

УДК 070  
ББК 76.01

*Л.П. Громова*

**ПРОБЛЕМЫ  
СОВРЕМЕННОЙ  
ЖУРНАЛИСТИКИ  
В КОНТЕКСТЕ  
ИСТОРИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

---

В статье в историческом аспекте рассматривается ответственность отечественной журналистики перед обществом, обращается внимание на мобилизационную роль журналистики в современное время.

**Ключевые слова:** *исторический опыт, трансформационные процессы, этическая платформа.*

---

**Громова Людмила Петровна** – докт. филол. наук, профессор, зав. кафедрой истории журналистики, декан факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета

E-mail: gromova\_spb@mail.ru

© Громова Л.П., 2013.

Многие проблемы современной журналистики, активно обсуждающиеся на научных конференциях, профессиональных форумах, в блогосфере, неизбежно обращают исследователей к историческому знанию, объясняющему закономерности современных процессов и помогающему выработать модели будущего развития. К сожалению, история журналистики рассматривается, по преимуществу, лишь как хранилище профессионального опыта – полезного, поучительного, но малоприменимого в современной медиаиндустрии. Однако журналистика всегда являлась культурной и социальной ценностью, лабораторией выработки идей, экономическим институтом и технологической мастерской. В своём развитии, изменяясь и обретая новые черты и формы, она традиционно опирается на прочный исторический фундамент, ресурсы и возможности которого ещё не до конца познаны и исчерпаны. Если же исторический опыт игнорируется (по незнанию, необразованности или нигилизму), мы видим снижение норм (этических, эстетических, правовых и др.), профессиональную беспомощность и социальную безответственность СМИ. Эти явления, как правило, связаны с духовным кризисом в обществе, когда спрос и предложение во взаимоотношениях журналистики с обществом приобретают исключительно рыночный смысл.

Существование журналистики в современном быстро меняющемся глобальном информационном пространстве определяется новыми условиями её бытования

в социально-экономической, политической и культурной сферах. Трансформации подвергается не только материально-технологическая сторона деятельности журналиста, но также приоритеты и ценности профессии. Поэтому вполне закономерно, что аксиология как новое направление в науке о журналистике привлекла в последние годы столь активное внимание исследователей.

В нашу технологическую эпоху всё более очевидной становится потребность в приоритете духовного как основы и фундамента, на котором необходимо строить жизнь общества. В этих условиях морально-нравственные категории в журналистской деятельности приобретают особый смысл и ценность. Они определяют репутацию журналиста, его понимание свободы слова, долга, ответственности перед обществом. Эти ценности особенно востребованы в периоды исторического и идеологического разлома. «Сила событий никак не в материальных условиях жизни, а в духовном настроении народа», – писал на склоне своей жизни Л.Н.Толстой [Толстой, с. 176].

Сегодня мы остро ощущаем неустойчивость и девальвацию морально-этических основ в медиапространстве. Не случайно эта тема всё чаще становится одной из ключевых при обсуждении проблем современной журналистики. На одном из научных форумов А.Н.Привалов, генеральный директор журнала «Эксперт», высказал мысль о том, что идеалом сферы медиа должна быть общая этическая платформа, так как из-за отсутствия консенсуса по ценностям утрачивается доверие к СМИ, поэтому необходим, как он выразился, «консенсус этического контента общества».

Однако проблемы, которыми озабочено современное медиасообщество, не новы. Они периодически возникали по мере развития журналистики с тех пор, как она стала зрелой профессией. Русская журналистика, развиваясь в русле европейской традиции, накопила уникальный опыт, отразивший как универсальные закономерности, так и национальные историко-культурные особенности. С момента своего возникновения в начале XVIII и до середины XIX в., она являлась частью литературного процесса и выполняла в обществе информационную, просветительскую, воспитательную роль. Ввиду отсутствия в России других институтов политической жизни журналистика уже к середине XIX в. превратилась в общественную трибуну, способную влиять не только на литературные, но и на политические мнения.

Со временем обособившись от литературы, российская журналистика становится самостоятельной отраслью, связанной с формированием не только эстетических вкусов, но и общественного мнения, сохраняя, однако, при этом черты своей литературной родословной, представленной лучшими образцами публицистики Ф.М.Достоевского, В.Г.Короленко, А.П.Чехова, Л.Н.Толстого и других русских публицистов, исповедовавших духовные ценности милосердия, добра, правды, справедливости, всегда составлявших суть национальной культуры и национального менталитета.

