



С.М. Химич  
Зарубежная  
журналистика

NETFLIX



Министерство образования и науки Республики Казахстан

Костанайский государственный университет имени  
А.Байтурсынова

Кафедра журналистики и коммуникационного менеджмента

**С.М.Химич**

## **ЗАРУБЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА**

Учебное пособие

**Костанай, 2018**

**УДК 070**  
**ББК 76.00**  
**X 46**

**Автор:**

Химич С.М., ст.преподаватель кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента

**Рецензенты:**

Пчелкина Татьяна Ростиславовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы КГПИ

Кунгурова Ольга Григорьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента

Машкова Светлана Николаевна, доктор PhD, доцент кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента

Химич С.М.

X 46 Зарубежная журналистика. – Костанай: КГУ им.А.Байтурсынова, 2018. – 240 с.

ISBN 978-601-7955-85-4

В учебное пособие включены основные этапы развития зарубежной журналистики, начиная с зарождения письменных источников и по настоящее время. Особое внимание уделено особенностям развития журналистики европейских стран и США. Пособие включает также характеристику СМИ Африки, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии.

Предназначено для студентов специальности «Журналистика»; может быть рекомендовано при проведении учебных занятий по зарубежной журналистике.

ББК 76.00

X 46

Утверждено Учебно-методическим советом Костанайского государственного университета имени А.Байтурсынова,  
протокол от 2018 г.

ISBN 978-601-7955-85-4

©Костанайский государственный  
университет имени А.Байтурсынова  
© Химич С.М. 2018

## Содержание

Введение.....	6
<b>Тема 1 Дожурналистские явления и возникновение журналистики в эпоху становления капитализма .....</b>	<b>7</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	7
1.2 Контрольные вопросы.....	59
1.3 Тесты.....	59
<b>Тема 2 Зарождение и развитие демократической печати в XIX веке и на рубеже веков.....</b>	<b>64</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	64
1.2 Контрольные вопросы.....	93
1.3 Тесты.....	93
<b>Тема 3 Зарубежная журналистика 1914-1945.....</b>	<b>99</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	99
1.2 Контрольные вопросы.....	104
1.3 Тесты.....	104
<b>Тема 4 Зарубежная журналистика: 1945-2000 гг.....</b>	<b>110</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	110
1.2 Контрольные вопросы.....	114
1.3 Тесты.....	114
<b>Тема 5 Основные тенденции развития журналистики США .....</b>	<b>121</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	121
1.2 Контрольные вопросы.....	133
1.3 Тесты.....	133
<b>Тема 6 Основные тенденции развития журналистики Франции.....</b>	<b>139</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	139
1.2 Контрольные вопросы.....	148
1.3 Тесты.....	148
<b>Тема 7 Основные тенденции развития журналистики Великобритании .....</b>	<b>154</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	154
1.2 Контрольные вопросы.....	165
1.3 Тесты.....	165
<b>Тема 8 Основные тенденции развития журналистики Германии и Италии.....</b>	<b>170</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	170
1.2 Контрольные вопросы.....	183
1.3 Тесты.....	184
<b>Тема 9 Основные тенденции развития журналистики Японии, Китая и Юго-Восточной Азии .....</b>	<b>189</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	189
1.2 Контрольные вопросы.....	215
1.3 Тесты.....	216

<b>Тема 10 Основные тенденции развития журналистики Арабских стран, Африки, Латинской Америки.....</b>	<b>221</b>
1.1 Основные теоретические положения.....	221
1.2 Контрольные вопросы.....	232
1.3 Тесты.....	232
<b>Заключение.....</b>	<b>238</b>
<b>Список использованных источников.....</b>	<b>239</b>

## Введение

В основе учебного пособия «Зарубежная журналистика» - история становления и развития зарубежных СМИ, модели и принципы работы зарубежных журналистов в конкурентных условиях развития Интернета и социальных медиа.

Целью пособия является формирование социально-личностных компетенций студентов в профессиональной среде, способность применять учебный материал, связанный с анализом закономерностей эволюции международной журналистики в современной профессиональной практике, дальнейшего развития своего государства в условиях дигитализации вещания, обострения борьбы в сфере журналистики на глобальном медиарынке.

Пособие ставит определенные задачи изучения дисциплины: раскрыть историческую ретроспективу возникновения, создания и развития СМИ в зарубежных странах, сформировать четкое представление о закономерностях развития печати, радио, телевидения и интернета в странах дальнего зарубежья, показать специфику типологических структур зарубежных моделей печати, радио и телевидения, познакомиться с богатым опытом международной практики зарубежных стран для соотнесения его с достижениями отечественной медиа индустрии, творчеством ведущих публицистов истории и современности, блогеров медиаиндустрии.

Пособие поможет обучающимся узнать

- концептуальные задачи международной журналистики как области международных отношений и общественной деятельности;
- наиболее крупные международные издания, концерны, оказывающие влияние на мировую информационную политику;
- основные этапы и направления развития зарубежной журналистики в различные исторические периоды.

Поможет ориентироваться в многообразии зарубежных СМИ; выявлять закономерности формирования и функционирования печатных СМИ, их типологию и состояние медиарынка; проводить анализ контента зарубежных СМИ с точки зрения принципов журналистской работы; целостно характеризовать условия и результаты деятельности ведущих зарубежных СМИ; творчески проецировать достижения международной журналистики на современную журналистскую среду.

## **Тема 1 Дожурналистские явления и возникновение журналистики в эпоху становления капитализма**

**Цель:** осветить предпосылки и факторы возникновения первых печатных изданий, начиная с древнего Рима до буржуазных революций XVII в.

### **План**

1 Передача новостей в Древнем Риме и Китае. Ведомости Цезаря и их характеристика. Книгопечатание и первые газеты Китая.

2 Предпосылки и факторы возникновения «листочков новостей» в странах Западной Европы. Типография И. Гутенберга. Первые печатные периодические издания.

3 Журналистика периода буржуазных революций в Европе. Развитие периодической печати в условиях Возрождения и Реформации в Европе. Изменения технологии в издании газет.

4 Книгопечатание в Англии. Публицистика периода английской буржуазной революции XVII в. Памфлетная война. «Лондон курант» - первая ежедневная газета. «Штемпельские законы». Древнейшая политическая газета «Таймс». Реклама. Сатирические издания. Джонатан Свифт, Даниель Дефо - создатели политических памфлетов.

Газета, журнал, радио, телевидение – эти слова понятны каждому современному человеку. Они являются важнейшим каналом общения, незаменимым инструментом формирования человеческой личности и коллектива, особой областью социальной активности, в которой тесно переплелись свойства искусства, политики и науки. Понятия «журналистика» и «информация» неразрывно связаны в нашем сознании. Информация появляется вместе с человеком и распространяется различными способами на самых ранних стадиях формирования общества (рисунки, устная речь, песни, звуковые сигналы и т.д.).

Можно ли назвать эти способы передачи информации журналистикой? Наверное, это было бы неверно, хотя некоторые исследователи начинают историю журналистики буквально с родового строя, с момента, когда человек научился говорить.

Коммуникация как обмен информацией в процессе культурного, экономического и социального развития цивилизаций (на различных стадиях и в разнообразных проявлениях) – неотъемлемая часть существования человечества. Цивилизации вербальные и цивилизации письменные в равной мере нуждались в коммуникации, а потому история человеческой цивилизации и культуры одновременно есть история развития коммуникаций. Среди теорий развития коммуникации в истории цивилизации определенный интерес представляет концепция американского теоретика Гарольда Инниса. Иннис выявляет связь между материалом и видом письменности в ранних цивилизациях и формами правления. С его точки зрения, значительные

потрясения в истории египетской цивилизации, приведшие к переходу от абсолютной монархии к более демократической форме правления, нашли выход в переходе от камня как материала для письма и символа престижа, отраженного в пирамидах, к папирусу. Египетская цивилизация периода появления папируса в качестве материала для письма – это уже цивилизация с развитой книжной культурой, когда письменность и чтение стали достоянием не только одних жрецов и служителей храмов. Культ письменного слова в Египте был достаточно высок. В одном из египетских текстов можно встретить заповедь: «Поставить свое сердце за книги и возлюбить их, как мать свою, ибо нет ничего превыше книг».

Журналистика в чистом виде на этом этапе развития еще не сформировалась. Однако изучение появления и изменения коммуникационных технологий и зарождения различных жанров публицистики представляет для исследователей значительный интерес.

Когда греческая цивилизация периода архаики создала собственный алфавит на основе финикийского, произошла «демократизация» системы обучения, позволившая постепенно сделать практически всех свободных жителей Греции грамотными. Для большинства ранних художественных текстов характерна синкретичность (слитность, нерасчлененность) жанровой основы, которая вела к смешению (или принципиальному неразличению) художественных элементов и собственно «документа». Например, ряд исследователей сходятся во мнении, что в гомеровском эпосе существуют фрагменты, которые можно интерпретировать как документальный репортаж из глубины веков. Геродот дал блестящие образцы зарисовок быта и нравов жителей Ближнего Востока. Фукидид посвятил восемь томов описанию военных действий между Афинами и Спартой и приводил в них подлинные тексты договоров, свидетельства участников боев. Плутарх нам оставил жанр «политического» и «исторического» портрета.

Хотя письменность получила широкое распространение в Греции периода архаики и классики, в целом полисная культура тяготела к устному слову. Агональный (соревновательный) характер полисной жизни отразился в ораторском искусстве, где формировались основные образцы публицистики.

Е.П. Прохоров в одном из учебников по журналистике пишет: «Уже в рамках родового строя сложились способы речевого воздействия на основе обмена сведениями».

Следующей формой информационного обмена стали выступления ораторов и проповедников. На рубеже 5-4 вв. до н.э. ораторское искусство достигло наивысшего расцвета. Следует отметить развитие судебного красноречия, приведшее к появлению «логографов» – специалистов по составлению судебных речей для состязующихся сторон. Одним из выдающихся логографов этого периода считается Лисий, речи которого стали образцом судебного красноречия. Важное место в составлении публицистической ораторской речи занимает школа Исократа. Творческое наследие Исократа в значительной степени приближено к европейской

публицистике нового времени, так как в его риторской школе акцент делался не на импровизацию, а на тщательную обработку письменного текста выступления. Исократ не выступал публично по причине слабого голоса и неумения говорить перед многочисленной аудиторией. Он обратил внимание на различие между устным и письменным словом, где, как писал Аристотель, «один слог для речи письменной, другой для речи в споре, один для речи в собрании, другой для речи в суде. Надо владеть обоими».

Исократ, вошедший в историю античной риторики как мастер политической речи, разработал основные композиционные законы создания публицистического произведения, сохранившие актуальность и по сей день. Исократ считал, что ораторская речь должна состоять из:

- введения, в котором необходимо завоевать расположение публики и завладеть её вниманием;
- изложения основной темы выступления с выделением преимуществ своей позиции;
- опровержение аргументов противоположной стороны;
- заключения, подводящего итог сказанному.

Последним выдающимся мастером политической речи эпохи независимой Греции был Демосфен. Большую часть его ораторского наследия составляют судебные речи, однако славу Демосфену принесли политические выступления – знаменитые «филиппики», направленные против македонского царя Филиппа-2 в защиту свободы и независимости Афин.

В эпоху эллинизма (классическая эпоха) началось становление книжной культуры, когда греческая культура вынуждена была модифицировать своё отношение к книге. «Мудрец» мог почти всю жизнь беседовать с людьми, с природой с собственными мыслями, обходясь без регулярного чтения, но ученый не мог, а греческий интеллектуализм двигался от типа «мудреца» к типу ученого. Один из последних «мудрецов» - Платон; один из первых ученых – Аристотель.

Книжная культура эпохи эллинизма нашла своё воплощение в создании библиотек. Библиотеки правителей Египта, Ассирии, Вавилона были недоступны широкому кругу. В Греции 5 в. частная библиотека – явление необычное, вызывающее недоумение современников. Аристофан иронизировал по поводу библиотеки Еврипида, утверждая, что Еврипид отцеживал в свои трагедии сок, выжатый из книг. По свидетельству античных авторов, самая крупная частная библиотека принадлежала Аристотелю.

Библиотеки правителей эллинистических государств (например, Александрийская) становились центрами развития культуры. Рядом с Александрийской библиотекой появился Мусейон – первый университет античного мира. В библиотеке и Мусейоне были залы для лекций, для работы и комнаты для обитателей пансиона. В Египте эпохи Птолемеев ученые и поэты находились на содержании у государства, что влекло в Александрию античных интеллектуалов. В библиотеке они работали, отдыхали, читали лекции. Хранителями Александрийской библиотеки были выдающиеся поэты и ученые:

Аполлоний Родосский, Эратосфен, Каллимах, Зенодот. По их просьбе закупались книги, под их руководством велась огромная работа по переписыванию и систематизации рукописей. В начале 2 в. до н.э. появился новый, более прочный материал для письма – пергамент. Это привело к созданию нового типа книги (кодекса).

Привлечение рабов в качестве сcribes (переписчиков) удешевило производство книг в эпоху эллинизма. К 47 г. до н.э. Александрийская библиотека насчитывала 700000 томов. Накопление большого количества книг сделало необходимым составление комментариев к старым текстам, систематизацию и описание всего массива хранящихся в библиотеке рукописей, переводов иноязычных произведений. Появились новые виды литературного труда – критика и текстология, позволившая выявлять поддельные рукописи и устанавливать точный текст произведений, также переводческая деятельность (перевод на греческий «Септуагинты»), составление словарей, научных комментариев. Так, Каллимах первым составил «Каталог писателей, просиявших во всех областях образованности, и трудов, которые они сочинили» из 20 томов. Труд Каллимаха стал первой энциклопедией греческой литературы, в которую вошли биографии, комментарии, филологический анализ произведений. Из новых форм эллинистической литературы стоит выделить жанр эпиграммы (не имевшей сатирической направленности, как в римской литературной традиции), а также небольшое произведение Теофраста под названием «Характеры» (323 – 319 гг. до н.э.). Теофраст, которого Шарль Сент-Бёв назвал «ботаником умов», первым обратился к исследованию и описанию социальных и психологических типов современников. Книга Теофраста повлияла на появление в 17 в. жанра «характеров», который можно рассматривать как самостоятельный жанр или как разновидность эссе.

Римская цивилизация с её стремлением к установлению порядка и закона на территории империи внесла свой вклад в развитие коммуникационных технологий античности. Римская культура испытала огромное влияние греческой. На латынь были переведены классические произведения греческой литературы, что способствовало появлению профессии переводчика и созданию в Риме качественной переводческой школы. Если на ранней стадии римской цивилизации занятие интеллектуальным трудом считалось презренным для свободного римлянина, то к концу 2 в. до н.э. положение дел кардинально изменилось. «За счет рабов и отпущенников, которым господа считали нужным дать образование, росла интеллигенция. Многие представители «рабской интеллигенции» писали сочинения по истории, языкознанию, литературоведению. Но теперь и знатные, высокопоставленные люди не считали зазорным заниматься умственным трудом. Греческий язык становился не только литературным, но и разговорным. Греческие и латинские книги находили широкий сбыт».

В Риме появилось множество мастерских, где рабы изготавливали книги. «Книжная торговля стала почетным и прибыльным занятием, а книжная лавка –

местом собрания просвещенных людей». В большинстве богатых домов обязательно имелись две библиотеки: одна – с произведениями на греческом, другая – на латыни.

С 1 в. до н.э. в Риме – подлинный расцвет ораторского искусства. Великий ритор Цицерон прославился не только блестящими судебными и политическими речами, но и теоретическими трудами в этой области. В диалоге «Об ораторе» Цицерон утверждал, что «для нахождения содержания оратору необходимы три вещи: проницательность, затем разумение...и, в-третьих, наука». Цицерон и многие другие ораторы не только произносили, но и широко издавали свои речи. О значимости ораторского искусства говорит принятие (при участии Цицерона) цензорского эдикта, направленного на исправление качества преподавания в риторских школах.

Безусловно, ораторское искусство, формы общения и воздействия на окружающих имели огромное значение для развития журналистики, как, впрочем, и для развития всех форм человеческой деятельности. Это – истоки культуры и науки вообще. Это – истоки письменности, литературы, народного творчества, истории и других областей знания. Они с одинаковым основанием могут быть названы и «пралитературными» и «праисторическими» явлениями.

На более поздних этапах развития общества предпринимались попытки распространять информацию и развлекать публику посредством письменности. В Древнем Риме в эпоху Юлия Цезаря по его личному распоряжению регулярно обнародовались протоколы заседаний сената. Эти протоколы легли в основу своеобразного периодического издания «Acta senatus». Выражаясь современным языком, это были отчеты о заседаниях римского парламента. Некоторое время спустя Цезарь издал указ об издании более «массовой», как сказали бы сегодня, «Ежедневной ведомости» («Acta diurna», которая тиражировалась в скрипториях множеством опытных скрибов под руководством опытного наставника и, наряду с информацией официального плана, знакомила читателей столицы и провинций со всеми выдающимися событиями дня римского общества: с общественными проблемами, литературными произведениями, с анекдотами, с сообщениями о смерти знаменитых людей, результатами гладиаторских боёв.

Ни один из номеров газеты до нас не дошел, но о том, что она существовала, мы можем судить по произведениям римских писателей, в которых она упоминается очень часто, а выписки из нее свидетельствуют о богатстве содержания.

Цезарь проявил себя не только в государственных и военных делах. «В красноречии он стяжал не меньшую, если не большую славу. Все лучшие знатоки без спору признавали его одним из лучших судебных ораторов Рима». Блестящим образцом военной мемуаристики стали его «Записки о Галльской войне». В них Цезарь (от третьего лица) описал наиболее драматичные эпизоды боевых действий, в которых непосредственно принимал участие. Хотя в книге Цезаря имеются фактические неточности и полемическая заострённость, такой тонкий знаток стиля, как Цицерон, утверждал, что мемуары Цезаря

«заслуживают высшей похвалы: в них есть нагая простота и прелесть, свободные от пышного ораторского облачения. Он хотел только подготовить все, что нужно для тех, кто пожелает писать историю, но угодил, пожалуй, лишь глупцам, которым захочется разукрасить его рассказ своими завитушками, разумные же люди после него уже не смеют взяться за перо».

В Риме большое распространение получили жанры стихотворной сатиры (Гораций, Марциал, Ювенал, Персий) и публицистической эпистолографии. В императорском Риме понятие свободы слова было весьма ограниченным. Тацит отмечал, что «если былые поколения видели, что представляет собой ничем не ограниченная свобода, то мы – такое же порабощение, ибо нескончаемые преследования отняли у нас возможность общаться, высказывать свои мысли и слушать других». Поэтому оживление публицистической деятельности преимущественно приходилось на периоды обострения борьбы за власть.

В эпистолографическом наследии Рима следует выделить «Нравственные письма к Луцилию» Луция Аннея Сенеки. Свободные размышления римского философа на различные темы, обличенные в форму посланий, оказали большое влияние на европейскую литературу. Письма Сенеки (также как и произведения Теофраста) связаны с формированием жанра эссе в 16-17 вв. Так, Френсис Бэкон, основоположник английского эссе, прямо называет письма Сенеки в качестве образца, на который он ориентировался при создании своих «Эссе».

«Acta senatus» была запрещена императором Тиберием в тот период Римской империи, когда участились процессы по государственной измене и в сенате произносились обличительные речи, нередко затрагивавшие особу императора или членов его семьи.

Распространение такого рода информации не входило в интересы тиранов.

«Acta diurna» просуществовала вплоть до вторжения германских племен на территорию Римской империи, т.е. до полного упадка римской культуры, до тех пор, пока в Европе не наступил период переселения народов и активного распространения христианской религии, на многие века ставшей единственным содержанием духовной жизни европейцев. К этому времени уже практически оформились как самостоятельные сферы творчества и социальной деятельности человека: литература, музыка, живопись, история, философия и другие науки. Являются ли римские «Acta», просуществовавшие с 59 г. до н.э. до 222 г. н.э., свидетельством выделения журналистики как оригинальной сферы деятельности человека? Вряд ли так можно сказать. Несмотря на то, что они обладали такими свойствами как периодичность и тираж, их следует отнести больше к средствам ведения политики и администрирования.

То же можно сказать и об известной китайской газете «Кинг Пао» («Столичный вестник»), выходящей в Пекине с 911 г. Надо отметить, что эта газета помимо периодичности и тиража имела еще одно свойство, приближающее её к журналистике, - она создавалась с помощью печатного станка. Китайцы, как известно, создали печатный станок и бумагу гораздо раньше европейцев, но всё же считается, что журналистика имеет европейское происхождение.

Публицистика **западноевропейского средневековья** чрезвычайно разнообразна как в жанровом, так и в тематическом аспектах. Разнообразие это объясняется большим временным диапазоном самого понятия «средневековье», а также национальным своеобразием различных культурных традиций Западной Европы.

Мир средневековья формировался внутри античной цивилизации в период идеологического противостояния набиравшего силу христианства и античных религиозных культов. Эта борьба определила основную направленность публицистики 3-4 вв.

Последняя попытка античности отстоять свою культурную традицию произошла в середине 4 столетия, когда император Юлиан (вошедший в историю под именем Юлиана Отступника) попытался реставрировать античную религию. Полемические произведения самого Юлиана, эпистолография знаменитого ритора Либания – то немногое, что сохранилось из антихристианской публицистики этого периода. Период упадка европейской культуры 6-8 вв. получил название «темных веков». В этот период накал политической и религиозной жизни отразился во многих жанрах средневековой христианской литературы – в проповедях, посланиях, видениях, поучениях, мираклях, обличениях, диалогах, церковных историях и т. д. Во второй половине 6 в. выделился такой мастер церковного красноречия, как папа Григорий 1 Великий. В его «Диалогах» встречаются образцы как морально-дидактической, так и политической публицистики.

Спецификой средневековой публицистики являлась постоянная апелляция к Авторитету – к Священному Писанию, трудам отцов церкви или сочинениям Аристотеля. У средневекового публициста всегда за спиной находился авторитет, направлявший руку пишущего, а потому текст создавался как бы от лица иного, более компетентного источника.

Начиная с 9 в., наблюдается постепенное смещение направленности средневековой публицистики в сторону чисто политических проблем. Так, известный французский публицист Пьер Дюбуа состоял на королевской службе, защищая политику Филлипа Красивого от претензий со стороны папы Бонифация 8. В памфлетах Дюбуа (основная часть которых появилась между 1300 и 1307 гг.) много интересных мыслей о лишении папы светской власти, об отделении государства и общества от церкви, о федерации европейских государств под эгидой французского короля, об уничтожении войн и о посредничестве в разрешении международных споров. Дюбуа требовал реформы права, выдвигал идею всеобщего просвещения, даже женского. Избранный в генеральные штаты, он поддержал короля в борьбе с тамплиерами и призвал Филлипа принять императорский титул. Дюбуа предстает в своих памфлетах как весьма оригинальный идеолог, убежденный в действенной силе своих концепций.

Английская публицистика 15 в. выдвинула такую яркую фигуру, как Джон Фортескью, политические памфлеты которого оказались в самом центре династической борьбы за корону. Писал он, как и большинство британских

литераторов его времени, на латыни и на английском. Многие его памфлеты построены на противопоставлении идеи абсолютной и ограниченной королевской власти, причем английскому варианту ограниченной монархии отдавалось предпочтение по сравнению с абсолютистским правлением во Франции.

В эпоху Возрождения начало меняться общественное положение литератора, произошло ускорение информационных процессов. Помимо памфлетов, депеш и различных образцов эпистолографии, циркулировавших в политической и интеллектуальной среде того времени, появился такой политический жанр, как «реляции», т. е. сообщения о каких-либо военных или дипломатических событиях, носящий преимущественно документальный характер. Расцвет этого жанра в Италии пришелся на рубеж 15-16 вв.

В ренессанской публицистике выделилась сатира, примером которой может служить «дурацкая литература», представленная в немецкой литературной традиции именами Себастьяна Бранта и Томаса Мурнера. В карнавальной традиции сатирическому осмеянию подвергались различные аспекты общественной, политической, социальной и частной жизни. Высшее свое воплощение эта литература получила в творчестве Эразма Роттердамского «Похвальное слово глупости» (1509 г.), в котором великий нидерландский гуманист от имени Мории (глупости) подверг тотальной критике практически все стороны современного ему общества.

Комплекс новых идей, предложенный Ренессансом, был отражен в мощном потоке публицистических трактатов. Здесь и филологические трактаты Лоренцо Валлы, содержавшие критику переводов Нового Завета, и политические труды Никколо Макиавелли, хладнокровно отделившего политику земную от политики божественной и создавшего прагматические принципы государственного управления, получившие название «макиавеллизм».

В первой половине 16 в. ведущим публицистом Европы стал Пьетро Аретино, прозванный «бичом королей». Укрывшись от преследования папских властей в Венеции, Аретино в многочисленных памфлетах, письмах, посланиях, пародиях держал всю знать Италии как бы в осаде: сюда же присылались ему подарки чужеземных князей, которые пользовались его пером или боялись его. Аретино весь свой расчет строил на неограниченной и абсолютной публичности; в определенном отношении он – праотец журналистики. Периодически он собирал свои письма и статьи, до этого долго ходившие по рукам, и печатал их сборниками.

Итак, все приведенные выше примеры принято называть «дожурналистскими явлениями». Это вполне исчерпывающее определение. Журналистика и информация не идентичные понятия, первое не исчерпывается вторым, оно гораздо шире. Если для формирования литературы как самостоятельного вида творчества и общественной деятельности достаточно создания письменности (а для устного творчества и это не обязательно), то для выделения журналистики в оригинальную форму этого мало. Недостаточно и

просто передачи информации. Необходим определенный уровень развития общественных отношений, экономики, науки и техники, который рождает эту специфическую форму социальной деятельности и творчества, делает её незаменимой.

Само по себе изобретение **печатного станка** является важнейшим фактором возникновения журналистики. Оно оказало огромное влияние на все сферы человеческой деятельности, и в особенности на журналистику, поскольку без печатного станка она невозможна принципиально, только печатный станок делает её массовой и оперативной. Без этих качеств журналистики как специфической формы общественной деятельности не существует.

Человечество шло к изобретению печатного станка очень долго, несколько тысячелетий. Идея печатного оттиска заложена ещё в тавре или клейме, которым скотоводы метили своих лошадей или коров, а также в личных печатях вождей древнейших цивилизаций. Одним тавром или печатью можно было отметить тысячи голов скота, огромное количество товаров. Археологи до сих пор не могут расшифровать текст, запечатленный на так называемом диске из Феста., который был найден на острове Крит. На глиняный диск спиралеобразно нанесены с помощью штемпелей-печаток знаки. При наличии штемпелей таких дисков можно было сделать множество. Фактически этот диск является первым образцом печатания связного текста. Следующий этап – печатание монет. Если верить Геродоту, первым этот шаг сделал лидийский царь Гигос в 7 в. до н.э.

Изобретателями первого печатного станка являются китайцы. Но этот станок недалеко ушел от печатания монет. Его возможности были ограничены и связаны со спецификой китайской письменности, насчитывающей около 40 тысяч знаков, каждый из которых обозначает отдельное слово. Писец, знавший не более 3-5 тысяч знаков, не мог размножить от руки философские или литературные произведения, так как не все понимал в них. И вот для распространения трудов Конфуция Ли Бо или Бо Цзюйи был придуман следующий способ: текст копировался на деревянную доску (вырезались иероглифы), а с доски, намазанной краской, переносился на лист бумаги. Таким образом можно было до бесконечности размножить один текст, но, чтобы напечатать другой текст, нужно было вырезать иероглифы на новой доске.

Этот способ печатания в Европе не был известен. Иоганн Гутенберг изобрел печатный станок, а вернее способ печатания текста с помощью подвижных литер самостоятельно, и его станок был более совершенным, чем китайский. Он соединил в себе принцип штемпелевания (критский диск) и оттиска с досок, или ксилографии (Китай).

Идея печатания возникла, разумеется, раньше изобретения Гутенберга. Европа была знакома с книжными шедеврами Востока. Ксилографирование (печатание с досок) имело довольно широкое распространение в средние века. Что же печатали? Гравюры с религиозными сюжетами (текст вписывался от руки) и игральные карты, привезенные крестоносцами с Востока и получившие

в средневековой Европе очень широкое распространение. Несколько позже ксилографированием стали размножать календари и некоторые университетские учебники (например, пособие по латинской грамматике Элия Доната).

Гутенберг родился в городе Майнце в 1400 году (дата условная). Первые сведения о нем относятся к 1434 году. В это время он жил в Страсбурге, в монастыре Аргобасте, занимаясь вместе с местными жителями изготовлением зеркал. Неизвестно, были это зеркала в прямом значении этого слова, или же речь идет об омониме этого немецкого слова. Слово *Spiegel* означало в те времена не только зеркало, но и лубочную книгу с картинками. Одна из самых распространенных книг догутенберговской эпохи называлась «Зеркало человеческого спасения», она и дала название себе подобным. В 1438 году Гутенберг рассорился со своими компаньонами. Упоминание станка или прессы в бумагах о разделе имущества наводит на мысль о том, что уже в те годы Гутенберг занимался книгопечатанием. В 1448 году в Майнце уже действовала типография Гутенберга, его печатный станок с подвижными буквами, произвел переворот в книгопечатании. Принцип действия станка Гутенберга остается неизменным и поныне. Из железа вырезается модель буквы – пуансон. Затем пуансон накладывают на мягкий металл, медь например, и получают обратное изображение буквы – матрицу. Матрицу заливают свинцом или оловом и получают литеру. Чтобы набрать слово или текст, надо взять линейку с бортами – верстатку – и набрать в нее литеры. Полученную строку кладут под пресс на лист бумаги и делают оттиски. Подвижность литер позволяет составлять с их помощью неограниченное количество текстов, вносить в них изменения. Буквы можно использовать многократно.

Итак, история европейского книгопечатания восходит к 15 столетию. Изобретение Гутенберга получило очень быстрое распространение. В Италии первый печатный станок был установлен в бенедиктинском монастыре в предместье Рима усилиями немецких печатников Конрада Свейнгейма и Арнольда Паннарца в 1465 г. Вскоре книгопечатание появилось в Риме, затем в – Венеции, Милане, Неаполе, Флоренции. Итальянское книгопечатание быстро обрело собственное лицо. В противовес готическому шрифту был разработан «венецианский» шрифт, или «антиква». Венеция стала столицей итальянского книгопечатания. В 16 веке в ней насчитывалось до 113 печатен и обитало более половины всех итальянских издателей и книготорговцев.

Самое знаменитое венецианское издательство – типография Альда (1469 год), основанная Альдом Пием Мануцием. Она просуществовала до 1597 г., то есть 100 лет, выпустив в свет 952 книги. Альд Мануций произвел революцию в издательском деле, предложив в 1501 году новый шрифт и уменьшенный формат изданий. Книги, украшенные типографским знаком Мануция, получили название «альдины». Изданные в этой типографии труды античных авторов стали важным вкладом в европейскую культуру.

Первая книга на английском языке была напечатана в 1474 г. в городе Брюгге. Эту книгу («Собрание повествований о Трое») перевел с французского

и издал английский первопечатник Уильям Кэкстон. Вернувшись в Англию в 1477 г., он основал первую английскую типографию, и первой книгой, напечатанной в Англии, стала «Изречения философов». Всего отпечатано около 90 книг, среди которых – полное издание «Кентерберийских рассказов» Дж. Чосера, и «Смерть Артура» Т. Мэлори.

Что касается Франции, то в конце 15 столетия во Франции уже насчитывалось 50 типографий.

А книгопечатание быстро распространялось в Европе. Примерно за 40 лет в 260 городах континента открылись не менее 1100 типографий, которые выпустили в свет около 40000 изданий общим тиражом в 10 – 12 млн. экз. Эти первые книги, изданные в Европе по 31 декабря 1500 г., называют инкунабулами.

Необходимо заметить, что распространение типографского дела в Европе практически совпало с началом Реформации. Традиционно начало Реформации связывают с событием, имевшим место 31 октября 1517 г. В тот день мятежный доктор богословия Мартин Лютер прибил к дверям виттенбергской церкви свои 95 тезисов против католической церкви. С этого символического акта началась Реформация, приведшая к религиозным войнам и разделению Европы на католические и протестантские государства. Деятели Реформации первыми использовали преимущества типографского пресса для ведения пропаганды. Лютер и его сторонники в большом количестве тиражировали полемические листки, в доходчивой форме разъяснявшие сторонникам нового вероучения основные теологические проблемы и специфику текущего политического момента.

Таким образом, листовки, «летучие листки», прокламации, памфлеты, диалоги, пародии и сатиры – стали основным идеологическим инструментом в эпоху Реформации. Это было мощное оружие в актуальной религиозной и политической борьбе, ставшее возможным лишь после успехов книгопечатания; оно обладало огромной действенной силой и использовалось всеми без исключения политическими и религиозными лагерями.

Для печатания газет станки стали использовать несколько позже, так как необходим был ещё ряд преобразований и перемен в жизни Европы.

Дешевую бумагу к этому времени европейцы уже научились делать, а вот система связи была ещё архаичной.

Ф.Энгельс в «Диалектике природы» наряду с изобретением станка и производством бумаги обращает внимание на такой немаловажный фактор в истории журналистики, как зарождение и организация почтовой связи и распространение грамотности среди относительно широких слоев населения. Средневековье ограничило духовную жизнь человека религией. Черная тень инквизиции закрыла истину перед человеческим разумом, подавляющая часть европейцев была безграмотна и темна. Инквизиция объявила познание тяжким грехом. Преодоление средневековья было и преодолением невежества, пробуждением человеческого разума. Вместе с первыми станками, торговыми фирмами и книгами развивалась жажда знаний. Читать и писать учились уже не

только монахи, но и купцы и даже некоторые простые горожане. Рождалась интеллигенция, как единая, социально-значимая прослойка общества, а это значит, что в эпоху средневековья духовную и политическую жизнь общества стала определять книга. Она была доступна далеко не всем, и тем не менее сыграла огромную роль в распространении знаний.

Познание, особенно если оно следует за периодом длительного пребывания в невежестве, всегда ведет к интенсификации социальных процессов. Эпоха распада феодализма и формирования капиталистического общества знаменуется активизацией не только экономической и культурной жизни общества, но и социальной. Этот фактор имеет не менее важное значение для развития журналистики, чем ранее названные. Журналистика родилась в огне буржуазных революций, крестьянских войн и Реформации – тех жестоких, отличавшихся доселе массовостью классовых битв, в которых рождались буржуазия и пролетариат. Она стала новым, необычайно эффективным оружием классовой борьбы. Это оружие прошло испытание в эпоху немецкой Реформации, которую Ф.Энгельс считал первой буржуазной революцией, революцией в религиозном обличье, это оружие сделало Томаса Мюнцера и Ульриха фон Гуттена вождями народа. Этим оружием блестяще владел английский публицист, поэт и государственный деятель Джон Милтон (соратник Кромвеля). С помощью журналистики Мирабо, Марат и Робеспьер объединили французов вокруг идеи Свободы, Равенства и Братства.

Итак, журналистика имеет две стороны: коммерческую и идеологическую. Она, как бизнес возникла в силу развития производственных капиталистических отношений и рыночного обмена, а как идеологическое оружие – детище классовых битв огромного масштаба.

Сначала журналистика имела преимущественно коммерческий характер. Первые её проявления связаны с деятельностью торговых фирм, купеческих гильдий и отчасти монастырей. Газетам, отпечатанным на станках, предшествовали многочисленные рукописные прообразы, которые скорее походили на письма или донесения. Но мы упоминаем их в истории журналистики, потому что они функционально очень близки газете. Эти писанные ведомости или листки специально предназначались для передачи информации за определенную плату, они имели ещё неустойчивую периодичность и были плодом деятельности первых профессионалов, зарабатывающих свой хлеб на задворках купеческих или императорских дворов.

Европа позднего средневековья и Возрождения с её бурной торговой жизнью, войнами, междоусобицами, территориальной раздробленностью требовали информации как коммерческой, так и политической. Успех торговли часто зависел не только от рыночной конъюнктуры, но и политических интриг и, конечно, междоусобных войн. Пожалуй, трудно найти другой такой период в истории человечества, когда коммерческая деятельность была бы так тесно переплетена с политическими событиями: многочисленными большими и локальными войнами, междоусобицами феодалов, постоянно возникающими и

распадающимися альянсами. Сама жизнь сделала необходимостью появление в средневековых городах лиц, занимавшихся собиранием известий, которые они получали от частных лиц и, заходивших в порты, кораблей. Эти сведения записывались на бумаге, размножались (рукописные копии) и продавались на ярмарках, а также рассылались с гонцами в разные города Европы королям, их придворным, но более всего купцам.

