» стал нарицательным.

В первой половине XVII века появились регулярные газеты, которые дополняли периодические листовки и брошюры. В то время появились первые настоящие новостные периодические издания, так как издатели поняли, что их новостные брошюры могут быть прибыльными, только если они публикуются регулярно.

Появление станка Гуттенберга и создание среды, которая способствовала распространению знаний, в конечном итоге привело к повышению грамотности рабочего класса. И это означало, что печать больше не предназначалась только для богатых. Снижение цены на печатные материалы сделало их более доступными для масс, что привело к более свободному



обмену знаниями и идеями. Станок Гуттенберга сделал популярным изучение языков – таких, как английский, французский, итальянский и немецкий. То есть появление печати непосредственно привело к развитию самих языков и их изучению.

В самой Англии в 1665 году появилась «London Gazette» – «Лондонская газета». Многие исследователи рассматривают ее как первую английскую газету, потому что она содержала главным образом новости и выпускалась регулярно. «Лондонская газета» была единственным официально санкционированным изданием того времени. Она состояла в основном из новостей из Европы, а иногда из Америки или Азии, но редко охватывала внутренние проблемы, потому что в это время пресса подвергалась строгой цензуре. Английское правительство быстро признало силу газет. И оно рассматривало это распространение информации как угрозу своей власти. Издатель «Лондонской газеты» не публиковал никаких внутренних новостей, чтобы избежать заключения в тюрьму, вместо этого он сообщал о военных ошибках и королевских скандалах в других странах.

Гражданская война в Англии между королем и парламентом в 1642 году создала беспрецедентный спрос на внутренние новости в стране: люди хотели получать информацию о текущем состоянии национальных дел. В то же время те, кто участвовал в политической борьбе, осознали возможности прессы для продвижения своего политического дела, и пресса стала мощным инструментом пропаганды. Эти политические публикации, очень громкие, в поддержку определенной политической перспективы были наполнены сенсационными повествованиями о героических битвах или зверствах, совершенных противником. У них была готовая аудитория, уже лояльная к ним, и тиражи газет резко возросли.

В конце Гражданской войны в Англии Оливер Кромвель (руководитель Английской революции) попытался ограничить распространение политических новостей. Накануне казни Карла I Кромвель хотел уничтожить все листовки, но его попытки не увенчались успехом, и газетные заголовки в драматической манере объявили об обезглавливании короля. Однако, когда монархия была в конечном итоге восстановлена, контроль над прессой был вновь введен, и государственная цензура резко сократила количество политических новостей. Но это не совсем сработало, так как общественность уже привыкла к вкусу свободной прессы. Это дало возможность газетам утвердиться в статусе прибыльных предприятий.

В конце XVII века убийства и казни были популярными темами новостей. С тех пор, кажется, ничего особенно не изменилось.

Еще газетчики любили писать о ведьмах с заголовками вроде «Краткое повествование о странной и прекрасной старухе, у которой есть пара рогов на голове».

Чуть позже, в 1702 году, появляется первая регулярная газета «Ежедневные куранты».

Естественно, через некоторое время происходит и рождение профессии журналиста. Газеты в основном использовали репортеров в качестве сборщиков новостей, чтобы те охотились за событиями и сообщали о том, что могло бы привлечь внимание читателей и повышало бы тираж. Само слово «журналист» пришло в употребление в 1693 году, чтобы обозначать тех, кто писал о ежедневных событиях для публичной прессы.

Даниель Дефо стал первым в мире журналистом. Свой первый обзор событий он опубликовал в 1704 году.

Первых широкопрофильных журналистов не очень-то жаловала публика. Сегодня к ним, конечно, тоже нет особенно горячих чувств. А в те времена их называли «бегунами». И это была правда. Они бежали из здания суда или с площади, где недавно кого-то повесили, чтобы написать свои заметки с настоящими признаниями от преступников. Вернее, они рифмовали эти признания, писали их в стиле баллады.

Смелые действия одного англичанина – радикального журналиста, владельца газеты и парламентария Джона Уилкса – навсегда закрепили понятие «свободная пресса».

