

УДК 659
ББК 76.0

ОТ ГАЗЕТЫ К ИНТЕРНЕТУ: ПРОЦЕССЫ ТРАНСФОРМАЦИИ МАССМЕДИА

© И. В. Лизунова, 2011

*Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук
630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15*

Рассматриваются процессы становления и эволюции периодической печати в контексте радикально меняющегося на протяжении трех столетий медийного пространства, анализируются проблемы взаимодействия и взаимовлияния традиционных и электронных массмедиа.

Ключевые слова: печать, газета, пресса, радио, телевидение, средства массовой информации, Интернет, медиaprостранство.

In the article the processes of formation and evolution of periodicals in the context of changing during 3 centuries mass media space are considered, the problems of interaction and inter-influence of traditional and electronic mass media are analyzed.

Key words: the press, a newspaper, radio, television, mass media, Internet, media space.

Изобретение И. Гуттенбергом книгопечатания с помощью подвижных литер в середине XV в. открыло новую эру периодической печати. В XVI в. газеты начали приобретать собственный модный вид, тогда же в обиход и вошло название «газета» – так называлась мелкая итальянская монета *gazzeta*, которую платили за рукописный листок новостей в Венеции. Пресса на протяжении трех последующих столетий оставалась достаточно дорогим атрибутом жизни состоятельной образованной элиты общества, высокопоставленных чиновников, растущего зажиточного купеческого сословия.

Первые газеты, напоминающие современные периодические издания, регулярно стали выходить в странах Западной Европы в начале XVII в.: в Германии (*Avisa Relation oder Zeitung*, 1609 г.), Бельгии (*Nieuwe Tijdingen*, 1616 г.), Франции (*La Gazette*, 1631 г.) и в Англии (*London Gazette*, 1665 г.).

Возрастающие потребности общества в информации и политическая борьба во Франции привели к необходимости публиковать «*La Gazette*», влияние которой было столь велико, что отдельные сообщения в нее писали король Людовик XIII и кардинал Ришелье. Экономические и финансовые нужды семьи Фуггер способствовали созданию периодической печати в Германии. Ограничение и ликвидация цензуры в 1694 г., увеличение численности грамотных людей в Англии сформировали аудиторию для британской печати XVIII в. В 1766 г. в Швеции впервые в мире был принят закон о защите свободы прессы.

Первой печатной газетой в России стали «Ведомости», появившиеся по указу императора Петра I. В Москве создается типография – Печатный двор и в декабре 1702 г. при личном участии государя выходят два номера «Ведомостей». Третий, сохранившийся номер газеты от 2 января 1703 г., послужил основанием для установления с 1991 г. Дня российской прессы. Петр I являлся не только инициатором создания и основателем газеты, но и ее первым редактором. Начальный петровский период существования печати, при всей узости круга существующей аудитории первых русских изданий, был все же многообещающим. Однако уже при Екатерине II ситуация, поначалу либеральная, изменилась с введением ею цензуры. Весьма жесткий контроль за прессой, как, впрочем, и определенное техническое отставание печатного дела от существующих технологий на Западе, в конечном итоге, повлияли на существенное замедление распространения печати в России в XIX в.

Цензурные ограничения над прессой утверждались помимо России и в других странах континентальной Европы: во Франции, Германии, Австро-Венгрии. Наполеон, в частности, был одним из первых среди европейских правителей, кто решил превратить газеты и печать в механизм правления государством. Он считал, что газеты равны полкам и дивизиям, и сформировал систему контроля над прессой, способную подчинить французское общество его влиянию. Подобно Наполеону поступил и Бисмарк. Чтобы усилить воздействие государства на прусское общество была

создана система так называемых официозных, тайно финансировавшихся правительством изданий, считавшихся в читательской среде оппозиционными и потому пользовавшихся у нее особой популярностью, впоследствии превратившихся в инструмент его политики.