Венеция, как известно, была главным торговым центром и морским портом Европы того времени, что собственно и делало её местом, куда стекалась информация со всего света: сведения с Востока (Индия, Турция, Китай, арабские страны), из папского двора в Риме, игравшего первостепенную роль в жизни Европы, из императорской Вены. Богатейший информационный материал требовал систематизации, а в систематизированном виде являлся уже товаром. Предприимчивые венецианцы не замедлили пустить его в оборот. В самом центре города было основано бюро, занимавшееся сбором всех новостей, прибывших в Венецию с кораблями и торговыми караванами, далее переписыванием их на специальные листки бумаги и продажей этих письменных новостей за мелкую монету, которая называлась *gazetta*. Впоследствии название денежной единицы было перенесено на листок новостей, а в результате появился один из первых терминов журналистики – газета. Кстати, нужно заметить, что он перешел далеко не во все языки. Во Франции, Германии, Англии газеты называют другими словами, которые отражают уже не коммерческую суть журналистики, а скорее политическую. Эти названия возникли в более поздние времена.

Все-таки, несмотря на то, что печатный станок был уже изобретен, в 15 столетии новости были главным образом рукописными. Хотя, уже на самом раннем этапе формирования буржуазной журналистики определяются основные тенденции ее развития, окончательно оформившиеся в эпоху империализма. Буржуазная журналистика с самого начала имела, как мы уже знаем, ярко выраженный коммерческий характер и была тесно связана с зарождавшимся тогда же банковским и промышленным капиталом. Распространение информации в 15-16 веках становится весьма солидным и выгодным делом и превращается из любительского занятия в профессию. Довольно широко торговля новостями была распространена не только в Венеции (венецианские рукописные газеты назывались «аввизи», самый ранний комплект датируется 1566 г.), но также и в Германии. Лейпциг, Нюрнберг, Страсбург, Аугсбург, Франкфурт были не только крупнейшими торговыми и университетскими центрами Германии, но и информационными. Лютер назвал Нюрнберг «оком и ухом Германии».

Большой известностью пользовалось бюро Фугеров, распространявшее рукописные ведомости новостей. Торговый дом Фугеров (газеты имели хождения в Европе между 1568 и 1605 гг.) в Лейпциге имел обширные коммерческие связи практически со всеми европейскими государствами, королевскими дворами, владетельными князьями, торговыми корпорациями и даже римской курией. Этим объясняется высокий уровень информированности

Фугеров. Владельцы и служащие фирмы были в курсе всех событий коммерческой и политической жизни Европы. Информация стала у Фугеров таким же товаром, как и все прочее, чем они торговали. Особый штат писцов переписывал все новости, прибывшие в Лейпциг, и рассылал свою продукцию подписчикам, вносившим ежегодно особую плату за этот товар. Бюро Фугеров является прообразом информационного агентства. Это значит, что уже в 15 веке были заложены основы и выработан принцип деятельности этого важнейшего распространителя информации.

В Германии эпохи Возрождения большое распространение имели рукописные информационные листки, названные Лютером, как мы уже знаем, «летучими листками». Наиболее интересные из них владельцы типографий перепечатывали на станках и распродавали на ярмарках. О чем же писали в «летучих листках»? Главным образом, о религиозных распрях (речь идет об эпохе Реформации), политических событиях, а также об эпидемиях, всевозможных «чудесах», катастрофах, исцелениях, и др. новостях. Ценилась информация как таковая, а не анализ событий. Элемент сенсационности уже на той стадии развития журналистики был важнейшим условием коммерческого успеха. Стиль, язык автора, как и сама его личность, ещё не существовали как значимые элементы журналистского творчества. Оно было весьма примитивным, поэтому язык «летучих листков» был весьма беден. Это характерно для новостей, издававшихся с целью наживы. Что же касается первых проявлений политической журналистики, проповедей Мюнцера и «Писем тёмных людей» Гуттена, то они уже представляют собой образец публицистического мастерства. Но основная масса рукописной индустрии в Германии являла собой весьма несовершенные в плане языка и стиля творения, не говоря уже о том, что доверять объективности и правдивости авторов было просто опасно. Названия некоторых из этих листков дают определенное представление об их содержании: «Потрясающая ведомость о небывалом наводнении, случившемся в городе Берне. Вести из Франции и т.д. Напечатано в Нюрнберге Никласом Кнорром» или «Достоверная новейшая ведомость из Маастрикта (следует перечисление городов) содержит в себе описание геройской вылазки, перестрелки, стычек, штурмов и других любопытных происшествий от начала осады вплоть до 11 июля текущего 1579 г. Получено из города Ахена 12 июля от хорошего приятеля. Отпечатано в Кельне в 1579 г.» или «Новейшая ведомость об анабаптистах в Мюнстере. Виттенберг. Иосиф Клер. 1535 г.».

Рукописные ведомости распространялись ординарцами, также как и специальные письма, которые составляли - для богатых купцов, вельмож, университетов и монастырей, - осведомители. Содержание этих людей в различных частях Европы и более дальних местах оплачивалось владельческими людьми или организациями. Этим осведомителей можно сравнить с нынешними собственными корреспондентами. Им нередко удавалось организовать вокруг себя нечто типа корреспондентского пункта, который собирал, обрабатывал и доставлял с помощью ординарца информацию хозяину.

Институт ординарцев был предшественником такого важного канала коммуникации как связь. В 15 веке Сен-Галлевское купечество с помощью своих ординарцев наладило регулярную почтовую связь между Линдау, Равенсбургом, Ульмом и Нюрнбергом. Потом эта связь распространилась на Лион и другие города Франции, Нидерландов, Италии. Известия из Венеции до Нюрнберга шли 20 дней.

Ординарцы просуществовали до тех пор, пока почтовое сообщение не было монополизировано государством. Конечно, централизация власти и государственный контроль всячески содействовали развитию журналистики.

Рукописные новости распространялись практически во всех странах Европы. Но происхождение их было главным образом немецкое или голландское. В Германии они появились ранее, чем в Англии или Франции. Здесь же появились и первые газеты, в том виде, как представляет их современный читатель: отпечатанные на станке, выходящие регулярно (ежедневно или еженедельно).

Но между такими важными этапами развития журналистики, как сбор и продажа информации и размножение её с помощью печатного станка, был ещё организационно-оформительский этап. Лицо газеты формировалось довольно долго. Младенческие черты «летучих листков» практически целый век преобразались в юношескую физиономию первых газет. Здесь главная заслуга принадлежит уже не купцам и ординарцам, а интеллектуалам.

Одним из таких людей был австриец Михаил фон Айнцинг, использовавший печатный станок и слово с просветительской целью. Айнцинг решил систематизировать всю отрывочную информацию о перипетиях знаменитого Кельнского спора, доходившую до читателей через рукописные листки новостей. Он изложил суть дела и историю его развития в нескольких статьях и собрал их в одну брошюру под названием «Relatio historica», «О происшествии Кельнского съезда». Брошюра была отпечатана в кельнской типографии и распродана на ярмарке во Франкфурте. Она имела очень большой успех в силу актуальности темы, и благодаря доходчивости и ясности изложения. Этот успех ободрил М. Фон Айнцинга, и он продолжил свою журналистскую деятельность. Теперь он писал уже не только о Кельнском съезде, но и других политических событиях. Так, его брошюра 1588 года уже представляет собой обзор текущих политических событий. «Relatio» (отчеты) Айнцинга выходили в свет накануне ярмарок и получили своё второе название «ярмарочные ведомости». Четкая периодичность и общественно-политическое содержание «Relatio» вплотную приблизили их к газете. У Айнцинга появилось много последователей. «Ярмарочные отчеты» стали распространяться буквально по всей Германии. Среди их издателей можно назвать священника Конрада Лаутенбаха (псевдоним Якобус Франкус) и Маурера.

Кроме рукописных газет, в информационном потоке 16-17 вв. широкое хождение имели печатные памфлеты, «книги новостей», «листки новостей», «реляции» и «баллады новостей» – печатные брошюры небольшого формата и небольшого объема, оперативно откликавшиеся на различные события как

внутри страны, так и за рубежом и во многом напомиравшие первые газеты. Несмотря на сходство, три основных момента отличают эти брошюры от первых газет:

1) подобного рода печатная продукция обычно посвящалась только одному событию;

2) данные издания не были периодическими;

3) большой акцент делался на иллюстративный ряд. «Книги новостей» не исчезли с появлением первых газет, а продолжали существовать на протяжении всего 17 столетия.

Книгопечатание – важнейший фактор в формировании журналистики. 15 век – империя Гутенберга. Венеция – столица итальянского книгопечатания (знаменитое издательство – типография Альдов, которая просуществовала 100 лет. За 40 лет в 260 городах континента открылись 1100 типографий. Зарождение буржуазной журналистики. Две стороны журналистики – коммерческая и идеологическая. Буржуазная журналистика с самого начала имеет коммерческий характер. Торговый дом Фугеров. «Летучие листки» в Германии эпохи Возрождения. Проповеди Мюнцера и Гуттена – образец политической публицистики. Ведомости распространяются ординарцами (прообраз собственных корреспондентов). Немецкое и Голландское происхождение рукописных новостей.

Организаторско-оформительский этап журналистики. Заслуга интеллектуалов, первый просветитель – австриец Айнцинг, он издает «Ярмарочные ведомости», отчасти аналог газеты.

**1609 год считается годом рождения европейской периодики.** Первые газеты в Германии, образцы которых донесла до нас история, выходили в Страсбурге и Аугсбурге в 1609 г., а появились они, судя по содержанию сохранившихся номеров, несколько ранее (в одном их номеров страсбургской газеты указывается, что в 1609 г. она будет издаваться «по примеру прошлых лет»). Газета, выходившая в Страсбурге, называлась «Ведомость» (Relatio) и рассказывала она о всех выдающихся и достопримечательных событиях, совершавшихся в Верхней и Нижней Германии, во Франции, Италии, Шотландии, Англии, Испании, Венгрии, Польше, Молдавии и Турции за 1609 г. Все сведения отпечатаны в таком виде, в каком были доставлены». Издавал страсбургский еженедельник типограф Иоганн Каролюс. В том же году в Аугсбурге появилась другая еженедельная газета, которую издавал Лука Шульте.

В течение нескольких последующих лет подобные еженедельные издания распространились по всей Европе: в 1610 г. печатный еженедельник начал издаваться в Базеле, в 1615 г. к Базелю присоединились Франкфурт-на-Майне и Вена. В 1616 г. газета появляется в Гамбурге, в 1617-м – в Берлине, в 1618-м в Амстердаме, в 1620-м - в Антверпене, Магдебурге, Нюрнберге, Ростоке, Брауншвейге, Кельне.

Номера составлялись исключительно из корреспонденций их различных участков Европы и дальних земель, которые размещались на полосе

совершенно произвольно, без всякой связи. Корреспонденции представляли собой простое изложение фактов без какого-либо анализа или комментария. Авторская позиция проявлялась в исключительно редких случаях. Сухой язык газет Германии 17 столетия, их аполитичность объясняется, с одной стороны, строгой цензурой и, с другой – традицией вести политические дискуссии с помощью памфлетов. Индифферентность первых немецких газет – следствие их функциональной ограниченности, что вполне объяснимо в период становления. Газета не обрела ещё своё истинное лицо. Даже внешне она напоминала книгу, формат страниц равнялся четверти листа. Но в отличие от книг качество печати было более низким. Огромное количество ошибок и опечаток можно объяснить поспешностью, которая требовалась от издателей. Бумага была, как правило, невысокого качества. Первые газеты выходили еженедельно. Ежедневная пресса появилась несколько позже.

Несмотря на отмеченные недостатки, газеты довольно быстро завоевали популярность и получили широкое распространение. В 1616 г. Иоганн Мейер приступил к изданию «Еженедельных ведомостей» в Гамбурге. В 1630 г. у него появился конкурент, почтмейстер Клейнгауз, хозяин гамбургских «Почтовых известий». В 1640 г. к ним добавилась «Новая еженедельная Гамбургская газета». И, наконец, в 1673 г. была основана самая удачная и популярная гамбургская газета «Курьер», основатель которой Фома фон Виринген сумел использовать опыт не только немецкой журналистики, но и французских, и английских «интеллигентских листков».

Интенсивно развивалось газетное дело и в Лейпциге. В начале века оно находилось в руках шведов. Но после 1650 года шведо-фильские газеты исчезли, и стала развиваться независимая печать. В 1659 г. книготорговец Рици получил от саксонского правительства концессию на издание газеты, которая стала выходить с 1 января 1660 г. Это была одна из первых немецких политизированных газет. Кстати, первая ежедневная газета в Европе появилась также в Лейпциге в 1650 г.

К концу 17 столетия газета завоевала Германию. В её пользу и необходимости уже не сомневались. Более того, просвещенные люди подчеркивали особое значение газеты. В 1697 г. в Гамбурге вышла книга «О пользе газетного чтения», автор которой писал: «Кто желает вести осмысленный образ жизни, кто желает быть достойным членом общества и принимать участие в его государственной, торговой и гражданской деятельности, тот обязан интересоваться газетами, тот должен их читать, должен запоминать и взвешивать прочитанное, должен уметь применять его на деле». Но дальнейшее развитие журналистики в Германии было приостановлено на долгое время в силу причин экономического и социально-политического порядка. Немецкие газеты долго оставались информационно-коммерческими. Идеологическую, пропагандистскую функцию журналистика в Германии по-настоящему стала выполнять только с приходом в неё К.Маркса и Ф.Энгельса. А английская и французская печать, возникшая несколько позже,

обогнала её в 18 столетии и по темпам развития, и по уровню содержания, и по качеству подготовки представителей этой профессии.

Журналистика в Англии началась так же, как и в Германии, с рукописных ведомостей. Но пришли они на остров несколько позже и по происхождению своему были немецкими или голландскими, т.е. это были переводы на английский язык европейских листков новостей, составленных Альдами, Фугерами или какими-то менее известными собирателями и распространителями информации. Печатный станок прибыл в Англию из Германии. Первый английский печатник Уильям Кэкстон учился своему ремеслу в Кёльне в 60-е годы 15 столетия. Там же он купил печатный станок. В Германии Кэкстон стал заниматься размножением рукописных книг и переводами. В 1476 г. он вернулся в Англию и основал в Вестминстере типографию.

К концу 16 столетия рукописные листки новостей, называвшиеся в Англии «News», были вытеснены печатными изданиями «Ballada of the News» («Баллады новостей»), их можно считать непосредственными предшественниками английских газет. К сожалению, нельзя увидеть ни один из этих первых печатных сборников новостей, они не сохранились. Но названия некоторых «баллад новостей» говорили о том, что они походят на немецкие «ведомости» и «ярмарочные издания» – «Новости из Фландрии», «Новости из Германии и Голландии», «Ужасные новости из западных частей Англии о пожаре Тивертонна» и т.д. К этой же категории изданий относится «Английский Меркурий» («Mercurius Britanicus»), несколько номеров которого сохранились (здесь следует оговориться, что подлинность их вызывает сомнение у историков). «Меркурий» выходил в 60-е годы 16 столетия. Он оповещал англичан о событиях внешней и внутренней жизни, в частности, в одном из номеров его сообщается о движении испанской «Непобедимой Армады». В дальнейшем слово «Меркурий» постоянно используется в названиях периодических изданий в Англии.

В начале 17 столетия в Англии появляются печатные издания периодического характера. Одно из них называлось «Еженедельные новости из...» («Weekly News from...»). Оно издавалось в Лондоне Н.Борном и Т.Арчем. Вообще 20-30 гг. 17 века знаменуются активным развитием печатного издательского дела в стране, в том числе и появлением большого количества разного рода «News», выходивших с неустойчивой периодичностью. Государство ставит книгопечатание и журналистику под строгий контроль, превращает этот бизнес в свою монополию. Лицензию на право заниматься производством книг, брошюр, памфлетов и новостей можно было получить из рук монарха. Известны имена некоторых издателей той поры, имевших такое право – Натаниэль Баттер, Б.Доунез, Н.Нейвери. Их продукция, как и продукция немецких печатников 16 столетия, во всех своих вариантах напоминала более всего книгу, поэтому в истории предшественники газет часто именуется «книгами новостей». Пользуясь современной терминологией, можно сказать, что это были журналы с обложкой, небольшого формата

объёмом в 6 – 25 страниц. Нужно сказать, что политическая ситуация в Англии и Франции в 1620-х гг. препятствовала развитию независимой периодической печати. Поэтому первые Английские и Французские газеты появились в свободной от цензурных запретов Голландии. В 1620 г. в Амстердаме публиковались еженедельные газеты, тираж которых быстро расходился в Англии и Франции. Эти издания имели коммерческий успех. Период доминирования голландских газет в Англии длился не долго.

В 40-е годы периодичность английских «Меркуриев» (это слово становится практически синонимом слова «вестник») стабилизируется. Известный издатель 17 столетия М.Нидхем издавал в период с 1643 по 1646 г. еженедельник «Британский вестник» («Mercurius Britanicus»). С1650 по 1660 годы тот же Нидхем издавал «Политический вестник» («Mercurius politicus»). Это издание примечательно тем, что в нем уже помещалась реклама (например, реклама чая).

К типу «Меркуриев» можно отнести и еженедельник («Journal»), издававшийся от имени генерала Ферфакса, и издание Моббота «Moderate».

К середине 60-х годов начинает выходить «Оксфордская газета» (Oxford Gazette). Она появлялась 2 раза в неделю и по внешнему виду была уже настоящей газетой, во всяком случае, версталась как газета (здесь впервые появляется система колонок). Эта газета печаталась в Оксфорде, а затем перепечатывалась в Лондоне для широкой публики. Несколько позже она была переименована в «Лондонскую газету». Любопытно, что газета переводилась на французский язык, т.е. имела международный вариант.

Как и все первые газеты, она отличается информативным характером и сухостью языка. В Англии эпохи буржуазной революции, так же, как в Германии времен Реформации, средством ведения политической дискуссии были памфлеты, а не газеты. Памфлетная публицистика стала одним из важнейших факторов, сформировавших журналистику, но о памфлетах подробнее сказано в лекции, посвященной журналистике эпохи первых буржуазных революций.

Со времени выхода первых «Меркуриев» до появления первой ежедневной газеты в Англии прошло почти столетие. Это был век бурного экономического и социального развития страны.

Развивалась не только английская промышленность и торговля, развивалась английская культура и общественная мысль, ставшие сферой активного приложения сил и способностей широких масс. Эта активность нашла своё отражение в журналистике, развившейся в течение ста лет из примитивных листков «News» до совершенного механизма сбора и распространения информации. Первая ежедневная газета «Daily Courant» вышла в Лондоне В1702 году. Далее английская журналистика пошла по пути бурного развития газетной индустрии, и сегодня одной из характернейших её черт является большое количество так называемых «массовых» газет с миллионными тиражами.

Французская журналистика с первых своих шагов качественно отличалась как от немецкой, так и от английской периодики своей содержательностью. Один из историков печати 19 - начала 20 века Людвиг Саламон сравнивает французскую печать с «вечно колеблющейся поверхностью моря», отмечая её большую «подвижность». Он пишет, что французская печать значительно превосходит английскую изяществом, остроумием, темпераментом и неподражаемым искусством ежедневно набрасывать пеструю, хотя и не всегда верную, картину мировой жизни в данный момент. Благодаря этим свойствам национального гения французская печать быстрее и легче немецкой и английской прошла первые ступени своего развития. Уже первый французский листок шел дальше простого сообщения известий и старался возбудить в обществе сочувствие к определенным идеям.

Периодические издания появились во Франции несколько позже, чем в Германии или Италии, но ежедневная жизнь интересовала ещё первых французских хроникеров. Элементы журналистики присутствовали и в «Газете парижского буржуа» (1409 – 1444 гг.), и в «Скандальной хронике» Жана де Труайе (1461 – 1483 гг.), и в «Газете парижского буржуа» времен Франциска – 1 (1515 – 1536 гг.).

Изобретение печатного станка Гутенбергом не осталось незамеченным во Франции. С 1470 года ректор Сорбонны Гийом Фише и приор Жан Эйниен были увлечены идеей создания типографии при университете. Первая продукция французского печатного станка появилась в 1475 г. Печатались поначалу, как и везде, книги. И хотя к концу столетия в этой стране уже насчитывалось около 50 типографий, имена первых печатников и издателей неизвестны, поскольку на первых порах их деятельность не контролировалась властями. В 16 столетии издательский бизнес полностью попал под контроль монархов. Имена всех владельцев типографий были известны, так как заниматься этим ремеслом можно было только с королевского позволения. Французские историки печати сообщают, что в 1547 г. в Париже было 116 печатников, в Руане – 70, в Лионе – 42, в Тулузе – 7. Из парижских издателей более известными были Карон, Андре, Корозе, Нивер, Варен, из лионских – Римар, Бренузе, Ломм.

Что же печаталось в этих типографиях? Чаще всего это были различные хроники:

1) хроники придворной жизни. Они были посвящены описанию военных походов, заключению брачных союзов, похоронам и крестинам и т.п. Большое хождение в конце 15 столетия имели хроники или бюллетени, посвященные британской войне и смерти короля Карла – 8. В этих бюллетенях сообщались факты не только из жизни французского двора, но и всех европейских королевских фамилий;

2) бюллетени дипломатических отношений. Это, прежде всего, послания и тексты договоров, например, договор между Людовиком – 11 и Максимилианом Австрийским;

3) хроники религиозного содержания. Это многочисленные обращения, проповеди, ответы, наводнявшие Европу периода религиозных войн. В качестве примера можно привести послание французского короля немецким протестантам 1541 г.

Неповторимым национальным явлением французской журналистики были *canard*. *Canard* можно назвать французским журналистским фольклором. Поначалу они не были самостоятельной формой публикации. В период с 1488 по 1529 гг. французские историки выделяют около 200 случайно появившихся курьезных рассказов. В период с 1515 по 1529 гг. бесчисленное количество их появлялось в «Газете парижского буржуа». В 1560 г. Пьер Бозесто собрал их в сборник под названием «Необычные истории». В большом количестве они были напечатаны во «Французском Меркурии» 1605 г. *Canard* как самостоятельная форма публикаций, получившая широкое распространение в 16-17 веках, представляли собой брошюры форматом 80 на 125 мм. и объемом 8-16 страниц. Они печатались на очень плохой бумаге с огромным количеством ошибок и тем не менее были очень популярны. Их продавали у стен королевского дворца, громко выкрикивая невероятные названия, привлекавшие покупателей сенсационностью. Их ругали, обвиняли в лживости, плохом стиле и плебействе, как бродячих актеров, но все хотели прочитать очередную небылицу, которая к тому же иллюстрировалась изображением ужасной змеи, найденной на Кубе, или летящего дракона, которого видели в небе Парижа в 1579 г.

Число *canard* росло огромными темпами. В период между 1520 и 1550 гг. их вышло 18, в следующей четверти 16 века – 39, с 1576 по 1600 гг. – 110, с 1600 по 1631 гг. – 323, а 1618 был рекордным по числу выпущенных *canard* – 37. Существовали типографии, которые специализировались на выпуске этих небылиц. В Париже это делали Абрахам Согрен, Флери Бурико, Антуан дю Брей, в Лионе – Бенуа Риго.

Диапазон содержания *canard* очень широк. В жанровом отношении это были рассказы. Из 500 известных рассказов 180 повествуют о необычных фактах, 116 – о несчастных случаях, 109 – о криминальных историях, 95 – о небесных явлениях (очень большое распространение получил рассказ о комете 1618 г.).

Помимо *canard* существовали и другие формы ранней периодики. Это прежде всего религиозные издания. Они получили очень большое распространение во Франции 16-17 столетий. Только за пятилетие, с 1589 по 1594 гг., было отпечатано 280 книжек на темы религии, объемом по 8-16-32 страницы и тиражом от 200 до 500 экземпляров. Некоторые из них, такие как «Щит собрания истинных католиков», достигали 47 страниц в объеме и печатались тиражом около тысячи экземпляров.

Альманахи и календари, во множестве производимые французскими типографиями, уже несли в себе элемент четкой периодичности. Существенное влияние на развитие французской периодики оказали бельгийские и голландские издатели, в особенности Абрахам Верховен, издававший с 1605

года «Последние новости» («Nieuwe Zydinghen»). Газета Верховена, а так же «Галло-бельгийский Меркурий», издававшийся во Франкфурте, послужил примером для издания в 1611 г. «Французского Меркурия». В первом номере этого ежегодника рассказывалось о событиях во Франции и за её пределами, начиная с 1605 г. Начал издавать «Французский Меркурий» Жан Ришар, продолжили его дело Этьен Ришар и Сливье Варен.

«Меркурий» оказал серьезное влияние на состояние общественной жизни во Франции, в особенности в бурные времена Регентства. Кардинал Ришелье – первый государственный деятель Франции, осознавший необходимость идеологического воздействия на общественное мнение. Придя к власти, то есть став министром Франции, кардинал Ришелье сделал ежегодник одним из своих орудий. С 1624 по 1631 гг. «Французским Меркурием» руководил ставленник Ришелье падре Жозеф, которого современники называли «серым преосвященством». Однако малотиражный «Меркурий», выходивший в свет один раз в год, не соответствовал политическим задачам Ришелье. Кардинал искал возможность систематического воздействия на общественное мнение, а для этого необходимо было периодическое издание иного типа.

Таково было состояние французской периодической печати до 1631 г., до появления издания «La Gazette» Теофраста Ренодо. Должность при дворе он получил благодаря протекции падре Жозефа, который и привлек королевского медика Ренодо к работе в «Меркурии». Там талантливого журналиста заметил Ришелье, который предложил ему выпускать новое периодическое издание. Организация подобного издания без поддержки всемогущего кардинала была невозможна. В 1630 г. Ренодо оформил официальное разрешение на владение Адресным бюро и получил монополию на сбор информации по всей территории Франции.

«Теофраст Ренодо – основатель «Ла Газетт», начавший её издавать в 1631 г., положил начало первой газете в нашем смысле этого слова, газете политической, официальной», – эти слова Ш.Сент-Бева подчеркивают заслуги Ренодо не только перед французской печатью, но и перед всей журналистикой. Он действительно был человеком, перенявшим опыт издательской деятельности многих европейских стран и соединившим его с высокими идеями просвещения и гуманизма. В практической деятельности этот синтез дал газету как средство распространения идей и знаний. «Газетт» является важнейшей эпохой в истории журналистики, её появление знаменовало конец младенчества и детства периодической печати.

Характер журналистики как важнейшей сферы идеологии и особой области социальной активности, начал четко определяться и впервые проявил себя в деятельности Т.Ренодо, которого и следует считать одним из первых профессиональных журналистов. Ренодо принадлежит к числу первых французских просветителей. Это был человек незаурядных способностей в различных областях знания, сочетавшихся с активной социальной позицией. Ещё в ранней юности (в 1606 г.) он получил диплом врача. Ему было всего 19 лет, когда, закончив медицинский факультет в Монпелье, он отправился

путешествовать по Франции и Европе. Эти странствия и помогли ему увидеть европейскую журналистику, уже родившуюся практически во всех странах, удивительно пеструю, а порой и противоречивую в своих проявлениях, заявлявшую о себе на всех перекрестках, но воспринимавшуюся еще, как воспринимается подросток в семье, - с иронией и надеждой одновременно. Вот этот подросток и стал любимым детищем Ренодо, из которого он вырастил через годы упорной борьбы и работы гений журналистики.

Вернувшись в Париж в 1612 г., Ренодо принялся за изучение хирургии и, как он пишет сам, «стал оказывать помощь беднякам». Занятия медициной становятся частью его просветительской и гуманистской деятельности. В 1624 г. Ренодо был назначен на пост начальника государственных благотворительных учреждений. Особую заботу проявлял он об обеспечении голодных, доведенных до крайней нищеты гражданскими войнами ремесленников и крестьян.

Созданное им Адресное бюро, распространявшее информацию о продаже, купле, найме рабочей силы и прочем, обслуживало бедняков бесплатно. Одну из главных своих задач Ренодо видел в том, чтобы богатые помогали бедным. Сам он занимался этим весьма активно. Но помимо Адресного бюро и медицинской практики Ренодо очень интересовался многочисленными печатными листками, наводнявшими Париж и читавшимися с огромным интересом. Идея создания газеты, подобной тем, которые он видел в Европе, давно владела им, но недостаток средств и религиозные войны не позволяли её осуществить. И вот могущественный и всесильный кардинал Ришелье одобрил благотворительную деятельность Ренодо, более того, настойчиво посоветовал расширить её. Кардиналу необходим был печатный листок по типу немецких или голландских. Лучше Ренодо, по его мнению, во Франции никто с этим справиться не мог. Опыт и связи Адресного бюро, а также заслуги врача перед королем и самим кардиналом были лучшей гарантией.

Таким образом, Теофраст Ренодо получил реальную возможность приступить к изданию первой регулярной французской газеты. Тот факт, что задумана она была сразу же как орудие идейной борьбы проповедника абсолютизма Ришелье с его многочисленными врагами (эта борьба велась давно, но полем боя были главным образом памфлеты и упоминавшийся уже ежегодник «Французский Меркурий»), подчеркивает её специфический, целенаправленный характер. Это было качественно новое явление. Безусловно, нельзя отрицать роль Ришелье, с санкции которого, по сути дела, начала издаваться газета. Но если он видел в ней лишь средство уничтожения своих врагов и распространение духа абсолютизма, то Ренодо поднял её на уровень более высокий: он вложил в газету идейное содержание в самом широком смысле этого слова.

Газете было дано название «La Gazette», происходившее от названия листков новостей, которые Ренодо видел в Венеции (те самые, что продавались за мелкую монету, называвшуюся «газетта»). По мнению издателя, такое название было наиболее понятным для широких масс, это подчеркивало

общедоступность или, как сказали бы сейчас, массовость издания. Первый номер «Газетт» вышел 30 мая 1631 г. Датируются номера только с 4 июля, когда вышел уже шестой номер газеты. Но так как это был еженедельник, то легко установить день выхода первого номера. «Газетт» выходила по пятницам на четырех страницах форматом 23 на 15 см. Позже число страниц увеличилось до 12, а также появились рисунки.

Тираж её поднимался до 1200 экземпляров. Ежегодно все номера собирались в один том, выходивший под названием «Годовой сборник». В течение 1631 г. был выпущен 31 номер «Газетт», которые и были собраны в годовой сборник, посвященный Людовику VIII. В предисловии к этому сборнику Ренодо писал о новизне, полезности и трудности осуществления этого предприятия, особо подчеркивая, что в его газете «каждый найдет то, что ему необходимо».

Поначалу в «Газетт» печатались главным образом новости из-за границы, при этом большая часть их бралась из немецких, итальянских и голландских газет, что давало основание для конкурентов и противников Ренодо обвинить его в плагиате. Но постепенно с развитием газеты в ней все больше внимания уделяется внутренней информации, а новости из-за границы уже получаются «из первых рук». Определенная часть информации поступала в газету «сверху» – от кардинала Ришелье и даже от самого короля (существует версия, Людовик – 8 написал несколько статей для «Газетт», опубликованных в ней под псевдонимом). Ренодо открыто заявлял о том, что его газету редактирует и дает ей направление «по своему усмотрению Его Преосвященство». Заниматься изданием газеты, делая это не из коммерческих интересов, а в целях просвещения, было нелегко. От Ренодо требовалась известная гибкость и одновременно мужество. Враги часто обвиняли его в самых разных грехах, называя шпионом кардинала, шарлатаном. Это были конкуренты на поприще печати, противники Ришелье, а затем Мазарини, а также представители медицинского факультета Сорбонны. Один из них писал: «Я признаюсь Вам, что Ваши газеты заставляют меня считать Вас газетчиком, т.е. писателем ложных сочинений». Доходов издательская деятельность Ренодо не приносила. Более того, он расходовал на издание «Газетт» свою пенсию в 800 ливров, которой его могли лишить в любой момент, как только заподозрят в нелояльности. Особенно тяжело пришлось издателю «Газетт» после смерти его покровителей Ришелье и Людовика – 8. Отношения с кардиналом Мазарини были весьма сложными. По распоряжению последнего, типография «Газетт» была перенесена в Сен-Жермен, куда пришлось перебраться и Ренодо. Сыновья его издавали уже в Париже, оппозиционную газету «Курьер Франсе».

В 1653 г., измученный постоянными материальными трудностями, связанными с изданием газеты, но не оставивший любимого дела до последних дней, Ренодо умер. Умер нищим, но не сломленным. В некрологе, помещенном в «Газетт», отмечались большие заслуги Ренодо. «Его бескорыстие, - писала «Газетт», - позволяло ему довольствоваться своею славою». Дело Ренодо продолжили его сыновья. «Газетт» оставалась одним из ведущих французских

периодических изданий вплоть до Великой Французской революции. С 1 мая 1792 г. она прекратила свое существование.

«Газетт» оставалась лидером французской прессы долгие годы. Появившиеся в первой половине 18 столетия провинциальные газеты не могли с ней соперничать. Даже первой французской ежедневной газете «Журналь де Пари», возникшей в 1777 г., это было трудно сделать. Только Великая французская революция, поднявшая печать на качественно новый уровень, давшая огромный толчок развитию журналистики, смогла создать прессу более совершенную, чем, в частности, «Газетт».

Развитие журналистики в других европейских странах проходило под воздействием немецкой, английской и французской печати. Несмотря на то, что в таких странах, как Италия и Голландия, первые попытки издания новостей предпринимались раньше, чем в Англии и во Франции, регулярно издающиеся газеты появились здесь позже, и журналистика развивалась медленнее. Это связано с экономическим развитием этих стран, а также с тем обстоятельством, что они долгие годы находились в политической зависимости от иностранных держав. Италия была зависимой слаборазвитой раздробленной страной с высоким уровнем неграмотности населения. Времена расцвета Венеции прошли. Итальянские королевства и княжества находились под пятой могущественной Австрии, подавлявшей не только экономику, но и культуру народов Италии. И тем не менее некоторые попытки издания газет в 17-18 столетии здесь предпринимались. Так Ф.Фаторелло называет самой старой итальянской печатной газетой издание, выходившее во Флоренции в 1636 году. В числе первых периодических изданий Италии Л.Саламон называет еженедельник «Greoas», выходивший в Риме в 1716 году и генуэзскую газету Ассарино «Ti Sincero». Появление первых политических газет в Италии относят к концу 18 – началу 19 столетия.

Распространение революционных и освободительных идей в 30-40-е годы 19 века в Европе и развитие журналистики в Италии тесно связано с деятельностью группы «Молодая Италия». Это были газеты, издававшиеся за границей и распространявшиеся нелегально: «Da giovane Italia» (Марсель), «Tribuno» (Лугано), «Italieno» (Париж), «Apostolato popofer» (Лондон). Но реакция уничтожала эти газеты. Настоящее активное развитие журналистика получила только с завоеванием Италией независимости и созданием единой республики со столицей в Риме. До 1870 г. в этом городе издавалась только одна газета, орган Ватикана «Osservatore Romano». После 1871 г. число газет в Риме и по всей Италии резко возросло.

Положение журналистики в Венгрии, являвшейся, как и Италия, частью Австро-Венгерской империи, было не лучшим. Первые газеты на территории Венгрии выходили на латинском и немецком языках в начале 18 века. Это, в частности, «Mercurius Hungarius». Первая газета на венгерском языке появилась в 1780 году, она называлась «Magiar Hirmondo». В 1788 г. в Будапеште стал выходить «Magiar Mercurius». Печать в этой стране развивалась очень медленно и так же, как итальянская, испытала на себе влияние революционных идей 30 –

40 годов 19 века. Основателем национальной журналистики считается известный венгерский поэт и революционер Лайош Кошут, начавший заниматься журналистикой с 1832 года.

Развитие журналистики в странах Юго-Восточной Европы (Греция, Югославия, Болгария) сдерживалось турецким владычеством. В самой Турции первая газета появилась в 30-е гг. 19 столетия. Это был всего лишь реестр декретов и распоряжений султана, а также описание придворных праздников. Подлинные турецкие газеты появились в 60-е годы в Лондоне, их издавали эмигранты: Али Суави, Кемалн и другие. Они имели успех в Турции и оказали влияние на некоторые изменения порядков в стране, особенно в области обмена мнениями. Появляются сатирические печатные листки «Убеждение», «Время», «Правда»; литературные и детские журналы «Литературный архив», «Детское чтение», «Школа». В 70 гг. 19 века, по данным Саламона, в Константинополе выходила 81 газета, 16 из них – на турецком языке, 1 – на арабском, 1 – на персидском, 1 – на немецком, 1 – на английском, 12 – на греческом, 13 – на армянском, 4 – на болгарском, 29 – на французском, 2 – на еврейско-испанском, 1 – на итальянском. Поражение в русско-турецкой войне послужило поводом для репрессий на прессу как носительницу европейской культуры. В Турции в этот период была введена строгая цензура.