В русском человеке очень сильно чувство государственности и общинности, что обеспечивает устойчивость в системе национальных ценностей и является особым рода иммунитетом от разрушительной силы бездуховности и исторического беспамьяства. Это чувство помогло объединению страны в минуты опасности и великих свершений как в XIX так и в XX столетиях. Консолидирующая роль в этих испытаниях принадлежала отечественной журналистике, которая через публицистику пронесла традиционные ценности народа из поколения в поколение.

Поиски путей развития России, обсуждение готовящихся и проводимых реформ в XIX в. определяли содержательное наполнение изданий, отразивших все направления общественно-политической жизни России: демократическое, консервативное, либерально-западническое, славянофильское, почвенническое, дали толчок развитию политической прессы России. Особую роль в этом общем хоре сыграла оппозиционная печать русского зарубежья, представленная изданиями А.И.Герцена, П.В.Долгорукова и других русских эмигрантов, вступивших в полемику с представителями различных общественно-политических мнений в России. Однако, несмотря на разность во взглядах и позициях, все они были солидарны в деле освобождения крестьян от крепостничества, а слова – от цензуры.

Сегодняшняя журналистика, к сожалению, не способна к консолидации во имя решения главных задач общественного развития и укрепления российской государственности, в то время как пресса традиционно была «испытанным механизмом взаимодействия внутри общества, установления мира и согласия; разрушение этого механизма неминуемо вело к непредсказуемым последствиям» [Как спасти журналистику...].

История время от времени возвращает нам канувшие в лету явления и события как непознанные и непонятые уроки, как назидание и предостережение от исторического беспамьяства. Таким средством актуализации памяти являются исторические юбилеи. Недавно прошедшие юбилейные даты Л.Н. Толстого, Ф.М. Достоевского, Н.В. Гоголя, В.Г. Белинского, А.С. Суворина стали хорошим поводом для нового осмысления журналистского и публицистического наследия ушедших эпох, дали возможность, как говорил В.Г. Белинский, посмотреть на прошлое «глазами живой современности».

В этом ряду «негромко» прошедших юбилеев 200-летие А.И.Герцена (1812 – 1870) вызвало наиболее острые дискуссии в СМИ и на научных форумах, что было связано с актуальностью поднимаемых им в своё время проблем. Юбилей А.И. Герцена позволил, отрешившись от идеологически однозначных клише, внимательно вчитаться в его публицистику, попытаться осмыслить его оценки происходившего, услышать его предостережения. Проблемы, которые ставил и разрешал публицист, вернулись в современную «повестку дня» в новых социально-политических условиях. И вслед за публицистом мы вновь размышляем об ответственности выбора между революциями и реформами, о центра-

лизации власти и развитии самоуправления, о консолидации общества и конструктивном диалоге с властью.

Одной из болезненных и активно обсуждаемых сегодня проблем профессионального сообщества является взаимодействие медиабизнеса и журналистики. Современные исследователи отмечают несовместимость и антагонистичность отношений норм предпринимательства и журналистики (см., напр.: [Иваницкий, с. 342]).

Коммерциализация периодической печати ещё в 1830-х гг. породила полемику о «торговых» отношениях в литературе и журналистике, о выборе между служением обществу, службой у издателя и обслуживанием читателя, о нравственных и этических нормах в журналистской деятельности.

Рост массового «среднего» читателя стимулировал в XIX в. развитие «большой» и «малой» прессы, ориентированной на разные социальные группы. Однако возникновение периодики, несшей черты массовой культуры, на протяжении всего XIX в. сопровождалось сохранением традиции издания «толстых» общественно-литературных журналов, стремившихся развивать литературно-эстетические вкусы читателя, обсуждать значимые проблемы культуры, истории и общественной жизни, эстетически, социально и духовно воспитывать граждан, ибо, по словам Белинского, «эстетическое чувство есть основа добра, основа нравственности» [Белинский, с. 254].

Анализируя причину популярности у читателя самого распространённого в ту пору журнала «Библиотека для чтения», В.Г. Белинский находил его достоинства в энциклопедизме содержания, ориентации на широкий круг читателя, порицая, однако, журнал за то, что он не развивает читателя, а в угоду ему «без нужды слишком низко наклоняется, так низко, что в рядах своих читателей не видит никого уж ниже себя» [Там же.].