Периодическая печать в российской провинции возникла гораздо позже, чем в столице. Так, первая газета «Тамбовские известия» вышла в 1788 г. В восточной части России печать зарождается в 1789 г., когда в Тобольской типографии В. Н. и Д. В. Корнильевых начинают издание журналов «Иртыш, превращающийся в Ипокрену» (1789–1791 гг.), «Журнал исторический» (1790 г.) и «Библиотека ученая» (1793–1794 гг.), которые, в силу разных причин, существуют непродолжительное время.

Развитие газетного дела в российских регионах пришлось на XIX в., считается, что началось оно с появлением в 1811 г. «Казанских новостей». На сибирской земле регулярно газеты стали выходить в середине столетия. В 1857 г. после указа об обязательном выпуске публикуются «Губернские ведомости» в Тобольске, Иркутске, Енисейске и Томске, в 1865 г. – Забайкальске, в 1871 г. – Асмолинске, в 1892 г. – Якутске, в 1894 г. для Амурской, Приамурской и Приморской областей Приамурского генерал-губернаторства в Хабаровске издаются «Приамурские ведомости».

Однако в XIX в. распространение печати в России было затруднено, во-первых, из-за определенного отставания печатного дела от западных технологий, но, главное, вследствие установившегося во времена царствования Николая I усиленного контроля за «направлением умов». Тем не менее, к концу столетия по уровню развития российская пресса соответствовала западной и, в то же время, заметно выделялась своими уникальными изданиями: «толстыми» литературными журналами «Современник», «Отечественные записки», публицистикой известных русских писателей. При существующих трудностях цензуры в России печатные издания сыграли заметную роль в становлении информационно-интеллектуальной среды, в развитии русской и мировой культуры.

XIX в., по мнению специалистов, стал веком мирового газетного бума, развития периодики. Именно в это время газеты ежедневные, массовые, различных типов, превращаются в важнейший фактор экономической, общественно-политической, культурной жизни общества, становятся средоточием общественно-политической жизни большинства стран Европы. Последствия промышленной революции, внедрение технических новшеств, в частности, изобретение телеграфа в 1844 г., распространение грамотности, формирование товарного хозяйства и становление рекламы коренным

образом повлияли на эволюцию печатных изданий. Из элитарного, где-то даже экзотического элемента жизни общества, доступного достаточно ограниченному кругу лиц, периодика становится массовой, резко расширив ареал своего влияния [1]. Новые технические возможности передачи информации за относительно короткое время, сделали газетные сообщения более жизненными, интересными и весомыми. Газеты стали возникать повсеместно. Так, в Японии в 1870 г. появилась первая газета Yokohama Mainichi Shimbun.

К середине XIX столетия периодика по всему миру стала основным способом распространения и получения информации. В Сибири, например, в 1895 г. ежедневно выходили лишь две газеты, а в 1901–1916 гг. их было уже 179. Кроме этого, 45 газет издавались от двух-четырех раз в неделю, 54 оставались еженедельными. Резко вырос тираж наиболее влиятельных в обществе газет («Восточное обозрение», «Сибирская жизнь») с нескольких сотен до 20–25 тыс. экз. Успешное становление и функционирование многих газет и журналов за Уралом, в большинстве случаев, обуславливалось содействием сибирских меценатов и благодетелей, таких как П. И. Макушин, И. М. Сибиряков, Г. В. Юдин, А. Ф. Комаров, П. И. Кузнецов и мн. др. Скорый процесс дифференциации печатных изданий способствовал появлению разнообразных по типологии, массовых по тиражам и значительных по количеству – сибирских газет и журналов. Накануне Февральской революции в 18 городах Сибири выходило в свет 47 газет и 58 журналов [2].

На рубеже XIX–XX вв. пресса взяла на себя роль регулятора информации. Печать положила начало эпохе массовых коммуникаций. В самые короткие сроки газеты и журналы распространили свое влияние повсеместно. Рубеж веков, а именно, 1890–1920 гг. считаются «золотым веком» печатных массмедиа. В эти годы возникли издательские империи У. Р. Херста в США, Д. Пульцера в Великобритании и Л. Нортклифа в Германии. Первые издательские объединения, публикующие книги, газеты, их приложения, бюллетени и печатные листки, были созданы в дореволюционной России в эти же годы и принадлежали известным книгоиздателям, книготорговцам и меценатам А. С. Суворину, И. Д. Сытину, П. И. Макушину.