На Севере Европы, в скандинавских странах, журналистика получила развитие главным образом в 18 веке, хотя первая шведская газета «*Ordinari Post-Zijnder*» появилась в 1645 г. Впоследствии она стала официальным органом королевства. Название её несколько раз менялось. Её редакторами были известные шведские литераторы, в частности А.Ю.Стриндберг. Но наиболее представительной в эпоху становления печати на Севере Европы была детская периодика. В этой стране уже в 1770 г. королем Христианом - 7 была провозглашена свобода печати, рамки которой были несколько сужены после Великой французской революции. Первая газета появилась в Копенгагене в 1663 г. Она печаталась на немецком языке. С 1666 г. стали выходить газеты на датском языке. Это «*Danske Mercurius*» (1666 г.), «*Extraordinair Relationes*» (1672 г.) и некоторые другие. Довольно рано возникли в Дании и журналы. Первый их них «*Der Fremde*» («Чужестранец») тоже выходил на немецком языке. В 50 гг. 18 столетия появляются и журналы на датском. Самым популярным был журнал «Минерва», выходивший в 80-90 гг.

Первая норвежская газета основана в 1763 г. Но в дальнейшем норвежская журналистика развивалась весьма слабо. Только лишь подъем освободительных идей против культурного влияния Швеции стимулировал в 20-30 гг. 19 века развитие норвежской журналистики.

Что касается американской журналистики (США), то она началась сразу же с печатных изданий. В 16 столетии, когда Европа переживала период творческих поисков в области журналистики, территория современных Соединенных Штатов только осваивалась представителями европейской цивилизации, ставшими и пионерами американской периодики. Первые географические описания этих земель (американские исследователи называют

их своими первыми литературными произведениями) были сделаны испанцами, французами и англичанами и отпечатаны и изданы в Европе. Одно из таких описаний имеет в своем названии слово «Relation», его автор Альва Нуньес Кабеса де Васо, путешествовавший по территории современного Техаса и Аризоны в 1528 – 1531 гг., опубликовал свою книгу в 1542 г. Она была переведена на многие языки и имела большой успех. За ней последовала целая серия отчетов о путешествиях по Америке, вышедших в течение второй половины 16 столетия. Хочу заметить, что по массовости, информационной насыщенности, технической оснащенности, технологии и организации в Западном полушарии, да и в мире в целом, лидирует журналистика США. Но, о ее истории, проблемах и возможностях мы поговорим подробнее в другой раз. Сегодня мы познакомились с первыми газетами Европы.

Первые газеты Германии (сухой язык, авторская позиция почти не проявляется, то есть индифферентность газет). Иоган Мейер – один из первых издателей Европы (Гамбург). Немецкие газеты долго остаются информационно-коммерческими (до прихода К. Маркса и Ф. Энгельса). Позже развивается газета в Англии. «Баллады новостей» – предшественники английских газет», «Английский Меркурий». В 17 веке в Англии появляется периодика. В 60 гг. – «Оксфордская газета» (переводилась на французский язык). Первая ежедневная газета в Англии (Лондон, 1702 г.). Французская журналистика отличается содержательностью. Конард (журналистский фольклор) – неповторимое национальное явление французской журналистики. Конард – самостоятельная форма публицистики, растет тираж. Выходит в свет «Французский Меркурий» (1611 г.), который является орудием Кардинала Ришелье. «Ла Газетт» Теофраста Ренодо. Ренодо – первый французский просветитель и основатель французской журналистики. Журналистика Италии, Голландии, Венгрии развивается медленно (экономическое развитие, по причине политической зависимости от иностранных держав). В Италии – первая периодика в 1716 г., политические газеты – конец 18 начало 19 вв. Венгрия – национальная журналистика начинается с 1832 г.

**Эпоха Просвещения** стала поворотным этапом в истории европейской цивилизации, явлением во многом итоговим. Европа сделала решительный шаг к переходу к новым экономическим, социально-политическим и идеологическим формам. Абсолютистские режимы в 18 в. начали сменяться демократическими. Феодалные экономические отношения уступают место капиталистическим, в науке и философии утверждается рационализм, в политической и религиозной жизни – принципы толерантности (обосновываются и получают юридическое оформление концепции «естественных прав человека» и демократии). Обозначенные явления пробивали себе дорогу с большим трудом – 18 столетие стало эпохой кровавых революционных потрясений и войн за независимость.

Социально-экономические и политические достижения были связаны с движением в духовной области, которое само дало себе название «Просвещение». «Просвещение с помощью света разума» – таков был лозунг

прогрессивных сил Европы. Новые идеи получали распространение благодаря путешествиям, международной книжной торговле, все возраставшей переводческой деятельности и переписке».

Начало европейского Просвещения связано с идеями английских деистов и философов конца 16 столетия. Принятие в 1689 г. «Билля о правах» стало знаменательным событием не только для Англии, но и для всей Европы, ибо в «Билле о правах» была заявлена новая модель взаимоотношения личности и государства. Высказанное Локком положение о том, что «мы рождаемся свободными, так же, как мы рождаемся и разумными», для многих звучало подлинным откровением (в работе «О гражданском правлении», 1690 г.). Вольтер писал, что «Локк развернул перед человеком картину человеческого разума, как превосходный анатом объясняет механизм человеческого тела». Многие французские просветители (Монтескье, Вольтер, Прево) отправились в Англию, чтобы на месте ознакомиться с тем, что казалось им самым передовым и плодотворным в области культуры, идеологии и государственного устройства. В этот период и стали появляться первые журналы.

Какими же были условия появления первых европейских журналов. Условия эти определялись в первую очередь созданием в 17 веке определенной интеллектуальной среды, вошедшей в историю под названием «Республика литераторов» или «Республика ученых». Это понятие отразило новую форму общения европейских интеллектуалов, ориентированных на антисхоластические методы познания. Это своего рода интернациональное «братство литераторов», объединенных задачей поиска истины в «невидимые колледжи», свободные от теологических догм. Помимо личных встреч члены этих групп нуждались в научной переписке, без которой трудно себе представить духовную жизнь Европы этого периода. Переписка эта была иного свойства, нежели эпистолярное наследие античности, средневековья или Ренессанса: каждый, стремящийся к знанию, должен был ориентироваться теперь не на Учителя и его интерпретаторов, т. е. не на готовое знание, а на самого себя и на других как равноценных личностей (в смысле равного их участия в формировании нового знания). Стали создаваться научные общества, способные к привлечению и аккумуляции средств на издания (в том числе и периодические).

Слово «журнал» восходит к латинскому «дьерналис» («ежедневный»), что напоминает «акта дьерна» Юлия Цезаря. Особенность первых европейских журналов – преимущественно научная ориентация, но научная переписка не могла вовлечь в коммуникацию достаточно большое число участников. Информационно-пропагандистские возможности периодического издания были несоизмеримо выше. Первый европейский журнал («Журнал ученых», 1665-1828) был создан по инициативе французского министра финансов Жана-Батиста Кольбера, которого часто сравнивают с кардиналом Ришелье. Кольбер задумал периодическое издание, которое бы освещало научные, критические и литературные проблемы, стоящие перед интеллектуальной элитой Европы.

Это издание увидело свет в Париже 5 января 1665 г. На должность редактора и издателя был приглашен советник парламента Дени де Салло. Журнал выходил сначала один раз в неделю, потом раз в две недели на 12 страницах. Издание Салло было призвано восполнить пробел в научном общении, в обмене информацией, в плодотворных научных дискуссиях. Публикации научных исследований, новые научные теории и другие материалы облекались в форму писем. Журнал был ориентирован на научную полемику, на «провокацию» спора. В издании Дени де Салло помогали такие известные деятели французской культуры, как Марен Лерой де Гомбервиль и Жан Шаплен. Через год издание журнала перешло в руки аббата Жана Галлуа, профессора греческого языка, остававшегося на посту редактора до 1674 г.

А в Англии, с опозданием всего в несколько недель (1665 г.), появляется журнал «Философские труды Королевского общества» под редакцией Генри Олденберга. Этот журнал, официальный орган Лондонского королевского общества, выходил ежемесячно. Любопытно, что из десяти публикаций, составивших первый номер, три были взяты из Французского «Журнала ученых».

В 1668 г. в Риме появился первый итальянский журнал, который был задуман его редактором Франческо Надзари по образцу все того же французского, а в дальнейшем сам послужил образцом для итальянских литературных журналов. Издание, в котором помещались работы литературоведческого, языковедческого, философского характера, просуществовал до 1679 г.

Цензурные преследования, существовавшие в большинстве стран Европы, заставили обратить внимание журналистов на возможность публикаций своих изданий в Голландии. Влиятельный французский мыслитель, философ-скептик Пьер Бейль, которого Г. Геттнер характеризовал как «смелую фаустовскую натуру, в которой неустанно бродят все глубочайшие вопросы человечества», был вынужден за свои религиозные убеждения эмигрировать в Голландию. Там в 1684 г. он стал печатать периодическое философско-литературное издание «Новости литературной республики». В предисловии к первому номеру Пьер Бейль писал, что «мы свободны от неразумной пристрастности. Мы будем выступать скорее в роли докладчика, чем в роли судьи, и мы приведем выдержки из книг, направленных против нас, столь же добросовестно, как и книг, выступающих за нас». Издание Бейля имело широкий резонанс, утвердив авторитет редактора в европейских интеллектуальных кругах. Во Франции распространение «Новостей литературной республики» было запрещено. В журнале Бейля содержались рецензии на книги по вопросам философии, богословия, истории и литературы, а также полемические сочинения политического и религиозного характера. Французских религиозных ортодоксов раздражала независимость материалов, публикуемых в издании Бейля. Да и в более терпимой к инакомыслию Голландии ряд публикаций привел к тому, что независимый редактор лишился места профессора истории и философии в Роттердамском университете. Нападки недоброжелателей и

пошатнувшееся здоровье заставили Бейля через три года прекратить свое издание. Бонаж де Боваль продолжил труд Бейля, переименовав журнал в «Летопись творений ученых», который в новом виде и просуществовал до 1709 г.

А в 1688 году Жан Леклерк, эмигрант и идеологический противник Бейля, предпринял в Амстердаме издание журнала «Всеобщая историческая библиотека», который просуществовал пять лет и прославился тем, что уже в первых номерах Леклерк опубликовал обширные извлечения из основополагающего труда великого английского философа Джона Локка «Опыт о человеческом разуме», вызвав бурную полемику во многих странах Европы.

Журналы литературно-критического содержания во Франции ведут свое начало от периодического издания «Галантный Меркурий», основанного в 1672 г. Королевскую «привилегию» на издание получил популярный в то время драматург и полемист Жан Донно де Визе, известный литературный противник Мольера. В первые годы журнал выходил нерегулярно, однако с 1677 г. де Визе сделал это издание ежемесячным. Особенным успехом у читающей публики пользовался раздел новостей, который можно было назвать разделом светской хроники.

Итак, это начало эпохи Просвещения, вторая половина 17 века. Задача просветительской журналистики – исправлять нравы общества посредством просвещения и развлечения. Поэтому язык просветительских изданий отличался простотой и ясностью, чтобы быть понятным и доходчивым максимально большему числу читателей. Как писал Даниэль Дефо, «если меня спросят, какой стиль я считаю наилучшим, то я отвечу – тот, на котором можно разговаривать с пятью сотнями людей самых разнообразных профессий, исключая идиотов и сумасшедших, и быть понятым всеми».

Сам Дефо прославился как опытный памфлетист и полемист, сатирические выпады которого не раз достигали цели. Его памфлет «Кратчайший способ расправы с диссидентами» (1702 г.) был направлен против религиозных преследований со стороны английской церкви, но Дефо написал его так, что ввел в заблуждение тех, против кого этот памфлет был направлен. Ответом на мелкую карикатуру стал суд над памфлетистом, публичное сожжение обнаруженных экземпляров, штраф и трехкратное выставление к позорному столбу. Но Дефо удалось превратить гражданскую казнь в собственный триумф. В тюрьме Дефо написал «Гимн позорному столбу» (1703 г.), который поступил в продажу как раз в момент исполнения приговора, - и собравшаяся на площади толпа приветствовала Дефо рукоплесканиями и осыпала его цветами.

После выхода из заключения Дефо становится независимым журналистом и издает собственный журнал. По мнению Г. Геттнера, тюремное заключение сделало Дефо еще любезнее народу; он писал сатиры, политические сочинения, полемические статьи. Но всего более занимало его издание «Обозрения отношений Франции и всей Европы, насколько простирается влияние

Франции», выходившего четыре раза в неделю, которое было народным листком в истинном смысле этого слова и которое поэтому и должно собственно считаться первым началом английской журналистики». Дефо продолжал издавать журнал, заполняя его в основном материалами собственного сочинения, вплоть до 1713 г. и даже получил прозвище «господин Ревью». В английской просветительской журналистике выделились два подхода к исправлению нравов – сатирический и морально-дидактический. Их всегда можно разьединить, но если выделять крайние стороны, то нравоучительная журналистика Джозефа Аддисона и Ричарда Стиля оказываются с одной стороны, а едкая сатира Джонатана Свифта – с другой. Как остроумно заметил Теккерей, Аддисон – «мягкий сатирик, он никогда не наносил запрещенных ударов; милосердный судья, он карал только улыбкой. В то время как Свифт вешал без пощады».

Свифт оставил яркий след в истории английской журналистики и публицистики. Размышляя о силе публицистического дарования Свифта, тот же Теккерей заметил, что «самые хищные клюв и когти, какие когда-либо вонзались в добычу, самые сильные крылья, какие когда-либо рассекали воздух, были у Свифта». Памфлет был излюбленным жанром Свифта. Он никогда не подписывал свои публицистические произведения, мистифицируя читателей вымышленными именами и поднимая злободневные вопросы, которые органично вписывались в контекст основных проблем английского и европейского Просвещения.

В 1696-1697 гг. Свифт практически одновременно создал два памфлета, которым уготовлена была долгая жизнь. – «Битва книг» и Сказка бочки». «Сказка бочки – один из самых блестящих памфлетов в творческом наследии этого публициста. В нем дается тонкая и злая пародия на Реформацию и на различные направления внутри христианского вероучения, отразившая реакцию Свифта на события английской революции и на деятельность пуритан. Под масками Петра, Мартина и Джека возникают образы католицизма, лютеранства и кальвинизма (пуританства).

Политические пристрастия Свифта сделали его редактором торийского еженедельника «Исследователь» (он вел его с ноября 1710 по 1711 гг.). В этой газете он опубликовал целый ряд памфлетов, статей и стихотворений, направленных против лидеров партии противников. В пылу политической борьбы Свифт писал, что «партия наших противников, пылая бешенством и имея довольно досуга после своего поражения, сплотившись, собирает по подписке деньги и нанимает банду писак, весьма искушенных во всех видах клеветы и владеющих слогом и талантом, достойными уровня большинства своих читателей». Даже самое известное произведение Свифта – роман «Путешествие Гулливера» (1726 г.) – не что иное, как развернутый памфлет, который не сосредоточивается на одной проблеме, но поднимает бесконечное множество проблем – от государственного устройства Британии до нравов ученого мира и духовного облика человека в целом (йеху).

Серия памфлетов Свифта «Бумаги Бикерстафа» (1708-1709 гг.) определила форму нравоучительной журналистики Ричарда Стиля и Джозефа Аддисона. Свифту удалось создать запоминающуюся комическую маску Исаака Бикерстафа, имя которого стало нарицательным. Ричард Стиль, бывший в ту пору редактором официальной газеты, решил использовать созданную Свифтом маску для издания нового журнала в 1709 г.

Журналу Стиля, получившему название «Болтун» и имевшему подзаголовок «Болтун Исаака Бикерстафа», суждено было положить начало не только английской, но и всей европейской нравоучительной журналистике. Издание начиналось обращением Бикерстафа, предлагавшего читателю «поучительное и вместе с тем вызывающее на мысль чтение», которое «благодетельно и необходимо». Удачно найденная маска и точно выдерживаемая программа издания завоевала английского читателя. В 1710 г. издательским проектом своего друга заинтересовался Джозеф Аддисон. Он стал присылать в журнал свои статьи и эссе. Аддисон нашел свое призвание и самый восхитительный собеседник заговорил.

С приходом Аддисона качество журнальных публикаций возросло, многие его эссе до сих пор переиздаются и считаются непревзойденными образцами английской эссеистики. Структура «Болтуна» основывалась на одном эссе, являвшимся композиционным стержнем каждого номера. Эссе создавалось Стилем или Аддисоном от имени выбранной маски и посвящалось различным событиям лондонской жизни. Помимо эссе, в номер включались также мелкие объявления и заметки («Болтун» выходил три раза в неделю). Опасаясь, что маска Исаака Бикерстафа может потерять свою привлекательность, Аддисон и Стиль прекращают издание «Болтуна» в начале 1711 г., когда журнал находился на пике своей популярности. В тот же год появился самый удачный журнал в творческом наследии этих авторов – «Зритель». На этот раз Аддисон и Стиль разработали целую галерею масок, членов небольшого клуба, которые собирались, чтобы порассуждать на самые замысловатые темы из области политики, литературы, философии, театра, светской жизни и т.д. Подлинной удачей стал образ «Зрителя» – сэра Роджера де Коверли, добропорядочного провинциального джентльмена, английского чудака, с любопытством вглядывавшегося в окружающий мир: «Так и живу я на свете, скорее как Зритель, созерцающий человечество, чем как один из его представителей; таким образом я стал прозорливым государственным деятелем, военным, торговцем и ремесленником, никогда не вмешиваясь в практическую сторону жизни. Теоретически я прекрасно знаю роль мужа или отца и замечаю ошибки в экономике, деловой жизни и развлечениях лучше других, чем те, которые не редко ускользают от тех, кто замешан в деле. Короче говоря, я во всех сторонах своей жизни оставался наблюдателем, и эту роль я намерен продолжать и здесь».

Тираж «Зрителя» вырос до 14000 экз., читатели в Европе и колониях с нетерпением ждали каждого нового выпуска. Но Аддисон и Стиль оказались верными избранной издательской стратегии, и когда интерес к «Зрителю»

достиг максимальных пределов, они предпочли сменить литературные маски. «Зритель» просуществовал два года – всего вышло 555 номеров, в последнем номере было объявлено о неожиданной женитьбе одного из персонажей и о скоростной кончине другого. Круг участников клуба распался, а вместо «Зрителя» в 1713 г. появилась новая маска и новый журнал «Опекун». «Опекун» имел почти такой же успех как и «Зритель», однако просуществовал около года, после чего издательский тандем Стиль-Аддисон распался. В 1714 г. Аддисон в одиночку продолжил выпуск журнала «Зритель», но довел его только до 635 номера.

Влияние «Зрителя» и других аддисоновских журналов на развитие английской и европейской журнальной традиции было феноменальным.

Только в Англии количество подражаний исчислялось десятками. «Шептун» (1709 г.), «Ворчун» (1715 г.), «Болтунья» (1710 г.), «Осведомитель» – издававшийся Томасом Шериданом, отцом знаменитого драматурга, при участии Свифта, «Попугай» (1728 г.), «Всеобщий зритель» (1728-1746 гг.) – издававшийся Генри Бейкером, зятем Дефо, и множество других листков оспаривали друг у друга внимание публики. Более того, журналы Аддисона и Стиля переиздавались несколько раз в виде отдельных книг в течение 18-го века и были переведены на большинство европейских языков.

Во Франции журналистские идеи Аддисона и Стиля использовались Пьером де Мариво и аббатом Прево. В таких журналах Мариво, как «Французский зритель» (1722-1723 гг.), где само заглавие перекликается с английским «Зрителем», заметно стремление познакомить французского читателя с английскими культурными традициями. Мариво не был подражателем – изысканно-метафоричный, полный неологизмов язык его журналов получил наименование «мариводаж». В свою очередь, творчество Мариво пользовалось большим успехом в Англии.

Антуан Франсуа Прево, более известный под именем аббата Прево, создателя знаменитого романа «История кавалера де Грие и Манон Леско», также внес свой вклад в развитие французской журналистики. Вынужденный с 1728 по 1734 гг. скрываться то в Англии, то в Голландии Прево познакомился с методами и приемами английской журналистики. В 1733 г. Прево в Лондоне основал по образцу «Зрителя» еженедельный журнал «За и против» 1733-1740 гг. Он создавался в Англии, но распространялся в Париже, стал заметным явлением в журналистском мире Франции. Само заглавие журнала Прево манифестировало приверженность к объективности.

Достоверность и надежность информации, качество критических выступлений внушали доверие. Сам Вольтер добивался того, чтобы рецензии на его произведения помещались в журнале аббата Прево.

В Германии линия английской просветительской журналистики была продолжена такими нравоучительными изданиями как «Разумник», (1713-1714 гг.), «Веселая молва» 1718 г., «Беседы живописцев» (1721-1723 гг.), швейцарских издателей Бодмера и Брейтингера и выступающим против них журналом Готшеда «Честный человек» (1728 г.), «Вольнодумец» (1745 г.),

«Ипохондрик»(1762 г.). Особое место в немецкой просветительской журналистике занял журнал «Гамбургская драматургия», который издавал Г. Э. Лессинг. Лессинг выступал за создание национального театра и писал, что его журнал будет критическим перечнем всех пьес, которые будут ставиться на сцене и будет следить за каждым шагом, который будет совершать на этом поприще искусство поэта и актера. Если хотят развить вкус у человека, наделенного здравым смыслом, то нужно только объяснить, почему ему что-нибудь не понравилось. Задачей журнала стало формирование театрального вкуса нации, и хотя издание просуществовало всего два года (1767-1768 гг.) ему было суждено выйти за рамки простого журнала. «Гамбургская драматургия» стала крупнейшим памятником эстетической мысли немецкого Просвещения.

Просвещение совпало со становлением и расцветом журнальной периодики, и в этом совпадении имеется своя закономерность. В период, когда властителями дум были философы и писатели, роль печатного слова в формировании общественного мнения возросла многократно. Этот период иногда называют эпохой персонального журнализма – практически за каждым периодическим изданием стояла личность редактора или издателя, проводившего свою идеологическую политику. Писатели и философы часто обращались к созданию журналов для пропаганды собственных взглядов. Журналы, как концептуальные периодические издания, стали одним из основных коммуникационных каналов для распространения просветительских идей на широкую читательскую аудиторию. Итак, мы с вами поняли какие важные изменения произошли в Европе при ее вступлении в «век Просвещения» периода конца 17 начало 18 века. Они связаны с серьезной модификацией культурной обстановки эпохи. Священный текст с его сакральным отношением к слову постепенно уступал первенство тексту научному, опирающемуся на разумное постижение действительности, на опыт, помогающий познавать законы природы и общества. Считается, что именно в это время знание приобретает информационную форму, перестает быть чем-то априорно данным человеку, который, следуя ренессансным традициям, начинает читать мир как книгу, но не просто читать: появляется ощущение того, что действительность можно усовершенствовать.

Развитие журналистского профессионализма происходило столь же динамично в этот период, как и становление самой прессы. А такое явление как персональный журнализм требовало от человека профессионального универсализма. Вернемся не надолго к творчеству Даниеля Дефо: его журнал «Ревью» (1660-1731 гг.) был исключительно продуктом труда, таланта и подвижничества. Дефо сам писал материалы на политические, коммерческие и социальные темы, будучи одновременно репортером, правщиком, комментатором. Он считал своими журналистскими достоинствами умение отбирать факты и использовать их, а также владение богатым словарным запасом, способность критически оценивать собственную работу. Дефо был не чужд и политической активности, которая принесла ему серьезные неприятности, а затем вынудила стать главой секретной службы английского

премьер-министра (принять это предложение писателя побудило тяжелое материальное положение его семьи). Ричард Стил, который, как мы уже знаем, считается одним из основателей английской журналистики, был не только редактором, но и основным автором своих изданий.

История подтверждает, что звездными часами персонального журнализма стали периоды наивысшего общественно подъема, когда необычному времени требуются исключительные личности. Как пример, служение истине становится лейтмотивом творчества тех французских журналистов, которые создавали свои произведения в годы Французской революции 1789 г., когда взлет персонального журнализма наиболее ярок. Французские просветители-энциклопедисты в середине 18 века обратились к проблеме специфики журналистского труда. По их мнению, есть два типа журналиста: один светит «отраженным светом», обзревая и комментируя новинки литературы, науки, искусства и т. д.; другой обладает достаточным талантом и смелостью, чтобы служить прогрессу. Все это происходило в 18 веке. А чуть позже, в 19 веке стал формироваться «новый журнализм», когда фундаментальной функцией издания признавалось распространение информации. Преобладающее место стало принадлежать не «взглядам и мнениям», а «новостям» и погоне за сенсацией (вспомните, в какой из исторических периодов погоня за сенсацией главенствовала? Напр. Немецкие «летучие листки» 15-16 вв. изобиловали информацией о чудесах, эпидемиях, исцелениях). Хотя в этот период времени имели место две концепции, отражавшие разные представления о назначении журналиста: политический борец и социальный философ, и нечто вроде предпринимателя, исходящего из соображений выгоды.

Итоги. Эпоха Просвещения – период демократии. 1689 г. – принятие «Билля о правах» – новая модель взаимоотношения личности и государства. Появление интеллектуальной среды: «Республика ученых» - объединены задачей поиска истины. Во Франции первый журнал Кольбера. Журнал Дени де Салло. В Англии первый журнал Олдберна. Философско-литературное издание Пьера Бейля. Появление журналов литературно - критического содержания. Великий памфлетист и полемист эпохи Просвещения – Д. Дефо – сатира его достигает цели. Язык просветительских изданий отличается простотой и ясностью. Два подхода к исправлению нравов – сатирический и морально-дидактический. Издания Аддисона и Стиля. Сила публицистического дарования Свифта. Во Франции идеи Стиля используют редакторы Мариво и аббат Прево. Изменения в период эпохи Просвещения – модификация культурной обстановки эпохи. Д. Дефо – основатель «персонального журнализма».

### **Памфлетная публицистика**

Английская революция (1642-1660 гг.) вызвала всплеск общественной мысли и стала важной вехой в развитии английской печати, которая в короткий срок выросла как количественно, так и качественно. В революционную эпоху спрос на новости резко возрастает, да и важных новостей становится намного больше. Дополнительным стимулом прогресса английской журналистики стало

фактическое уничтожение цензуры. Правда, Долгий парламент попытался вновь ввести ее в 1643 г., но эти постановления было невозможно принять в полном объеме вплоть до установления диктатуры Кромвеля в 1653 г.

Дореволюционные газеты были чисто коммерческими предприятиями, имевшими главную цель – извлечение прибыли. С началом революции печать становится активной участницей политической борьбы. Коммерция, не утрачивая своего важного значения, отходит, однако, на второй план по сравнению с другой задачей – политической агитацией.

Английская буржуазная революция безусловно ускорила процесс создания периодической печати. Подробно этот период мы рассмотрим несколько позже, а сейчас обратимся к философии. В 17-18 столетиях получила широкое распространение теория естественного права и общественного договора. Она стала основой теоретической базы первых буржуазных революций. Английскую и французскую революции разделяет более столетия. За это время теория естественного права и договорного государства претерпела некоторые изменения. В 1642 г. она трактовалась несколько иначе, чем в 1789 г., однако основы её остались неизменными. Эта теория была вызвана к жизни конкретной потребностью объяснения социальных отношений, сложившихся в человеческом обществе до описываемого времени и необходимостью их коренной ломки, так как старое государство не устраивало новые классы. Одним из основоположников этой теории считают английского философа Томаса Гоббса. В своем трактате «О гражданине» появившемся в начале 40-х годов 17 века, Гоббс объясняет происхождение государства и власти не как проявление воли бога, неподвластной человеку, а с точки зрения естественных прав человека, наделенного ими от природы. Государство, по Гоббсу, образовалось в результате договора, заключенного людьми между собой, по условиям которого одни получали власть, другие (их большинство) – безопасность и порядок, обеспечиваемые первыми с помощью государственной машины. Т. Гоббс был сторонником сильной государственной власти – монархии. Его трактат «О гражданине» был написан в защиту королевской власти, но вопреки желанию автора послужил развитию демократии. Подвергнув сомнению божественное происхождение монархии, философ дал оружие английским революционерам, сторонникам народовластия.

Несмотря на реставрацию монархии в Англии и то обстоятельство, что вплоть до последнего десятилетия 18 века все европейские страны управлялись обладающими неограниченной властью королевскими династиями, теория договорного государства получила очень широкое распространение. Огромный вклад в развитие этой теории внес известный французский философ и писатель Жан-Жак Руссо, автор всемирно известного труда «Об общественном договоре, или принципы Политического права». Вариант теории общественного договора Руссо был более широк и демократичен, он был создан не только как философское умозрительное произведение, но прежде всего как итог анализа конкретной жизни народных масс, из которых вышел Руссо, и как попытка обосновать право народа на борьбу с деспотией и на уничтожение монархии.

Руссо – провозвестник Великой французской революции, учитель и духовный вождь её самых яростных, самых последовательных борцов: Сен-Жюста, Марата, Робеспьера.

Руссо как и Гоббс, исходит из посылки, что государство возникло в результате общественного договора. На начальном, «естественном», по определению Руссо, этапе развития общества не было ни социальных различий, ни антагонизмов. Все были равны.

Развитие этой стадии привело к её отрицанию (Руссо диалектически рассматривает историю) и созданию гражданского общества или договорного государства. Руссо научно не мог обосновать этот переход, но он изобразил его весьма образно, используя аллегорию. «Первый, кто, огородив участок земли, придумал заявить: «Это моё!» - и нашел людей достаточно простодушных, чтобы тому поверить, был подлинным основателем гражданского общества. От скольких преступлений, войн, убийств, несчастий и ужасов уберег бы род человеческий тот, кто, выдернув бы колья и засыпав ров, крикнул бы себе подобным: «Остерегитесь слушать этого обманщика; вы погибли, если забудете, что плоды земли – для всех, а сама она ничья!».

Разумеется, Руссо представлял себе этот период не так примитивно. Это всего лишь образ. Он был близок к пониманию истинных причин возникновения классового общества и указывал на значение таких понятий, как собственность, развитие орудий труда и ремёсел. Но главная заслуга Руссо состоит в том, что в своей теории общественного договора он сделал шаг вперед от Гоббса и предсказал неизбежность разрушения феодального государства, то есть доказал право народа на уничтожение тирании. Обращаясь к истории феодализма, он заявил: «Вы полагаетесь на существующий строй общества, не помышляя о том, что этот строй подвержен неизбежным переворотам и что вам невозможно ни предвидеть, ни предупредить того строя, который могут увидеть ваши дети... Мы приближаемся к эпохе кризиса, к веку революций».

Анализируя договорное государство, Руссо более всего обращает внимание на неравенство между людьми в гражданском обществе. Именно неравенство обличает этот философ, сторонник эгалитаризма. Это коренным образом отличает его от идеологов английской революции, отстаивавших прежде всего сословные интересы буржуазии и ставивших себя высоко над «чернью». Он показывает, что эволюция общества, основанного на неравенстве, приводит к крайним формам его проявления, к деспотии. «Это, - пишет Руссо, - последний предел неравенства и крайняя точка, которая замыкает круг и смыкается с нашею отправной точкой. Здесь отдельные лица вновь становятся равными, ибо они суть ничто: а так как у подданных нет другого правила, кроме воли их господина, кроме его страстей, то понятие о добре и принципы справедливости вновь исчезают; здесь сводится все к одному только закону более сильного и, следовательно, к новому естественному состоянию, отличающемуся от состояния, с которого мы начали, тем, что первое было естественным состоянием в его чистом виде, а это последнее –

плод крайнего разложения». Руссо доказывает, что власть монарха-деспота основана на насилии, а не дана от бога, а насилие может быть и должно быть уничтожено силой. Следовательно, угнетенные монархом имеют естественное право на насилие по отношению к нему. И это неизбежно. Провозвестник Великой французской революции приходит к выводу: «Восстание, которое приводит к убийству или свержению с престола какого-нибудь султана, - это акт столь же закономерный, как и те акты, посредством которых он только что распоряжался жизнью и имуществом своих подданных. Одной только силой он держался, одна только сила его и низвергает».

Т.Гоббс и Ж.-Ж.Руссо оказали огромное влияние на формирование мировоззрения активных участников первых буржуазных революций, а теория естественного права и договорного государства стала для них руководством к действию. Все эти революции были направлены на уничтожения феодально-монархических государственных аппаратов и создание буржуазных республик, но отличаются друг от друга, как отличается и уровень развития, и характер журналистики во времена этих революций в Англии, Франции и США.

Английская буржуазная революция была одной из первых. Она развивалась довольно долго, охватив середину 17 столетия. Самые бурные и яркие события относятся к 40 гг. В этот же период активно развивалась английская журналистика, представленная главным образом памфлетной публицистикой. Периодические издания – газеты, журналы – были ещё слишком слабо развиты и тяготели к коммерческому и информационно-рекламному стилю. Политическая же дискуссия велась с помощью памфлетов, которые с полным правом могут быть представлены в качестве основной формы журналистского творчества эпохи английской буржуазной революции.

Но прежде, чем перейти непосредственно к анализу памфлетов, следует отметить несколько еженедельных изданий, выходивших в Лондоне в 40-е годы, владельцы которых вступали в политические дискуссии. Это, уже известный вам, «Mercurius Britanicus» («Британский вестник»), издававшийся в период с 1643 по 1646 гг. Марчмондом Нидхемом. Со страниц этого издания Нидхем выступал с критическими статьями против короля, что послужило поводом для его привлечения к судебной ответственности. С 1647 г. Нидхем направляет свое оружие против Кромвеля, используя новое издание «Mercurius pragmaticus» («Полезный вестник»), за что после казни короля в 1649 г. был судим Кромвелем. Но и из этой ситуации «хамелеон английской революции» выходит благополучно и с 1650 г. приступает к изданию «Mercurius Politicus» («Политический вестник»), который продолжает выходить до 1660 г.

От имени генерала Т.Ферфакса издавался довольно популярный еженедельник «A Perfect Diurnal», или «Journal». Взгляды левеллеров отражала «Moderate», издававшаяся Мобботом.

Что же касается памфлетной публицистики, то она была представлена огромным количеством названий и целой плеядой имен. Уже упомянутый М. Нидхем, помимо издания газет, активно занимался памфлетным творчеством.

Широко известен его памфлет «Защита дела английской республики», написанный после казни короля Карла I.

Последователем Т. Гоббсона (он был представителем правого крыла, то есть роялистом – сторонником абсолютной монархии, исходил из идеи порочности людей он делал вывод о невозможности демократии, а необходимости сильной власти короля) в журналистике был Генри Паркер, юрист, представитель партии индепендентов, активно участвовавший в полемике между парламентом и королем. До 1649 г. Паркер в своих ответах на послания короля парламенту излагал взгляды лидеров парламента на политическое устройство общества. Так же, как и Гоббс, он строит свои объяснения существующих отношений с точки зрения естественного права и договорного государства, но остается при этом сторонником монархии.

Самые яркие, блестящие представители английской памфлетной журналистики были среди противников монархии. Их творчество оказало сильное влияние на развитие взглядов лидеров буржуазных революций в других странах, в частности в США, и во Франции. Особого внимания заслуживают Д. Мильтон, Д. Лильберн, Джерард Уинстенли.

Джон Мильтон – поэт, общественный деятель, известный публицист, живший в Англии в период становления буржуазного общества. Мильтон оказался в гуще революции с самого её начала. Политические памфлеты выдвинули его в число первых идеологов революции. Революционность Мильтона была буржуазно-ограниченной, но он не преследовал те экономические цели, которые ставила перед собой английская буржуазия. Его скорее интересовала идейная сторона. Как и многие другие деятели буржуазных революций, Мильтон был выразителем «страстей и иллюзий» участников этих событий. Важнейшим вкладом в развитие общественной мысли того времени были трактаты и памфлеты Мильтона. Он начинал с критики клерикализма, деспотии католической церкви, а затем перешел к пропаганде идей народовластия. Трактат Мильтона «Права и обязанности короля и правителей» послужил прямым обоснованием приговора суда и казни Карла I. В этом трактате (1649 г.) он формулирует основные положения своей теории народовластия. «Люди, - пишет Мильтон, - от природы рождаются свободными, неся в себе образ и подобие самого бога; они имеют преимущества перед всеми другими живыми существами, ибо рождены повелевать, а не повиноваться». Эволюция политических взглядов Мильтона была следующей: в 40 гг. в антиепископальных трактатах он писал о необходимости ограничения монархии, а в 1649 г. в памфлетах «Права и обязанности короля и правителей» и «Иконоборец» уже утверждал законность народовластия. После выступления Мильтона в суде в качестве обвинителя английского монарха и казни короля сторонники последнего издали и распространили памфлет «Икона короля», где Карл был представлен как святой мученик. «Иконоборец» был ответом монархистам. Мильтон вступил в полемику с ними.

Дальнейшее его творчество свидетельствует о том, что он оставался республиканцем до конца, и сохранил эти убеждения и после реставрации монархии в Англии. Таковы его позиции в «Защите английского народа» (1650 г.), «Второй защите английского народа» (1654 г.), «Быстром и легком пути установления республики» (1660 г.).

