



История журналистики: от реляций до лендингов

Эволюция журналистики удивительна. На протяжении нескольких веков, и особенно века последнего, цепочка «источник – потребитель информации» изменилась кардинально. Странно осознавать, что когда-то новости выкрикивались в Москве на Ивановской площади, разносились бродячими музыкантами (как в Германии) или активно обсуждались в кофейнях (пример Англии).

Сложно представить, что было время, когда новости распространялись со скоростью передвижения самих людей. До отдаленных территорий они могли доходить за недели, месяцы, а то и годы.

Первые журналы и газеты – в их традиционном понимании, хоть и несколько иного, нежели сегодня, формата, появились во второй половине XVII в. Их отличала от другой печатной продукции (в частности, книг) связь со временем – определенная периодичность выхода.

Профессиональный праздник – День российской печати – отмечают 13 января. Именно в этот день в 1703 г. в Москве из-под печатного станка вышел первый номер российской газеты «Ведомости о военных и иных делах, достойных знания и памяти, случившихся в Московском Государстве и во иных окрестных странах».

«Ведомости», которые делались при личном участии Петра I, были изданием крайне непостоянным. Поначалу они не имели ни четкого формата, ни определенного тиража и цены, ни строгой периодичности выпуска, ни даже единого названия. Газета называлась по-разному: «Ведомости Московского государства», «Российские ведомости», «Реляции» и «Эссенция из французских печатных газетов». Объем газеты в разное время составлял от 2 до 22 страниц, тираж – от 500 до 4000 экземпляров.

Основной жанр, в котором работали первые российские журналисты, – реляция (донесение о происшествиях во время войны). Таким образом, в первой российской газете публиковались лаконичные сообщения из различных мест, частично позаимствованные из зарубежных изданий.



Празднование 250-летия основания Симбирска. «Симбирские губернские ведомости». 03.10.1898

Симбирские «прибавления»

В Симбирске первая газета появилась уже после того, как отечественная журналистика пережила свое «детство». В XVIII – начале XIX вв. она развивалась как «персональный журнализм», когда основатель и руководитель издания был главным, а порой и единственным автором, занимавшимся, ко всему прочему, еще и типографским делом и распространением. Но все изменила технологическая революция. Печатные станки стали более совершенными, типографии – более мощными и быстрыми. Для передачи информации начали использовать телеграф, для доставки газет и журналов – железные дороги.

Все это привело к качественному и количественному скачку. Периодические издания стали важнейшей частью общественно-политической, экономической, культурной жизни общества того времени.

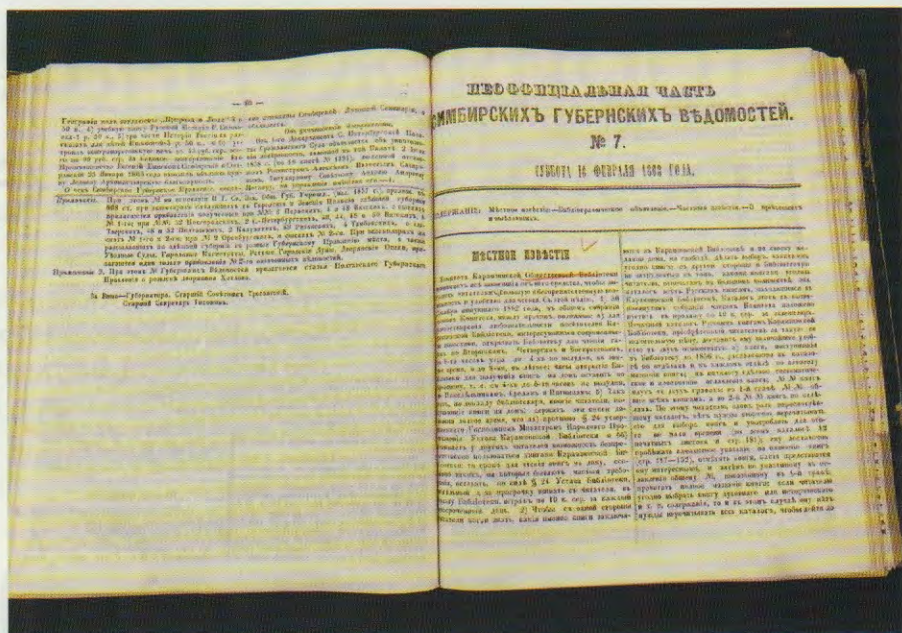
Первый выпуск газеты «Симбирские губернские ведомости», давший начало истории журналистики в нашем крае, вышел 1 января 1838 г.

Изначально газета выходила еженедельно, затем – три и впоследствии два раза в неделю. Издание состояло из двух частей: официальной и «прибавлений». В первой, как следует из названия, публиковали документы: указы, циркуляры, распоряжения правительства страны и местной администрации. «Прибавления» же состояли из «общепользных сведений», частных объявлений, а также статей об истории и экономике Симбирской губернии и соседних регионов.