Кстати, отвлекусь и скажу, что авторы издания «Медиа и журналистика», на основе которого построены эти лекции, сравнивают Уилкса с современным журналистом Джулианом Ассанжем, который показал, что журналистика в стиле «крестового похода» все еще может жить. Ассанж, публикуя секретные материалы и правительственные документы, следует традициям Уилкса.

Так вот, о свободной прессе. В 1771 году Уилкс при поддержке нескольких лондонских издателей оспаривал закон, запрещающий публичный отчет о парламентских дебатах и выс-



туплениях. До этого времени парламентские разбирательства держались в секрете, потому что власти утверждали, что такая информация слишком конфиденциальная и стратегическая, чтобы сообщать ее гражданам. Утверждалось, что могут возникнуть беспорядки и даже восстания, если дать этим публикациям ход. Своими действиями по оспариванию права на публикацию такой информации Уилкс (как и Ассанж) навлек на себя гнев могущественной элиты и (как Ассанж) оказался в тюрьме.

Уилкс основал газету «North Briton» – «Северный британец» и в качестве члена парламента использовал ее для критики короля Георга III, а также премьер-министра, графа Бьюта, который был поддержан королем и которого Уилкс считал некомпетентным. Через год существования газеты, после того, как он опубликовал очередную статью, критикующую правительство и монарха, Уилкс был обвинен в крамольной клевете и заключен в тюрьму в лондонском Тауэре. Однако при поддержке влиятельных друзей и защитников он был признан невиновным.

Уилкс продолжал писать свои острые материалы о правительстве и короне. В какой-то момент один из правительственных сторонников вызвал его на дуэль. Кстати, говорят, что этот самый сторонник предварительно несколько месяцев брал уроки стрельбы. Собственно, Уилкса ранили в живот, но его жизнь была спасена. Однако после этого ему пришлось бежать во Францию.

Пока он отсутствовал, его, конечно, исключили из парламента. Когда Уилкс в конце концов вернулся в Англию, его снова арестовали и отправили в тюрьму. Но возмущение его лондонских сторонников было таково, что толпы собирались у стен тюрьмы, чтобы выразить протест против его заключения. В один момент, когда собралось более 15000 человек и они скандировали лозунги, требующие свободы Уилкса, войска открыли огонь по толпе, в результате семеро из протестующих были убиты. Этот протест стал известен как «резня на площади Святого Георгия». Несмотря на трагедию, это повысило популярность Уилкса в городе, и он был избран членом городского правления.

И после этого его снова арестовывали, снова отпускали, потом снова сажали в тюрьму. Но он продолжал влиять на дела местного правительства и активно участвовал в кампании за свободу прессы. Он бросал вызов правительству, сообщая о парламентских дебатах в своей газете и утверждая, что парламентарии не являются представителями народа, если люди не знают о том, что происходит в парламенте. Правительство было возмущено и заявило, что действия Уилкса и нескольких других издателей были нарушением парламентских привилегий. Снова планировались аресты. Но общественность не молчала и вставала на защиту, выходила на улицы. Правительство же, помня о резне на площади Святого Георгия, в какой-то момент отказалось от попыток предотвратить публикацию отчетов парламентских дебатов. Уилкс выиграл. Именно в те дни родилась свобода прессы.

Судебные и парламентские репортеры были первыми журналистами в том представлении, которое мы имеем об этой профессии сегодня. Во время заседаний они вели запись всего сказанного. Они стенографировали – быстро записывали знаками устную речь. Этот вид письма называют «Shorthand» – это система быстрого рукописного фиксирования с помощью сокращений слов. Писатели в Древней Греции, Египте, Шумере и Риме использовали сокращенные системы для записи важных прокламаций своих правителей и религиозных лидеров.

Но эта система, конечно, не была новым изобретением. В эпоху Возрождения сложилось много разных систем стенографии. Первый известный алфавит стенографии был опубликован в Лондоне в 1602 году. Еще через сто лет, в 1707 году, Томас Гурни разработал систему сокращений, которая позже была заимствована Чарльзом Диккенсом во время его карьеры в качестве парламентского и судебного репортера.