Мильтон был сподвижником вождя английской буржуазной революции Оливера Кромвеля, Он занимал в правительстве, созданном революцией, пост латинского секретаря. Когда Кромвель стал практически единоличным диктатором, Мильтон написал стихотворение, обращенное к нему, в котором выражал надежду, что его могущественный друг не станет притеснителем свободы. Об этом же писал он, обращаясь к Кромвелю во «Второй защите английского народа»: «Испытав столько страданий, пройдя через столь великие опасности в борьбе за свободу, не соверши насилия над нею и не допусти ущерба ей со стороны кого-либо другого».

Памфлеты Джона Мильтона являются образцом политической публицистики, одухотворенной высокими целями. Они написаны ярко, образно, остроумно.

Выразителем взглядов демократических сил английской буржуазной революции был Джон Лильберн, лидер левого крыла партии индепендентов. Лильберн – страстный борец и противник неограниченной монархии, сторонник парламента. Он, как и Мильтон, считал, что источником власти является народ, а парламент всего лишь его слуга. Особенно большой популярностью пользовались памфлеты Лильберна «Защита прирожденного права Англии, направленная против всякого произвола, будь то короля, парламента или кого другого» (1645 г.), «Новые цепи Англии» (1649 г.) и «Соглашение свободного народа Англии» (1649 г.).

Творчество Лильберна оказало серьезное влияние на мировоззрение такого деятеля Великой французской революции, как Мирабо.

Гораздо дальше в критике власти пошел третий английский публицист этого периода Джерард Уинстенли. Он опровергал правомочность не только власти монарха, но и власти лордов и землевладельцев, что сближало его с Руссо. Он был социалистом-утопистом и требовал не только политического равенства, но и экономического. Его взгляды на собственность очень близки взглядам Сен-Симона, Мора, Фурье, их можно квалифицировать как утопический коммунизм. Уинстенли писал, что земля сотворена для того, чтобы быть общей сокровищницей, она должна принадлежать всем «как зверям, так и людям», ибо создана «как общий фонд для всех». Причину всех бедствий он видел в частной собственности, называя её «беспокойным дьяволом». При выборе средств Уинстенли проявлял непоследовательность, надеясь на поддержку Кромвеля, которому и посвятил свой главный памфлет – «Закон свободы». В дальнейшем, идеи Уинстенли развил в период Великой французской революции Г.Бабёф.

Во второй половине 17 века в Англии возникла и сатирическая печать. Примером сатирического издания является вигский еженедельник

«Еженедельные советы из Рима». Причиной столь необычного названия является журналистский прием, иногда применявшийся в 17-18 вв.: газета велась как бы от имени политических противников но в виде пародии. На страницах этого издания ненавистный вигам папа римский давал советы партии тори, как лучше управлять Англией. Эти советы были утрированными, доведенными до абсурда, и давались в юмористической форме. Разумеется, газета издавалась в глубоком подполье. Но сыскная служба работала исправно, и вскоре отважный издатель еженедельника Генри Карр был арестован.

Для Англии конца 17 века характерны 4 типа периодических изданий: информационные, аналитические, сатирические и рекламные. Первые были нацелены, прежде всего, на коммерческий успех и предназначались для всех. То же можно сказать и о рекламных изданиях, добавив, однако, что главные средства они получали не от читателей, а от заказчиков рекламы. Их достаточно широкое распространение вызвано, в значительной мере, ненормальным положением, в котором оказалась печать, стесненная различными ограничениями.

Аналитические издания были нацелены не столько на коммерческий, сколько на политический успех. Как в случае с рекламными изданиями, газета здесь была не самостоятельной целью, а средством к достижению другой, более важной цели, будь то сбыт товаров или захват и удержание власти.

Нельзя считать коммерческими изданиями и подпольные сатирические газеты того времени. По своей пропагандистской роли они были ближе к аналитическим и использовались в качестве средства политической борьбы. Различие состояло лишь в форме пропаганды. Сочетание аналитических и информационных жанров на страницах газет конца 17 века – явление достаточно редкое, хотя в годы революции оно было обычным.

Макет газеты был крайне примитивным. Обычно газета представляла собой лист небольшого формата, на котором в две колонки размещались материалы, разделенные абзацами. Заголовки применялись редко.

Спрос на новости в период реставрации был необычайно велик. Как говорил прокурор в обвинительной речи против Карра, «многие родители лишают детей хлеба, чтобы купить памфлет. Искушение так велико, что в их кармане не задерживаются и 2 пенни». Несмотря на такую «заботу» о детях, возникло еще несколько подпольных газет. Но все же пресса того времени не могла удовлетворить потребность в новостях. Поэтому вновь возрождаются «летучие листки». Важным местом обмена информацией становятся трактиры, которые делятся на вигские и торийские (издания будут разделены на вигские и торийские, об этом мы поговорим в следующей лекции). Итогом первого периода развития английской журналистики стал разрыв между предложением новостей и спросом на них. Это ненормальное положение объяснялось прежде всего политикой правительства, сковавшего печать цепями цензуры.

Жаркие споры вели между собой английские публицисты этого периода по поводу проблемы свободы вообще и свободы печати в особенности.

Буржуазная революция дала толчок развитию **печати в Англии**. Впервые, была упразднена так называемая Звездная палата (суд). Это на первых порах способствовало ликвидации контроля со стороны государства за печатными изданиями. Резко увеличилось число авторов, которые стремились донести свои взгляды до широкой публики, испытывавшей, в свою очередь, огромный интерес к общественным проблемам. Английские библиографы и историки считают, что в период с 1641 по 1663 гг. вышло в общей сложности 22 255 названий печатных изданий (книг, памфлетов, газет). Но по мере развития революции был предпринят ряд мер, поставивших английскую печать в строгие рамки цензурного надзора. Первый этап революции завершился 12 мая 1641 г. казнью главного советника короля Страффорда, а 22 июля Палатой общин был издан первый закон о печати «Постановление палаты общин о воспрещении публикаций отчетов о заседаниях парламента». 14 июня 1643 г., во время первой гражданской войны, когда инициатива была ещё в руках короля, парламентом было введено новое ограничение свободы печати. Этот закон вводил предварительную цензуру и определял меру ответственности за нарушение её: «Ни одна книга, брошюра или листок не могут быть преданы тиснению, пока не будут предварительно просмотрены назначенными для этого людьми или по крайней мере одним из таковых».

В 1647 г. вышел новый ордонанс Долгого парламента, устанавливавший необходимость предварительного разрешения на печатание, обязательное указание имени автора и владельца типографии. Парламент обязывал книгопечатную компанию разыскивать каждую типографию, которая печатает литературу без специального разрешения, уничтожать при этом станки и рукописи, а владельца брать под стражу.

В 1649 г. парламента издаёт «Акт о неразрешенных и возмутительных книгах и памфлетах и лучшем упорядочении книгопечатания», повторявший и ужесточавший прежние запреты.

Эти законы парламента отчасти были направлены на борьбу с роялистами, но они же были призваны оградить парламента от влияния идеологов и левого крыла, наиболее близких к народным массам, в частности Лильберна и Уинстенли.

Борьба против цензурных ограничений неизменно обострялась в периоды социальных потрясений, когда власть была уже не в силах контролировать полное выполнение цензурных запретов. В 1644 г. к суду был привлечен поэт и публицист Джон Мильтон, обвиненный компанией книгопродавцов в нарушении закона о предварительной цензуре (1643 г.). По этому поводу был написан памфлет «Ареопагитика», построенный как обращение к членам парламента. За образец он взял «Логос ареопагитикос» – речь античного оратора Исократы, обращенную к высшему законодательному органу Афин. Блестяще используя приемы античной риторики, Мильтон направил основной пафос своего публицистического вступления в защиту свободы печатного слова и адресовал свою речь английскому парламента, который он и сравнил с афинским ареопагом. Мильтон один из первых выступил против цензуры.

Обращаясь к истории, он указывает, что впервые закон о цензуре был издан папской курией. Ранее история не знала аналогичных законодательств. Католическая церковь наложила оковы на духовную и культурную жизнь общества, именно она рассматривается Мильтоном как источник зла, в данном случае цензуры. Английский парламент устранил цензуру вместе со Звездной палатой.

Восстановление её есть величайшая несправедливость. Мильтон считает, что невозможно найти цензоров, способных безошибочно определить, имеет ли право произведение на жизнь или не имеет, дать ему объективную оценку. Один человек не может судить о верности или пользе той или иной идеи. Поскольку идеи «добра и зла произрастают одновременно», человек, по мнению Мильтона, должен познать и то, и другое, чтобы научиться отличать первое от второго. Человек должен иметь возможность услышать все, что говорят другие, и сказать все, что хочет сказать сам. «Дайте мне свободу знать, выражать свои мысли, а самое главное, судить по своей совести», - требует Мильтон.

Джона Мильтона по праву считают основоположником буржуазной теории свободы печати. Он заложил основы идеалистического понимания принципа свободы слова, на базе которых развивалась впоследствии буржуазная наука о журналистике. Говоря о свободе печати, Мильтон имел в виду лишь «лучших людей», средний класс. Он не распространял действие этого принципа на низы, так как считал, что свобода и власть «черни» не доступны. Он отстаивал только право своего класса на свободу слова. После казни короля Карла 1 и установление в Англии республики Мильтон в течение трех лет (1649 – 1652 гг.) занимал должность правительственного секретаря в Государственном совете и сам выполнял обязанности цензора. Это свидетельствует о том, что он не рассматривал требование свободы печати как абсолютное. Более того, партия, к которой он принадлежал, предприняла ряд мер (законы о печати), направленных в первую очередь против демократического движения левеллеров. Идеологом этого движения был Лильберн. Он развил теорию свободы печати, выдвинутую Мильтоном. Лильберн ставил требование свободы печати в один ряд с требованием уничтожения других монополий. Во-первых, монополии на торговлю и производство, во-вторых, монополии на произнесение проповедей, в-третьих, монополии печати.

Как только Лильберну стало ясно, что индипенденты, захватившие власть в парламенте, не выполняют обещаний, данных народу, а используют власть только в интересах своего класса, что на смену диктатуре пресвитериан пришла диктатура индипендентов, он выступил с новым требованием («Новые цепи Англии») «устроения свободной жизни». Парламент не осуществил на деле принцип свободы печати, выдвинутый Мильтоном в 1644 г. Лильберн требовал от индипендентов осуществления этого принципа на деле. «Печать должна быть свободной, - писал он,- эта свобода имеет наиважнейшее значение для республики».

Лильберн предусматривал и ограничения в области свободы печати, требуя запрещения произведений, оправдывающих тиранию. Свободная печать необходима ему как орудие борьбы с изменниками и тиранами, в том числе и Кромвелем.

Хотя предварительная цензура не была отменена ни во времена английской революции, ни в правлении Кромвеля, ни в период Реставрации, «Ареопагитика» получила европейский резонанс и сохранила значение в последующие столетия. Переводы «Ареопагитики» стали появляться в разных странах Европы в предреволюционные эпохи. Так, накануне Великой французской революции 1789 г. «Ареопагитику» перевел и издал граф Мирабо.

Требование свободы печати, выдвинутое Мильтоном и развитое Лильберном, не могло быть осуществлено в ходе английской буржуазной революции и в рамках буржуазного общества вообще. В.И. Ленин писал о том, что лозунг свободы печати «стал всемирно великим в конце средних веков и вплоть до 19 века. Почему? Потому что он выражал прогрессивную буржуазию, т.е. её борьбу попов и королей, феодалов, помещиков». Но как только буржуазия сама оказывалась у кормила власти, она тут же активно начинала использовать средства ограничения действия этого принципа, направляя их как против роялистов, так и против представителей народа, шедших в своих революционных требованиях гораздо дальше и представлявших угрозу интересам буржуазии.

Заслуга английской буржуазной революции 17 века состоит в том, что она поставила перед общественной мыслью целый ряд вопросов первостепенного значения, а её лидеры заложили основы буржуазной идеологии, но решить эти проблемы ей не удалось, вернее, они получили одностороннее решение. Главный вопрос – вопрос господствующего положения в обществе – английская революция решила, поэтому английская буржуазия имела основания считать, что свобода печати в Англии для неё существует.

Быстрый рост количества и тиражей газет мог начаться только со сменой политического курса в стране. Такая смена произошла в 1688 году, когда династия Стюартов была свергнута и началась либерализация жизни в Англии.

Итоги. Английская революция побудила к развитию печати – качественной и количественной. Философский аспект теории естественного права и общественного договора имеет широкое распространение. На этой теории основаны работы Руссо и Гоббса (они оказали огромное влияние на формирование мировоззрения участников буржуазных революций). Памфлетная публицистика Мильтона, Лильберна и Уинстенли. Они являлись противниками монархии и сторонниками парламента, а источником власти считали народ (как и Руссо), то есть требовали политического и экономического равенства. 1641 г. – первый закон о контроле печати, в 1643 г. – новое ограничение свободы печати, в 1647 г. – третий запрет, 1649 г. – ужесточение прежних запретов. Мильтон и Лильберн выдвигают требования о свободе печати.

Распространение **печатного дела в Европе** породило множество проблем, большинство из которых были связаны со стремлением властей контролировать процессы распространения информации и обмена идей. Уже в 1502 г. в Испании был принят закон, согласно которому все печатные издания должны были проходить предварительную цензуру. Цензорские функции возлагались на государственные и церковные структуры. Вормский эдикт 1521, направленный против Лютера, также предусматривал введение предварительной цензуры. Реакцией католической церкви на победу Реформации во многих европейских странах стало появление в Риме в 1559 г. первого «Индекса запрещенных книг», изданного Ватиканом и вводящего цензуру на издания, циркулировавшие на территории стран католического мира. Законы о книжной цензуре имели в виду не только издателей и торговцев, но и частных лиц, которым угрожало инквизиционное преследование за чтение, хранение, распространение запрещенных книг или недонесение о них. Только издания с указанием «Имприматур» («печатать дозволяется») могли выходить из типографий. «Индекс запрещенных книг» становится инструментом управления идеологией и информацией. «Как будто апостол Петр завещал им не только ключи от рая, но и от типографий», - саркастически заметил по этому поводу Джон Мильтон в, уже известной вам, «Ареопагитике», сравнив папскую цензуру с «тайным чудовищем» Апокалипсиса, - «посмотрите на Италию и Испанию и решите, сделались ли эти государства хотя на йоту лучше, справедливее, мудрее, достойней с тех пор, как инквизиция подвергла там книги самому суровому обращению».

В Англии 1538 г. был принят закон, согласно которому любой типограф должен был получить королевский патент на свою деятельность, а цеховая организация типографов – «Компания книгоиздателей» – была обязана не только представлять печатные материалы на предварительную цензуру, но и следить за деятельностью членов своего цеха. Ордонанс в 1585 г. регламентировал появление печатной продукции и определял количество действующих в королевстве типографий (их число не должно было превышать 20), функции цензуры в Англии были возложены на так называемую Звездную палату при Тайном совете короля, игравшей в 16-17 вв. роль комитета по делам печати. Право главных цензоров в Звездной палате получили архиепископы лондонский и кентерберийский, без санкции которых не мог быть опубликован ни один печатный текст. Во Франции закон 1561 г. предписывал подвергать бичеванию распространителей и авторов «клеветнических» листов и памфлетов. В случае повторного нарушения закона, виновные лица карались смертной казнью.

Цензурные ограничения и жесткие санкции за их нарушение в первую очередь касались религиозных и политических тем, поэтому первые рукописные и печатные газеты были заполнены преимущественно зарубежной информацией, а публикации на запретные темы находили себе место в политических и религиозных памфлетах, брошюрах и иных изданиях, стремившихся обойти цензуру. Предварительная цензура исчезла в Англии

после «Славной революции». По мнению Юргена Хабермаса, «смысл демократических процедур в том и состоит, чтобы институализировать коммуникативные формы, необходимые для разумного формирования воли».

В 1688 г. в Англии произошла «Славная революция». Ее итогом стало свержение короля Якова II и вступление на престол Вильгельма Оранского. Это событие положило конец монополии тори на власть. Новый король пользовался поддержкой вигов. В годы его правления произошла либерализация общественной жизни страны, коснувшаяся и печати. Важным событием в истории английской журналистики стала отмена цензуры в 1695 году. Вслед за этим началось бурное развитие периодической печати. Появилось большое количество новых печатных изданий, которые информировали, спорили, поучали, просвещали – каждое на свой лад.

В 1702 г. стала издаваться первая ежедневная газета Англии («Дейли курант»). Большинство газет начала 18 века стали совмещать информацию и анализ. Одним из первых стал применять этот прием Д. Дефо (о котором мы будем еще говорить) в своей газете «Ревью». Сначала он был убежденным вигом, а затем перешел в лагерь тори (причина – кровопролитная война за испанское наследство).

Не менее последовательно позицию тори отстаивала газета «Экземинар» (1710-1714 гг.), издававшаяся лордом Болингброком и Джонатоном Свифтом. Поскольку Болингброк был одновременно министром, то газета фактически стала правительственным органом. Полемику с вигами она вела с ожесточением и грубостью, что обостряло и без того накаленные политические страсти. Не довольствуясь печатным словом, Болингброк неоднократно подвергал арестам и преследованиям редакторов вигских газет. Создавались новаторские газеты (первыми были издания Аддисона и Стиля), которые оказали большое влияние на развитие журналистики не только в Англии, но и далеко за ее пределами.

Вспомним. В средние века отношение к книгам основной массы неграмотного населения было возвышенно-серьезным: они могли исцелять недуги, творить чудеса, существовали не столько для чтения, сколько для колдовства и молитвы. В эпоху Возрождения взгляд на вещи изменился. Но чтение газет было по-прежнему делом серьезным: люди узнавали новости, знакомились с идеями своего времени, как бы заочно участвовали в общественной борьбе. Новаторство Аддисона и Стиля состоит в том, что они создали развлекательную журналистику. Здесь и юмор, и сатира, и мистика, и поучения, и рассуждения на житейские темы – словом, поток сознания двух талантливых авторов. Поначалу авторы мало касались политики. А борьба тори и вигов в то время имела религиозную окраску: тори принадлежали к «высокой церкви» – англиканству, а виги пользовались поддержкой пуритан. Призывы Аддисона и Стиля прекратить религиозные распри в дальнейшем стали лейтмотивом эпохи Просвещения и помогли покончить с религиозной нетерпимостью и погасить костры инквизиции в Европе. Однако логикой событий авторы постепенно втягивались в партийную борьбу и стали

сотрудничать в газете «Медли», созданной вигами в качестве противовеса торийской «Экземнер». Правительство тори стремилось взять под контроль периодическую печать, но при этом видело невозможность восстановления цензуры. Тогда оно решило нанести удар сразу по всей прессе, большая часть которой держала сторону вигов. Для этого с августа 1712 г. был введен «почтовый налог» на газеты, повышавший их цену примерно вдвое. И действительно, многие газеты вынуждены были закрыться. Но все же правительство не достигло своей цели. Новый налог был тяжелым, но не смертельным ударом для английской прессы. Те печатные органы, которым удалось выжить, атаковали тори с удвоенной силой. Однако эти газеты были недолговечными как из-за налога, так и из-за преследований. Кампанию преследований журналистов-вигов возглавлял и вдохновлял уже знакомый нам лорд Болингброк. После смерти королевы Анны в 1714 г. был коронован Георг I, опиравшийся на вигов. В период пребывания вигов у власти (1714-1760 гг.) Великобритания окончательно сложилась как парламентская держава с буржуазными свободами и либеральной экономической политикой. Изменилась и политика правительства по отношению к прессе. Виги крайне редко прибегали к прямому насилию. Широко практиковался подкуп журналистов, раздача им пенсий и должностей. Все это свидетельствовало о том, насколько влиятельной силой стала обладать в 18 веке печать и насколько в ее поддержке нуждались власть имущие. Правительство вигов сняло с прессы оковы цензуры, но сразу же надело на нее золотые цепи. Принципиальность постепенно исчезает. В середине века журналисты охотно предлагали свое перо любому, кто мог хорошо заплатить, добивались постов, пенсий и т. д. В годы правления вигов в Англии сложилась современная буржуазная журналистика, независимая юридически, но зависимая экономически.

Виги продолжают пользоваться весьма солидной поддержкой в прессе. В 1724 г. правительство составило список из 18 дружественных газет, с которых почтовый налог мог собираться не слишком аккуратно. А в 1760 гг. к власти вернулись тори. Их правление, продолжавшееся шесть десятилетий, охарактеризовалось попытками вернуться к прежней политике силового давления на прессу. К концу века почтовый налог возрос в 6 раз. Ряд журналистов подвергся судебному преследованию. Широкую огласку получил процесс Джона Уилкса, издателя вигского еженедельника «Норт британ» (1763 г.). Уилкс подверг критике тронную речь короля Георга III, который, не считаясь с парламентским большинством, назначил министерство тори. Король объявил Уилкса своим личным врагом, но либерально настроенная публика встала на защиту этого журналиста, справедливо считая, что в опасности сам принцип свободы печати. Дело Уилкса выросло до общенациональных масштабов, а Англия разделилась на его сторонников и противников. Но вскоре Уилкс неожиданно для всех перешел на сторону короля, соблазненный деньгами и чинами.

Итогом длительной войны за свободу печати стало принятие Закона о клевете (1792 гг.). В целом этот закон был победой вигов. Если раньше

обвинение в клевете выдвигалось правительством, а суд лишь устанавливал авторство обвиняемого, то с этого времени вопрос об обоснованности обвинения также вошел в компетенцию присяжных. Это вовсе не значит, что правительство прекратило политику силового давления на печать. Каждый год оно возбуждало множество дел против оппозиционных печатных органов. Чаще всего выносились оправдательные приговоры, но иногда процесс заканчивался победой правительства.

В конце 18 века под влиянием Великой Французской революции возникло и усилилось леворадикальное направление английской общественной мысли. В 1792-1795 гг. действовало общество друзей народа, куда входили многие видные журналисты и деятели литературы, как Колеридж, Маккинтош, Шеридан, Стюарт и др. В 1802 г., когда снова на короткое время к власти пришли виги, и преследования журналистов прекратились, Колеридж опубликовал в газете «Морнинг пост» статью, в которой разъяснил свою «якобинскую» программу, включающую всеобщее избирательное право, демократизацию и «право каждого на необходимый для жизни достаток». Любопытно, что программа не содержала требования республики. Традиционная приверженность англичан монархии сыграла здесь свою роль.

Важные позиции в английской прессе в 1760-80 гг. занимала семья Вудфоллов. Одной из наиболее популярных ежедневных газет этого времени была «Паблик адветайзер» (1736-1802 гг.), выходившая под редакцией Генри Вудфолла. Ее тираж в 1770 гг. доходил до 3000 экз. В целом Вудфоллы держали сторону вигов, хотя и представляли свои газетные полосы авторам с противоположными воззрениями.

Другой влиятельной ежедневной газетой Вудфоллов была «Морнинг кроникл» (1770-1862 гг.). Ее редактор Вильям Вудфолл (брат Генри), отличался феноменальной памятью. Присутствуя в парламенте, он запоминал ход дебатов почти дословно, не пользуясь при этом записями. Газета славилась подробными отчетами о парламентских дебатах, а самого редактора современники окрестили прозвищем «Мемори» (память) Вудфолл. Кроме названных газет, клану Вудфоллов принадлежали «Дейли пост», «Дженерал адветайзер» и многие другие периодические издания. Но постепенно пресса Вудфоллов стала приходить в упадок и в 1789 г. «Морнинг кроникл» была куплена предприимчивым шотландцем Джемсом Перри. С приходом нового издателя фактически произошло второе рождение газеты, и в 1790 гг. она стала самой популярной в стране. Здесь впервые в истории журналистики были наняты профессиональные репортеры. Поначалу их неохотно допускали в парламент. Как обычно в таких случаях бывает, пришлось давать взятки. В результате были удовлетворены все: и читатели, по-прежнему получавшие подробную информацию из стен парламента, и привратник этих стен, некий Беллами, быстро разбогатевший и ставший впоследствии совладельцем многих периодических изданий.

С тех пор профессия репортера прочно вошла в журналистику. Во время войн с Францией (1793-1815 гг.) появились военные репортеры,

сопровождая армии и печатавшие репортажи о сражениях. Сам Перри в 1792 г. находился в революционном Париже, откуда писал репортажи, вызывавшие большой интерес читателей. Купив «Морнинг кроникл», Перри не изменил ее вигской ориентации и, как и все редакторы вигских газет, подвергался преследованиям. Хотя Англия и Франция вели войну, многие либерально мыслящие англичане сочувствовали сначала республиканской, а затем наполеоновской Франции и выступали против планов правительства тори восстановить в этой стране династию бурбонов. Разумеется, публичное выражение сочувствия противнику в военное время требовало немалой смелости, которая находилась далеко не у всех. «Морнинг кроникл» была единственной крупной английской газетой, которая выступила против возобновления войны в 1815 г., после возвращения Наполеона с острова Эльбы. Перри издавал и редактировал эту газету до своей смерти (1821 г.) и все это время она оставалась одной из наиболее популярных газет.

Значительным событием в истории английской периодической печати стало основание в 1785 г. «Таймс» (до 1788 г. называлась «Юниверсал реджистер»). Эта газета выходит и сейчас, являясь одной из старейших и наиболее влиятельных в Англии. Отличительной особенностью «Таймс» всегда было то, что она не связывала себя постоянными политическими симпатиями. На ее страницах бывали представлены различные точки зрения, но в целом она склонялась к поддержке того правительства, которое в данный момент находилось у власти. Если в сфере политики газета не отличалась особым радикализмом, то в вопросах техники печати она была прямо-таки революционной. Ее основатель Джон Уолтер пытался внедрить новую систему печати – логографию, при которой текст набирался не буквами, а целыми словами. Ему казалось, что достоинство логографии, отсутствие опечаток, должно искупить ее недостаток, то есть ограниченный словарный запас. На практике эта система внедрялась плохо. Представьте себе авторов, которые должны писать только словами, имеющимися в наборе! Эксперимент чуть было не обернулся крахом газеты. Поэтому Джон Уолтер – сын, унаследовавший «Таймс», после смерти отца (1803 г.), оставил опыты с логографией, а ввел действительно важное новшество – паровой печатный станок (1814 г.).

На ручном станке можно было напечатать не более 250 страниц в час. При малом тираже такая производительность была вполне приемлема. Но для крупных ежедневных газет без ее повышения рост тиража становился невозможным. Новости доходили до читателей с опозданием не только потому, что медленно доставлялись в редакцию, но еще и потому, что газета долго печаталась в типографии. Производительность первого печатного станка составила 1100 страниц в час. Это дало возможность резко повысить оперативность газеты. Не желая отставать от «Таймс», конкуренты также стали широко внедрять это изобретение.

Важное место в истории английской журналистики занимает издательская деятельность Даниэла Стюарта. В 1795 г. он приобрел слабую, прозябавшую в долгах ежедневную утреннюю газету «Морнинг пост» (1772-1937 гг.) и к 1803

г. добился увеличения тиража с 350 до 4500 экземпляров. Вторым его приобретением (1799 г.) стала вечерняя газета «Курьер» (1792-1842 гг.). К 1814 г. – ее тираж возрос с 1500 до 10000 экземпляров. Секрет успеха во многом объясняется тем, что Стюарту, бывшему участнику «Общества друзей народа», удалось привлечь в качестве сотрудников многих видных журналистов и литераторов, также состоявших в этом обществе: Лэма, все тех же Колериджа, Шеридана, Маккинтоша и других. Окружив себя плеядой блестящих имен, Стюарт привлек к своим газетам интерес читателей. Поначалу Стюарт поддерживал вигов, но со временем его симпатии изменились. К 1810 гг. он окончательно порвал с вигами, и его газеты стали, наряду с «Таймс», важнейшими опорами правительства тори в печати.

Перечисленные выше издания – «Морнинг кроникл», «Таймс», «Морнинг пост», и «Курьер» – наиболее влиятельные английские ежедневные газеты начала 19 века. Всего в Лондоне в первом десятилетии 19 века выходило 16 ежедневных газет: 8 утренних и 8 вечерних. Эти газеты обычно выходили на четырех полосах сравнительно большого формата (формат «Таймс» – 44 на 28 см.). С ростом формата увеличилось и число колонок: с двух в начале 18 в. до четырех к концу века. Заметно возросла роль рекламы. Если раньше рекламные объявления печатались в конце газеты, то теперь они перемещаются на первую полосу и занимают ее почти целиком. Такое положение продлится до второй половины 19 в., когда рекламы с первой полосы вытеснят различные сенсационные новости. На второй и третьей полосах размещались нерекламные материалы. Среди них заметно преобладали информационные, хотя также встречались статьи, рецензии и др. Большое место отводилось отчетам о парламентских дебатах. Заголовки были пока еще весьма бледными и невыразительными. Они отражали основное содержание материалов, но были лишены той броскости, которая характерна для современных заголовков. Часто встречались рубрики, в которые группировались новости, объединенные общим местом происхождения или сферой жизнедеятельности. Имелись постоянные рубрики. Среди них наиболее важными были новости суда и биржи. Неизменным атрибутом ежедневных газет был также список банкротов. Рубрики занимали значительную часть второй и третьей полос. На четвертой полосе, как и на первой, размещалась реклама.

Существенным недостатком газет того времени был примитивный макет. Текст шел в вертикальной последовательности из колонки в колонку. Если, например, материал прерывался внизу первой колонки, то продолжение следовало искать наверху во второй. Группировки текста на смежных частях соседних колонок не проводилось. В разделе рекламы нередко помещались ксилографические иллюстрации: всевозможные эмблемы, значки. Однако картинки встречались крайне редко: процесс их печати был весьма трудоемким.

Произошли существенные изменения в еженедельной прессе. Можно сказать, что в 18 веке она нашла свое место в структуре периодической печати. Еще в начале века еженедельные газеты пытались копировать ежедневные, выполнять их информационные функции, не обладая при этом оперативностью

последних. К началу 19 века еженедельная пресса оставила попытки соревноваться в сфере информации с ежедневной и сосредоточилась на анализе.

Наиболее распространенными стали эссеистический и памфлетный жанры. Эссе изобиловали ссылками на античных поэтов, философов, историков. Публицистика имела преимущественно обличительный характер. Цензурные ограничения нередко заставляли авторов прибегать к аллегории, которая способствовала созданию яркого, запоминающегося и доступного читателю образа.

Памфлет 18 века тяготел к формам устных выступлений. Заявления авторов памфлетов делались без сложных намеков и уклончивых пассажей, часто им предшествовали риторические вопросы. В 18 веке письмо превращается в полноценный публицистический жанр, позволявший журналисту, с одной стороны, найти новый подход к читателю, обратиться к нему в подчеркнуто правдивом, доверительном тоне, а с другой, избегать прямых конфликтов с властью имущими, прикрываясь мнением рядового корреспондента. Информационные сообщения в еженедельной прессе обычно объединялись в рубрики. К концу 18 века такие подборки стали приобретать черты аналитических жанров, в частности, обозрения.

К началу 19 века в английской периодической печати окончательно утвердился жанр литературной и театральной рецензии. Важные шаги в развитии этого жанра были сделаны издателями еженедельника «Экземинер» братьями Хантами. Появляются воскресные еженедельники. Первой такой газетой была «Обсервер», созданная в 1791 г. и издающаяся по настоящее время. Поначалу воскресные газеты встретили сильное сопротивление в религиозных кругах, расценивших их издание как нарушение религиозного праздника. Но издатели охотно шли на этот «грех» и вообще больше думали об успехе не на том, а на этом свете. Ведь в нерабочие дни люди более склонны к чтению периодики, чем в рабочие. А в условиях того времени, когда искусственное освещение было плохим, а восковые свечи дорогими, чтение в вечерние часы после работы было крайне осложнено.

Одновременно с воскресными газетами появляются специализированные еженедельники. «Уикли диспетч» была первой спортивной газетой, а «Уикли мессенджер» издавалась специально для фермеров. Наряду с развитием столичной печати происходил быстрый рост провинциальной английской прессы. Она зародилась в начале 18 века, а век спустя в английской «глубинке» выходило свыше ста периодических изданий. Не отставала от нее и журналистика Шотландии и Ирландии. Еще в 17 веке в Лондоне издавались специальные газеты для этих стран. Первой собственно шотландской газетой была «Эдинбург газетт», основанная в 1699 г., а к концу 18 века в Шотландии выходило уже 13 периодических изданий. В Ирландии первая газета «Пьюз оккеренсиз» появилась в 1700 г. и сразу же стала выходить ежедневно. Через столетие в этой стране издавалось 35 газет. В Шотландии и Ирландии, как и в самой Англии, шла упорная политическая борьба. Особой остроты она достигла

в Ирландии, где пресса находилась под влиянием национально-освободительного движения. Наиболее радикальные газеты издавались подпольно, среди них – «Юнион стар», выходящая под редакцией Артура Юнга в конце 18 века. Чтобы читатели могли лучше судить о накале страстей того времени в Ирландии, приведу выдержки из этой газеты: «Пусть народное негодование падет на голову скверного негодяя, имеющего наглость именовать себя Божьей милостью королем... О, найдись, благородный Брут, князь убийц-патриотов!» Но пока «благородный Брут» не нашелся, вниманию «убийц-патриотов» предлагался список 19 других «мерзких предателей и шпионов» с описанием их примет. На худой конец, можно было удовлетвориться и ими. Правительству долго не удавалось основать в Ирландии официальный печатный орган, поскольку журналисты опасались за свою жизнь. Когда наконец в 1780 гг. специально приглашенная из Англии редколлегия попыталась издавать проправительственную «Волонтиер ивнинг пост», то ее существование было недолгим, а с журналистами поступили в духе обычаев того времени: их обмазали дегтем, обваляли в перьях и носили по улицам на радость толпе. Вот это и есть пример «обратной связи» журналистов и аудитории.

В течение всего 18 века происходит быстрый рост общего тиража английских периодических изданий. Всего в 1753 г. вышло 7,4 млн. экземпляров газет и журналов, в 1775 г. – 9,5 млн., а в 1820 г. – 30,3 млн. Английская журналистика была самой массовой, во многих отношениях превосходила континентальную печать и служила для нее образцом.

Произошли важные изменения в издательском деле, которые ознаменовали собой конец эпохи «персонального журнализма». Издание газеты стало результатом совокупного труда коллектива сотрудников, где каждый отвечал за свой участок работы. Разделились функции издателя и редактора. Издатели ведущих газет, включая Стюарта и Уолтера, все чаще передавали непосредственное руководство газетами редакторам, работавшим по найму. Исключением был лишь Перри, до конца жизни (1821 г.) редактировавший «Морнинг кроникл». Новая техника и большой штат сотрудников требовали больших капиталовложений, что было не под силу одному владельцу. Создаются акционерные общества. В 1820 гг. «Таймс» принадлежала 14 пайщикам, «Курьер» – 12, «Глоуб» – 64.

Вместе с «персональным журнализмом» в прошлое отошла и традиция, когда каждая газета придерживалась строго определенной точки зрения. Большинство газет еще сохраняет приверженность одной из двух основных партий в стране, но на их страницах все чаще можно встретить сопоставление различных позиций, разные подходы к проблемам общества. «Бульварной» прессы в то время еще не было, но качественная печать современного типа сложилась в Англии именно к началу 19 века. В течение 18 века англ. журналистика сделала большой шаг вперед в своем развитии, и газета прочно вошла в жизнь если не всех англичан, то образованной их части.

## **Литература**

- 1 Прутцков Г.В. Введение в мировую журналистику. От античности до конца XVIII века - М.: Аспект-Пресс, 2012, 432 с.
- 2 История мировой журналистики / под ред. Беспалова Г. - М.: МарТ, 2003, 423 с.
- 3 Быков А.Ю. История зарубежной журналистики М.: Юрайт, 2006, 366 с.
- 4 История отечественной журналистики/В.Кузнецов.- М.: Московский университет, 1999, 272 с.

## **Контрольные вопросы**

- 1 Как осуществлялась передача новостей до появления печати.
- 2 Перечислите предпосылки и факторы возникновения «листочков новостей» в странах Западной Европы.
- 3 Где и когда появилась первая типография.
- 4 В чем проявилась памфлетная война.
- 5 Назовите создателей памфлетов.

## **Тесты**

1 Какую страну можно назвать прародительницей журналистики?

- А) Древний Рим;
- В) Индия;
- С) Африка;
- Д) Китай;
- Е) Япония.

2 Первые печатные периодические издания возникли после изобретения книгопечатания:

- А) Иоганном Гутенбергом;
- В) Иваном Федоровым;
- С) Абрагамом Фергуеном;
- Д) Эльзевиром;
- Е) Ли Бо.

3 Пергамент как материал для письма был изобретен в

- А) Южная Америка;
- В) Европе;
- С) Африке;
- Д) Австралия;
- Е) Азии.