В результате Февральской революции 1917 г. в России в невиданных ранее условиях демократических свобод, но главное свободы печати, сформировалась разветвленная система многопартийной, многонациональной прессы, с хорошо выраженной дифференцированной структурой. По подсчетам известного сибирского исследователя печати Л. С. Любимова в Сибири уже в 30 городах издавалось 234 газеты и 39 журналов [2].

События октября 1917 г. и последующие годы Гражданской войны, полыхавшей на огромных сибирских просторах, решили дальнейшую судьбу многочисленных газет и журналов, критиковавших, выразивших недовольство и несогласие с большевиками. По данным Е. Н. Косых в ноябре 1917 г. в Сибири было тиражировано 290 номеров буржуазно-кадетских газет, а в мае 1918 г. уже только – 94. Снизилось за этот же период и общее количество эсеро-меньшевистских газет с 26 до 6 наименований. Если в начале массового установления советской власти в регионе на 10 большевистских газет приходилось 17 буржуазно-кадетских и 48 мелкобуржуазных (умеренно-социалистических) газет, то к февралю 1918 г., когда сказались первые результаты гонений большевиков против своих политических противников, количественные показатели периодики в регионе изменились. В апреле 1918 г. на 5 буржуазно-кадетских и 29 умеренно-социалистических газет уже приходилось 28 большевистско-коммунистических газет, причем периодичность их выхода резко возросла [3]. Для многих изданий, как существовавших ранее, так и возникнувших на пике названных событий, эти годы станут последними в их истории. Эволюционное развитие прессы было прервано, начался процесс ее монополизации. В. И. Ленин определил будущее периодики, высказавшись, что газета – не только коллективный пропагандист и агитатор, но и коллективный организатор.

В последующие годы идет формирование четкой иерархической пирамиды советской прессы: центральные, губернские, уездные газеты, а также издания на национальных языках. Создается новая система партийно-советской печати с разным уровнем цензуры – относительно мягкой в годы нэпа и жесткой в 1930, 1950-е гг. Пресса утратила функции предназначения обществу, стала служить интересам партии и государства.

Опыт становления и распространения советских печатных медиа в мировом контексте, можно считать уникальным. Он имеет свои пороки, такие как, преобладание однообразной, официальной, лозунговой, дозированной информации и, даже, преступные моменты. В частности, в 1920–1930-е гг., когда пресса выступала в качестве средства пропаганды, идеологической обработки населения, механизма разворачивания репрессивной машины государства и усиления тоталитаризма.

Манипулирование общественным мнением, тенденциозный показ правды жизни, вошли в инструментарий проидеологических печатных масс-медиа в СССР на долгие десятилетия. Однако помимо этого, советская пресса имела и свои очевидные достоинства: постоянная связь с читательской аудиторией, доступность по цене, массовость

по тиражам. Такие факторы, как привлечение внештатных общественных корреспондентов из числа рабочих и крестьян, ликвидация неграмотности, внедрение культуры в быт россиян, с одновременным улучшением полиграфической базы, созданием многонациональной печати, разветвленной сети типологически качественных, массовых газет и журналов, в целом, способствовали развитию советской периодики и, безусловно, являлись достижением в мировой практике развития прессы.

В 1920-е гг. в существующее мировое медийное пространство, где безраздельно господствовала печать, вторглось эфирное радио. Прессе пришлось переоценить свою роль главного поставщика информации и слегка потесниться. Возникшие опасения, что радио как новое массмедиа и альтернативный источник информации заменит существующую периодическую печать, вскоре, несколько поутихли. Издатели, в условиях возникшей конкуренции, вынуждены были приспособиться к новым реалиям: модифицировать формат и содержание газет, с тем, чтобы увеличить их привлекательность и конкурентоспособность.