Ведение стенографии в залах судов и парламента дало возможность журналистам стать главными информационными брокерами того времени. Во-первых, это было похоже на ведение прямых трансляций, предоставляя каждому читателю чувство личного участия в судебном или парламентском процессе. Во-вторых, формат парламентских отчетов был преобразован из кратких резюме в длинные подробные тексты. Все это принесло большой авторитет этим новостным текстам, да и самим журналистам.

К середине XIX века грамотность населения значительно выросла, что обеспечило готовую аудиторию для популярной прессы. К тому же происходил некоторый технический прогресс,



который также способствовал росту газетной индустрии. Рост сетей железных дорог оказал огромное влияние на распространение газет по всему миру. Начали появляться национальные издания с тиражами в 100000 экземпляров в неделю.

В написании статей использовался принцип телеграфа или перевернутой пирамиды. То есть по телеграфу всегда сначала сообщали только самое главное – кто, что, где, когда, почему и как – чтобы не потерять важную информацию из-за обрыва связи. Такой стиль написания новостей – перевернутая пирамида – размещал важные факты в верхней части истории. Он оставался доминирующим стилем более 100 лет. Однако в последнее время, с появлением интернета, новых медиа и с распространением легких новостей, правила подачи новости изменились. Каким образом? Об этом мы будем говорить в наших следующих лекциях.

А пока вернемся к развитию газетной промышленности в XIX веке. Тогда мир увидел американское изобретение Ричарда Хоу – ротационный печатный станок, который многократно ускорял процесс печати. Бумага в него подавалась с намотанного рулона, а не в листах, что позволяло получать до 12000 оттисков в час.

– Появление телеграфа в 1844 году изменило содержание газет, поскольку репортажи могли быть переданы в редакции в течение нескольких минут.

– Была разработана система продаж газет. Они начали распространяться в локальных магазинах и газетных киосках.

Альфреду Хармсворту, он же лорд Нортклифф, приписывают изобретение таблоидной газеты в начале XX века. Но мы помним, что скандалы, преступления и спортивные сводки стали популярными темами в газетах в первой половине XIX века, еще задолго до того, как Нортклифф вышел на сцену.

Но он пересмотрел макет газет, ввел иллюстрации и сделал новости более захватывающими, используя громкие заголовки. Он также упростил стиль написания новостных сообщений, чтобы сделать их более понятными для рабочего класса. Вдохновленный успехами, он запустил «Daily Mail» – восьмистраничную газету с заголовками в виде баннеров на всю страницу. Это была также первая газета, которая включала женский раздел. Позже он основал «Daily Mirror», потом купил «Times», превратив ее в современную газету. Нортклифф оказал значительное влияние на прессу тем, что оттеснил ее от традиционной информативной роли, используя в качестве публикуемого материала скандалы и подробности из жизни знаменитостей того времени. Его по-прежнему считают одним из самых успешных издателей в истории британской прессы.

Вообще, время между 1890 и 1920 годами считают «золотым веком» газет в Англии. Это было время появления первых медиа-баронов – это лорды Нортклифф и Ротермир, а также бароны Ридель, Бивербрук и Дальзиэль. Эти могущественные газетные лорды сформировали отношение правительств к прессе и повлияли на основные решения в Первой и Второй мировых войнах. Наряду со своими американскими коллегами (Уильямом Рэндольфом Херстом и Джозефом Пулитцером) они построили огромные издательские империи.

Развитие технологий в 1880-х годах привело к появлению первых фотографий – в виде литографических иллюстраций в периодических изданиях. Именно использование полутона в процессе публикации фото позволило публиковать изображения напрямую, а не через гравюры.

Но, конечно, наибольшим успехом в прессе было появление цифровой камеры в конце XX века. Хотя эта технология на сегодняшний день не изменила ни внешний вид, ни формат газет, но она создала новые этические дилеммы в фотографических манипуляциях.