Конфликт исторической роли журналистики и новых потребностей читательской аудитории уже в то время привёл к изменению типологического ландшафта российской журналистики и деформации ценностных предпочтений в издательской и журналистской деятельности. Более интенсивное развитие газетной периодики в пореформенный период, востребованность у читателя тонких иллюстрированных журналов оттеснили на второй план толстый журнал, ещё недавно бывший общественной трибуной. Рыночные отношения в журналистике, стремление издателя к доходности изданий, а журналиста (как правило, «литературного поденщика») – к заработку, повлекли за собой трансформацию представлений о назначении журналистики. В стремлении обслуживать читателя, угождая ему и удовлетворяя его запросы, журналистика постепенно утрачивала миссию руководителя общественного мнения, оставаясь лишь его выразителем.

Стремление малообразованного читателя к развлечению вызвало появление в середине XIX в. большого числа уличных юмористических листков. Начало массовому появлению юмористических изданий

положил еженедельный иллюстрированный журнал «Весельчак», выходящий в Петербурге с февраля 1858 по февраль 1859 г., издателем которого был А. Плюшар. Журнал быстро приобрёл популярность у самого широкого круга читателей. Его можно было приобрести в книжных магазинах, на станциях железной дороги, в трактирах, у разносчика; в листы «Весельчака» лавочники заворачивали товар (папиросы, свечи, книги и т.д.). Цель издания – развлечь читателя – определил в первом номере О.И. Сенковский, известный своим псевдонимом *Барон Брамбесус* ещё с 1830-х: «Земля наша широка и обильна, но смеху в ней нет... Приходите смеяться с нами, смеяться над нами... надо всем и обо всём смеяться, лишь бы не скучать».

Успех «Весельчака» вызвал в Петербурге появление более тридцати уличных юмористических листков («Бардадым», «Бессонница», «Бесструнная балалайка», «Всякая всячина», «Говорун», «Дядя шут гороховый» и др.), названия которых говорили сами за себя, и которые представляли собой своеобразные газетки, как правило, без определённой периодичности выпускавшиеся предприимчивыми издателями. Листки были разными по тематике, различного литературного достоинства, но все они имели развлекательный характер, некоторые не чурались свойственного эпохе либерального обличительства. В условиях конкуренции и борьбы за читателя и за «пятачки», издатели листков не пренебрегали никакими методами: мелкая грызня, грубая брань, оскорбительные намёки, откровенная клевета друг на друга. И всё же, несмотря на невысокий в целом литературный уровень уличных листков, они стали заметным явлением середины XIX в. в формировании массового читателя, не только развлекая, но и приучая его к чтению. В ответ на запросы массовой аудитории, ждущей разнообразного «необременительного» чтения, во второй половине XIX в. появляются иллюстрированные еженедельники, городские газеты «Листки», в начале XX – «Газеты-Копейки».

Дифференцируясь по интересам читателей, эта пресса удовлетворяла весь спектр запросов массовой аудитории, не особенно заботясь о её развитии и просвещении. Ориентация на развлечение читателя, стремление угодить ему привели к снижению профессиональной и нравственной самооценки журналистов и вызвали активное обсуждение этических норм в литературной среде, уже в ту пору поставив в «повестку дня» ценности и приоритеты в журналистской деятельности.

Дискуссии о месте и роли журналистики в жизни общества, о необходимости выработки профессиональных норм активно развернулись в пореформенный период XIX в. в связи с усилившейся конкуренцией изданий в условиях капитализации журналистики. Издания публиковали мнения журналистов о негативном влиянии прессы на нарождающийся новый тип читателя. Так, одна из наиболее авторитетных газет «Неделя» писала: «Печать стала дешева и обильна, умственный голод сменился умственным пресыщением. Тип читателя принизился (...), нынешний читатель – точно пассажир на курьерском поезде: торопливо соскакивает на каждой станции, хватает первый бутерброд, запивает его

первой попавшейся дрянью, опрометью мчится до следующей станции, глотает, объедается, доводит себя до тошноты» [Газетное наводнение]. При этом отмечалось, что не только пресса пагубно влияет на вкус читателя, но и читатель «развращает писателя»: «Читателя нужно забавлять, ему нужно давать анекдоты, обременять его мысли не позволено, потому что думать ему и незачем, и некогда» [Печать и читатель]. Погоня журналиста за заработком и необходимость потакать вкусам невзыскательного читателя приводила в условиях рынка к деформациям взглядов на профессию: «К чему честность, когда следующий же тезис гласит: “Публицист не должен идти впереди толпы, не должен иметь убеждений и неизменных симпатий; он обязуется вовремя следовать вкусам и симпатиям массы, восторгаться тем, чем она восторгается, быть её барометром”» [К-ский, с. 241].

