

УДК 82.0  
ББК 76.01

**Е.В.Ахмадулин**

**«ЖУРНАЛИСТИКА»:  
К ВОПРОСУ  
О САМООПРЕДЕЛЕНИИ**

Статья посвящена обоснованию теоретического определения термина «журналистика» в условиях информационного общества. Утверждается, что теория такого феномена, как «журналистика», отстает даже от системной фиксации ее бурного развития и подлинной значимости в жизни социума. Приводя исторические дефиниции самоопределения термина «журналистика», детерминированные социальными условиями и технико-технологическими факторами, автор устанавливает рамки объема понятия в сфере актуальной и социально значимой информационно-аналитической публицистики, распространяемой с помощью периодических изданий и специальных программ электронных каналов, тесно связанных с этой формой деятельности.

**Ключевые слова:** *система журналистики, информационно-коммуникативные отношения, масс-медиа, носители информации, социальные факторы, системный подход, понятие «журналистика», типы массовой коммуникации.*

**Ахмадулин Евгений Валерьевич** — докт. филол. наук, профессор, зав. кафедрой теории журналистики Южного федерального университета, член-корреспондент Петровской академии наук и искусств (г. С.-Петербург)  
Тел.: 8 (863) 264-16-38  
E-mail: ahmadulin@mail.ru

© Ахмадулин Е.В., 2011 г.

Мировая журналистика, будучи порождением политики, идей, экономики, культуры, образования, техники и технологий, использовавших информационно-коммуникативный феномен, перешагнула свое четырехсотлетие. Однако категориально-понятийный аппарат теории журналистики до сих пор имеет множество толкований и различий.

«Журналистика» как научное понятие не имеет четкого, однозначного определения. Очевидно, что теория такого феномена, как «журналистика», отстает даже от системной фиксации ее бурного развития и подлинной значимости в жизни социума. У нас есть «Введение в теорию журналистики» [Прохоров], «Основы теории журналистики» [Ахмадулин], но нет самой теории, куда мы «вводим» или из чего выбираем «основы». Тем не менее, теоретические суждения о журналистике, так или иначе, вырабатывали ее определения. Многие из них закреплены в словарях и энциклопедиях.

В словаре В. Даля зафиксировано еще старое понятие «журнала» — «дневник, поденная записка». Вспомним, что первое печатное газетное издание в России, вышедшее 27 декабря 1702 г. по инициативе и при непосредственном участии Петра I, так и называлось: **«Юрнар или паденная роспись**, что в мимошедшую осаду под крепостью Нотебурхом чинилось с 26-го числа в 1702 году» (выделено мной. — Е.А.). «Журналист», по Далю, трактуется двояко: 1. «чиновник присутственного места, ведущий журналы» (протоколы) и

2. «издатель, редактор повременного издания». А понятию «журналистика» дается однозначное определение – «журнальная, срочная словесность» [Даль, т. 1, с. 548]. При этом под словом «срочный» понималось «ко сроку относящееся» – «чему определен срок» (время выхода периодического издания), а под «словесностью» – «общность словесных произведений народа, письменность, литература» [Даль, т. 4, с. 222]. Во времена В. Даля журналистика была в основном литературной, а сама литература и ее авторы группировались вокруг журналов определенного направления, выражая через «содержательную направленность» свое отношение к общественным проблемам.

В энциклопедическом словаре Ф. Брокгауза и И. Ефрона (1907 г.) «журналист» уже «писатель, сотрудник периодической печати», а «журналистика» – «совокупность всех общих политических и литературных журналов и газет в стране» [Брокгауз, Ефрон, с. 226].

Итак, в 80-е гг. XIX в. журналистика – это род деятельности («журнальная, срочная словесность»), а в начале XX в. журналистика уже представляется как социальный институт, состоящий из системы периодических изданий, типологически ограниченной общественно-политическими и литературными журналами и газетами. И это было правильно, ибо журналистика как социальный феномен была неразрывно связана с системой периодики.

Собственно эти разновидности формулировок журналистики зафиксированы и в современной словарной лексике. В академическом словаре русского языка «журналистика – 1. Литературно-публицистическая деятельность в журналах, газетах, на радио, телевидении; 2. Периодические издания в целом» [Словарь..., с. 489]. Как видим, второе толкование журналистики еще не включает в себя электронные средства – радио и телевидение. Но они существуют, и в партийных документах советского периода фигурируют как средства массовой информации и пропаганды (СМИП). «Советский энциклопедический словарь» фиксирует это следующим образом: «Журналистика, общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, телевидение, кино и др.); одна из форм ведения массовой пропаганды и агитации. Термином «Ж.» обозначается также продукция журналистской деятельности – произ<ведения>, из которых составляются номера газет и журналов, программы радио и телевидения и т.д. В классовом антагонистическом об<щест>ве Ж. выступает проводником политики и идеологии различных социальных сил» [Советский энциклопедический..., с. 447]. Такое толкование термина (но не научного понятия) вполне удовлетворительно для советской журналистики, когда СМИП находились непосредственно в сфере этого социального института, управляемого и контролируемого КПСС.

На рубеже XX и XXI вв. ситуация резко изменилась. Качественные глобальные изменения связаны с внедрением новых информационных технологий, развитием систем связи, электронных СМК, компьютери-

зацией, созданием Интернета и других информационных супермагистралей.