Один из редакторов неофициальной части газеты, Дмитрий Горчаков, писал, что «Губернские Ведомости должны служить, так сказать, складочным местом всех материалов для изучения как прошедшего, так и настоящего той местности, в которой они издаются».

Так и вышло. По подшивкам газеты можно изучать историю нашего края. «Ведомости» сохранили важные данные. Например, об истории одного из ведущих культурных учреждений Симбирска-Ульяновска – Карамзинской библиотеки. Из газеты можно узнать, что работала она три раза в неделю, принимала всех желающих – главное, чтобы они были «в приличном одеянии», пополнялась в том числе благодаря проведению благотворительных спектаклей.

В 1862 г. «Симбирские губернские



Неофициальная часть газеты «Симбирские губернские ведомости»

ведомости» печатали систематический каталог – после пожара 1864 г., который уничтожил и библиотечные книги, он стал уникальным документом.

После того как редактором газеты стал брат писателя Ивана Гончарова, Николай Александрович, «прибавления» стали еще более интересными. В них публиковались новости от Императорской академии наук, развивающую и познавательную информацию, а также, как сказали бы сегодня, эксклюзив. К примеру, в 1859 г. в восьми номерах «Симбирских губернских ведомостей» был опубликован очерк «Сингапур» из книги Гончарова «Фрегат «Паллада».

Еще одно издание – «Симбирская земская газета», официальное издание земской управы, ставило целью «подробное изучение физиономии местности». Информацию из него можно было узнать серьезную, от действий правительства и земских дел до отчетов о пожертвованиях и городской хроники. А также прочитать «письма в редакцию» – от представителей разных слоев населения Симбирской губернии. Это, как справедливо полагали издатели, повышало доверие читателей к газете.

В начале XX в. популярностью в Симбирске, как и в других российских городах, пользовались так называемые общественные газеты. Например, «Волжские Вести», выходившие с 1907 по 1916 гг. – «политическая, общественная и литературная газета». Такие издания по структуре напоминают классические СМИ: на первых полосах

– официоз (рубрики «Государственная Дума», «Телеграммы» и прочее), далее – местная, губернская и городская хроника, социальные новости. Ближе к концу – новости культуры, афиша, фельетоны и прочие развлекательные материалы, стихи и рассказы. Многие публикации были подписаны псевдонимами, например Угрюмый или Незнакомец.

Все больше газетных площадей занимает реклама. О, какие тогда были объявления – не под стать нынешним стандартным макетам! «Иллюстрированный Преис-Курант хозяйственных принадлежностей эмалированной посуды», «Обои и деревянные шторы», «Дивные работы машины XX века компании Зингеръ», «Товарищество парфюмерной фабрики»...

Были в Симбирске и попытки издавать частные газеты. Первую из них, «Волжский вестник», выпустил титулярный советник Василий Васильевич Черников, известный чиновник, издатель, музыкант и журналист. Именно он владел первой в губернии частной типографией (сейчас это музей, расположенный по адресу: улица Ленина, 73. – Прим. авт.). Подробнее о типографии Василия Черникова – на с. 20.

Родина таблоида

В симбирских газетах, как и в целом в российских и европейских изданиях, в начале XX в. была популярна публицистика: колонки, статьи, где авторы ярко обозначали собственное мнение.



К слову, в США тогда стал очень популярным репортаж. Европейцы его не воспринимали. Обезличенный, точно воспроизводящий факты и лишенный художественных красот в американском «телеграфном» стиле, репортаж тогда называли «убийством журналистики». У нас же он стал обязательной составляющей передовиц уже в советское время. Правда, об «обезличенности» речи, конечно, не шло: журналисты имели строгое ТЗ, как, о чем и в каком тоне писать.

Еще позже появился жанр интервью, который сегодня снова благодаря YouTube переживает пик популярности. В XIX в. журналисты работали совершенно иначе: они беседовали с экспертами, брали у них нужную информацию, но редко ссылались на ее источник, ограничиваясь передачей сути бесед.

Популярность интервью изменила статус журналистов: их начали узнавать. Ранее сотрудник редакции был обезличенным – по сути, частью газеты. А теперь интерес начали вызывать не только те, кто отвечал на вопросы, но и те, кто их задавал.

Еще одна ступенька эволюции СМИ (которую многие, впрочем, считают деградацией) – появление «желтых» изданий. В конце XIX в. в мире было две разновидности журналистики: массовая (для широкого читателя и низов общества) и качественная (для состоятельных, правящих кругов, интеллигенции). Так называемая бульварная пресса появилась как дань коммерческой выгоде. Стоили такие издания копейки, а потому были доступны, распространялись огромными тиражами. «Желтым», по одной из версий, их начали называть за цвет бумаги, на которой печатались дешевые газеты.