4 Первой ежедневной газетой в Европе стала

- А) The Daily Courant;
- В) Gazzetta di Genova;

- C) Einkommen de Zeitung;
- D) Journal des Savants;
- E) Journa lde Paris.

5 Школа, занявшая важное место в составлении публицистической ораторской речи, принадлежала?

- A) Аристотелю;
- B) Исократу;
- C) Демосфену;
- D) Эратосфену;
- E) Аполлонию.

6 Первый университет античного мира

- A) Западноевропейский университет;
- B) Болонский университет;
- C) Константинопольский университет;
- D) Университет Мусейон;
- E) Университет Сапиенца.

7 Скрибы - это

- A) переписчики;
- B) критики;
- C) писатели;
- D) ораторы;
- E) переводчики.

8 Кому принадлежит издание «Actasenatus»

- A) Эратосфен;
- B) Геродот ;
- C) Аристотель;
- D) Цицерон;
- E) Цезарь.

9 Кто считается изобретателем печатного станка

- A) Ли Бо;
- B) Иоанн Гутенберг;
- C) ЭлийДонат;
- D) Конрада Свейнгейм;
- E) Арнольд Паннарц.

10 О чем писали в рукописных информационных листках названные Лютером «летучими листками»

- A) книгах, законах, указах;
- B) жизни жителей Германии;

- С) экономике;
- Д) призыве к мятежу;
- Е) религиозных распрях, политических событиях, а также об эпидемиях, всевозможных «чудесах», катастрофах, исцелениях и др. новостях.

11 Какой год считается годом рождения европейской периодики

- А) 1601;
- В) 1609;
- С) 1680;
- Д) 1625;
- Е) 1617.

12 Кого считают первым английским печатником

- А) У.Кэкстон;
- В) Н. Баттер;
- С) Б. Доунез;
- Д) Н. Нейвери;
- Е) М. Нидхем.

13 Кто является основателем «Ла Газетт»

- А) Этьен Ришар;
- В) Сливье Варен;
- С) Теофраст Ренодо;
- Д) Абрахам Верховен;
- Е) Жан Ришар.

14 В каком году была основана «La Gazette»

- А) 1631;
- В) 1617;
- С) 1635;
- Д) 1621;
- Е) 1637.

15 Неповторимым национальным явлением французской журналистики был термин «canard», что он означает

- А) тираж;
- В) публикация;
- С) заметка;
- Д) слухи (утка);
- Е) правдивость.

16. Первым французским периодическим изданием стал ежегодник

- А) «Mercurefrancais» («Французский вестник»);
- В) «Exstraordiner» («Необычайные новости»);

- C) «LaGazette»;
- D) LeJournaldes Scavans («Журналученых»);
- E) «MercureGalant» («Галантный вестник»).

17 В каком году была замечена первая периодика в Италии

- A) 1718;
- B) 1725;
- C) 1721;
- D) 1716;
- E) 1717.

18 С какого года начинается национальная журналистика в Венгрии

- A) 1832;
- B) 1795;
- C) 1827;
- D) 1835;
- E) 1811.

19 Кого считают основателем «персонального журнализма»

- A) Ричард Стил;
- B) Генри Бейкер;
- C) Даниэль Дефо;
- D) Джозеф Аддисон;
- E) Томас Шеридан.

20 В каком году был издан «Акт о неразрешенных и возмутительных книгах и памфлетах и лучшем упорядочении книгопечатания», повторявший и ужесточавший прежние запреты

- A) 1647;
- B) 1643;
- C) 1621;
- D) 1649;
- E) 1627.

21 В каком году в Испании был принят закон, согласно которому все печатные издания должны были проходить предварительную цензуру

- A) 1499;
- B) 1502;
- C) 1510;
- D) 1497;
- E) 1507.

22 Кого считают основоположником буржуазной теории свободы печати?

- A) Джерард Уинстенли;

- В) Джон Мильтон;
- С) Оливер Кромвелл;
- Д) Марчмонд Нидхем;
- Е) Томмас Гоббс.

23 Какое еженедельное издание, выпускалось в Лондоне с 1643 по 1646 года Марчмондом Нидхемом

- А) «Mercuriuspragmaticus» («Полезный вестник»);
- В) «MercuriusPoliticus» («Политический вестник»);
- С) «APerfectDiurnal» («Идеальный журнал»);
- Д) «MercuriusBritanicus» («Британский вестник»);
- Е) «Moderate» («Умеренный»).

24 Первый закон о контроле печати был выпущен в

- А) 1647;
- В) 1640;
- С) 1644;
- Д) 1650;
- Е) 1641.

25 Кто был арестован за издание сатирического еженедельника «Еженедельные советы из Рима»

- А) Генри Карр;
- В) Марчмонд Нидхем;
- С) Джерард Уинстенли;
- Д) Жан-Жак Руссо;
- Е) Юрген Хабермас.

26 Какое событие повлияло на отмену цензуры в Англии в 1695 году

- А) «Война Аугсбургской лиги»;
- В) «Буржуазная революция»;
- С) «Славная революция»;
- Д) Принятия «Биль(закон) о правах»;
- Е) «Основание банка Англии».

27 В 1702 году стала издаваться первая ежедневная газета Англии

- А) «Экземинер»;
- В) «Ревью»;
- С) «Экземенер»;
- Д) «Медли»;
- Е) «Дейли курант».

28 В каком году было основание газеты «Таймс»

- А) 1711;

- B) 1768;
- C) 1788;
- D) 1719;
- E) 1785.

29 Кто является основателем газеты «Таймс»

- A) Джон Уолтер;
- B) Рой Томсон;
- C) Артур Уолтер;
- D) Кеннет Томсон;
- E) Томас Барнс.

30 Итогом длительной войны за свободу печати стало принятие Закона о клевете в ..... году

- A) 1782;
- B) 1796;
- C) 1792;
- D) 1788;
- E) 1790.

## **Тема 2 Зарождение и развитие демократической печати в XIX веке и на рубеже веков**

**Цель:** показать влияние политических процессов на развитие печати, возникновение и развитие прессы в США, определить причины появления «желтой прессы», телеграфных агентств, факультетов журналистики на рубеже XIX в.

### **План**

1 Влияние политических революций на развитие революционно-демократической печати. Журналистика времен Французской Революции.

2 Возникновение и развитие прессы в Соединенных Штатах Америки. Сенсационность как открытие американской журналистики. Явление «нового журнализма». Джозеф Пулитцер. Его издания и деятельность. «Желтая пресса». Американские массовые журналы конца XIX в. и движение «разгребателей грязи».

3 Телеграфные агентства на рубеже веков. Пулитцеровская школа журналистики. Первый факультет журналистики в Колумбийском университете, США.

Американская революция уже вступила в стадию наведения порядка и законности именем нового правящего класса – буржуазии, когда во Франции искры её догоравшего костра разожгли пламя самой яростной, бескомпромиссной и богатой событиями, идеями и талантами Великой

французской революции. Эта революция, происходившая гораздо позже английской и вслед за американской, как будто сконцентрировала, собрала в один комплекс все проблемы и противоречия двух первых, а идеи Гоббса, развитые философами Просвещения и, прежде всего, Руссо, охватили умы такого широкого круга людей, что превратили Великую французскую революцию в самую массовую, самую многослойную. И каждый из этих «слоев», определившихся в партии в ходе революции, сказал в ней свое слово.

**Журналистика стала зеркалом Великой французской революции**, в ней отразились все её течения и противоречия. Гонкуры назвали газету «детищем 89 г.». Конечно, газеты выходили во Франции и до 1789 г., и не следует забывать о Ренодо и его «La Gazette». Но 1789 год не только вызвал к жизни огромное количество новых газет (только в Париже их насчитывалось свыше 150), но сделал их орудием борьбы. Именно в период буржуазных революций идеологическая функция журналистики подавила её информативное и коммерческое начало, определив дальнейшую судьбу средств массовой информации как особой области идеологии. Эпоха буржуазных революций породила такое уникальное явление как «персональный журнализм». Это было время активного развития и борьбы идей. Бурно развивавшиеся события требовали оперативного обмена идеями, их дальнейшего развития, объяснения их реального воплощения. Летопись ранних буржуазных революций в самые жаркие и грозные их дни писалась газетчиками.

Было известное противоречие в необходимости широкого оперативного информационного обмена и в существовавшей технической и организационной базе журналистики этого периода, которая не была в состоянии обеспечить такой обмен. Но этот недостаток компенсировался наличием большого числа талантливых и увлеченных людей, посвятивших себя борьбе. Газету представлял фактически один человек. Он – идеолог, он – организатор, он – репортер и публицист, он – наборщик и печатник, он – распространитель. Два – три технических помощника – не более. Газета задумывалась и осуществлялась одним человеком. Как правило, это были не просто журналисты, а политические деятели, нередко занимавшие важные государственные посты. Это явление получило название «персонального журнализма», который характерен именно для рассматриваемого здесь периода. Поэтому, рассказывая о журналистике эпохи первых буржуазных революций, мы говорим именно о журналистах. Великая французская революция, как никакая другая, богата такими именами.

Символом этой революции является взятие Бастилии восставшим народом, но этому предшествовал ряд событий, фактически уже начавших революцию. Небывалую политическую активность в стране вызвало открытие в мае 1789 г. Генеральных штатов. Этот акт либерализма со стороны Людовика – 16, вопреки его желанию, послужил толчком к активизации крупной и средней буржуазии, так называемого третьего сословия, уже подготовленного к необходимости демократизации развитием общественно-политической мысли в стране. Антифеодальные идеи владели помыслами класса, рвавшегося к власти. Французская буржуазия жаждала конституции. Созыв 5 мая 1789 г. Генеральных

штатов открыл перед нею реальную перспективу достижения своей цели. На начальном этапе революции представители буржуазии и некоторые аристократы активно способствовали её развитию, были в авангарде. Пожалуй, самой яркой личностью, общепризнанным лидером, «отцом народа» был депутат от третьего сословия, потомственный аристократ Оноре-Габриэль де Мирабо. «... граф де Мирабо, при всем его авантюризме, пороках, недостатках – и чисто личных и кастовых – сумел стать политическим именем, наиболее полно воплотившим перед всем миром Великую французскую революцию на её первом этапе», - пишет о нем известный советский ученый А.В.Манфред.

Большое влияние на Мирабо оказали как обстоятельства личной жизни, заставившие его почувствовать всю подавляющую силу феодальной деспотии, так и идеи английской революции. В первом литературно-политическом опыте, памфлете «Опыт о деспотизме», опубликованном в 1776 г., а затем в трактате о «Тайных приказах и государственных тюрьмах» Мирабо выступил как сторонник теории естественного права и доказал законность и справедливость борьбы с тиранией: «Человеку для того, чтобы разорвать свои цепи, дозволены все средства без исключения...»

Мирабо был революционером, но не республиканцем. В этом смысле он типичен как представитель жирондистов, той группы участников Великой французской революции, которые добивались уничтожения абсолютизма и феодальных порядков, но считали конституционную монархию наиболее приемлемой формой правления. Именно поэтому они активно действовали на первом этапе революции и сдерживали её на втором. Из этой среды и выдвинулся Мирабо.

Это был непревзойденный оратор, выступления которого производили на аудиторию впечатление «какого-то чудодействия, колдовства...». Ораторское искусство Мирабо сразу же сделало его авторитетным лицом в Национальном Собрании, разобщенном поначалу принципом сословности. Мирабо стал лидером, объединив представителей трех сословий. Политическое чутье подсказало ему главную идею революции на её первом этапе – единство. Это был лозунг Мирабо, ставший лозунгом французов, теснивших короля в Собрании и штурмовавших Бастилию, т.е. объединивший всех участников революции.

Вступив на арену политической деятельности в Париже в 1789 г., Мирабо стал издавать газету «Journal des Etats generaux» («Газета Генеральных штатов»), которая вскоре была запрещена королевским министром Неккером. Но неукротимый трибун возобновил издание под другим названием: «Письма к моим избирателям». Газета Мирабо была одним из первых революционных изданий. В ней начинали журналистскую деятельность Демулен и Ксавьер. Её отличительной чертой было то, что она делалась коллективом людей. Но идейным вождем здесь был Мирабо, его духом и идеями пронизаны все публикации.

Пресса якобинцев была самой массовой и влиятельной. Но и в той блистательной плеяде имен, которыми представлена журналистика Великой

французской революции, имя Жан-Поля Марата не знает себе равных. Известный историк Е.В.Тарле, посвятивший Марату специальное исследование, отмечает, что главным достоинством этого журналиста и революционера была его естественная близость к народу, интересы которого стали смыслом жизни Марата. «Марат оказался не только для своего времени, для 18 столетия, но, смело можно сказать, и для последующих долгих десятилетий единственным публицистом Франции не только писавшим для широчайших народных масс городов, но и услышанным этими массами».

Сравнивая Марата с известными журналистами этой эпохи, Демуленом и Эбером, Тарле подчеркивает, что популярность буржуазной «Революции Франции и Брабанта» с её бойкостью и развлекательно-революционным пафосом и плебейский «Пер Дюшен» с её злоупотреблением сквернословием и жаргоном была несравнимо меньшей рядом с всеобщей любовью к «другу народа». Это выделяет его не только среди журналистов, но и в ряду всех лидеров революции вообще. «Марату удалось то, что не удавалось в такой мере решительно никому из первостепенных деятелей Французской революции, даже наиболее искренно демократически настроенных: «Народ, тот самый «добрый парижский народ», для которого писал Марат, признал его своим, никогда не считал его «господином», каковым для парижской массы всегда был и остался, например, хотя бы тот же Робеспьер, неподкупный, чистый и честный революционер».

Секрет популярности Марата прост. Две вещи сделали его истинным другом народа:

1) то, что он всегда и, прежде всего, бесстрашно и настойчиво защищал интересы «маленького человека», бедняка или санкюлота, как говорили в те дни в Париже;

2) простой, понятный народу и одновременно «зажигательный», по определению жирондистов, язык газеты Марата.

В отличие от большинства лидеров революции Марат не был оратором. И тем не менее его слышал весь Париж. Газету «Друг народа» грамотные парижане читали вслух для своих собратьев почти с первых дней революции. Сразу же после взятия Бастилии Марат обратился в комитет своего округа с просьбой выделить средства на типографский станок и печатание газеты. Он не мог печатать газету на свои деньги, как это делали буржуазно-монархистские деятели типа Мирабо или Бриссо, так как денег у него не было: он был врачом, лечившим бедняков (в этом смысле можно проводить параллель между ним и Ренодо). В 1789 г. Марат был уже зрелым человеком, имевшим сформированное мировоззрение, последователем Руссо и Монтескье, противником абсолютизма. Он встретил революцию во всеоружии идей борьбы за новый мир. Сам он писал в номере от 2 марта 1793 г.: «Я имел к моменту революции уже сложившиеся убеждения... Я решил обнародовать свои идеи в печати и основал «Друг народа».

Газета стала выходить с 12 сентября 1789 г. На фоне восторженных приветствий революции, лившихся со страниц парижской прессы этих дней,

голос «Друга народа» прозвучал резким диссонансом. Марат сразу же выступил против тех, кто решил ограничить революцию её первыми формальными достижениями, будущих предателей Лафайета, Мирабо, Бриссо, Неккера, Бальи. С самого начала и до последнего дня своей жизни он был беспощаден к тем, кого подозревал. Буржуазные историографы и многие современники Марата обвиняли его в излишней подозрительности и даже в кровожадности. Но историческая реальность доказывала его правоту, все подозрения «друга народа» оправдывались. Он как будто бы предвидел тайный сговор Мирабо с Людовиком-16, будущий расстрел парижан Лафайетом, предательство Дюмурье.

Политический инстинкт и последовательность в отстаивании интересов тех, кто проливал кровь во имя революции, а не расточал речи в парламенте, позволили ему сразу же верно оценить позиции жирондистов как сдерживающей силы революции. Он стал непримиримым врагом этой влиятельнейшей партии Великой французской революции, что в значительной мере усложнило его жизнь. Марату пришлось дважды скрываться от суда в период революции именно по причине того, что он вызывал у своих противников желание уничтожить его (в 1792 г. жирондисты требовали гильотинировать Марата).

«Пусть народ возобновляет кровавые сцены 14 июля и 6 октября до тех пор, пока не останется в живых ни одного врага революции!» - интерпретация этого лозунга встречается в каждом номере «Друга народа». Борьбу с «врагами» революции вели все: и жирондисты, и монтаньяры, и термидорианцы. Это по сути дела была межпартийная борьба за власть. Для Марата же это была борьба за продолжение революции до того момента, когда она принесет не только эфемерные политические права всем сословиям и реальную власть буржуазии, но когда она принесет реальное облегчение народу.

В отличие от большинства деятелей и журналистов того времени Марат в своих преследованиях и подозрениях был прямолинеен и конкретен. Это определяет его и как политического деятеля, и как журналиста. Достоинством его публицистики, помимо названных уже: последовательности, страстности, простоты и общедоступности, была четкость, строгая фактическая обоснованность требований. Е.В. Тарле отмечает, что Марат «никогда не надоедает читателю политическими отвлеченностями..., его политическая страстность ищет врагов именно между теми, кто идет по линии наименьшего сопротивления и прячется за схемами и декларациями, а вместе с тем в душе уже не хочет продолжения революции, потому что получил от неё все, что ему было нужно».

Разоблачал Марат беспощадно. Разоблачение было главным предметом его публицистики. Он развивал целые газетные кампании вокруг какого-либо конкретного события или лица. Но каждая обвинительная статья по одному конкретному вопросу всегда звучала в контексте общих проблем революции: открытие тайных связей Мирабо с Людовиком не просто как личная вина знаменитого трибуна, а как звено в цепи попыток спасти монархию; предательство Дюмурье – доказательство намерений жирондистов задушить революцию и т.д.

Он не был пожирателем своих личных врагов, «чудовищем», как пытались это представить противники, он уничтожал конкретное лицо для того, показать и доказать пагубность явления, которое оно представляет, чтобы спасти революцию. При этом Марат не ограничивался обвинениями, он всегда призывал к конкретному действию, из них вытекающему, к «санкциям». В статьях прямо указывалось, что должен сделать народ – снести голову Лафайету, занять помещение Конвента и т.д. Марат был не только другом, но и руководителем народа, который уважал и ценил его слово настолько, что шел за ним.

В течение 4 лет революции Марату пришлось дважды прекращать издание своей газеты, выпускать её подпольно. Самыми верными помощниками и друзьями в эти трудные дни были для него простые люди Парижа, санкюлоты. Они же были его информаторами (Марат делал свою газету почти в одиночку) и распространителями отпечатанной на плохой бумаге мелким неровным шрифтом, но самой влиятельной и любимой газеты Парижа 1789-1793 гг.

Великая французская революция привела народ Франции от стен Бастилии через жестокую политическую борьбу Горы и Жиронды, массовый террор Диктатуры Робеспьера, сменившийся лицемерной деспотией Директории, к Консульству и Империи Наполеона. Таков был плачевный итог самой массовой и бескомпромиссной революции 18 столетия. Переломным в её ходе оказался 1793 год. Падение Робеспьера завершило стадию развития и подъема революции, начался период её затухания, характеризующийся усилением реакции и общей апатией. В середине 90 гг. большая часть французов, увидевших жестокое кровавое лицо революции, так и не принесшей простому народу освобождения от тяжелого труда и голода, уже не верила в её продолжение. Народ и его интересы оказались практически в стороне. Революция на спаде превратилась в борьбу за власть между отдельными политическими группировками и лицами. Очевидно было, что революция подходит к концу и итоги её далеко не таковы, какими бы их хотели видеть лучшие её представители. После 1793 г. трудно было уже верить в то, что народ ещё можно поднять на борьбу за Свободу, Равенство, Братство. Баррикады не только не вдохновляли, но и пугали многих французов. И тем не менее идея революции, её продолжения окончательно не умерла, она жила в умах и сердцах последних её рыцарей, веривших в возможность её развития после 1793 г., вопреки объективной реальности. Одной из последних попыток оживить Великую французскую революцию был заговор Бабёфа.

Франсуа Бабёф по происхождению был представителем «третьего сословия». До 1789 г. он служил комиссаром по межевым делам, а также занимался сочинением трудов по проблемам имущественных отношений и благоустройства (известна его книга под названием «Записки для земельных собственников и собственников сеньорий»). Служба помогла Бабёфу досконально изучить систему экономических отношений феодального общества, узнать тайны происхождения аристократических владений. Именно в эти годы в его сознании возникли мысли о неравенстве и несправедливости отношений в

феодалном обществе. Кроме того, ему пришлось на собственном опыте испытать тяжкие последствия этого неравенства.

Личный жизненный опыт и размышления, связанные с родом его занятий, подготовили Бабёфа к революции. Он принял её сразу. 14 июля он участвовал во взятии Бастилии. Затем некоторое время метался между Парижем и Руа (город, в котором жила его семья) и, наконец, основал газету «Пикардийский корреспондент». Дело сразу пошло на лад. Число подписчиков росло. Но на журналистском пути Бабёфа ждало много неприятностей. В Руа, так же, как и в Париже, в период революции царил атмосфера подозрительности, сопровождавшаяся безжалостным террором. Каждый называл себя революционером и подозревал в «аристократизме» соседа. Обвинения были предъявлены и Бабёфу, несмотря на то, что его газета носила явно революционный характер. «Вина» коренилась в названии газеты. Дело в том, что традиционные географические названия различных регионов Франции были упразднены в 1789 г. Вместо них появились департаменты. Пикардия – старое название департамента Соммы, Уазы и Эны. Использование в названии газеты «старорежимного» названия Пикардия и было поставлено в вину Бабёфу как свидетельство его, якобы нежелания признавать новый режим. На обвинение издатель «Пикардийского корреспондента» отвечал, что это невольный промах, объясняемый более удобным и кратким «Пикардийский корреспондент», чем «Корреспондент департамента Соммы, Уазы и Эны».

Но это был не единственный «грех» Бабёфа. Со страниц своей газеты он нападал на некоторые действия правительства, выступал с критикой лидеров революции (в частности, он с недоверием относился к Мирабо). Это и послужило основанием для репрессий против него. В 1790 г. он уже оказался в тюрьме, откуда был, однако, вскоре выпущен благодаря хлопотам друзей. Он на некоторое время оставляет журналистику и принимает активное участие в осуществлении политики нового правительства в своем департаменте. В 1792 г. Бабёф был назначен администратором департамента Соммы, а затем Мондидье. Его обвинили в подлоге, замене имен при продаже имущества, конфискованного у эмигрировавших аристократов. Пришлось долго скрываться и оправдываться.

Это был трудный период в жизни Бабёфа, и тем не менее он вернулся в Париж и основал там газету под названием «Journal de la liberte de la presse». Это было типичное парижское издание 90 гг. 18 века, сделанное в спешке, на плохой бумаге, с массой ошибок, но боевое, переполненное самыми отчаянными идеями. Более того, непримиримый, даже скандальный характер самого издателя делал её более решительной и резкой, чем многие парижские издания того времени. Название было выбрано не случайно. Бабёф с самого начала принялся очень активно нападать со страниц своей газеты именно на тех, кого он считал притеснителями свободы слова и печати.

Эпиграфом к первому номеру газеты он взял слова известного журналиста той эпохи Фрерона: «Тот, кто хочет воздвигнуть какие-то преграды этой свободе (печати), тот должен душить истину и поощрять ложь». У Бабёфа было много врагов, и он обходился с ними беспощадно, обрушивал со страниц своей газеты

безудержные проклятия в адрес многих лидеров революции. Особенно он ненавидел Робеспьера, но и правительство, оказавшееся у власти после 9 термидора, тоже казалось Бабёфу слишком деспотичным.

В октябре 1794 г. Комитет общественной безопасности отдал распоряжение арестовать Бабёфа, но ему удалось скрыться. В таких условиях издавать газету было практически невозможно, но и отказаться от возможности продолжать борьбу посредством журналистики тоже было немыслимо для Бабёфа. Через некоторое время после ухода в подполье появляется новая газета «Le tribune du peuple» («Трибун народа»), руководителем которой стал Бабёф. В 1795 г. из-за очередного ареста редактора газета временно прекратила издание, которое было в этом же году возобновлено. Но в 1796 г. ей пришлось перейти на нелегальное существование. В этот период и был задуман «заговор равных» с целью совершения переворота, душой которого был Гракх Бабёф (Гракх – псевдоним).

Какую цель ставил перед собой и своими издателями этот непримиримый человек? Завоевание свободы и равенства для народа. Отталкиваясь от исходной идеи о том, что в 1789 г. народ завоевал свободу, которая была узурпирована Робеспьером и «термидорианцами», он приходит сначала к определению своей цели – возвращение народу попранных прав.

В конечном итоге Бабёф приходит к мысли, что истинная свобода может быть обеспечена только всеобщим имущественным равенством, к идее экономической революции. В одной из передовых статей, присланных для газеты, он излагал главную идею своего учения следующим образом: «Цель общества – всеобщее счастье. Нужно взять у того, кто имеет слишком много, и дать тому, кто ничего не имеет». Идея всеобщего счастья не была новой в Великой французской революции, её провозглашали все участники этого великого исторического события.

Заслуга Бабёфа заключается в том, что осуществление этой идеи он первым из лидеров революции увидел в установлении экономического равенства путем обобществления имущества. Таким образом, Гракх Бабёф стал одним из первых идеологов коммунизма. Бабувизм был фактически первым учением, защищавшим интересы класса, который ещё только формировался, рождался в огне буржуазной революции и который Ф.Энгельс назвал «предпролетариатом». В «Манифесте коммунистической партии» прямо указывается, что учение Бабёфа выражало интересы пролетариата. Именно это отличает его от других журналистов и политических деятелей Великой французской революции. Цели, которые ставил перед собой и своими газетами Бабёф, выходили за рамки задач буржуазных революций, и тем самым он значительно опередил свое время.

Политическим итогом английской буржуазной революции 17 столетия было установление конституционной монархии в этой стране, что в значительной мере способствовало бурному экономическому развитию Англии. Не менее существенным было влияние идей, рожденных в ходе этой революции, поднятых и предложенных общественному мнению авторами перечисленных ранее памфлетов, на развитие общественной мысли антифеодального движения в Европе, а также на Американском континенте в 18 столетии.

Американская революция была в известном смысле продолжением английской, поскольку речь идет об английских колониях, заселенных выходцами из Европы, в том числе и из Великобритании и подчинявшихся законодательству этой страны. Но эта революция имела свой неповторимый характер. Её особенность заключалась в том, что она развивалась в двух направлениях. Первое – антиколониальная освободительная борьба с метрополией за национальную независимость. Второе – борьба между местными аристократами и демократическими слоями населения, между американскими «тори» и «вигами». Оба эти направления развивались параллельно, делая практически всех американцев революционерами, единомышленниками, но до определенного предела, после которого они становились противниками. Именно в период американской буржуазной революции были заложены основы нынешней республиканской и демократической партий.

11 ноября 1620 г. в районе мыса Кейп-Код у побережья Северной Америки бросил якорь английский корабль «Мэйфлауэр» со 101 пассажиром на борту. Эти люди решили навсегда поселиться в далекой, неизведанной и сказочной стране, о богатствах которой в Старом Свете рассказывали легенды. Но не сказочный Эльдорадо, не золото таинственных империй манили их. В отличие от Кортеса и Писсаро пассажиры «Мэйфлауэра» были эмигранты, пуритане, покинувшие свою родину по причине религиозных гонений. Первые английские колонисты были людьми сильных религиозных убеждений, суровой пуританской этики и немало трудолюбия. Именно их, а не высадившихся несколько ранее в Вирджинии первых англичан в США принято считать «отцами-основателями» страны. Этим подчеркивается, что корни американской нации уходят в пуританскую культуру.

Судьба первых поселенцев была нелегкой. Вопреки расхожему мнению, на новом месте их ждали не шальные деньги, а тяжелый труд и чаще всего – голодная смерть. Половина колонистов так и не дожидаясь первого урожая, собранного осенью следующего года. В память об этом урожае последний четверг ноября каждого года празднуется в США как «День Благодарения».

На смену умершим прибывали новые и новые поселенцы, преследуемые за веру или просто гонимые нуждой. Им не посчастливилось захватить поместья с индейцами-крестьянами, стать обладателями золотых рудников, но зато они принесли с собой новые капиталистические отношения и парламентские порядки и с самого начала установили их в своих поселениях. Этим в значительной степени и объясняется быстрое развитие английской Америки.

Население страны стремительно росло. К началу 18 века оно насчитывало 300 тыс. жителей. В самом большом городе, Бостоне, проживало 7 тыс. человек. Быстро развивались сельское хозяйство, торговля и промышленность. Уступая европейским странам по количественным показателям, английская Америка превосходила их в социально-политическом развитии и по уровню деловой активности. Значительная часть пуритан (а они селились преимущественно в северных колониях) была грамотна: религия обязывала их самостоятельно читать Библию. В 1636 г., когда население колоний Новой Англии не превышало

и тысячи человек, отчаянно боровшихся с голодом и нуждой, там возник первый университет – Гарвард. В 1690 г. в английской Америке установилось почтовое сообщение, имелись типографии.

Первая попытка издания газеты относится к 1690 г., когда содержатель одного из бостонских трактиров, некто Бенжамин Харрис, выпустил первый номер «Паблик Океренсиз», который оказался последним, так как английск цензура запрещала издавать газеты без своего ведома, а добиться такого разрешения простому трактирщику без поддержки на самом высоком уровне было не под силу.

Значительным событием в истории Англии и ее колоний стала (как вы уже знаете) отмена в 1695 г. цензуры. С этого времени печать Северной Америки могла развиваться беспрепятственно.

Первая регулярно выходившая газета, «Бостон Ньюслеттер», была основана в 1704 г. почтмейстером Джоном Кембеллом. Должность выгодно приближала его к потоку новостей и средствам доставки газеты читателям. Кембелл не имел конкурентов до 1719 г., когда он лишился должности. Новый почтмейстер, Вильям Брукер, стал издавать «Бостон Газетт». Началось соперничество, не всегда джентльменское, так как Брукер, пользуясь служебным положением, задерживал рассылку «Ньюслеттер» по почте. Однако обе газеты продолжали успешно сосуществовать.

В том же 1719 г. в Филадельфии, втором по величине городе англ. Америки, была создана еще одна газета, «Америкэн Уикли Меркьюри». Ее издатель, Эндрю Брэдфорд, также занимал должность почтмейстера.

Все названные выше газеты были еженедельными. Они имели маленький формат и две полосы по две колонки на каждой. Материалы выделялись абзацем и печатались в вертикальной последовательности из колонки в колонку. Заголовки обычно отсутствовали. Средний тираж составлял 200-300 экземпляров.

В газетах преобладала информация. Европейские новости приходили с опозданием на 2-3 месяца, новости из других колоний опаздывали на несколько недель, и лишь местные события освещались относительно оперативно. Источниками новостей служили правительственные каналы, слухи и другие (в основном англ.) газеты. Среди колониальных известий часто встречалась информация о мореходстве, пиратах и индейцах. Вначале, когда население было маленьким, среди местных новостей можно было встретить информацию о смертях и рождениях. Комментарии давались скупой, в основном в форме оценочных суждений после того или иного сообщения.

Газету завершали объявления, среди которых часто встречалась информация о беглых рабах с обещанием награды за поимку.

Язык газет был тяжелым и неуклюжим. Это не удивительно: ведь издатели – почтмейстеры вряд ли могли похвастаться блестящим образованием.

Новая страница в истории прессы англ. Америки была открыта братьями Джемсом и Бенжаминотом Франклинами. Джемс Франклин служил печатником у Вильяма Брукера, но в 1721 г. был уволен за неудовлетворительную работу.

Оказавшись не у дел, он решил издавать собственную газету. Случай свел его с компанией молодых людей, достаточно обеспеченных и острых на язык, и жаждавших получить аудиторию, перед которой можно было блеснуть остроумием. Так в 1721 г. в Бостоне родилась новая газета – «Нью Ингленд Курант». Подобно появившимся ранее в Англии изданиям Аддисона и Стиля, она положила начало сатирической журналистике в английской Америке.

Джемс Франклин, как издатель получал большие доходы, но и все неприятности доставались на его долю. Сохраняя полное инкогнито, друзья упражнялись в остроумии на своих согражданах, высмеивали почтенных отцов семейств, дразнили городские власти и духовенство, издевались над нравами и привычками. Оказавшись между двух огней, Джемс Франклин плыл по течению, время от времени, правда, не надолго, садился в тюрьму, рассыпался в извинениях перед обиженными, но поделаться ничего не мог: заработок был слишком соблазнительным.

В издании работал совсем еще юный, но уже подававший большие надежды младший брат Джемса, Бенджамин Франклин, в будущем известный ученый и просветитель. Джемс ревниво относился к таланту младшего брата и определил юное дарование в типографию подсобным рабочим. Втайне от брата Бенжамин писал статьи под псевдонимом и подкладывал их под дверь издательства. Эти статьи нравились Джемсу, и он охотно их печатал, пока не раскрылось настоящее имя автора. Тогда между братьями начались ссоры, и Бенжамину пришлось уйти.

Однако этот уход был большой удачей для начинающего журналиста. Освободившись от опеки брата, Бенжамин переехал в Филадельфию и в 1729 г. приобрел созданную годом ранее, но уже пришедшую в упадок «Пенсильвания Газетт», а затем сделал ее самой популярной газетой в городе. Секрет ее успеха – в выдающихся журналистских и литературных способностях издателя, сочетавшихся с предпринимательской жилкой и умением делать деньги. Печатающая не меньше новостей, чем любая другая газета, «Пенсильвания Газетт» сочетала различные жанры. В ней публиковались, с одной стороны, забавные смешные истории, как напр. о находчивой Полли Бэйкер, матери-одиночке 5 детей, призванной пуританами к суду нравов, где она произнесла такую проникновенную речь о любви к детям, что один из судей сразу же предложил ей руку и сердце.

С другой стороны, там находили отражение идеи Просвещения, проповедником которых в Америке стал Б. Франклин. Но, кроме просветительских задач, ставилась цель зародить у читателей представление о новой американской нации и национальном единстве. В этой газете впервые была опубликована, ставшая потом знаменитой картинка – змея, разрезанная на семь частей (по числу колоний), с надписью «Объединись или умри». «Пенсильвания Газетт» стала самым популярным периодическим изданием в Америке и образцом для вновь создаваемых газет. Разумеется, не все издатели обладали талантом Б. Франклина, но все они старались по примеру его газеты

сочетать информационные, аналитические и развлекательные материалы, а также, уделять внимание стилю изложения.

В силу общего отставания южных колоний появление в них периодических изданий несколько задержалось.

Наиболее передовыми южными штатами были Мэриленд и Виргиния. Первая газета на Юге, «Мэриленд Газетт», была основана в 1729 г. Вильямом Парксом. Она издавалась 6 лет и в 1735 г. была закрыта под давлением могущественного лорда Балтимора, владельца колонии, недовольного направлением газеты. Следующая газета в Мэриленде была основана лишь в 1745.

После неудачи в Мэриленде Паркс переехал в Виргинию, в то время – крупнейшую колонию Юга с населением 160 тыс. жителей. Здесь в 1735 г. он стал выпускать «Вирджиния Газетт». Следуя примеру Б. Франклина, Паркс разнообразил содержание газеты, сочетал информацию, анализ и художественные жанры, печатал прозу и поэзию. Особой популярностью пользовались репортажи о петушиных боях – любимом спорте виргинцев.

Хотя газеты Паркса пользовались немалой популярностью, богатства своему издателю они не принесли. Паркс умер в бедности в 1750г.

Вторым по населению южным штатом в середине 18 века была Южная Каролина, где проживало 60 тыс. человек. Ее столица, семитысячный Чарлстон, была крупнейшим портом Юга. Здесь в 1731 печатником Элизе Филипсом была основана «Саут Каролайна Газетт».

К 1775 г. в 13 колониях англ. Америки с населением всего 2,5 млн. жителей выходило уже 48 газет – показатель очень высокий даже по европейским меркам. Для сравнения следует отметить, что в 30-миллионной Франции в 1788 г. выходило всего 8 газет. Однако все американские газеты были пока еще еженедельными.

Развивая достигнутый успех, Б. Франклин в 1741 г. создал первый в англ. колониях журнал – «Дженерал Мэгэзин». Одновременно стал выходить «Америкэн Мэгэзин» Эндрю Брэдфорда. Оба эти журнала просуществовали недолго, но положили начало новому виду периодических изданий в Америке.