Взаимоотношения рынка и творчества, экономики и литературы, коммерческой природы издательского дела и творческой сущности журналистской деятельности ещё недавно казались несовместимыми в нашей национальной системе ценностей и рассматривались преимущественно в противопоставлении коммерции и словесности (часто на примере журнальной полемики 1830-х гг. – противоборства «торгового» и пушкинского направления в литературе и журналистике). В современных условиях развития рыночных отношений и формирования экономики СМИ как учебной и научной дисциплины, появилась насущная потребность в изучении взаимодействия этих двух практик, отнесённых прежде к противоположным, даже враждебным сферам материального и идеального. Исследователи этого направления обнаруживают, например, влияние стоимости печатной продукции и авторского гонорара на поэтику произведений и говорят об экономической составляющей в системе профессиональных ценностей [Макеев, с. 7].

Коммерциализация СМИ, менеджмент современной медиаиндустрии актуализировал изучение и обсуждение исторического опыта организации журнального и газетного дела таких успешных предпринимателей в журналистике, как А.А. Краевский, Н.А. Некрасов, А.Ф. Маркс, А.С. Суворин, И.Д. Сытин. Актуальными в их деятельности оказываются не только доходность их предприятий, но и методы работы с читателем, способы увеличения читательской аудитории, технологические совершенствования, поиски оптимальных и привлекательных для читателя форматов изданий, а также многие социальные программы, проводившиеся ими для своих работников, широкая благотворительная деятельность, которой они занимались в обществе. Этот богатейший ресурс, накопленный российской журналистикой, нуждается во всестороннем изучении и использовании в современной практике СМИ.

Однако коммерциализация прессы, давшая мощный импульс количественному и технологическому развитию, пагубно сказалась на нравственном состоянии профессии, что отмечали не только цензоры в официальных отчетах, но и сами журналисты. Брань и оскорбления стали обычным явлением не только на страницах «мелкой» прессы, но

и в солидных общественно-политических изданиях. Сниженность нравственных и профессиональных критериев породила полемику о пределах свободы слова, всевластии журналистов и их ответственности перед обществом.

Проблемы «власть и пресса», «свобода и ответственность» относятся, наверное, к разряду вечных и неразрешаемых. Взаимоотношения власти и журналистики всегда определялись двумя тенденциями: власть старалась ограничить прессу, а та, в свою очередь, стремилась к безграничной свободе. Об опасности разрушительного потенциала журналистики писал в своё время обер-прокурор Св. Синода К.П. Победоносцев, считавший, что пресса не выражает общественного мнения, и называвший её одним из самых лживых учреждений своего времени, силой враждебной, присвоившей себе безграничную власть. Подобное отношение к журналистике мы обнаруживаем и в дневнике министра внутренних дел П.А. Валуева, и в высказываниях других сановных лиц. Отдавая должное общественной роли периодической печати, они ещё в XIX в. обратили внимание на тревожные тенденции в деятельности журналистов – всевластие и злоупотребление свободой слова.

О драматизме взаимоотношений с властью журналистами оставлено немало свидетельств. Одним из наиболее красноречивых являются дневниковые записи крупнейшего издателя конца XIX в. А.С. Суворина: «Какие тяжёлые условия печати! (...) Только похвалы печатаешь с легким сердцем, а чуть тронешь этих “государственных людей”, которые, в сущности, государственные недоноски и дегенераты, и начинаешь вилять и злиться в душе и на себя, и на своё холопство, которое нет возможности скинуть».

О деспотизме самой прессы, всевластии органов печати журналисты высказывались также нередко. Так, И.С. Аксаков писал: «Вместо того, чтобы быть выражением общественного мнения, у нас общественное мнение есть выражение печати, или, лучше сказать, личного мнения того или другого журнала; печать навязывается обществу с своими воззрениями, являясь не только его руководителем, но иногда и тираном» (Москва. 1868. 6 апр.).