По другой версии, это название связано с разбирательством между газетами New York World и New York Journal American из-за комикса «Желтый мальш» (Yellow Kid) в 1896 г. Своим цветом Мальш был обязан китайско-японской войне 1895 г.

Именно тогда появился совершенно другой вид журналистов: беспринципный, готовых нажиться на любом скандале и сенсации, пользующихся пером в буквальном смысле как ключом к денежному сейфу.

До России, и в частности Ульяновска, «желтизна» дошла спустя век после того, как вышел первый «Желтый мальш». Арам Габрелянов, попавший на родину Ленина по распределению,

после окончания факультета журналистики МГУ, стал редактором местной газеты «Слово молодежи» (бывшего «Ульяновского комсомольца»). В начале 90-х он смог увеличить тираж до 210 тысяч экземпляров, приватизировал и сменил название на «старое-доброе» – «Симбирские губернские ведомости». Круг замкнулся: спустя полтора века новое издание, получившее имя первой симбирской газеты, дало начало медиахолдингу, который выпускал самые известные в стране таблоиды. И задал новый тренд: мерилom успешности любого СМИ стали инсайды, эксклюзив, который будет цитироваться и тиражироваться.

Проще и короче

Как и в конце XIX в., судьбу современной журналистики тоже определяют новейшие технологии. Еще недавно новости обсуждали даже не днями – неделями. Сейчас новости, скорее, однопевки. Более того, издания, которые хотят быть в тренде, должны совершить путешествие в будущее: написать о том, что только произойдет.

Революционным для СМИ стало развитие Интернета и соцсетей. Раньше между читателями и журналистами была граница – бумажный лист. Сейчас автором может стать каждый – например, в своем блоге или на сайте «народных новостей» «ЛайфКорр».

Сегодня СМИ частенько используют сообщения блогеров вместо собственных запаздывающих репортажей. На первое место вышла скорость и разнообразие информации, которые стали важнее отточенности языка, ясности смысла, глубины проработки темы.

У газет стало больше конкурентов, чем раньше, потому что к ним добавились социальные сети. Только один пример: официальное издание «Ульяновская правда» (отметившее, к слову, недавно свое 100-летие) все глубже уходит в Интернет и соцсети. Чтобы не потерять самого активного – молодого – читателя, СМИ становится все менее официозным, охватывает темы, которые в серьезном издании еще несколько лет назад были просто невозможны.

Девиз современной журналистики – чем проще и короче, тем лучше. Начинающие журналисты, конечно же, учатся на работах маститых коллег, но все чаще говорят о модном (благодаря книге Максима Ильяхова и Людмилы Сарычевой «Пиши, сокращай»). – Прим. авт.) информационном стиле.

Еще недавно это было чем-то фантастическим, но новости ушли в мессенджер. Все активнее развиваются телеграм-каналы, где нет оперативной обратной связи, как в интернет-СМИ. А потому по ощущениям это аналог газеты, где ты прочитал статью, но высказывать свое мнение будешь где-то на другой площадке – соседу, супругу, в блоге или, в крайнем случае, в личном сообщении автору канала.

И пик медиаэволюции на сегодняшний день: появились СМИ, в которых новостям не нужна ни бумага, ни даже сайт. Например, проект MASH. Он состоит из лендинга – одной страницы, где опубликованы ссылки на соцсети и канал в «Телеграме», где можно прочитать новости.

Хорошо это или плохо? Приживется ли? Покажет время.

Эксперты дают массу прогнозов относительно дальнейшей судьбы СМИ. Например, что в будущем журналисты должны будут победить блогеров глубиной раскрытия темы. Ведь профессионалы должны уметь не просто красиво складывать слова в предложения, а «создавать смысл».

По другим прогнозам, пресса, в ее традиционном понимании, умрет к концу 2030 г. Исключительно по демографическим причинам – с уходом последнего газетного поколения. Это нынешние 30-летние, которые родились в год Московской Олимпиады и еще помнят традицию подписки на СМИ.

Следующее поколение, родившееся в 90-м, уже имело домашний Интернет. Недавнее исследование в московских вузах показало любопытную вещь: более половины студентов на вопрос «Что такое подписка?» ответили: «Это подписка о невыезде». У них уже нет не только бытового навыка, но даже и лексического представления о подписке на газеты.

Возможно, редкие бумажные газеты и журналы все-таки останутся – как дорогое удовольствие, объект винтажной моды, престижного потребления, чем-то вроде сигар. Что будет взамен? Возможно, нейронные сети, вживленные в мозг и способные принимать информацию сразу, напрямую. Или чтение новостей во сне.

А возможно, будущие поколения вовсе откажутся от информирования, чтобы не засорять мозг ненужной информацией, которая так когда-то ценилась и тяжело добывалась их предками.

Виктория Чернышева