Такие успехи америк. журналистики во многом объясняются относительной свободой слова в англ. Америке по сравнению с европейскими странами, не исключая и Англию. Однако и там известны случаи преследования журналистов за свободомыслие. Так, в 1734 г. за критику губернатора был арестован издатель «Нью-Йорк Уикли Джорнэл» Питер Зенгер. Почти год провел он в тюрьме в ожидании суда, вынесшего оправдательный приговор. Но если в Англии аресты журналистов в то время были обычным явлением, а в большинстве европейских стран существовала предварительная цензура, то в английской Америке цензуры не было, преследования за свободомыслие не вошли в систему, а решение присяжных по делу Зенгера создавало важный судебный прецедент. В целом, можно сделать вывод, что к началу Войны за независимость америк. журналистика добилась блестящих успехов. Несмотря на плохие пути сообщения, она охватила больший процент населения, чем журналистика

европейских стран, и сыграла важную роль в просвещении и информировании жителей колоний, а также послужила подъему национального самосознания американцев.

### **Американская печать в годы войны за Независимость**

Английская Америка стала первой страной, освободившейся от колониальной зависимости.

Путь к независимости проходил через поля сражений, и американская революционная печать немало способствовала духовному сплочению молодой нации против угнетателей. С давних пор английская корона рассматривала свои колонии как резервуар, из которого могли черпаться средства, необходимые для участия в большой европейской политике и ведения войн. Интересы самих колоний при этом не учитывались. Такая политика усилилась в 1760 гг., когда в колониях стали вводиться новые крайне непопулярные налоги.

Наибольшее возмущение вызвал введенный в 1765 гг. гербовый сбор – налог на деловые бумаги и печатную продукцию. В Англии налог на газеты был введен в 1712 гг., но особого сопротивления не встретил. Наоборот, в колониях начался массовый бойкот гербового сбора, и пресса, особенно от него страдавшая, возглавила кампанию протеста. С этого момента революционная американская печать стала одной из наиболее активных сил общества. Дальнейшее развитие событий привело к провозглашению колониями независимости (4 июля 1776 г.) и Войне за независимость, окончившейся победой молодой нации.

Война за независимость продолжалась с 1775 г. (первое столкновение с английскими войсками у Конкорда и Лексингтона) по 1783 г. (подписание Парижского мирного договора), но движение протеста против колониального господства Англии началось раньше. В 1765 г. в Нью-Йорке было создано нелегальное общество «Сыны свободы», которое возглавляли радикально настроенные мелкие торговцы. Они выступали не только инициаторами бойкота английских товаров, но и требовали политического равноправия, ставили под угрозу привилегии местной элиты. Революция началась в низах, её развивали простые американцы, и именно они были главной действующей силой на первом, наиболее важном этапе революции. Позиция так называемых «умеренных» американцев, главным образом крупных землевладельцев, вначале была явно проанглийской. Один из «отцов-основателей» США Г. Моррис высказался за «воссоединение с родительским государством», дабы не оказаться «под владичеством мятежной черни». Но наиболее дальновидные, стремившиеся к независимости представители элиты довольно быстро взяли под свой контроль революционное движение.

В течение всей войны внутри революционного движения боролись две тенденции, две силы, столкнувшиеся в Гражданской войне.

Безусловно, расстановка политических сил в американской революции нашла своё отражение в журналистике этого периода. Политический памфлет, получивший небывалое развитие в эпоху английской революции, остается одной

из ведущих форм журналистского творчества, но и газета во времена войны за независимость в США становится на один уровень с памфлетом.

Во время любой войны или революции интерес к новостям резко возрастает, и спрос на газеты увеличивается. Но суровые военные условия затрудняют издательскую деятельность, особенно, если война ведется на своей территории. Так было и в ту войну, причем число газет в 1775-1783 гг. уменьшилось с 48 до 38. Многие были закрыты военными властями.

Наиболее влиятельным и последовательным революционным изданием была «Бостон Газетт», издававшаяся известным общественным деятелем и видным журналистом Самуэлем Адамсом. Военные новости в этой, как и в других газетах, были отрывочными и не особенно достоверными, поскольку газеты еще не имели штатных военных корреспондентов и нередко должны были питаться слухами. Значительное место в «Бостон Газетт» отводилось описаниям актов насилия оккупантов. Английское командование всячески отрицало свою вину, но после того, как в 1770 г. войска открыли огонь по мирной демонстрации, эта газета вышла в траурной рамке с изображением 4 гробов – по числу жертв, а затем ежегодно напоминала читателям о трагедии.

Влияние этой газеты было столь велико, что когда Адамс заявил, что располагает доказательствами причастности губернатора Хатчисона к введению гербового сбора (эти доказательства он так и не предъявил), толпа сожгла дом губернатора.

Наибольший тираж (3500 экз.) имела в те годы бостонская революционная газета «Массачусетс спай». Секрет успеха состоял в том, что ее издатель, Исайа Томас, делал ставку на низшие слои, писал простым языком и продавал газету за полцены. В какой-то мере это издание предвосхитило массовые газеты 19 века.

Тяжелые испытания выпали на долю нью-йоркских революционных газет. Этот город почти всю войну был оккупирован англичанами, и газеты издавались в эвакуации, в отрыве от их основной аудитории. В отличие от Нью-Йорка Филадельфия была оккупирована англичанами всего 9 месяцев (сентябрь 1777-июнь 1778 гг.), что упрощало издание революц. филадельфийских газет.

Наряду с многочисленными примерами самоотверженной борьбы в истории Войны за независимость известны случаи политического лавирования и компромиссов. Это в полной мере относится к газете «Филадельфия Ивнинг Пост». Ее издатель, Бенджамин Таун, начинал в 1775 г. как ярый патриот. После вступления в 1777 г. в город англичан он переметнулся на их сторону, но когда на следующий год американская армия вернулась, он с прежним пылом, как будто ничего не произошло, принялся выступать за независимость. Объявляясь большим другом всех сменявшихся в городе властей, Таун смог избежать эвакуации с ее неизбежными трудностями, и в 1781 г. впервые в Америке «Филадельфия Ивнинг Пост» стала ежедневной газетой. Однако частые смены курса оттолкнули от газеты читателей, она стала выходить нерегулярно, а в г. закрылась.

Поскольку подавляющее большинство газет в годы войны выходило еженедельно, а важное известие могло прийти задолго до выхода очередного

номера, то часто делались экстренные выпуски. Так постепенно амер. журналистика приближалась к возникновению ежедневной печати. Первой регулярно выходившей ежедневной газетой стала «Пенсильвания Пэкет» (с 1784 г. в Филадельфии).

Делая выводы, нельзя не отметить важного вклада в борьбу за независимость, внесенного американской печатью. Несмотря на трудности военного времени, журналистика вышла из войны окрепшей, завоевавшей гарантии свободы слова и уважаемое место в американском обществе.

### **Журналистика США конца 18 века**

В 1783 г. Англия признала США, заключив с ними мир. Однако в действительности такого государства еще не существовало. Имела место конфедерация штатов с весьма слабой, а порой и просто призрачной центральной властью. При относительно зажиточном населении правительство постоянно нуждалось в деньгах, так как у него не было возможности собирать, а у населения – желания платить регулярные налоги. В суровую зиму 1780 г., когда американская армия замерзала на зимних квартирах, Вашингтон писал конгрессу: «У нас нет ни денег, ни кредита даже на покупку досок для дверей наших хибар...» И все это происходило на фоне относительно материального благополучия населения, не желавшего платить налоги. Если в годы войны Конгресс был вынужден хоть как-то содержать свою армию, то после заключения мира она была сокращена до 100 человек! У центральной власти не было ни армии, ни чиновников – исполнителей ее воли на местах, ни денег – ничего, кроме долгов.

В послевоенный период в США складываются две партии – федералистов и республиканцев. Федералисты (1787-1800 гг.) выступали за сильное государство с армией и чиновничеством, высокие налоги и расходы на оплату государственного аппарата, долгов и развитие промышленности. Республиканцы (не следует путать с сегодняшней республ. партией США) были сторонниками слабого правительства, местного самоуправления, минимальных налогов и государственных расходов.

В период с 1763 по 1783 гг. американские типографии, число которых достигло двухсот, выпустили в свет около 9 тысяч печатных изданий – газет, книг, плакатов. Все эти издания были полем боя в политической дискуссии, которую вели федералисты и республиканцы. В ней участвовали практически все лидеры американской революции, за исключением, может быть, Д.Вашингтона. Но наиболее яркими представителями двух противоположных сторон, принимавших участие в этой революции, были Томас Джефферсон, Томас Пейн и Александр Гамильтон.

Журналистика принимала активное участие в послевоенной политической борьбе. Конец 18 в. – эпоха расцвета партийной печати как в США, так и в Англии. Оставаясь частными, газеты того времени обычно ориентировались на политические партии и служили их рупорами, а не третейскими судьями, как это чаще всего бывает сейчас. Почти все газеты молодой республики разделились на

федералистские и республиканские, так, что в каждом мало-мальски значительном городе обе партии были представлены своими газетами.

Богатый плантатор из Вирджинии Томас Джефферсон – один из «отцов-основателей» нации, видный политический деятель, публицист и президент США – запечатлен в истории этой страны не только как один из лидеров американской революции, но прежде всего как создатель знаменитой Декларации независимости («Декларация представителей США, собравшихся на общий конгресс», 1776 г.). Это произведение Т.Джефферсона аккумулировало в себе лучшие идеи английского, американского и французского Просвещения. В нем нашла выражение идея построения справедливого демократического общества, основанного на доверии к человеку, его разуму. Автор Декларации выступает как соратник теории «естественного права», последователь философа Джона Локка, в творчестве которого он почерпнул для себя идею «собственных свобод» граждан и ограниченности функций государства. Декларация независимости написана идеалистом. В ней провозглашаются высокие принципы права каждого человека на «жизнь, свободу и стремление к счастью». В ходе развития истории американского общества понятие «счастье» стало равнозначно материальному успеху. Таким образом, идеалистическая Декларация стала краеугольным камнем американского образа жизни и мышления. Т.Джефферсон был лидером противников сильной власти и создания централизованного государства в США. После окончания Гражданской войны он вел активную полемику по этому вопросу с А.Гамильтоном.

Первой республиканской газетой стала «Нэшнал Газетт», издававшаяся поэтом Филиппом Френо на деньги госдепартамента, который возглавлял Томас Джефферсон. Хотя она финансировалась не так щедро, как ее главная федералистская соперница, благодаря своей близости к госсекретарю она была лучше информирована о международных делах.

Наиболее популярной республиканской газетой была ежедневная филадельфийская «Аврора» (1790-1822 гг.). Ее издатель, внук Б. Франклина Бенжамин Бах, был одним из последних представителей «персонального журнализма». Все создание номеров газеты, начиная со сбора новостей и заканчивая типографской работой, лежало на нем одном. Рабочий день Баха продолжался 15-17 часов – и так каждый день, кроме воскресенья. Баху удалось выявить и опубликовать немало сенсационных материалов, как, например, крайне невыгодный для США и потому державшийся правительством федералистов в тайне договор Джея с Англией. Работа в типографии над номером была закончена к утру 29 июня 1775 г. К тому времени в ожидании новостей у издательства собралась большая толпа. Передав тираж продавцам, Бах сразу же пошел организовывать митинги протеста против договора Джея.

Полемика между газетами и их нападки на политических противников были крайне резкими и изобиловали, как бы сейчас сказали, «непарламентскими» выражениями. Но то, что кажется нам сейчас дикостью, было нормой в спорах между соперничавшими партиями и газетами того времени. Широко известно, насколько велик в США престиж Джорджа Вашингтона. Но так кажется лишь со

стороны. А для республиканских газет первый президент был выразителем идей федералистов, а стало быть – мишенью для нападок. «Если один человек способен оболванить целую нацию – то такой человек – Вашингтон», – злословила республиканская «Аврора». В своей критике первого президента эта газета далеко вышла за рамки разумного и объявила его английским шпионом!

Конец 18 века дал первые примеры «макрекерской» журналистики, то есть журналистики, специализирующейся по разоблачениям. Особую роль здесь сыграла «Ричмонд Экземинер» Джемса Каллендера, ранее высланного из Англии, где он был известен своей скандальностью. В Америке он стал влиятельным республиканским журналистом. Не довольствуясь обычной руганью в адрес политических противников, Каллендер начал изучать их биографии. Результат не заставил себя ждать. Вскоре ему удалось найти и опубликовать сенсационную новость: лидер враждебной партии, почтенный отец семейства Гамильтон за счет своего министерства содержит любовницу! Новость потрясла Америку, и в атмосфере назревавшего скандала Каллендер чувствовал себя, как рыба в воде. Вопреки советам друзей и элементарной осторожности Гамильтон опубликовал ответ, в кот. излагалась вся правда: деньги министерства выплачивались любовнице не добровольно, а по причине шантажа. Расчет Гамильтона на то, что его страстная исповедь вызовет симпатии сограждан, не оправдался. Напротив, в выигрыше оказался Каллендер, так как его информация подтвердилась из первых рук. На политической карьере Гамильтона можно было поставить крест.

Чтобы защититься от нападок прессы, правительство федералистов провело в 1798 г. через Конгресс законы, согласно которым клевета на президента или Конгресс карались большим штрафом и тюремным заключением на срок до пяти лет. Но само понятие клеветы на практике могло трактоваться весьма широко и включать в себя любую критику в адрес правительства. Так, например, журналисту Томасу Куперу, назвавшему президента Адамса некомпетентным, на суде было предложено доказать, что президент не в состоянии справиться с обязанностями, в противном случае его заявление признавалось клеветой. Доводы Купера не убедили суд, журналист был оштрафован и отправлен в тюрьму.

В первые месяцы действия закона было арестовано 25 человек, из которых 10 признаны виновными. Семеро лиц, признанных виновными, были журналистами. В их число входил и Каллендер, сильно досадивший правительству своими нападка.

Однако новый закон все же не повис дамокловым мечом над американской прессой, а скорее сыграл роль бумеранга, вызвал всеобщее возмущение.

Непопулярные законы были одной из причин поражения федералистов на очередных выборах. В 1800 г. президентом США был избран республиканец Джефферсон, прекративший аресты и выпустивший из тюрем осужденных. Новому президенту пришлось сполна испытать на себе всю горечь унижения своего предшественника. Федералистская пресса обрушилась на него с той же яростью, с какой в прошлом республиканская напала на Адамса.

Помилованный Джефферсоном Каллендер сразу же начал изучать прошлое своего освободителя. Поиски опять увенчались успехом: выяснилось, что у нового президента имеется наложница-мулатка. Верный своему правилу делать личное общим достоянием, Каллендер незамедлительно опубликовал эту новость.

Джефферсон – как ни велик был соблазн – не возобновил массовые гонения на печать. Его убеждения в необходимости свободы слова любой ценой остались незыблемы. Сам он в 1802 г. заявлял, что готов защищать даже право на ложь, так как народ в конечном итоге сможет отличить ее от правды. Весьма любопытно его высказывание, сделанное несколько ранее: «Если бы пришлось выбирать, иметь ли нам правительство без газет или газеты без правительства, я без колебаний выбрал бы последнее». Выдающийся человек своего времени, Джефферсон является не только одним из основателей либеральной концепции свободы печати, базирующейся на принципах либерализма. В приведенном выше высказывании звучит не только идея свободы печати, но и приверженность либеральной программе слабого правительства, опоры на частную инициативу и твердый индивидуализм. С приходом в 1800 республиканцев к власти эти идеи восторжествовали и стали лейтмотивом развития американского общества в течение всего 19 века.

Американская революция развивалась в 2-х направлениях: освободительная борьба за национальную независимость и борьба между аристократами и демократическими слоями населения. Политический памфлет. В 1690 г. появились типографии, установилось почтовое сообщение, первая газета «Паблик Океренсиз». Язык первых газет тяжелый и неуклюжий. Братья Франклины – новая страница в истории прессы. Появление сатирической журналистики. Б. Франклин – проповедник идей просвещения – сочетает различные жанры (сатира и зарождение нации и единства). Первая газета южного штата в 1729 основана Парксом. К 1775 г. в 13 колониях выходит 48 газет.

Война за независимость – печать стала одной из наиболее активных сил общества. Газета становится на один уровень с политическим памфлетом. «Бостон Газетт» - влиятельное революционное издание Адамса. С 1784 г. выходит ежедневная газета. Борьба в прессе федералистов и республиканцев. Расцвет партийной печати. Лидер республиканцев – основатель нации – Томас Джефферсон. «Аврора» – газета республиканцев. Конец 18 в. – первые примеры «маркреккерской» журналистики. Деятельность Каллендера.

### **Свобода слова в США**

Томас Пейн – английский ремесленник, самоучка, убежденный гуманист и сторонник теории «естественного права». Он прибыл в Америку накануне революции и сразу же стал её активным участником, более того – вдохновителем американцев. Ещё до отплытия в Америку Пейн познакомился и близко сошелся с известным американским просветителем Б.Франклином, который и дал ему свои рекомендации в Филадельфию. В 1775 г. Т.Пейн уже был редактором ежемесячного «Пенсильванского журнала», издаваемого Робертом Эйткином. За

три месяца работы англичанина в журнале число его подписчиков увеличилось с 600 до 1500. Статьи, подписанные «Эзоп», «Атлантикус», «Голос народа» отличались остроумием, простотой и ясностью изложения, точностью и яркостью языка. Пейн был великолепным журналистом. Он писал легко, быстро, почти не правил свои рукописи. Первые идеи, которые им овладели сразу же на американской земле, были: отмена рабства (статья 1775 г. «Африканское рабство в Америке») и антиколониальная борьба (статья 1775 г. «Серьезная мысль»).

После первых столкновений «сынов свободы» с англичанами в январе 1776 г. в Филадельфии вышла в свет маленькая книжка под названием «Здравый смысл». Это был памфлет Томаса Пейна, всколыхнувший всю Америку. Он не просто принес славу автору, он стал знаменем, гимном американских борцов за независимость. Такой популярности не знало ещё ни одно печатное издание в Америке. Тираж памфлета достиг 500 тысяч экземпляров. Он буквально завладел умами американцев и обратил всех в сторонников независимости.

«Здравый смысл» – это призыв к борьбе. «Все разрешится в бою», - писал его автор. Но это не только лозунг. В памфлете дано обоснование естественного права американского народа на борьбу за независимость. Следовать этому праву и было здравым смыслом, к которому взывал Пейн: «Нам принадлежит неотъемлемое право иметь собственное правительство и всякий, кто всерьез поразмыслит над непрочностью человеческих дел, придет к убеждению, что куда разумнее и безопаснее хладнокровно и обдуманно выработать собственную конституцию, но это в нашей власти, нежели доверять столь значительное дело времени и случаю».

Сила памфлета заключалась не только, вернее не столько в изложении теории естественного права, здесь Пейн был лишь последователем своих великих предшественников Гоббса, Руссо, а в том, что он сделал эту теорию доступной и близкой народу, изложил её на языке народа убедительно и страстно. Вот как просто он объясняет причины образования договорного государства: «Сила одного человека настолько не соответствует его потребностям..., что он вскоре будет вынужден искать помощи и облегчения у другого, который в свою очередь нуждается в том же». Монархию, тиранию Пейн не просто отрицает, он её бичует, проклинает, уничтожает, высмеивая: «Для Бога и общества один честный человек нужнее, чем все коронованные разбойники, когда-либо жившие на земле».

После выхода в свет «Здравого смысла» Пейн становится трибуном «независимых». Он принимает участие в военных действиях и продолжает писать. В «Пенсильванском журнале» в течение последующих 7 лет печатается серия из 13 статей под названием «Американский кризис», в которых затрагиваются главные проблемы военных лет: предательство лоялистов, шпионаж в пользу Англии, финансовый хаос, проблемы управления рождающимся государством, национальное единство и т.д. Именно в одной из статей этого цикла впервые прозвучало название Соединенные Штаты Америки.

После подписания Парижского мирного договора, когда молодое американское государство вступает в период строительства того, что

впоследствии получит название американской демократии, т.е. в период законодательного устройства, проходивший в условиях яростной дискуссии сторонников «сильной власти» и республиканской демократии Т.Пейн выступает на стороне республиканцев. В это время он становится членом «Общества политических исследований», созданного Франклином. Он выступает в защиту Пенсильванской конституции и автономии штатов. В 1786 г. выходит его трактат «Рассуждение о государстве, банках и бумажных деньгах», в котором он выступает за ликвидацию бумажных денег, выпущенных в огромном количестве в тяжелые времена войны, и за сохранение банка. Но, в отличие от Гамильтона и его богатых сторонников, Пейн предполагает, что банк будет служить всем классам, станет поддержкой и беднякам.

Помимо журналистики Пейн имел ещё много увлечений и занятий. Он интересовался буквально всем, справедливо отмечая, что в его жизни не было и пяти минут, когда бы он что-либо не изучал. Одним из таких увлечений был проект постройки моста. Однако в Америке эту идею ему не удалось осуществить, поэтому в 1787 г. он отправился во Францию с надеждой реализовать свой проект в Европе. Таким образом, он оказался в Париже накануне Великой французской революции и стал участником двух величайших событий 18 века.

Томас Пейн был активным участником Великой французской революции. В 1791 г. он издавал в Париже вместе с Кондорсе газету «Республиканец». Он выступал как активный пропагандист идей этой революции и её защитник. В 1790 г. в Англии вышел памфлет Берка «Размышления о французской революции», лживый пасквиль, порочивший идеи и лидеров этой революции. В ответ на памфлет Берка Т.Пейн пишет памфлет «Права человека», в котором дает объяснение и оценку Великой французской революции, но с точки зрения мелкого буржуа. Великая французская революция достигла качественно более высокого уровня, в своем классовом развитии она пошла дальше американской. Противоречия классов, вылившиеся в США в дискуссию законодателей, во Франции нашли свое выражение в битвах более кровопролитных. Т.Пейн не пошел за якобинцами, он высказался против казни короля, его испугал террор. Он остался с жирондистами. Может показаться странным, что человек, клеймивший «коронованных разбойников», призывавший к войне с ними, оказался в одном лагере с французской крупной буржуазией и монархистами. Но мелкобуржуазный идеализм часто приводит к непоследовательности в революции.

Рассуждения Пейна о революциях объясняют его позиции в 90 гг.: «Размышляя о революциях, легко постичь, что они могут возникать из двух различных причин: одни, чтобы избежать или освободиться от бедствия, другие, чтобы получить большее и положительное благо; обе они могут различаться по названиям на активные и пассивные революции. В тех, которые происходят по первой причине, характер становится гневным и раздраженным, а исправление положения, вызванное его опасностью, слишком часто омрачается местью.

Но в тех, которые происходят по второй причине, сердце, скорее воодушевленное, чем взволнованное, спокойно вникает в существо дела. Разум, дискуссия и убеждение становятся оружием в споре».

Возвратившись в Америку в 1802 г., Пейн продолжал заниматься журналистикой. В республиканской газете «Нешнл интеллидженсер» было опубликовано 8 его писем «К гражданам Соединенных Штатов», в которых он поддерживал политику Джефферсона и продолжал борьбу против федералистов.

Апологетом федералистов был Александр Гамильтон, министр финансов и безусловно незаурядная личность, журналистское творчество которого приняло особо активные формы на втором этапе американской революции, когда проблема завоевания независимости была уже практически решена и на повестке дня значился вопрос о формах государственного устройства США, т.е. на этапе столкновения сторонников демократии и сильного централизованного государства. Особенно ярко это столкновение отразилось в дискуссии, которую А.Гамильтон вел с Т.Джефферсоном, лидером республиканцев.

Американская исследовательница С.Каньё назвала Александра Гамильтона «Руссо правых», в какой-то степени это верно, поскольку он всегда призывал к подчинению личных интересов интересам национальным и видел в этом высшую добродетель. Но самым безупречным блюстителем национальных интересов, по его же мнению, может быть только монарх или губернатор, одним словом, представитель сильной власти, так как «республика не допускает решительного правления, в котором и состоит все достоинство государства». Позиция Гамильтона была очень сходна с позицией английского философа Гоббса, основоположника теории естественного права.

А.Гамильтон принимал участие в войне за независимость. Он был адъютантом Д.Вашингтона и проявил себя на этой должности как человек талантливый и целеустремленный. Но истинным его призванием была политическая деятельность. После окончания войны он завершает юридическое образование и активно включается в общественную жизнь США. Одной из форм этой активности была журналистика.

В 1781-1782 гг. в нью-йоркской газете «Нью-Йорк пакет» вышло 6 больших статей под подписью «Континенталист». Это были статьи Гамильтона. В них нашла свое отражение концепция сторонников создания централизованного мощного государства, федералистов, призывавших сосредоточить власть в руках единого континентального конгресса, а через него – горстки богачей. Известный афоризм одного из лидеров федералистов Дж.Джея «Те, кто владеет страной, должны и править ею» очень четко определяет позиции группировки. Но, помимо доводов кошелька, необходимы были и юридические основания. Формированию и пропаганде теоретической базы федерализма и посвятил себя Гамильтон. Более того, он отдал много сил созданию экономического фундамента будущего государства миллионеров, создав первый американский национальный банк. В статьях «Континенталиста» разработана аргументация в пользу централизованной власти. Они по сути дела являются вехой, отмечающей фазу перехода буржуазной революции «от конвульсий народного энтузиазма» к

«закону и порядку». Но переход этот был довольно длительным по причине разногласий в лагере американской буржуазии.

Дискуссия между федералистами и республиканцами, начатая статьями «Континенталиста», получила широкое развитие. Аргументация, выдвинутая Гамильтоном в 1781-1782 гг., была подробнейшим образом разработана в серии статей под общим названием «Федералист», написанных в разгар создания американской конституции, цель которой сводилась к тому, чтобы передать власть из рук многих немногим.

Необходимость этого нужно было обосновать, чтобы навязать конституцию федералистов народу. При этом перед правыми стояла задача уничтожить оппозицию. Сделать это можно было, только систематически обосновав основные положения свода законов. За это дело взялся Гамильтон, призвавший себе на помощь двух соратников – Мэдисона и Джея.

Менее чем за год (с сентября 1787 по август 1788 гг.) они написали 85 статей (53 – Гамильтон, 27 – Медисон, 5 – Джей). Основная заслуга в создании «Федералиста», этой библии американской «демократии», считающейся до сих пор лучшим толкованием Конституции США, принадлежит Гамильтону. Именно он опубликовал 27 октября 1787 г. первую статью этой серии, подписавшись «Публий», и в дальнейшем именно на него легла основная нагрузка по объему написанного и в смысле проблематики.

Именно Гамильтон выполнял функцию разоблачителя республиканцев и пропагандиста концепции «сильной президентской власти». Последнему посвящены 12 статей Гамильтона в «Федералисте». Изошренность журналистских приемов этого деятеля достойна удивления. Ему приходилось доказывать, что демократия (такие её формы как билль о правах и свободах, верховность судебной власти, ограничение полномочий президента и т.д.) противоречит идее республики, и напротив, сильная государственная власть соответствует принципам республики. Ратуя за последнюю, он по сути дела восхвалял монархию. Политическое лицемерие Гамильтона позволяло ему утверждать: «Наш народ никому не отдавал своей власти, а потому сам сохраняет её во всей полноте и не нуждается в каких-либо её ограничениях».

Он рассуждал так: если народ оказал доверие президенту, то нет причин ограничивать его власть, тем более, что конституция наделяет народ суверенитетом, превращая государство в его слугу и уже поэтому оно не может ущемить права народа. Казуистика Гамильтона была направлена на достижение следующей цели – создания такого государственного механизма, который позволял бы управлять и манипулировать обществом горстке «сильных» людей, представляющих «интересы нации», без помех, вытекающих из демократических институтов и форм правления. Даже сама конституция его интересовала постольку, поскольку могла быть инструментом создания такого механизма. Государственные деятели США и по сей день считают «Федералиста» «самым уникальным вкладом американского политического гения в науку о государстве». Творчество Гамильтона по сути дела олицетворяет

итог, к которому пришла американская буржуазная революция, принеся независимость с целью создания республики доллара.

Первая поправка к американской конституции, принятая в 1789 г. под давлением, уже известного вам, Томаса Джефферсона и ряда других политических деятелей, считается краеугольным камнем американского понятия свободы слова. Она гласит, что «Конгресс не должен издавать ни одного закона... ограничивающего свободу слова и печати...» Понятие свободы слова имеет не только положительное наполнение – существует и обратная сторона этой свободы, связанная с отсутствием разумных ограничений при реализации права на свободное слово. В работе «Философии права» Гегель заметил, что очень часто свобода печати понимается «как свобода говорить и писать что угодно». Это аналогично понимаю «свобода делать что угодно» и свидетельствует о господстве в обществе обыденного представления о свободе слова и полном отсутствии культуры мысли, ибо такая свобода обладает отрицательной волей и оборачивается «фурией разрушения».

В государстве существует потенциальная опасность неверного понимания свободы слова, когда средства массовой информации, пребывая в парадигме «негативной» свободы, разрушительно воздействуют на общественное мнение и уничтожают сложившийся порядок вещей. В стабильном обществе, подчеркивает Гегель, «опасность от свободы прессы в наибольшей степени предотвращается не тем, что ее глубоко почитают, а тем, что написанное в ней полностью презирают. Английские министры разрешают говорить о себе все, что заблагорассудится, и относятся к этому с полным презрением. Своего рода действие Немезиды в том, что чернь должна находить удовлетворение в насмешках над высочайшим, для нее единственный способ проявить свою субъективную свободу заключается в ругани, в высказывании против него».

Цензурные ограничения обычно вводились в периоды ведения войны. Так, во время войны между Севером и Югом в США федеральные власти «закрыли несколько газет, особенно активно выступавших против правительства, запретили деятельность ряда организаций демократической партии. Некоторые издатели, политические деятели и лица, открыто выступавшие в защиту мятежников, были арестованы». Были введены и цензурные ограничения на публикации прессы о положении дел на фронтах и внутри страны. После вступления США в первую мировую войну президент Вудро Вильсон впервые в истории страны создал Комитет общественной информации, в задачи которого входили: идеологическая пропаганда, обеспечение поддержки действий президента и правительства в СМИ и цензорские функции. Летом 1917 г. Конгресс принял «Акт о шпионаже», ограничивающий свободу слова. Формально нацеленный против подрывной деятельности и пропаганды германских агентов, закон на практике стал орудием для подавления радикалов и сторонников мира, лишив их, прежде всего, возможности рассылать по стране свои газеты и журналы. В результате применения «Акта о шпионаже» большинство оппозиционных изданий были лишены почтовых привилегий. Так,

осенью 1917 г. был закрыт ведущий левый журнал, а издатели предстали перед судом по обвинению в антиправительственной деятельности.

С окончанием первой мировой войны и со снятием ограничений на распространение информации, введенных на период военных действий, проблема обеспечения свободы слова, необходимой для полноценного функционирования СМИ, не исчезла. В 1920 г. судебному преследованию подверглись редакторы небольшого авангардистского журнала «The Little Review» (1914-1929 гг.) за публикацию эпизода из романа Джеймса Джойса «Улисс». По решению суда министерство почт изъяло из бандеролей и сожгло экземпляры трех номеров издания, в которых были опубликованы фрагменты из романа Джойса, а издатели были оштрафованы.

В 1927 г. по решению суда штата Миннесота была закрыта газета скандального содержания под названием «The Saturday Press». Она издавалась в городе Миннеаполисе Джейм Ниром, и страницы ее были заполнены материалами откровенно расистского характера. Согласно закону о печати штата Миннесота любой судья штата имел право прекратить издание, если оно носило «злонамеренный, скандальный или клеветнический характер». Американская общественность увидела в этом законе ограничение свободы печати, противоречащей первой поправке к конституции, и опасный прецедент. Поскольку у Нира не было средств для обращения в Верховный Суд США, издатель влиятельной консервативной газеты «The Chicago Tribune» Роберт Маккормик, исходя из своих понятий либерализма, пришел ему на помощь, представив средства для ведения дела. Четыре года спустя, в 1931 г., Верховный суд США большинством в один голос принял решение в пользу Нира, отменив цензуру, введенную в штате Миннесота. Решение суда по делу «Нир против штата Миннесота» считается важным прецедентом, отстаивающим свободу слова.

### **Явление «нового журнализма»**

Концепция "нового журнализма" связана с деятельностью **Джозефа Пулитцера**, Уильяма Херста и Адольфа Окса. В своей издательской и редакторской практике они разработали и предложили американской прессе стандарты "нового журнализма", который имел как положительные, так и отрицательные аспекты.

Понятие "новый журнализм" в первую очередь обязано журналистским и редакторским инновациям Джозефа Пулитцера, иммигранта из Австро-Венгрии, прибывшего в Америку в 1864 г.

Журналистская работа в Сент-Луисе дала Пулитцеру необходимый опыт и средства, чтобы в 1878 г. он смог издавать собственную вечернюю газету "The St.Louis Post-Dispatch", которая стала ведущим изданием Сент-Луиса. Одно из серьезных нововведений Пулитцера - проведение постоянных газетных кампаний по различным поводам с политическими разоблачениями и кричащими заголовками. Эти кампании привлекали внимание читателей, поднимали тираж газеты и приносили солидный доход издателю.

В 1883 г. Пулитцер приобрел газету "The New York World" и перенес стандарты "нового журнализма" в Нью-Йорк, В это время пресса Нью-Йорка испытывала финансовые затруднения, в определенной степени связанные с дефицитом новых идей. "The New York World" переживала тяжелые времена, а ее тираж составлял всего 15000 экз. В редакционной статье Дж.Пулитцер подчеркивал, что усилия его газеты будут "направлены на интересы простых людей, а не на интересы обладателей толстых кошельков". Акцент был сделан на привлечение массового среднего читателя. Стиль пулитцеровской газеты отличался сенсационностью и агрессивностью даже на фоне изданий "penny press". Дело было не в самой сенсационности, а в форме ее подачи. Такие заголовки, как "Дыхание смерти" или "Крещенный кровью", сразу приковывали внимание читателей. На газетных иллюстрациях место события (нахождения трупа, повреждения судна и т.д.) помечалось крестиком. Пулитцер придавал особое значение иллюстративному ряду. Он пригласил к сотрудничеству ведущих карикатуристов. С их приходом в газету впервые в американской прессе появились серии политических карикатур в качестве своеобразных "рисованных передовиц". Некоторые специалисты полагают, что с карикатурных серий "The New York World" началась современная эра газетной иллюстрации.

В 1885 г. Пулитцер опередил конкурентов, проведя классическую пропагандистскую кампанию по сбору средств на постройку пьедестала для статуи Свободы. Эта шумная и блестяще организованная газетная кампания привлекла внимание всей страны к пулитцеровскому изданию, в результате которой была собрана сумма в 100 000 долларов, а тираж газеты достиг 100 000 экз. В 1889 г. Пулитцер демонстрирует журналистскому миру образец "эффектного журнализма". Он отправил известную журналистку Нелли Блай повторить путешествие вокруг земного шара быстрее, чем это сделал герой известного романа Жюль Верна. Н.Блай удалось обогнуть земной шар за 72 дня, 6 часов, 11 минут и 14 секунд. Причем она потеряла один день, чтобы заехать в Амьен и взять интервью у самого Жюль Верна.

В этом заключалась еще одна принципиальная особенность "нового журнализма", исповедуемого Джозефом Пулитцером. Центр внимания перемещался с "факта" на "сюжет": репортер должен найти не столько свежий факт, сколько новый сюжет. Сочетание информационности и развлекательности - важный аспект "нового журнализма".

Социологические данные рубежа веков говорят о том, что каждый второй житель Нью-Йорка покупал воскресное издание. Учитывая этот фактор, Пулитцер превратил воскресные издания в особый тип газетной периодики, в котором находилось место информации, развлекательному и литературному материалу, карикатурам и иллюстрациям. В 1893 г. Пулитцер выпустил цветное приложение к воскресному выпуску, что привело к значительному росту тиража.

В 1895 г. художник Ричард Аутколт создает "Желтого паренька" - серию рисунков, объединенных одним персонажем. Это приложение к воскресной газете положило начало существованию американского комикса как особого жанра массовой культуры.

Традиции "нового журнализма" были быстро усвоены американской прессой. Успех издания Пулитцера и высокие тиражи (в 1898 г. тираж "The New York World" достиг одного миллиона) привлекали внимание многих. Приемы "нового журнализма" были использованы газетными издателями в Детройте, Чикаго и других городах США.

Применив модель "нового журнализма", Эдвард Скриппс создал в 1880 гг. первую в США "цепочку" газет сходной направленности, с едиными принципами и стилем работы в Кливленде, Цинциннати и Сент-Луисе. Таким образом, был сделан шаг к индустриализации в газетно-журнальном бизнесе, которая становится одной из магистральных тенденций развития американской прессы XX столетия. К 1914 г. Скриппс увеличил свою "цепочку" до 33 газет.

В Британии традиция "нового журнализма" была предложена Альфредом Хармвортом (впоследствии лордом Нортклиффом), основавшим в 1896 г., газету "The Daily Mail" и ставшим одним из первых газетных магнатов страны.