Примечательно, что и радио, в момент становления нуждалось в некоем опыте преподнесения информации, поэтому активно заимствовало его у прессы. Первые репортажи, передачи на радио были выстроены по образу и подобию устной «говорящей» газеты (по тому же сценарию будет действовать и возникшее чуть позднее телевидение, используя методы и приемы, к тому моменту отлично зарекомендовавшие себя на радио). Пресса быстро перешла от игнорирования новой формы СМИ к взаимодействию с ним. В газетах появились специальные разделы, а впоследствии и журналы, посвященные новому коммуникационному каналу – радиовещанию. Объединив многие регионы сельские и городские в единое медийное пространство, став основным источником получения информации, радио очень быстро освоило различные развлекательные жанры – радиопостановки, музыкальные передачи, спортивные репортажи. Возникновение новых массмедиа означало, что «типографский и индустриальный человек» вступил, по мнению М. Маклюэна, в эпоху «глобального объятия» [4]. Люди как бы подключились к огромному объему информации, вследствие чего произошло смещение привычных пространственно-временных координат. Мощь воздействия нового коммуникационного канала оказалась намного больше, чем сила печатного слова. В этой связи показательна паника среди слушателей, возникшая в 1938 г. после радиопостановки по роману Г. Уэллса «Война миров», поверивших в высадку марсиан. Пропагандистские возможности радио достаточно быстро осознали политики, использовавшие их в достижении своих целей. Германская

нацистская пропагандистская машина была создана, в том числе, и с помощью радиотрансляций гипнотических речей фюрера. Возможности новых информационных технологий блестяще использовал президент США Ф. Д. Рузвельт, общавшийся с согражданами посредством радио. Ведя доверительные радиобеседы, известные как «беседы у камина», он объяснял американцам суть своего «нового курса», способствуя выходу страны из мирового экономического кризиса.

С появлением в середине XX столетия нового сильного конкурента – телевидения, только что приспособившаяся к сосуществованию с радио, пресса была вынуждена вновь пересматривать свои позиции. Резкая потеря читательской аудитории в связи с приходом в медиaproстранство телевидения никак не означала краха периодики. Более того, многие газеты, быстро отреагировав на изменение ситуации, внедрили технологические новшества в собственное производство, перейдя на новые форматы печати с использованием цветных красок. Статьи стали краткими и лаконичными, как телевизионные репортажи.

В СССР процессы взаимоотношений между массмедиа были схожими со всем миром: каждое новое средство коммуникации, будь то радио или телевидение воспринималось как некое информационно-техническое чудо. Становление каждого из них проходило через любительский этап на волне массового энтузиазма и огромного творческого подъема.

Вместе с тем формирование новых медиасредств в советской стране имело свои особенности. В частности, необыкновенные свойства «великого говорящего» были гениально распознаны сначала В. И. Лениным, его окружением и последователями, как мощное идеологическое орудие партии, так называемый «митинг миллионов» [5]. Поэтому неслучайно, развитие радио как средства связи, его информационного потенциала совпало с историей становления сталинского режима. Телевидение же сразу рассматривалось и формировалось, прежде всего, как очередной пропагандистский канал. Если прессу правящей партии пришлось перестраивать, ломая существующие в ней порядки, традиции и формы, то радио как новое СМИ, а вслед за ним и телевидение, в своих организационных и содержательных частях вбирало в себя все признаки новой власти. Конечно, создание «карманных» массмедиа, полностью зависящих от правящей партии, проходило на фоне противоречивых взаимоотношений между новыми средствами информации и властными структурами. Последние, в свою очередь, отчетливо осознавали могущество и зависимость собственного политического успеха от уровня ангажированности печатных и аудиовизуальных СМИ. Неслучайно массмедиа, как государ-

ственным пропагандистским каналам, даже в самые сложные периоды существования советской власти оказывалось предпочтение в государственном финансировании. Помимо жесткого контроля за развитием СМИ, их информационной, содержательной и организационной составляющей, технические возможности новых массмедиа были ограничены по разным причинам: отсутствие необходимого оборудования, средств, всевозможные запреты, в частности на личное использование радиоприемников, недоступность массовому потребителю первых телевизоров и т. п.