В связи с процессами глобализации СМК в информационном пространстве, технического и технологического переоснащения производства и доставки информации в любую точку планеты, значительно видоизменяются и сама журналистика как система, и ее роль, задачи, функции в общественно-политической, социально-экономической, культурно-нравственной среде и в мировой цивилизации в целом.

Однако определения журналистики по-прежнему сосредоточены (вернее рассредоточены) в нескольких направлениях: во-первых, через деятельность журналиста по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации посредством СМИ; во-вторых, в-третьих и т.д., — через характеристику отдельных элементов системы: социальные институты, каналы передачи массовой информации, систему предприятий и средств сбора и доставки информации, продукцию журналистской деятельности и т.п. (см.: [Прохоров; Корконосенко]).

Именно поэтому возникает терминологическая путаница. Например, Е.П. Прохоров в качестве синонимов понятия «журналистика» допускает использование таких словосочетаний, как «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации и пропаганды», «mass media» (масс-медиа), «средства массового общения» и др. С.Г. Корконосенко утверждает, что объемы этих понятий не совпадают с понятием «журналистика». Действительно, в Законе РФ «О средствах массовой информации» под СМИ понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма распространения массовой информации. Другими словами, речь идет не о системе журналистики в целом, а лишь об одном ее элементе — каналах массовой информации или ее носителях.

В современных американских и европейских справочниках СМК, СМИ, mass media трактуются как различные средства доставки массовой информации аудитории: газеты, журналы, книги, кино, радио, телевидение, Интернет и др. Однако термин Media и на Западе, и в России все больше отождествляется с журналистикой, и так же как и сама журналистика, имеет множество определений. Например, в западных теоретических исследованиях эти определения в собранном виде выглядят так: «медиа являются конгломератом структур частного бизнеса; это особый вид социальной деятельности; главная задача медиа — осуществлять своего рода представительство тех или иных точек зрения, взглядов, позиций; СМИ — это продукт соответствующих правовых регламентаций, включая регламентации и в отношении их экономической деятельности; медиа — это социальный институт, выполняющий важные общественные задачи, но это также, если угодно, некое средство распространения рекламы; СМИ суть коллективное сознание читателей, слушателей, зрителей» [Бригз, Колби, с. 2].

Расширяя семантический диапазон термина «журналистика», мы удаляемся от научного понятия самого феномена журналистики.

По каналам так называемых СМИ давно и полным ходом осуществляются рекламные, PR-овские, культурные, масскультурные, попкультурные, эротические и прочие коммуникации, ничего общего не имеющие с журналистикой. Очень ярко и точно охарактеризовал подобные телевизионные программы английский писатель Стивен Фрай устами своего героя профессора Дональда Трефузиса:

«Эта программа подвергала насилию все каноны порядочности, благоприличия, кротости, воспитанности, вкуса, гуманности и достоинства... Над всеми ними совершалось насилие столь варварское, столь готескное, столь подлое, что я его даже обрисовать не берусь. То была оргия вульгарности, низости и невежества...» [Фрай, с. 16].

Поэтому определять журналистику через СМИ, значит брать на себя ответственность за душещипательные и «ментовские» сериалы, «Дом-2» и другие программы.

Самоопределение журналистики находится в сфере актуальной и социально значимой информационно-аналитической публицистики, распространяемой с помощью периодических изданий и специальных программ электронных каналов, тесно связанных с этой формой деятельности.

При этом журналистика является сложной многокомпонентной и многофункциональной системой, органически входящей в социальную систему общества в целом. Она представляет множество взаимосвязанных элементов, образующих определенную целостность и это целостное образование приобретает новые качественные характеристики, не сохраняющиеся в образующих его компонентах.

Таким образом, феномен журналистики представляет собой сложную социальную систему, предназначенную для поиска, обработки и распространения в публицистических текстах актуальной социальной информации с помощью специализированных коммуникативных каналов (печать, радио, телевидение, интернет и др.) неопределенной массовой аудитории с целью информирования ее, социального адаптирования, а также отражения и формирования общественного мнения.

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, который в большей мере, чем все остальные факторы, «космополитичен» и выходит за рамки любой национальной системы журналистики. Поэтому тип каждой национальной системы журналистики обуславливается социально-политической организацией общества, общественными интересами, культурно-образовательными и технико-экономическими системоформирующими факторами.

**Литература**

- Ахмадулин Е.В.* Основы теории журналистики. Ростов н/Д., 2009.
- Бригз А., Колби П.* Что нужно знать, прежде чем работать с этой книгой // Медиа. Введение / под ред. А. Бригза, П. Колби : пер. с англ.; 2-е изд. М., 2005.
- Брокгауз Ф., Ефрон И.* Энциклопедический словарь. Современная версия. М., 2004.
- Даль В.* Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. М., 1956.
- Корконосенко С.Г.* Основы журналистики. М., 2001.
- Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. М., 2000.
- Словарь русского языка / гл. ред. А.П. Евгеньева : в 4 т. Т. 1. М., 1985.
- Советский энциклопедический словарь. М., 1981.
- Фрай С.* Пресс-папье. Норфолк, 1992.