### **От «нового журнализма» к желтой прессе: газетная империя Уильяма Херста**

Самым удачливым продолжателем принципов "нового журнализма" стал выходец из обеспеченной калифорнийской семьи Уильям Рэндолф Херст. В 1885-1887 гг. он прошел школу репортерской работы в пулитцеровской "The New York World" и досконально изучил приемы "нового журнализма". Вернувшись в 1887 г. в Сан-Франциско, Херст взял в свои руки управление газетой "The San Francisco Examiner" и за три года превратил это издание в агрессивную, жесткую и процветающую газету. Херст внес свои коррективы в концепцию "нового журнализма", отбросив такие его составляющие, как аккуратность и точность в подаче информации. С точки зрения Херста, сенсацию можно было сделать из самого незначительного факта: главное - форма подачи материала и соответствие запросам читателя. В 1895 г. Херст совершил прорыв на нью-йоркский газетный рынок, приобретя газету "The New York Journal".

Херст переманил многих ведущих журналистов и художников из пулитцеровского издания, усилил сенсационность и развлекательность, снизил цену своего издания, и тираж "The New York Journal" резко вырос. В 1896 Херст смог привлечь к сотрудничеству создателя первого американского комикса Ричарда Аутколта. Началась борьба между Херстом и Пулитцером за авторские права на издание комикса. Комикс, издаваемый Херстом, печатался полностью в желтом цвете, что и дало повод современникам назвать херстовскую модель журналистики "желтым журнализмом".

В дальнейшем термин "желтая пресса" ассоциировался со стилем Херста, который писал в одной из редакционных статей: "Политика "The New York Journal" заключается в том, что привлекать внимание столь же важно, как и добывать факты; публика жаждет развлечений гораздо больше, нежели просто новостей". Сенсационно-развлекательный стиль стал ведущим в эстетике печатных изданий, ориентированных на вкусы и потребности "человека-массы",

феномен появления которого проанализировал испанский философ Хосе Ортега-и-Гассет.

Ожесточенная конкурентная борьба между Пулитцером и Херстом приобрела неприглядные формы, особенно в период кубинских событий 1895-1898 гг. Сражаясь за тиражи, "The New York Journal" и "The New York World" соревновались в сенсационной подаче новостей о кубинских событиях, пренебрегая точностью и достоверностью в подаче материалов. Они не только подробно расписывали зверства испанских войск на Кубе, но и позволяли себе вмешиваться во внутренние дела зарубежного государства. В 1897 газета Херста организовала побег из гаванской тюрьмы молодой кубинки, обвиненной в измене, а в начале 1898 г. на страницах "The New York Journal" было опубликовано выкраденное частное письмо испанского посла, в котором содержалась нелестная характеристика американского президента Уильяма Маккинли. Цель этой акции - заставить президента, занимавшего миролюбивую позицию, предпринять более решительные действия по отношению к Испании.

Загадочный взрыв 15 февраля 1898 г. на американском броненосце "Мэн", находившемся в порту Гаваны, отозвался подлинной истерией в газетах Херста и Пулитцера, запестревших крупными заголовками самого сенсационного свойства. Пулитцер призвал президента к "быстрой и жесткой" войне с Испанией. Через две недели после взрыва на броненосце "Мэн" тираж "The New York World" вырос до 5 млн. Газета Херста также призвала к вооруженной интервенции на Кубу. Хотя подлинные "причины взрыва были неясны лозунгом пропаганды войны в Соединенных Штатах сделался девиз "Помни "Мэн"!". Урапатриотическая кампания, развязанная этими газетами привела к тому, что война США с Испанией стала неизбежной. Редактор журнала "The Nation" Эдвин Годкин писал, что "никогда еще история американской журналистики не знала ничего столь постыдного, как поведение этих двух газет".

Уильям Херст умел приспособливаться к меняющимся временам. Он не остался в стороне от движения "разгребателей грязи", сулившего ему финансовый успех. Для этой цели он приобрел журнал "Cosmopolitan Magazine" и превратил его в макрекерское издание. В 1906 г. серия публикаций в "Cosmopolitan Magazine" потрясла общественное мнение Америки - разоблачительная волна достигла высших политических кругов страны. Скандальные материалы под общим заголовком "Предательство сената", принадлежавшие перу Д.Филлипса, нанесли чувствительный удар по ряду крупных политических фигур.

Интуиция и деловая хватка подсказали Херсту необходимость создания газетного концерна. В 1911 г. он основал информационное агентство International News Service, вошедшее в тройку ведущих американских информационных агентств наряду с Associated Press и United Press. К 1922 г. корпорация Херста включала в себя 20 ежедневных газет; 11 воскресных изданий, а также две радиостанции, компанию по производству хроникально-документальных фильмов и кинокомпанию, а к началу 1990 гг. в издательский трест Херста

вошло 14 ежедневных газет, 30 еженедельников, 20 журналов, 5 телестанций и 7 радиовещательных станций, не считая ряда книжных издательств.

### **"Разгребатели грязи" и традиции разоблачительной журналистики**

В начале XX столетия американская журналистика пережила период "макрекерства" (движения "разгребателей грязи"), т.е. разоблачительной журналистики. В конце 1880 гг. внимание публики привлекли два новых журнала, взявших курс на агрессивную журналистику и разоблачительные материалы, предвосхищая появление "разгребателей грязи". Речь идет о нью-йоркском "The Forum" (1886-1950 гг.) и бостонском "The Arena" (1889-1909 гг.), предложившим читателю сенсационные материалы-разоблачения различных сфер политической и экономической жизни.

Традиционно начало "макрекерства" в американской журналистике возводится к публикациям Джекоба Рииса и Генри Демареста Ллойда.

Джекоб Риис, корреспондент "The New York Sun", обратился к социально-публицистическому исследованию нью-йоркских трущоб и обобщил свои наблюдения и выводы в книге "Как живет другая половина" (1890 г.). Факты полученные Риисом в результате непосредственного знакомства с жизнью и нравами трущоб, производили шокирующее впечатление. Американский президент Теодор Рузвельт (которому принадлежит авторство самого термина "разгребатели грязи") писал впоследствии, что книга Дж.Рииса стала для него "просветлением и вдохновением, за которое я никогда не смогу полностью выразить свою благодарность". Десятилетний "крестовый поход" Джекоба Рииса, описанный им в публицистической книге "Битва с трущобами" (1902 г.), позволил ему занять почетное место в истории американской журналистики.

Не меньшее значение для становления движения "разгребателей грязи" сыграли статьи и книги Генри Д.Ллойда, независимого журналиста-реформатора из Чикаго. Г.Д.Ллойд впервые обратил на себя внимание в 1881 г. небольшой статьей, опубликованной в журнале "The Atlantic Monthly". В ней точно, сжато и доказательно описывались грязные методы ведения бизнеса могущественной нефтяной компанией "The Standard Oil". Классическим произведением Г.Д.Ллойда стала книга "Богатство против благосостояния" (1894 г.), в которой рассказывалось "как могущественные люди накапливали богатство, не стесняясь в средствах и прибирая к рукам правительство, церковь и сферу образования. Что бы не хотел доказать Ллойд, он убедил всех, что можно говорить о сведениях, добытых из отчетов комиссий конгресса и судебных бумаг, с такой ясностью и человеческой страстностью, что сочинение на экономические темы могло стать значительным литературным произведением и занять достойное место в литературе идей последней четверти XIX столетия". Афористичная фраза Г.Д.Ллойда о том, что "свобода порождает богатство, а богатство разрушает свободу", стала девизом "разгребателей грязи". Именно эта социальная критика всей общественно-политической системы отличала движение "разгребателей грязи" от разоблачительной журналистики предыдущих десятилетий, несшей на себе печать политических пристрастий.

1900 гг. отмечены появлением целой группы журналов, которые можно классифицировать как "макрекерские", - "McClure's Magazine", "The Arena", "Everybody's Magazine", "The American Magazine", "Cottier's Magazine", "Cosmopolitan Magazine" и т.д. Успеху "макрекерских" изданий в немалой степени способствовали технические инновации рубежа веков, связанные с появлением линоотпечатка, брошюровочных и переплетных машин, которые привели к почти полной механизации издательского дела. Более дешевая и доступная техника фототипии вытеснила дорогостоящую ксилографию. В результате солидные иллюстрированные издания типа "The Century" лишились преимущества над недорогими макрекерскими изданиями или изданиями "желтой прессы".

Наибольшую известность из периодических изданий подобной ориентации приобрел нью-йоркский журнал "McClure's Magazine" (1893-1929 гг.). Журнал выдвинулся на передовые позиции с появлением на его страницах в октябре 1902 г. статьи "Времена Твида в Сент-Луисе", написанной Линкольном Стеффенсом, одним из наиболее видных и талантливых журналистов-макрекеров. Публикация статьи Стеффенса, разоблачавшей коррупцию муниципальных властей, считается официальной датой начала эпохи "макрекерства" в американской журналистике. Номер журнала со статьей Стеффенса разошелся необычайно быстро, и читатели требовали новых сенсационных разоблачений.

Стеффенс был приглашен на должность главного редактора "McClure's Magazine" и оставался на этом посту с 1902 по 1906 гг. В "McClure's Magazine" последовала новая серия разоблачительных материалов, составивших его знаменитую книгу "Позор городов" (1904 г.), основной темой которой стала коррумпированность государственных институтов, связь полиции с преступным миром, сомнительные действия различных монополий и Другие не менее "горячие" материалы. Невысокая цена (15 центов) и сенсационный материал способствовали росту тиража, который достиг 3 млн. экземпляров.

В "McClure's Magazine" работала плеяда талантливых журналистов-макрекеров, публикации которых собирали миллионную аудиторию читателей. В 1902-1904 гг. Аида Тарбелл, продолжив традицию Г.Д. Ллойда, дала серию сенсационных репортажей, разоблачавших методы обогащения крупных монополий. Эти статьи составили книгу "История "Стандард Ойл", в которой Тарбелл проследила историю возникновения и обогащения нефтяной корпорации Дж.Рокфеллера. Тарбелл выявила тесные связи большого бизнеса с госаппаратом и политическими кругами и показала опасность бесконтрольной деятельности монополий для демократического общества.

Публикации журналистов-макрекеров приносили издателям журналов значительные прибыли, поэтому в начале века издатели и редакторы многих периодических изданий поощряли деятельность макрекеров. Но разоблачения макрекеров затрагивали интересы многих, поэтому неизбежно со стороны влиятельных кругов Америки последовала контратака на "разгребателей грязи" и на реформаторские идеи, исповедуемые этими журналистами. Консервативные

редакторы, церковные проповедники и политики стремились дезавуировать публикации и очернить агрессивных либералов. Бизнесмены вмешивались в издательскую политику популярных периодических изданий, угрожая изъять размещаемую рекламу, а в ряде случаев они получали контроль за редакторской политикой путем прямой покупки издания. "American News Company" также использовала свое влияние против прогрессивных журналов, препятствуя их распространению. В результате макрекерские издания стали исчезать одно за другим или менять свою издательскую политику.

1910 г. стал своеобразной чертой, подведенной под деятельностью макрекерских изданий. Громадные тиражи в последующие пару лет поползли вниз, что объяснялось рядом причин, в числе которых можно выделить давление со стороны большого бизнеса, падение читательского интереса и изменение конъюнктуры издательского рынка. Практически все журналы подобной ориентации либо поменяли свой профиль, либо прекратили существование, либо слились с другими изданиями.

### **Литература**

1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.

2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.

3 История мировой журналистики / под ред. Беспалова Г. - М.: МарТ, 2003, 423 с.

### **Контрольные вопросы**

1 В чем проявилось влияние политических революций на развитие революционно-демократической печати.

2 Какое проявление явилось сенсационным для американской журналистики.

3 Чем в современном мире известно имя Джозефа Пулитцера.

4 Назовите американские массовые журналы конца XIXв.

5 Что означало движение «разгребателей грязи».

### **Тесты**

1 Эта революция, происходившая гораздо позже английской и вслед за американской, как будто сконцентрировала, собрала в один комплекс все проблемы. О чем идет речь

А) Китайская революция;

В) Японская революция;

С) Французская революция;

Д) Корейская революция;

Е) все ответы верны.

2 Журналистика стала зеркалом Великой французской революции, в ней отразились все её течения и противоречия. Как Гонкуры назвали газету

- A) «Детищем 89 года»;
- B) «Детищем 90 года»;
- C) «Детищем 92 года»;
- D) «Детищем 91 года»;
- E) «Детищем 88 года».

3 До какого года выходили газеты во Франции

- A) 1791;
- B) 1790;
- C) 1789;
- D) 1788;
- E) 1792.

4 В период каких революций идеологическая функция журналистики подавила её информативное и коммерческое начало, определив дальнейшую судьбу средств массовой информации как особой области идеологии

- A) Французских революций;
- B) Английских революций;
- C) Американских революций;
- D) Буржуазных революций;
- E) Китайских революций.

5 Какое уникальное явление породила эпоха буржуазных революций?

- A) «коллективный журнализм»;
- B) «журналистика как явление»;
- C) « журналистика как наука»;
- D) «свобода слова»;
- E) «персональный журнализм».

6 Кем писалась летопись ранних буржуазных революций в самые жаркие и грозные их дни

- A) газетчиками;
- B) журналистами;
- C) писателями;
- D) философами;
- E) мыслителями .

7 В каком памфлете, опубликованном в 1776 году, Мирабо выступил как сторонник теории естественного права и доказал законность и справедливость борьбы с тиранией: «Человеку для того, чтобы разорвать свои цепи, дозволены все средства без исключения...»

- A) «Деспотизм»;

- В) «История деспотизма»;
- С) «Деспотизм как явление»;
- Д) «Опыт о деспотизме»;
- Е) «Деспотизм как наука».

8 Какая отличительная черта существовала у газеты «Письма к моим избирателям», издателям которой был Мирабо

- А) писать в газету могли только знатные люди;
- В) она делалась только Мирабо;
- С) она делалась коллективом людей, но идейным вождем здесь был Мирабо;
- Д) писать в газету мог любой житель;
- Е) там находились только стихи.

9 Чья пресса была самой массовой и влиятельной?

- А) пресса якобинцев;
- В) пресса американцев;
- С) пресса кокобийцев;
- Д) пресса китайцев;
- Е) пресса японцев.

10 Журналистика Великой французской революции представлена множеством имен. Чье имя не знает себе равных

- А) Мирабо;
- В) Эбера;
- С) Е.В.Тарле;
- Д) Жан-Поля Марата;
- Е) Демулена.

11 Что было главным достоинством Жан-Поля Марата как журналиста

- А) достоинств не было;
- В) верность своему народу;
- С) вся информация была основана на «желтой прессе»;
- Д) только правдивая и достоверная информация;
- Е) естественная близость к народу, интересы которого стали смыслом жизни.

12 Какие слова в качестве эпиграфа взял Бабеф для своей газеты «Journal dela liberte dela presse»

- А) «Колонка в газете – ежеутренний заменитель бессмертия»;
- В) «Газета – первый черновик истории»;
- С) «Газету не следует издавать правительственному месту, потому что публика не может верить ей»;
- Д) «Тот, кто хочет воздвигнуть какие-то преграды этой свободе (печати), тот должен душить истину и поощрять ложь»;

Е) «Газеты всегда возбуждают любопытство и никогда его не оправдывают».

13 Каким был политический итог английской буржуазной революции 17 столетия

- А) ожесточение всех прав жителей страны;
- В) было установление конституционной монархии в этой стране, что в значительной мере способствовало бурному экономическому развитию Англии;
- С) установление абсолютной монархии, что в значительной мере способствовало бурному экономическому развитию Англии;
- Д) бурный рост экономического развития;
- Е) послабление в правах граждан.

14 Американская революция имела свой неповторимый характер. Её особенность заключалась в том, что она развивалась в нескольких направлениях

- А) в двух направлениях;
- В) в одном направлении;
- С) в трех направлениях;
- Д) не развивалась вообще;
- Е) в четырех направлениях.

15 Первые английские колонисты были людьми сильных религиозных убеждений, суровой пуританской этики и немалою трудолюбия. Именно их, а не высадившихся несколько ранее в Вирджинии первых англичан, в США принято считать «отцами-основателями» страны. Этим подчеркивается, что корни американской нации уходят в какую культуру

- А) религиозную;
- В) пуританскую;
- С) американскую;
- Д) австралийскую;
- Е) английскую.

16 В 1636 году, когда население колоний Новой Англии не превышало и тысячи человек, отчаянно боровшихся с голодом и нуждой, там возник первый университет

- А) Стендфорд;
- В) Техас;
- С) Гарвард;
- Д) Огайо;
- Е) Оксфорд.

17 Что установилось в английской Америке к 1690

- A) радио;
- B) почтовое сообщение;
- C) сотовая связь;
- D) ПК;
- E) телефонная связь.

18 Кто выпустил первый номер «Паблик Океренсиз»

- A) Бенжамин Дуглас;
- B) Бенжамин Дейли;
- C) Бенжамин Харрис;
- D) Бенжамин Морис;
- E) Бенжамин Сторис.

19 Значительным событием в истории Англии и ее колоний стало

- A) переход к новой политике;
- B) отмена в 1695 цензуры;
- C) становление независимости;
- D) переход к печатным изданиям;
- E) массовое открытие газет.

20 В каком году родилась газета «Нью Инглэнд Курант»

- A) 1719;
- B) 1720;
- C) 1725;
- D) 1721;
- E) 1723.

21 Первая газета на Юге, «Мэриленд Газетт», была основана в 1729. Какой период она просуществовала

- A) 7 лет;
- B) 6 лет;
- C) 4 года;
- D) 2 года;
- E) 5 лет.

22 Какая страна стала первой, освободившейся от колониальной зависимости

- A) Английская Америка;
- B) Австрия;
- C) Германия;
- D) Польша;
- E) Болгария.

23 Большие возмущения вызвал гербовый сбор – налог на деловые бумаги и печатную продукцию. В каком году он был введен

- A) 1764;
- B) 1766;
- C) 1765;
- D) 1767;
- E) 1768.

24 В 1765 году в Нью-Йорке было создано нелегальное общество

- A) «Мы за независимость»;
- B) «Свобода слова»;
- C) «Мы за свободу»;
- D) «Сыны свободы»;
- E) «Свобода».

25 Наиболее влиятельным и последовательным революционным изданием была газета

- A) «Бостон Газетт»;
- B) «Бостон»;
- C) «Бостон Журнал»;
- D) «Бостон Лайф»;
- E) «Бостон Стайл».

26 В период с 1763 по 1783 американские типографии достигли числа

- A) 100;
- B) 500;
- C) 400;
- D) 200;
- E) 300.

27 Назовите первую республиканскую газету

- A) «Нэшнал Репаблик»;
- B) «Нэшнал Газетт»;
- C) «Бостон Газетт»;
- D) «Пипл оф Републик»;
- E) «Газетт».

28 Назовите наиболее популярную ежедневную филадельфийскую республиканскую газету

- A) «Аврора»;
- B) «Оратор»;
- C) «Бостон Газетт»;
- D) «Пипл оф Републик»;
- E) «Газетт».

29 Чтобы защититься от нападков прессы, правительство федералистов провело в 1798 году через Конгресс законы, согласно которым клевета на президента или Конгресс карались большим штрафом и тюремным заключением на срок до

- A) 7 лет;
- B) 6 лет;
- C) 4 года;
- D) 2 года;
- E) 5 лет.

30 Назовите английского ремесленника, самоучку, убежденного гуманиста и сторонника теории «естественного права»

- A) Гоббс;
- B) Берк;
- C) Руссо;
- D) Гамильтон;
- E) Томас Пейн.

### **Тема 3 Зарубежная журналистика 1914-1945 гг.**

**Цель:** проанализировать предпосылки раздела мира на зоны информационного влияния, проследить качественные перемены в прессе на рубеже веков в странах Западной Европы.

#### **План**

1 Формирование и инфраструктуры СМИ, раздел мира на зоны информационного влияния, явление «нового журнализма», концентрация и монополизация как основные тенденции развития печати в условиях рынка.

2 Журналистика Великобритании. Основные тенденции развития прессы в Великобритании, образование монополий. Крупнейшие газетно-журнальные концерны и их владельцы.

3 Пресса и политика. Контроль государства над прессой, установление цензуры в годы Второй мировой войны. Конкурентная борьба, погоня за тиражами. Газета «Таймс».

4 Печать Германии. Антимилитаристская тенденция в прессе Германии в годы буржуазно-демократической революции 1918-1919 гг. Печать времен нацистской диктатуры: 1933-1945 гг. Министерство пропаганды и народного просвещения, фашизация, универсализация печати. Место радиовещания в нацистской пропаганде.

5 Антифашистская печать и публицистика. Европейские и национальные традиции в печати Франции. Сатирическая журналистика и ее

антимилитаристский характер. Общенациональная газета «Фигаро» и политика крупных монополий. Газета «Юманите».

На протяжении своей истории человечеству пришлось пережить несколько информационных революций. Первой революцией было формирование и развитие языка, второй революцией стало распространение чтения и письма на Ближнем Востоке, третья информационная революция произошла в середине XV в., когда Европа вступила в "Галактику Гутенберга".

Четвертая революция в области информации, революция нашего времени, началась с экспериментов Сэмюэля Морзе, Гульельмо Маркони и Томаса Эдисона в XIX столетии и в настоящее время она набирает силу. Кинематограф, звукозапись, радио, телефон, компьютеры, копировальная и множительная техника - ее составляющие, а наиболее могущественный продукт этой революции – телевидение.

Практические преимущества радиосвязи были осознаны в 1910-е гг., и в 1912 г. состоялась первая радиопередача из Метрополитен Опера. Однако в период первой мировой войны государства-участники боевых действий монополизировали использование средств радиосвязи, что несколько замедлило развитие коммерческого радиовещания.

С 1920 г. начиналось регулярное радиовещание в США, что привело к созданию принципиально новой ситуации в функционировании СМИ. 2 ноября 1920 г. в Питтсбурге под руководством Гарри Дэвиса начала работу KDKA - первая коммерческая радиостанция в США. Первое сообщение, переданное KDKA, - информация об итогах президентских выборов, завершившихся победой У.Г.Гардинга. Новые формы СМИ активно осваивали как информационную, так и образовательную, религиозную, развлекательную сферы. Радиостанция KDKA помимо блока новостей передавала музыкальные и спортивные передачи, письма слушателей.

В 1922 г. в США насчитывалось 576 радиостанций. Из них 72 - образовательные, 29 - рекламные, 12 - религиозные. В том же 1922 г. американская телефонная и телеграфная компания (AT&T) начала создавать первую в США сеть радиостанций, по которой информация о президентских выборах 1924 г. транслировалась на аудиторию в 12 млн. слушателей. В 1926 г. созданная AT&T сеть радиостанций была продана RCA (Radio Corporation of America) и составила основу NBC (National Broadcasting Company), ставшей национальной радиовещательной корпорацией. В 1927 г. создана другая радиовещательная монополия -CBS (Columbia Broadcasting System), к которой несколько позже присоединилась ABC (American Broadcasting Company).

Бурный рост радиостанций (к 1927 г. их количество в США достигло 733) привел к тому, что возникла насущная необходимость регулирования используемых радиочастот. Конгресс США в 1927 г. принял специальное законодательство и создал Федеральную комиссию по радиовещанию, в задачи которой входило распределение радиочастот и выдача соответствующих лицензий. В 1934 г. был принят Закон о коммуникациях, состоящий из 713

параграфов. Этот закон, действующий в США и поныне, подробно регламентировал взаимоотношения между новыми формами СМИ и обществом, подчеркивая обязательство новых форм СМИ "функционировать в интересах общества и предоставлять достаточную возможность для обсуждения противоположных мнений по важным для общества вопросам".

Радио активно проникает в общественную и культурную жизнь многих европейских стран. Так, проведенная в октябре 1923 г. часовая передача из радиостудии в Берлине положила начало радиовещанию в Германии. Если у первой радиопередачи было не более 400 слушателей, то в 1924 г. их количество составило уже 100 000, а в 1932 г. - 4 млн. Акцент при становлении европейского радиовещания был сделан на культурно- воспитательную проблематику. При открытии радиовещания в Германии Ганс Бедов сказал: "Во времена тяжелой экономической нужды и политического давления радио должно быть открыто навстречу всеобщему. Оно не должно больше служить только экономическим целям, а должно осуществлять культурный прогресс, чтобы дать немецкому народу стимул и радость жизни".

В 1920 гг. произошло рождение нового жанра - радиопьесы. Считается, что первыми к радиопьесе обратились англичане, и первая радиопостановка - драма Ричарда Хьюза "Опасность" - прозвучала 15 января 1924 г. Радиодраматургия имела свою специфику: основное внимание уделялось звучащему слову - диалогу или монологу, посредством которых радиослушатель должен представить себе происходящее на невидимой сцене. Самые удачные пьесы представляют собой психологические драмы, передающие ощущения тревоги, неясной угрозы и т.д. В жанре радиопьесы удачно проявили себя такие ведущие драматурги мира как Сэмюэл Беккет, Гарольд Пинтер, Арчибалд Маклиш.

Пресса быстро перешла от игнорирования новой формы СМИ к сотрудничеству - в журналах появились специальные разделы, посвященные радиотрансляционным программам. Пионерами в этой области в США стали "Collier's Magazine" и "Literary Digest". Кроме этого появились новые журналы типа "Radio Broadcast", полностью посвященные новому явлению в жизни американцев.

Однако в 1930 гг. начиналась "необъявленная война" между американской прессой и радио за обладание сферой распространения информации, Представителям прессы удалось добиться запрета на использование газетных новостей на радио. В ответ Уильям Пейли - глава корпорации CBS, поручил редактору отдела новостей из "The New Times" Эду Клоберу организовать собственную службу новостей в 1930 г., что можно считать началом новой формы журналистики - радиожурналистики. Самое значительное событие 1930-х гг., продемонстрировавшее возможности новой формы СМИ, - радиорепортаж с места гибели дирижабля "Гинденбург", переданный Хербом Моррисоном по NBC.

Довоенный период - "золотая эпоха" американского радиовещания, которое смогло объединить городские и сельские регионы в единое информационное пространство, став основным источником получения новостей и развлечений для

миллионов американцев. Радио активно осваивало различные развлекательные жанры - радиопостановки, спортивные репортажи, музыкальные передачи (в 1930 гг. многие радиостанции имели собственные музыкальные группы и передавали "живую" музыку в зависимости от своих вкусовых пристрастий - джаз, классику, поп-музыку). Влияние новых "звезд" – радиокомментаторов становилось весьма значительным. Появление новых форм СМИ знаменовало собой ситуацию, при которой "типографский и индустриальный человек" вступил, по мнению Маршалла Маклюэна, в эпоху "глобального объятия". Произошло смещение привычных пространственно-временных координат. Индивид подключился к огромному объему информации, и возник эффект "имплозии" - взрывного сжатия хроноса, топоса и информации. "Если грамотность породила чрезмерный индивидуализм, а радио произвело обратный эффект, воскресив в сознании индивида древний архетипический опыт совместного участия в делах племени, то в результате просвещенный Запад обрел некую форму компромисса в возросшем чувстве коллективной ответственности".

Сила воздействия новых коммуникационных технологий оказалась неизмеримо больше, нежели сила печатного слова. Паника 1938 г., вызванная радиоинсценировкой Орсона Уэллеса по роману Г.Уэллса "Война миров", когда большая часть слушателей поверили сообщению диктора о высадке марсиан, стала серьезным подтверждением этой силы.

Пропагандистские возможности радио были быстро освоены политиками. Нацистская пропагандистская машина во многом зависела от радиотрансляций гипнотических речей фюрера, патриотической музыки, репортажей с партийных митингов. Блестяще использовал возможности новых технологий в пропагандистских целях и Франклин Делано Рузвельт. Он стал первым президентом США, который активно общался с согражданами посредством радио. Ф. Д. Рузвельт, начиная с 1933 г., регулярно общался с нацией в своих знаменитых доверительных радиобеседах, известных как "беседы у камина". Своими "беседами" он входил в каждый дом, объясняя американцам, попавшим в ситуацию Великой депрессии, цели и задачи своего "нового курса".

В период президентских выборов 1936 г. почти 80% американской прессы было настроено против избрания Ф.Д.Рузвельта, однако Рузвельт сделал ставку на радиопропаганду и победил. Когда в 1939 г., журнал "The Fortune" провел социологический опрос по поводу доверия различным формам СМИ, то на вопрос "Кому Вы больше доверяете - радио или газетам" были получены следующие данные – 40,3% опрошенных отдавало предпочтение радио, и лишь 26,9% опрошенных доверяли газетам.

Во вторую мировую войну радио стало основным каналом получения информации для подавляющего большинства населения воюющих стран. 7 ноября 1941 г. радиотрансляция футбольного матча в США была прервана экстренным сообщением Джона Дали: "Белый Дом сообщает, что японцы напали на Перл Харбор". Таким образом, американская нация узнала о вступлении в войну не из газетных сообщений, а по радио.

Телевидение получило широкое распространение только после второй мировой войны. Становление американского телевидения происходило в остром соперничестве с британским, техническое развитие которого финансировалось британским правительством. Первая успешная передача телесигнала из Нью-Йорка в Вашингтон состоялась в 1927 г. В 1928 г. фирма Дженерал Электрик произвела показ первой теледрамы. Она была создана на основе старой пьесы Харлея Меннерса «Посланник королевы».

Камеры того времени, громоздкие и тяжелые, могли "видеть" лишь небольшое пространство перед собой. Из трех камер, принимавших участие в передаче, две показывали каждого из двух актеров, третья - реквизит и руки двух актеров-дублеров. Режиссер включал камеры в нужное время. Так начиналась эпоха поисков специфических и выразительных средств в телевизионной драматургии. 30 апреля 1939 г. состоялась первая телевизионная передача со Всемирной ярмарки в Нью-Йорке с радиусом вещания в 25 миль. Выступивший на этой телепередаче президент Ф. Д. Рузвельт открыл эру телевидения в США.

Во время войны телевидение служило средством ведения военно-патриотической пропаганды, и только в послевоенный период начинается появление сети коммерческих телекомпаний. Телевидение при своем создании опиралось на коммерческие возможности американского радио, основные компании которого стали финансовой и производственной базой для телевидения ускорив темп его развития. Ведущая роль в становлении телевидения США принадлежала трем радиовещательным корпорациям - "Нэшнл бродкастинг компани" (Эн-Би-Си), "Коламбиа бродкастинг систем" (Си-Би-Эс) и, возникшей несколько позже "Американ бродкастинг компани" (Эй-Би-Си). Эти корпорации образовали три главные телевизионные сети страны, чья продукция заполняет основную часть эфирного времени большинства телестанций США. Наряду с коммерческим телевидением в США существует и некоммерческое телевидение. В 1952 г. Федеральная комиссия по связи предоставила 242 канала образовательным станциям, которые принадлежат общественным станциям крупных городов, колледжам, университетам. Их финансовое положение было неустойчивым, так как зависело от пожертвований частных лиц и от средств благотворительных фондов. В 1967 г. конгресс принял решение об объединении этих станций в одну, получающую субсидии от государства. Эта некоммерческая телевизионная сеть получила наименование Public Broadcasting Service (PBS). Тематику вещания составили культурно-образовательные программы, а также классические фильмы мирового кинематографа. К середине 1980 гг. PBS включала в себя около 300 телестанций.

Телевидение довольно быстро нашло свой собственный язык и манеру вещания. Появились телевизионные жанры: телевикторины, различные телешоу с постоянным ведущим, документальные программы, блоки новостей, коммерческие и рекламные ролики, музыкальные клипы, телеспектакли, телефильмы и телесериалы. Рождение первых телесериалов связано с деятельностью британской компании ВВС, которой в 1940 гг. был снят знаменитый телесериал "Лучники", ставший классикой жанра. Если говорить о

тенденциях в развитии американского независимого телевидения, то теоретики выделяют три периода в его истории. Первый период приходится на 1950-1975 гг. Он отмечен экстенсивным ростом и прямой конкуренцией между различными телекомпаниями. Второй период (с 1975 по 1980 гг.) - время ожесточенной борьбы между тремя ведущими телесетями США - CBS, NBC и ABC. Третий период, начавшийся в 1980 г., характеризуется структурными изменениями, связанными с внедрением новых технологий.

### **Литература**

- 1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.
- 2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.
- 3 Быков А.Ю. История зарубежной журналистики М.: Юрайт, 2006, 366 с.
- 4 Кузнецов И.П. История отечественной журналистики (1917-2000) - М.:Флинта:Наука, 2002, 640 с.

### **Контрольные вопросы**

- 1 Как осуществлялся раздел мира на зоны информационного влияния после первой мировой войны.
- 2 Чем характеризуется явление «нового журнализма».
- 3 Перечислите крупнейшие газетно-журнальные концерны Великобритании и их владельцев.
- 4 Как осуществлялся контроль государства над прессой в годы Второй мировой войны
- 5 Какие функции выполняло Министерство пропаганды и народного просвещения Германии перед второй мировой войной.
- 6 В чем проявился антимилитаристский характер сатирической журналистики Франции данного периода.

### **Тесты**

- 1 На протяжении своей истории человечеству пришлось пережить несколько информационных революций. Что стало первой революцией  
А) развитие письменной речи;  
В) развитие устной речи;  
С) формирование и развитие языка;  
D) развитие ораторской деятельности;  
Е) невербальные коммуникации.
- 2 На протяжении своей истории человечеству пришлось пережить несколько информационных революций. Что стало второй революцией

- A) развитие письменной речи;
- B) развитие устной речи;
- C) вступление в "Галактику Гутенберга";
- D) формирование и развитие языка;
- E) распространение чтения и письма на Ближнем Востоке.

3 На протяжении своей истории человечеству пришлось пережить несколько информационных революций. Что стало третьей революцией

- A) развитие письменной речи;
- B) развитие устной речи;
- C) вступление в "Галактику Гутенберга";
- D) формирование и развитие языка;
- E) распространение чтения и письма на Ближнем Востоке.

4 Выберите ряд ученых, участвовавших в четвертой революции

- A) Стивен Хокинг, Джеймс Клерк;
- B) Бэрд, Джон Лоуги;
- C) Уильям Петти, Александр Флеминг;
- D) Сэмюэль Морзе, Гульельмо Маркони, Томас Эдисон;
- E) Фрэнсис Крик, Фрэнсис Бэкон.

5 В каком году были осознаны практические преимущества радиосвязи

- A) 1910;
- B) 1911;
- C) 1909;
- D) 1915;
- E) 1912.

6 В каком году состоялась первая радиопередача из Метрополитен Опера

- A) 1912;
- B) 1910;
- C) 1909;
- D) 1915;
- E) 1911.

7 В каком году начиналось регулярное радиовещание в США

- A) 1912;
- B) 1910;
- C) 1920;
- D) 1915;
- E) 1911.

8 Как называлась первая коммерческая радиостанция в США, которая начала работу 2 ноября 1920 г. в Питтсбурге под руководством Гарри Дэвиса?

- A) ONK;
- B) QKF;
- C) KDKA;
- D) CCK;
- E) KDKA.

9 Каким было первое переданное KDKA

- A) информация об итогах президентских выборов, завершившихся победой У.Г.Гардинга;
- B) информация об итогах президентских выборов, завершившихся победой Клинтона;
- C) информация об итогах президентских выборов, завершившихся победой Б.Обама;
- D) информация об итогах президентских выборов, завершившихся победой Г.Уальда;
- E) информация об итогах президентских выборов, завершившихся победой К.Джеферсона.

10 Что помимо блока новостей передавала Радиостанция KDKA

- A) информацию об итогах президентских выборов;
- B) новостные передачи;
- C) музыкальные и спортивные передачи, письма слушателей;
- D) аналитические передачи;
- E) все ответы верны.

11 В каком году в США насчитывалось 576 радиостанций

- A) 1920;
- B) 1910;
- C) 1922;
- D) 1918;
- E) 1919.

12 Назовите первую в США сеть радиостанций

- A) ONK;
- B) QKF;
- C) KD&KA;
- D) CCK;
- E) AT&T.

13 В 1926 г - созданная AT&T сеть радиостанций была продана RCA. Основу какой корпорации она составила

- A) NBC;

- В) CBS;
- С) ABC;
- Д) ССК;
- Е) CNN.

14 Какой закон был принят в 1934 г.

- А) Закон о свободе слова;
- В) Закон о СМИ;
- С) Закон о коммуникациях;
- Д) Закон о массовых коммуникациях;
- Е) Закон о радио и ТВ.

15 В каком городе в октябре 1923 г. была проведена часовая передача из радиостудии, которая положила начало радиовещанию в Германии

- А) Берлине;
- В) Мюнхене;
- С) Ганновере;
- Д) Франфуркте;
- Е) Кёльне.

16 Кому принадлежат эти слова: "Во времена тяжелой экономической нужды и политического давления радио должно быть открыто навстречу всеобщему. Оно не должно больше служить только экономическим целям, а должно осуществлять культурный прогресс, чтобы дать немецкому народу стимул и радость жизни"

- А) Питер Дейн;
- В) Кельн Арсен;
- С) Конрад Рентген;
- Д) Мишель Ней;
- Е) Ганс Бедов.