Если во всем мире между печатными и аудиовизуальными СМИ наблюдалась сильная конкуренция, борьба за потребителя, особенно на первых порах, во время становления новых информационных каналов, то в СССР до середины 1980-х гг. массмедиа были равны между собой: полностью подконтрольны, подцензурны, финансируемы из государственной казны. Существующий медиопорядок диктовал одни правила игры для печати, радио и телевидения, прежде всего, идеологическую пропаганду.

По мнению исследователей, в конце 1950-х – начале 1960-х гг. произошло формирование единой системы СМИ – взаимосвязанной и взаимозависимой: «В годы оттепели в стране складывается система СМИ – это единство печати, радио и телевидения, которые органически взаимосвязаны единими функциями и общностью объекта – аудитории. Каждая составная часть СМИ развивается в ее рамках и соотносится с ее законами, приобретая, с одной стороны, новые черты и особенности, а с другой – внося свою посильную лепту в образование тех или иных системных качеств. Взаимодействие СМИ проявляется в усилении тех или иных свойств каждого из звеньев системы, под воздействием другого, в заимствовании форм и способов передачи сообщений, в дифференциации, уточнении функций газеты, радио, телевидения, в ускоренном развитии специфичности каждого журналистского средства» [6].

Начало 1990-х гг. характеризовалось резким взлетом тиражей периодической печати, так называемым «публикационным бумом». Это было связано с традиционно высокими оценками и престижем прессы и чтения в целом. Именно пресса воспринималась населением основным каналом, транслирующим идеи и символы крупномасштабных перемен. К тому же у большинства людей сохранялось завышенное представление о возможностях периодической печати. Неслучайно в 1991–1992 гг. практически все СМИ и, в первую очередь, периодика, были безубыточными, а иногда и прибыльными.

Однако первый дефолт 1992 г., связанный с либерализацией цен, безвозвратно изменил эко-

номическую подоплеку существования большинства печатных изданий: подписные кампании потерпели крах и стали невыгодными. Из-за резкого повышения цен на ресурсы соответственно возросли розничные цены на газеты и журналы. Тиражи большинства из них сократились. Частота и регулярность чтения прессы у населения снизилась. Возник вопрос о необходимости прямых дотаций СМИ и, в первую очередь, печатных. Первоочередными вопросами для многих издательских предприятий стали проблемы существования и финансирования.

Процессы демонтажа тоталитарной системы и структуры прессы, перехода к рыночной экономике и демократии, к свободе печати, были чрезвычайно сложными, противоречивыми и, в то же время, стремительными. Зажженный еще в годы хрущевской оттепели, в течение тридцати с лишним лет, постепенно тлевший огонь перемен, буквально разгорелся во время горбачевской перестройки. Трансформация медиaproстранства страны разрушила однопартийную систему прессы, как бы вернув ее к эволюционному развитию, предшествовавшему октябрю 1917 г. С принятием 27 декабря 1991 г. Закона о СМИ, процесс изменений в отечественной медиасфере ускорился. Начало 1990-х гг., а конкретнее 1991–1996 гг. многими учеными определяются как «золотое» время российской прессы. Печатные массмедиа стали ощущать себя «четвертой властью», сотрудничая с оппозиционными политическими силами, а также активно влияя на действия властных структур, либо участвуя в их формировании.

Именно на эти годы пришлось изменения самих основ существования системы массмедиа. Пресса из «вертикального» состояния приняла «горизонтальное»: рухнули иерархический порядок взаимозависимости и вертикаль системы советских средств массовой информации и пропаганды (от центральной газеты, например, «Правды», до рядовой районки), видоизменились взаимоотношения средств массовой информации и власти.