Когда радиовещание вышло на медиа-сцену в 1920-е годы, газеты были вынуждены переосмыслить свою роль как основного поставщика информации в обществе. Как появление интернета и новых медиатехнологий сегодня, в то время развитие радио стало недорогим альтернативным источником новостей.

Это вызвало опасения, что радио обойдет газетную индустрию. Чтобы ответить на этот новый вызов и увеличить привлекательность газет, редакторы обновили формат и содержание изданий. Публикуемые материалы стали более содержательными – с длинными сюжетами и иллюстрированными дополнениями.

Но с появлением телевидения, после Второй мировой войны, им снова пришлось переосмыслиться. В Америке в период с 1940 по 1990 год циркуляция газет сокращалась. Но несмотря на этот резкий спад, вездесущность телевидения не снизила популярность газет.





Наоборот, достижения в области технологий печати в конце XX века позволили газетам внедрить цветную печать и изображения с высоким разрешением. Появился развлекательный контент – на темы lifestyle, путешествий, финансов, образования, шоу-бизнеса и книжных обзоров.

Но самой большой революцией в полиграфической промышленности стало появление компьютерных технологий в 1970-х годах. Введение первого роторного принтера сигнализировало о конце эры механического печатного станка, который был разработан из винтового штампа Гуттенберга еще 500 лет назад. Принтер с матовой матрицей вскоре был заменен принтером с матричной печатью, который был быстрее и мог печатать графику и разные шрифты. К концу 1980-х годов струйный принтер обогнал по популярности матричный принтер, а затем появился лазер, а следом и термоперенос. Непосредственным влиянием этих изменений, конечно, явилось значительное сокращение персонала в индустрии.

Сейчас интернет меняет традиционные новостные форматы. Медиакомпании применяют разные варианты монетизации. К примеру, агентство «Associated Press» начало сотрудничество с более чем двадцатью четырьмя новостными компаниями для лицензирования новостного контента и сбора роялти от агрегаторов. Новостные компании теперь создают свои собственные сети продаж рекламных объявлений, чтобы исключить третьи стороны, а также они перешли к цифровому маркетингу и консалтингу.

Некоторые американские новостные организации – такие, как «Financial Times» и «Boston Globe» – отказываются от «приложений», контролируемых Apple и Google, создавая собственные мобильные страницы. Газеты теперь предлагают цифровые инновации. Еженедельные традиционные издания начинают реорганизовывать свое печатное производство. Газеты отказываются от широкоформатной печати, становятся более компактными. Их содержание продолжает меняться – из-за стремления привлечь внимание читателей на первый план выходят более легкие темы. Развлекательный контент печатается не на отдельных полосах, а размещается рядом с серьезными новостями. Сегодня рассказы о войне публикуются на первой полосе рядом с историями о последних выходах Линдси Лохан, обзорами из Top Gear и новостями о звездных бракосочетаниях.

За последние несколько лет в разы выросло потребление медиа через мобильные устройства. В Америке в 2011 году более четверти населения (27 процентов) получали доступ к новостям с мобильных устройств, а в 2014 году уже 56 процентов взрослых американцев использовали смартфон для чтения новостей. В 2017 году взрослый американец тратил на цифровые медиа около шести часов в день и из них в течение трех часов он получал информацию через смартфон.

В цифровом пространстве профессиональные журналисты занялись практикой общения со своей аудиторией в режиме реального времени через эти же мобильные устройства. Twitter и другие сайты в виде микро-блогов предоставили новые платформы для совместной модели производства новостей.

Есть опасения, что цифровизация может грозить качеству серьезной журналистики, тем более что бизнес-модель для медиа в эпоху цифровых технологий остается сложной. Но одно можно сказать наверняка: легкость доступа к новостям через современные устройства 24 часа в сутки – это все-таки благо. Сегодня новости потребляет больше людей, чем в любое другое время в истории. Цифровой контент может жить вечно, он может быть перепрофилирован и переупакован позже.

Способность цифрового мира публиковать последние новости почти мгновенно, позволяя и вчерашним новостям оставаться активными и интерактивными, а также предлагать совместный опыт для аудитории и журналистов, обещает захватывающее будущее для журналистики.