Эти явления, получившие в наше время обоснование в теоретических концепциях о журналистике как о «четвёртой власти», о медиакратии, технологической свободе и проч., ставят под угрозу базовые ценности предназначения журналистики в служении обществу. Как утверждает немецкий исследователь, в условиях технологической свободы «вопрос уже заключается не только в том, как журналистика может обрести независимость от партийно-политических, военных, коммерческих, религиозных и иных интересов, но и в обратной проблеме: как могут политика, спорт, наука, культура вновь обрести независимость от журналистики и медиа» [Пётткер, с. 13]. Причем, размышляя о самоидентификации современного журналиста, исследователь говорит о необходимости «подвергнуть ревизии традиционное самосознание безучастного наблюдате-

ля», на журналиста возлагается ориентирующая функция, что влечёт за собой дополнительную ответственность.

Утрата этических и профессиональных стандартов рикошетом бьёт по доверию к журналистике как к социальному институту. Ответственность же журналиста перед обществом находится чаще всего не в юридической, а в нравственной плоскости и часто игнорируется им по мотивам ложно понимаемой «свободы слова». В этом смысле весьма поучительны слова публициста М.О. Меньшикова, писавшего в 1906 г. о свободе и ответственности: «По самой природе своей свобода лишь средство и только средство. Есть нечто высшее, чему свобода должна служить и жертвовать собой, и вне этой службы и благородной жертвы свобода или бессмыслица, или предлог к катастрофе. Цель свободы – цивилизация» [Меньшиков, с. 174]. В условиях того времени перед угрозой разрушительной стихии Первой русской революции Меньшиков призывает «беспечных людей» к сознанию и ответственности, а общество к единению во имя самосохранения: «Мы в начале ещё великого бунта. Если он увлечёт за собою через два-три года армию – конец России. Не теряя времени, нужно спасать то, что выше свободы – цивилизацию, то, что дороже последней – народ» [Там же, с. 232].

В наше время, когда ощущается вакуум духовных опор в обществе, важно понять, насколько велика устойчивость базовой российской системы ценностей. Общеизвестно, когда традиционные ценности не требуются, не актуализируются, они уступают место явлениям иного порядка, которые в условиях глобализации информационного пространства распространяются и приживаются значительно быстрее и легче.

Журналистика в этом процессе не только транслирует идеалы и ценности, она их формирует, поэтому так велика её ответственность перед обществом. Поэтому так необходимы духовные опоры на опыт предшественников, на всё лучшее, что было наработано за три века отечественной прессой. Не случайно на журналистских форумах всё настойчивее звучит мысль о мобилизационной функции журналистики, культурно-идеологический потенциал которой должен быть направлен на консолидацию общества, оздоровление духовно-нравственного климата в стране. Ведущая роль в этих процессах принадлежит публицистике, во все времена обладавшей в России особым статусом.

В своё время Виссарион Белинский, размышляя об эффективности прессы, её влиянии на читательскую аудиторию, писал, что измеряется оно не числом подписчиков и не всевластием над читателем, а нравственным влиянием на публику. В наше время цифровые технологии создали такие инструменты, которые позволяют журналистике гораздо эффективнее влиять на общество, выполняя свою гражданскую функцию, служить общественному благу. Эти технологические изменения, по мнению профессионалов, дают «беспрецедентную возможность для возрождения изначальной миссии журналистики» [Как спасти журналистику...]. Для этого необходимо создавать новую культуру

масс-медиа, культуру, основанную на этических принципах и движимую общественным интересом.

### Литература

- Белинский В.Г.* Собр.соч. в 9 т. Т.1. М., 1976.  
Газетное наводнение // Неделя. 1891. 29 июня.
- Иваницкий В.Л.* Модернизация журналистики: методологический этюд. М., 2010.  
Как спасти журналистику: меморандум Союза журналистов России. М., 2012.
- К-ский.* Мелкая пресса и её теории // Наблюдатель. 1892. №7.
- Макеев М.С.* Николай Некрасов: Поэт и Предприниматель (очерки взаимодействия литературы и экономики). М., 2009. С. 7.
- Печать и читатель // Неделя. 1878. 4 июня.
- Пётткер Х.* От новостной функции к ориентирующей // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. СПб., 2011.
- Толстой Л.* Дневники. Записные книжки. Статьи. 1908. М., 2009.