Преобразование медийного пространства огромной по территориальным масштабам страны на рубеже XX–XXI вв. является в мировой практике уникальным опытом. Путь создания независимой прессы проходит на фоне столкновения двух глобальных – по масштабам влияния и революционизирующих по своим последствиям – тенденций. Первой, связанной с общественной трансформацией в России, изменившей количество и состав участников массового информационного процесса, происходящего в рамках газетно-журнальной периодики. И второй, общемировой современной технологической революцией, оказавшей огромное влияние на традиционные средства массовой информации, с одной стороны, создававшей им массу

проблем, с другой стороны, открывшей множество новых возможностей.

Переход к новому медийному пространству существенно повысил ценность информации для потребителя, сподвигнул на поиски новых форм ее получения, хранения и передачи. Если до начала XX в. единственным источником информации, традиционно самым популярным способом трансляции сведений была пресса, а книга служила способом хранения и передачи данных, то в результате революционных преобразований сферы массовых коммуникаций за счет внедрения цифровых технологий ситуация резко изменилась. В современных условиях периодическая печать – газеты и журналы – вынуждены конкурировать на медиарынке не только с изданиями своей типологической группы, но и с аудиовизуальными СМИ, а также с новейшими мультимедийными средствами коммуникаций.

Однако, открыв эру массовых коммуникаций, пресса, потесненная впоследствии электронными массмедиа, не утратила своей роли и влияния на медиapotребителя и в первом десятилетии XXI в. Даже Интернет с его беспрецедентными возможностями предоставления информации, не смог подорвать значимость газетных изданий. Традиционные печатные СМИ по-прежнему остаются одними из самых популярных и влиятельных медиа, предлагающих потребителям как правило актуальную, тщательно проанализированную, достоверную, хорошо отработанную информацию. По оценкам Всемирной газетной ассоциации, каждый день по всему миру газеты читает более миллиарда человек.

То что газеты продолжают свое существование и в дальнейшем, не вызывает сомнений. Другой вопрос – в какой форме – электронной или традиционно печатной – покажет уже ближайшее будущее.

Список литературы

1. *Засурский Я.* Журналистика: от Гуттенберга до Билла Гейтса // *Отечеств. зап.* – 2003. – № 4. – URL: <http://www.strana-oz.ru/?numid=13&article=599>
2. *Любимов Л. С.* Российская журналистика прирастала Сибири // 150 лет периодической печати в Сибири : материалы регион. науч. конф., посвящ. 150-летию издания в Сибири «Губерн. ведомостей» (Томск, 19–20 апр. 2007 г.). – Томск, 2007. – С. 9–10.
3. *Косых Е. Н.* Большевики и несоветская периодика Сибири в ноябре 1917–мае 1918 г. // 150 лет периодической печати в Сибири : материалы регион. науч. конф., посвящ. 150-летию издания в Сибири «Губерн. ведомостей» (Томск, 19–20 апр. 2007 г.). – Томск, 2007. – С. 78–79.
4. *Маклюэн М.* Галактика Гуттенберга: сотворение человека печатной культуры. – Киев : Ника-Центр, 2004. – 432 с.
5. *Горяева Т. Н.* Радио России. Политический контроль советского радиовещания в 1920–1930-х годах : док. история. – М., 2009. – С. 8.

КНИГОВЕДЕНИЕ

6. *Тупурия И. Д.* Проблема «свободы слова» в публицистике эпохи «оттепели» (1953–1964) на примере творчества А. Аджубея и А. Твардовского // *Медиа, демократия, рынок в современном обществе : материалы межвуз. науч.-практ. конф. – СПб., 2007. – С. 108.*

Материал поступил в редакцию 22.02.2011 г.

Сведения об авторе: *Лизунова Ирина Владимировна – кандидат исторических наук, доцент, ведущий научный сотрудник лаборатории книговедения, тел.: (383) 266-26-30, e-mail: kniga@spsl.nsc.ru*