17 Рождение какого нового жанра произошло в 1920 году

- А) радиопесня;
- В) радиоочерк;
- С) радиопьеса;
- Д) радиотекст;
- Е) радионовость.

18 Когда прозвучала первая радиопостановка – драма Ричарда Хьюза "Опасность"

- А) 15 января 1920 г.;
- В) 15 января 1924 г.;
- С) 15 января 1922 г.;
- Д) 15 января 1918 г.;

Е) 15 января 1919 г.

19 Выберите ряд драматургов, которые удачно проявили себя в жанре радиопьесы

- А) Стивен Хокинг, Джеймс Клерк;
- В) Бэрд, Джон Лоуги;
- С) Уильям Петти, Александр Флеминг;
- Д) Сэмюэл Беккет, Гарольд Пинтер, Арчибальд Маклиш;
- Е) Фрэнсис Крик, Фрэнсис Бэкон.

20 Какое событие 1930-х гг. продемонстрировало возможности новой формы СМИ – радиорепортаж?

- А) радиорепортаж с места гибели дирижабля "Гинденбург";
- В) радиорепортаж с места крушения корабля;
- С) радиорепортаж о крушении трехэтажного здания;
- Д) радиорепортаж с места гибели животных;
- Е) радиорепортаж об изменениях в природе.

21 Назовите первого президента США, который активно общался с согражданами посредством радио

- А) Герберт Гувер;
- В) Ф. Д. Рузвельт;
- С) Гарри Трумэн;
- Д) Джон Кеннеди;
- Е) Калвин Кулидж.

22 Какой журнал провел социологический опрос по поводу доверия различным формам СМИ. На вопрос "Кому Вы больше доверяете – радио или газетам", 40.3% опрошенных отдавало предпочтение радио, и лишь 26.9% опрошенных доверяли газетам

- А) The Fortune;
- В) Harper's Bazaar;
- С) Seventeen;
- Д) Veranda;
- Е) AD.

23 В каком году состоялась первая успешная передача телесигнала из Нью-Йорка в Вашингтон

- А) 1922;
- В) 1925;
- С) 1927;
- Д) 1929;
- Е) 1928.

24 В 1928 г. фирма Дженерал Электрик произвела показ первой теледрамы. На основе какой старой пьесы она была создана

- A) «Посланник королевы»;
- B) «Посланник бога»;
- C) «Посланник господина»;
- D) «Посланник»;
- E) «Посланник с небес».

25 В каком городе 30 апреля 1939 г. состоялась первая телевизионная передача со Всемирной ярмарки с радиусом вещания в 25 миль

- A) Лос-Анджелесе;
- B) Бостоне;
- C) Сан-Франциско;
- D) Сиэтле;
- E) Нью-Йорке.

26 С деятельностью какой британской компании связано рождение первых телесериалов

- A) BBC;
- B) CBS;
- C) ABC;
- D) ССК;
- E) CNN.

27 Какой знаменитый телесериал был снят в 1940 году

- A) "Лучники";
- B) «Герой»;
- C) «Победитель»;
- D) «Президент»;
- E) «Покорение».

28 Если говорить о тенденциях в развитии американского независимого телевидения, сколько теоретики выделяют периодов в его истории

- A) Один;
- B) Два;
- C) Три;
- D) Четыре;
- E) Пять.

29 Какой период, по мнению теоретиков, приходится на 1975 по 1980гг. и характеризует время ожесточенной борьбы между тремя ведущими телесетями США - CBS, NBC и ABC

- A) пятый период;
- B) четвертый период;

- С) первый период;
- Д) третий период;
- Е) второй период.

30 Сколько каналов в 1952 г. Федеральная комиссия по связи предоставила образовательным станциям, принадлежащим общественным станциям крупных городов, колледжам, университетам

- А) 233канала;
- В) 242 канала;
- С) 250канала;
- Д) 244канала;
- Е) 235 канала.

#### **Тема 4 Зарубежная журналистика: 1945-2000 гг.**

**Цель:** проследить развитие СМИ в мире после второй мировой войны, появление качественной прессы, показать развитие спутниковой связи и передачи информации в цифровом виде.

##### **План**

1 Индустрия СМИ после второй мировой войны. Появление качественной прессы. Телевидение как инструмент формирования общественного мнения.

2 Журналистика периода краха социализма и завершения конфронтации. Война во Вьетнаме - первая телевизионная трансляция через спутники. Уотергейтский скандал.

3 Развитие спутниковой связи и передача информации в цифровом виде, развитие электроники. Стандарты цветного. Кабельное телевидение. ТВ как важнейший элемент политической борьбы. Создание новых информационных телевизионных каналов как Си-эн-эн (1980 г.). Информационная супермагистраль США. «Путь Европы к информационному обществу».

В XX в. издательское дело, став большим бизнесом, приобретало все характерные формы современного индустриального и коммерческого производства и в борьбе за существование освобождалось от старомодных привычек и приемов. Два кризиса в циклическом развитии бизнеса - биржевая паника 1893 г. и депрессия 1896-1897 г. поставили издательское дело под контроль финансового капитала, и отныне банки и инвестиционные компании снабжали издательства капиталом и требовали наибольшей эффективности производства с целью получения устойчивых прибылей. После бурного всплеска макрекерства американская журналистика входит (в большинстве своем) в русло консерватизма. В издательской политике, как правило, главный акцент делался не столько на увеличение тиражей, сколько на привлечение рекламы, а для этого периодическому изданию необходимо избегать проявлений радикализма.

Появились газетно-журнальные синдикаты, объединявшие и координировавшие деятельность нескольких периодических изданий.

Успешная работа периодического издания была невозможна без специализированной профессиональной подготовки его сотрудников. Время журналистов-универсалов уходило в прошлое, потребовались специалисты в различных областях (политика, экономика, криминальная хроника, спорт, театральная жизнь). В самостоятельные журналистские специальности, необходимые для работы в солидном периодическом издании, выделились фотографы, специалисты по дизайну, рекламе, менеджменту. Поэтому уже в начале века возникла проблема подготовки журналистских кадров.

Сложилось два противоположных подхода к данной проблеме. Одни считали, что лучшей школой для журналиста должна стать редакция газеты или журнала, где можно получить необходимый опыт. Другие были убеждены в необходимости создания специальных журналистских школ. **Первая журналистская школа** (по уровню обучения сопоставимая с университетскими стандартами) была в 1908 г. при университете штата Миссури. **Джозеф Пулитцер** передал 2 млн. долларов на создание журналистской школы в Колумбийском университете в Нью-Йорке, которая благодаря этому взносу была открыта в 1912 г.

Аналогичные журналистские школы стали открываться в Германии, Англии, Италии и других странах, Общее количество ежедневных газет в США к 1915 г. превысило 2200, однако после 1915 г. их количество стало снижаться ввиду ряда причин (для сравнения, в 1995 г. количество ежедневных газет составило 1586). Одна из причин - проявившаяся тенденция к слиянию периодических изданий. В 1916 г. Фрэнк Манси предпринял целую серию слияний старейших нью-йоркских газет. В результате его деятельности слиянию подверглись такие прославленные в прошлом издания, как "The New York Sun", "The New York Tribune", "The New York Herald".

Послевоенная идеологическая экспансия США привела к созданию глобальных периодических изданий, какими в настоящее время являются газеты "Financial Times" или "The International Herald Tribune". Любопытна в этом отношении судьба газеты "The International Herald Tribune", созданной на базе парижского издания "The New York Herald" в тот момент, когда нью-йоркское издание потерпело поражение в конкурентной борьбе с "The New York Times".

Монополизация газетно-издательского бизнеса - объективное следствие общих тенденций в мировой экономике, хотя наличие корпораций-монополистов не уничтожает возможность существования независимых изданий. Другое дело - степень их влияния на идеологические и культурные процессы. В настоящее время крупнейшими монополиями издательского мира США являются кампания Ганнет, финансовая группа Руперта Мэрдока, газетный трест Ньюхауза, издательский трест Херста и несколько других корпораций, большинство которых не ограничиваются только газетно-журнальной продукцией, а активно используют радиостанции и телеканалы, системы кабельного телевидения. Газетное производство не прекратилось в результате активного внедрения в

повседневную жизнь телевидения, видео или различных компьютерных технологий. Напротив, мировая статистика фиксирует следующие данные по периодической печати: в середине 1990 гг. в мире издается около 9400 ежедневных газет, причем за последние десять лет их число и тиражи возросли приблизительно на 12%; около 20% всей газетной периодики приходится на США.

В функционировании современных СМИ можно выделить две модели глобальных коммуникаций - "олигархическая" (господство групп монополизированного информационного капитала) и "партисипационная" (participatory democracy - совместное участие организованных групп лиц в общественных акциях). С первой связывают вертикальный тип распространения информации и социально-политический подход к средствам массовой коммуникации, со второй - горизонтальные, многоканальные диалоговые системы и прагматизм "западной концепции", ориентирующей на решение не идеологических, а утилитарных проблем, таких, как доступ к спутниковым связям, получение сведений о странах третьего мира, приобретение газетной бумаги по ценам, сулящим выгоды, и многие другие, возникающие при переводе информационных связей на рыночные отношения. В послевоенные годы газеты более успешно адаптировались к новым реальностям телевизионной эры, когда телевидение в определенной степени воздействует на концепцию подачи материала и дизайн периодического издания. Например, газета "USA Today", созданная в 1982 г. издательской корпорацией «Ганнет», была задумана как общенациональное издание нового типа. Слова Аллена Ньюхарта, произнесенные 15 сентября 1982 г. стали девизом газеты: "USA Today" стремится стать форумом для лучшего взаимопонимания и объединения, чтобы США стали единой нацией". Модель этого издания (подхваченная многими газетами) соответствует специфике мышления нового телепоколения - запоминающаяся графика, многоцветная печать, деление газеты на несколько секций (новости политического и общего характера, финансовые новости, спорт, культура и отдых), ориентация на публикацию кратких статей, большое количество развлекательных материалов.

Журналам также необходимо было пойти на ряд шагов по адаптации к новым условиям.

Вполне естественным шагом стало появление гибридных форм журнальной продукции, которые тяготели к газетной форме подачи новостей, а также уделяли большое внимание хроникально-документальному изобразительному ряду. В 1923 г. Генри Люс и Брайтон Хэдден предприняли издание еженедельного журнала "Time", ставшим первым "журналом новостей" в истории американской прессы. В дальнейшем Люс приобрел журналы "Fortune", "Life", "Sports Illustrated", исповедовавшие тот же стиль подачи информации.

Журнал "Time" сохранил свое лидирующее положение в качестве "журнала новостей" в наши дни. К нему вплотную приблизились журналы "Newsweek" и "U.S. News and World Report", которые вместе с "Time" составляют ведущую

тройку подобного рода изданий. Все они являются международными изданиями, что отразило тенденцию к глобализации периодических изданий.

Одним из лучших "журналов мнений" в американской журналистике XX в. стал журнал "The New Yorker". "Журнал мнений" традиционно обращается к более узкому, но и более устойчивому кругу читателей-интеллектуалов, желающих получать образцы серьезной литературно-критической продукции. Именно для этой аудитории был создан еженедельный журнал "The New Yorker", основанный в 1925 г. Гаролдом Россом. В первые годы своего существования "The New Yorker" удалось собрать сильный по литературному уровню круг авторов (Джеймс Тербер, Огден Нэш, Ринг Ларднер) и привлечь широкую читательскую аудиторию, создав особый орган "утонченного городского юмора" и новую эстетику качественного журнализма. Журнал смог сохранить верность избранному курсу и стать своеобразным стандартом хорошего вкуса. В американском литературоведении даже появился термин "проза журнала "The New Yorker", являющийся синонимом качественной прозы уровня Сэлинджера или Трумэна Капоте. Нынешний тираж этого издания составляет около 800000 экз., а это хороший показатель для такого рода издания. "Журналы мнений" смогли выжить в телевизионную эпоху частично благодаря тому, что смогли завоевать определенные аудитории, оставшиеся недоступными для телевидения ввиду их малочисленности или специфичности.

Своеобразной метажурналистикой можно считать появление в начале XX в. так называемых дайджестовых изданий, из которых самым известным стал созданный Де Виттом Уоллесом нью-йоркский "The Reader's Digest" (1922 г.), резюмирующий и печатающий фрагменты из других периодических изданий. Тираж этого издания в настоящее время исчисляется десятками миллионов, а сам журнал издается на многих языках, включая китайский. В целом журналы смогли сохранить свое место в структуре СМИ - в середине 1990-х гг. в США издается свыше 11000 журналов.

Развитие СМИ в 1980 гг. было дополнено появлением таких феноменов, как кабельное телевидение, спутниковое вещание, новые типы аудиовизуальной продукции (видеокассеты, различные типы CD), персональные компьютеры, компьютерные информационные сети (типа "internet"), системы видеотекса. Это приводило к возникновению кратковременных "бумов" на тот или иной тип электронных технологий (например, "видеобум" рубежа 1980 гг.). Проходило время, и новая технология занимала свое место в коммуникационной иерархии. Сосуществование (или сотрудничество) печатной и электронной культуры стало свершившимся фактом, тогда как большинство апокалиптических прогнозов о смерти того или иного типа СМИ в результате появления новой коммуникационной технологии так и остались в прошлом. Помимо 5 основных телесетей (ЛВС, CBS, NBC, Fox, PBS) в США существуют около 500 каналов кабельного телевидения. Эти каналы дифференцируются, ориентируясь на определенную зрительскую аудиторию. Существуют кабельные сети, специализирующие на показе старых художественных (Cinemax, Comedy или Movie Channel) и анимационных (Disney) фильмов, каналы последних

достижений науки и техники (Discovery), цифровые музыкальные каналы (MTV), каналы спортивной классики с повтором лучших баскетбольных матчей или боксерских боев (Show-time), каналы научной фантастики и "фэнтази" (Sci-Fi), каналы заочного обучения (Learning), юридические (Court TV) и религиозные каналы (Faith), рекламные каналы и т.д. Информационным блокам отводится примерно четверть общего времени кабельного вещания.

Данные по американским СМИ на 1994 г. определяются следующими показателями - 5000 коммерческих радиостанций, работающих на УКВ, 5000 коммерческих радиостанций, вещающих на других частотах, 1550 радиостанций, носящих образовательный характер и работающих на УКВ, 1153 коммерческие телестанции, 363 общественно-образовательные телестанции.

Использование новых коммуникационных технологий может помочь завоевать уже устоявшийся рынок электронных СМИ. Так, кабельная телесеть CNN (центр - Атланта, штат Джорджия) была создана Тедом Тернером в 1980 г. Акцент в новой телекомпании был сделан на круглосуточном канале новостей. Причем новости CNN отличаются необыкновенной оперативностью, корреспонденты этой телекомпании работают в самых горячих точках планеты, практически мгновенно передавая информацию в очередной блок новостей CNN. За этой кабельной сетью числится немало опережающих другие сети сообщений и подробных репортажей о крупных событиях: прямая трансляция слушаний в американском сенате, репортажи о покушениях на президента Рейгана и папу римского, о бракосочетании наследника британского престола и убийстве президента Египта. Си-Эн-Эн была единственной сетью, передавшей запуск шаттла "Челенджер", взорвавшегося через несколько секунд после старта. После слияния корпорации Теда Тернера с теле и кинокорпорацией Time Warner в октябре 1996 г., CNN вошла в состав нового объединения, финансовые возможности которого позволят компании выйти на новые рубежи в информационном бизнесе.

Активная экспансия американских электронных СМИ порождает ряд проблем, связанных с наступлением диктата американского стандарта массовой культуры и утраты национальной специфики (хотя этот вопрос далеко не однозначен). Примером музыкальной экспансии можно считать американский спутниковый музыкальный канал MTV (очень популярный в Европе), который недавно приобрел европейский канал "Super Channel". Сейчас 10 европейских спутниковых каналов принадлежат американским компаниям.

Проблемы, возникшие в результате наступления эпохи новых электронных технологий, по всей видимости, требуют принципиально новых решений. В этом контексте важной представляется мысль, высказанная на международном симпозиуме "Новая эра компьютерной техники" (1992 г.): "Новая эра компьютерной техники означает нечто более важное, нежели просто время изобретения новых машин, работающих скорее и эффективнее при решении проблемы, которые еще несколько десятилетий назад не могли рассматриваться людьми. Новая эра, если ее обещания исполнятся, может заставить признать тот коренной факт, что мир политики скован традиционными способами подсчетов и

оценок, силами и влияниями в формах, которые для сегодняшнего дня оказываются слишком механическими и опирающимися на ценности XIX века. Наступила пора отхода от упрощенных и старомодных истин. И если США (и другие страны) стремятся осмыслить свое положение в мире сегодняшнего дня, они не могут просто ссылаться на страхи и ожидания, известные еще с прошлого столетия. Каждое современное государство должно осознать свои силы и слабости в контексте современности".

### **Литература**

1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.

2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.

3 Кузнецов И.П. История отечественной журналистики (1917-2000) - М.:Флинта:Наука, 2002, 640 с.

### **Контрольные вопросы**

1 Как развивалась индустрия СМИ после второй мировой войны.

2 Как телевидение превращалось в инструмент формирования общественного мнения.

3 Когда и где состоялась первая телевизионная трансляция через спутники.

4 В чем суть Уотергейтского скандала.

5 Как происходила трансформация телевидения в важнейший элемент политической борьбы.

### **Тесты**

1 В XX в. издательское дело приобретало все характерные формы современного индустриального и коммерческого производства и в борьбе за существование освобождалось от...

A) старомодных привычек и приёмов;

B) функций и правил;

C) традиционного режима работы;

D) стереотипов;

E) налогов.

2 Какое количество кризисов в циклическом развитии бизнеса поставило издательское дело под контроль финансового капитала?

A) 3;

B) 2;

C) 7;

D) 4;

E) 5.

3 В каком году произошла биржевая паника, один из кризисов, поставивших издательское дело под контроль финансового капитала?

- A) 1888 г.
- B) 1992 г.
- C) 1893 г.
- D) 1883 г.
- E) 1990 г.

4 С каких времён банки и инвестиционные компании снабжали издательства капиталом и требовали наибольшей эффективности производства с целью получения устойчивых прибылей?

- A) со времён двух кризисов в циклическом развитии бизнеса;
- B) со времён развития издательского дела;
- C) со времён перестройки;
- D) со времён развития банковского дела;
- E) нет верного варианта.

5 Журналистика какой страны входит в русло консерватизма после бурного всплеска макрекерства ?

- A) журналистика Италии;
- B) журналистика Англии;
- C) журналистика Индии;
- D) американская журналистика;
- E) журналистика СССР.

6 На что делается главный акцент в издательской политике?

- A) на увеличение тиражей;
- B) на широкую аудиторию;
- C) на обширность тем;
- D) на качество;
- E) на привлечение рекламы.

7 Без чего была бы невозможна успешная работа периодического издания?

- A) без специализированной и профессиональной подготовки его сотрудников;
- B) без финансовых средств;
- C) без рекламы;
- D) без конкурентов;
- E) все ответы верны.

8 По мнению определенного количества людей, лучшей школой для журналистов должна была стать:

- A) редакция газеты или журнала;
- B) редакция радио;

- C) телевизионная станция;
- D) PR-компания;
- E) интернет-издания.

9 Ещё одна группа людей была убеждена, что лучшая школа журналистов-это...

- A) специализированные журналистские школы;
- B) редакция радио;
- C) телевизионная станция;
- D) PR- компании;
- E) интернет-издания.

10 В каком году была открыта первая журналистская школа ?

- A) 1908;
- B) 1910;
- C) 1900;
- D) 1907;
- E) 1909.

11 При Университете какого штата была образована первая журналистская школа ?

- A) штата Миссури;
- B) штата Иллинойс;
- C) штата Аляска;
- D) штата Колорадо;
- E) штата Аризона.

12 В каком году была открыта журналистская школа в Колумбийском Университете в Нью-Йорке ?

- A) 1912;
- B) 1908;
- C) 1923;
- D) 1920;
- E) 1905.

13 Благодаря чьему взносу была открыта журналистская школа в Колумбийском Университете в Нью-Йорке?

- A) Джозеф Пулитцер;
- B) Эрин Барнетт;
- C) Амелия Блумер;
- D) Майкл Голд;
- E) Джерри Векслер.

14 Какова была сумма взноса для создания журналистской школы в Колумбийском Университете в Нью-Йорке?

- A) 2 млн. долларов;
- B) 1 млн. долларов;
- C) 4,5 млн. долларов;
- D) 3 млн. долларов;
- E) 2,5 млн. долларов.

15 В каком году общее количество ежедневных газет в США превысило 2200?

- A) 1916;
- B) 1919;
- C) 1920;
- D) 1915;
- E) 1914.

16 После какого года количество ежедневных газет в США стало снижаться в виду ряда причин?

- A) 1915;
- B) 1916;
- C) 1914;
- D) 1920;
- E) 1919.

17 Назовите одну из главных причин снижения количества ежедневных газет в США?

- A) недостаточность финансовых средств;
- B) тенденция к слиянию периодических изданий;
- C) нехватка журналистских кадров;
- D) кризисная ситуация в стране;
- E) отсутствие специалистов.

18. В каком году Фрэнк Манси предпринял целую серию слияния старейших нью-йоркских газет ?

- A) 1916;
- B) 1932;
- C) 1925;
- D) 1929;
- E) 1914.

19 К чему привела послевоенная идеологическая экспансия США?

- A) к созданию глобальных периодических изданий;
- B) к закрытию ряда газет и журналов;
- C) к открытию ряда журналистских школ;

- D) к созданию новых телеканалов;
- E) к ухудшению журналистики в отдельных штатах страны.

20 Какая газета была создана на базе парижского издания «TheNewYorkHerald» ?

- A) "NewYorkSun";
- B) "TheNewYorkTribune";
- C) FinancialTimes";
- D) "TheInternationalHeraldTribune";
- E) "TheNewYorkTimes".

21 Кампания Ганнет, финансовая группа Руперта Мэрдока, газетный трест Ньюхауза, издательский трест Херста . Что объединяет эти издания ?

- A) в настоящее время они являются крупнейшими монополиями издательского мира США;
- B) они была закрыты в послевоенных период из-за нехватки кадров;
- C) эти издания являются самыми слабо развитыми монополиями издательского мира США;
- D) в прошлом они была крупнейшими монополиями издательского мира США;
- E) у этих изданий нет ничего схожего и объединяющего их.

22 Сколько ежедневных газет издавалось в середине 1990-х годов в мире?

- A) 9400 ежедневных газет;
- B) 10000 ежедневных газет;
- C) 9000 ежедневных газет;
- D) 8300 ежедневных газет;
- E) 8700 ежедневных газет.

23 На какую страну приходится около 20% всей газетной периодики мира ?

- A) США;
- B) Германия;
- C) Китай;
- D) Франция;
- E) Ирландия.

24 Сколько моделей глобальных коммуникаций можно выделить в функционировании современных СМИ?

- A) 2 модели;
- B) 5 моделей;
- C) 10 моделей;
- D) 7 моделей;
- E) 4 модели.

25 В каком году была создана газета "USA Today"?

- A) 1982;
- B) 1985;
- C) 1990;
- D) 1995;
- E) 1998.

26 Чьи слова, произнесенные 15 сентября 1982 г., стали девизом газеты: "USA Today"?

- A) Аллена Ньюхарта;
- B) Филиппа Робийяр;
- C) Генри Люса;
- D) Джонса Эндрю;
- E) Кристиана Бара.

27 В каком году была сделана попытка принятия издания еженедельного журнала "Time", ставшим первым "журналом новостей" в истории американской прессы.

- A) 1923;
- B) 1925;
- C) 1931;
- D) 1940;
- E) 1943.

28 Какой журнал стал Одним из лучших "журналов мнений" в американской журналистике XX в.

- A) "TheNewYorker";
- B) "Time";
- C) "USA Today";
- D) "NewYorkSun";
- E) "TheNewYorkTribune".

29 В каком году был основан журнал "TheNewYorker"?

- A) 1925;
- B) 1918;
- C) 1932;
- D) 1929;
- E) 1920.

30 Когда произошло слияние корпорации Теда Тернера с теле и кинокорпорацией TimeWarner?

- A) в октябре 1996;
- B) в июле 1995;
- C) в феврале 1998;

- D) в декабре 1994;
- E) в марте 1997.

## **Тема 5 Основные тенденции развития журналистики США**

**Цель:** дать характеристику системе СМИ США, ведущим телекомпаниям, мировым газетами, определить перспективы и особенности их развития; ознакомиться с законодательством в области СМИ изучаемой страны.

### **План**

1 Развитие инфраструктуры, использование СМИ в идеологическом противоборстве. Развитие профессиональной подготовки журналистов. Основные направления и особенности развития журналистики США после 1945 г. Журналистика времен «холодной войны».

2 Особенности инфраструктуры печатных СМИ. Возрастание роли рекламы. Монополистическая пресса. Американский «новый журнализм» 1960-1990-х гг.

3 Информационные агентства США. Крупнейшие печатные издания США как мировые. Электронные СМИ. Национальное и региональное телевидение США. Общественно-правовое и коммерческое телевидение США. Ведущие телекомпании ABC, CBS, NBC, FOX: общие характеристики и особенности.

4 Информационная корпорация Си-Эн-Эн. История создания и принципы деятельности. Приемы подачи информации. Штаб-квартира Си-Эн-Эн в Атланте. Приемы и методы работы журналистов Си-Эн-Эн. Зарубежное вещание США.

Формирование системы СМИ Соединенных Штатов Америки было обусловлено целым рядом географических, исторических и политических факторов. В силу оторванности от европейского континента, внутренних условий развития, политических традиций общества американская журналистика складывалась как особый островной тип (к островному типу относят также журналистику Великобритании). В отличие от континентальной «журналистики мнений», где превалирует мнение над фактом (в XIX – первой половине XX века это было особенно характерно для Германии, Франции, России), в США господствующее значение имеет факт. Фундаментом экономического и политического развития США изначально были регионы – отдельные штаты и территории. Становление печати также происходило по региональному принципу. Это повлияло на то, что в Соединенных Штатах Америки до второй половины прошлого столетия не было общенациональных изданий, хотя на протяжении многих десятилетий активно развивалась региональная пресса. Важным отличием американской печати, скажем, от европейской является то, что в США не нашел широкого распространения тип массовой, бульварной прессы. Причины этого, возможно, следует искать в культурных, политических традициях американского общества.

## **Печать США**

На рынке американской печати представлены транснациональные, общенациональные, региональные и местные издания. Данное деление проводится по региону распространения печатной прессы.

### **Транснациональные и общенациональные издания**

Как уже отмечалось, на протяжении XVIII-XIX вв. и в первой половине XX столетия пресса Соединенных Штатов Америки складывалась как система региональных СМИ. С одной стороны, это обусловлено интересом читателя, прежде всего, к местным новостям, к своему ближайшему окружению, а с другой, – финансовой поддержкой местных рекламодателей. На протяжении длительного периода в США отсутствовала общенациональная пресса в ее традиционном понимании. Только в последние десятилетия некоторые наиболее успешные газеты с большими тиражами начали претендовать на роль национальных американских изданий. Их главное отличие от европейской национальной печати в том, что многие из них издаются за пределами Вашингтона – столицы Соединенных Штатов. Эти издания считаются общенациональными в силу того, что распространяются по всей стране, и на их страницах присутствует информация, актуальная для каждого американца, а не только для жителя отдельного региона или населенного пункта.

Одной из первых, как об общенациональном издании нового типа, заявила о себе наиболее молодая из крупных газет Америки «Ю.Эс.Эй.Тудэй», выходящая с 1982 г. Ее издатели изначально задумывали выпустить американскую общенациональную газету. На сегодняшний день «Ю.Эс.Эй. Тудэй» имеет самый большой тираж в Соединенных Штатах – около 1,8 млн. экз. Последние несколько лет тираж издания оставался достаточно стабильным, колебался в пределах 1,5-1,6 млн. экземпляров, и газета занимала второе место после «Уолл-Стрит Джорнэл» с ежедневным тиражом более 1,7 млн. экз. В конце 1999 г. «Ю.Эс.Эй. Тудэй» вырвалась на первое место и заявила о себе как о ежедневном издании с самым большим тиражом в Америке. «Уолл-Стрит Джорнэл», которая на протяжении многих лет удерживала первые позиции на американском рынке, также по праву относится к разряду общенациональных газет и, более того, считается ведущим экономическим изданием не только в США, но и во всем мире. «Нью-Йорк Таймс» – одна из старейших газет Соединенных Штатов. Она была основана еще в 1851 г. Генри Рэймондом «для изложения новостей без комментариев» – признаки общенационального издания приобрела в 1980-е гг. Последние годы в ряду ежедневных газет США «Нью-Йорк Таймс» прочно занимает третье место с тиражом чуть более 1 млн. экз. вслед за «Ю.Эс.Эй. Тудэй» и «Уолл-Стрит Джорнэл».

«Ю.Эс.Эй. Тудэй», «Уолл-Стрит Джорнэл», «Нью-Йорк Таймс» на определенном этапе переросли статус общенациональных и стали транснациональными СМИ. Сейчас они распространяются также и за пределами США. Показательный пример – газета деловой информации «Уолл-Стрит Джорнэл»: выходит три выпуска этого печатного органа, рассчитанных на различные регионы мира. Один выпуск – основной – издается в Соединенных Штатах

Америки. Другой – европейский, зоной распространения которого являются страны Западной, Центральной и Восточной Европы. Его готовят европейская редакция. Наконец, третий – азиатский – предназначен для государств азиатско-тихоокеанского региона. До недавнего времени над азиатской версией также работала самостоятельная редакция. Безусловно, все три варианта объединены некой общей моделью, наиболее важная и значимая информация дублируется во всех изданиях. Однако приоритетом в информационном наполнении каждой из версий «Уолл-Стрит Джорнэл» является освещение событий того региона, в котором она выходит.

### **Региональная и местная пресса**

Следует отметить, что ситуация на медиа-рынке Соединенных Штатов Америки достаточно мобильна. Тиражи изданий подвержены скачкам и падениям, у газет часто меняются владельцы, собственники. Все это не может не оказывать влияния на географию распространения печатных СМИ. Небольшая провинциальная газета в течение нескольких дней, конечно, вряд ли достигнет масштабов общенациональной, однако многие из региональных изданий при благоприятном стечении обстоятельств могут претендовать на то, что их будут читать во всей стране.

К региональным следует отнести газеты, территория распространения которых не ограничивается рамками одного населенного пункта, и, как правило, они издаются в крупных городах. «Чикаго Трибун», «Лос-Анджелес Таймс», «Бостон Глоуб» – только несколько наименований подобного рода СМИ, которые выходят относительно большим тиражом и завоевали неплохую популярность.

Тысячами изданий представлена местная пресса США. Зона распространения этого вида прессы обычно ограничивается небольшими населенными пунктами, а в названия газет или журналов зачастую упоминается тот город или район, где они выходят («Аннистон Стар», «Лонгвью Дэйли Ньюс», «Манхэттен Меркури»).

Среди важных тенденций развития местной печати в США – сокращение числа независимых изданий – семейных предприятий, их переход в состав крупных корпораций, газетных цепей, и как следствие – ослабление конкуренции. Так, с появлением и укрупнением медиа-групп в США общий тираж газет увеличивался, а количество их наименований сокращалось.

Сокращалось и число городов, где издавалось две газеты и более. Особенно эти тенденции усилились после окончания второй мировой войны: общий тираж американских газет увеличился с 48 миллионов в 1945 г. до 62 миллионов в 1970 г., а число городов, где выходило две газеты и более, сократилось со 117 до 37. Количество медиа-групп в США с шести в начале 30 гг. возросло до 60 к 1945 г. и достигло 157 в 1970 г. К тому времени медиа-группы объединяли половину ежедневных американских изданий. К 1987 г. число таких медиа-холдингов в Америке уменьшилось на 14, но их владельцы контролировали уже три четверти всех ежедневных американских газет (или 80 процентов всех газет, выходивших в Соединенных Штатах). В настоящее время реальная конкуренция

существует лишь в 10-15 городах, т.е. в чуть более 1% городов с ежедневными газетами. Такие крупные города США, как Майами, Питтсбург, Даллас, Хьюстон остались в начале 1990 гг. с одной ежедневной газетой.

Важной типологической характеристикой американских печатных изданий является также их деление на качественные и массовые. Основанием для подобного рода классификации, как уже отмечалось ранее, является аудиторный признак.

Признаками качественной печати обладают уже упомянутые газеты «Нью-Йорк Таймс», «Уолл-Стрит Джорнэл». К этой группе можно отнести также такие известные издания, как «Вашингтон Пост», «Лос-Анджелес Таймс», «Чикаго Трибун» и другие. Эти СМИ предназначены для определенной аудитории – политиков, представителей деловых кругов, тех, кто обладает политической и экономической властью, кто следит за развитием экономических и политических событий. Такие издания обычно подконтрольны политически влиятельным группам людей, общественным институтам; имеют строгую верстку.

Массовая печать в современной Америке не имеет столь серьезного веса и устоявшихся традиций, как, например, в Великобритании. Более того, сам термин «массовая пресса» не употребляется исследователями американской журналистики при характеристике системы печатных СМИ. На протяжении многих десятилетий эволюции печати США издания, обладающие признаками массовой прессы, назывались по-разному. В 30-е годы XIX века это были пенсовые газеты, через 50 лет вслед за этим в США наступил век желтой журналистики. Наконец, в 20 гг. прошлого столетия в Америке появилась так называемая «джазовая журналистика» (яркая, кричащая журналистика – (Jazz Journalism)). Сегодня газеты, которые обладают признаками «желтых», «массовых» изданий, в Америке чаще называют таблоидами. На страницах таблоидов публикуется информация сенсационного характера, факты светской жизни, тематика большинства материалов связана с так называемым «человеческим интересом» (термин «человеческий интерес» широко используется в зарубежной печати и применительно к жанровым характеристикам газетных материалов означает публикации о человеческих взаимоотношениях, о домашнем и семейном быте). Формат таблоидов – А3 и совпадает с форматом традиционных массовых изданий в других странах. Традиционно в данном типе прессы используются большие заголовки, здесь много фотографий и иллюстраций. Среди таблоидных изданий современной Америки – «Нэшнл Инкуайер», «Стар», «Уикли Уорлд Ньюс».

### **Радиовещание и телевидение США**

Аудиовизуальные СМИ Соединенных Штатов Америки делится на две большие группы: коммерческое и общественное вещание.

#### **Коммерческое вещание**

Составляющими коммерческого вещания являются национальные сети, независимые станции. Кроме того, на рынке коммерческого вещания в США активно функционируют операторы кабельного телевидения.

#### **Национальные сети**

Развитие электронных средств массовой информации в Соединенных Штатах Америки исторически связано с формированием трех общенациональных компаний – вещательных сетей Си-Би-Эс, Эн-Би-Си и Эй-Би-Си. Си-Би-Эс (CBS – Columbia Broadcasting System) была основана в 1927 г., Эн-Би-Си (NBC – National Broadcasting Company) начала регулярное вещание в 1939 г., Эй-Би-Си (ABC – American Broadcasting Company) появилась в 1943 г. В первые годы своего становления эти корпорации осуществляли радиовещание, впоследствии начали серьезно заниматься телевизионным бизнесом.

Сегодня Си-Би-Эс, Эн-Би-Си и Эй-Би-Си – наиболее крупные вещательные сети в США. Телевизионная или радиовещательная сеть объединяет группу местных станций, связанных между собой таким образом, что программы из одного источника может одновременно распространять каждая из них. Местная станция, которая подписывает контракт с одной из сетей, становится ее филиалом. Сеть распределяет программы по своим филиалам, при этом станции получают определенную сумму за предоставление эфирного времени. Плата зависит от рейтинга каждой конкретной станции, от размера зрительской аудитории.

Наряду с тремя национальными китами вещательного бизнеса в Соединенных Штатах Америки на современном этапе функционируют еще несколько компаний, которые способны составить им конкуренцию. Речь идет, прежде всего, о Си-Эн-Эн (CNN – Cable News Network) и компании Фокс (Fox Broadcasting Company).

#### **Независимые станции**

Количество независимых станций (станции, которые не входят в сети и корпорации, ведут бизнес самостоятельно) в Соединенных Штатах Америки значительно меньше (примерно в два раза), чем станций-филиалов вещательных сетей. Данный фактор, а также сравнительно маломощный сигнал независимых вещателей, который может приниматься на небольшом расстоянии, влияет на то, что у этих станций ограниченная аудитория и соответственно невысокие доходы от рекламы.

Лишенные возможности получать сетевые программы, независимые станции сами заботятся о заполнении эфира. Они производят собственные программы, чаще всего новости. Вообще, на региональном уровне телерадиокомпания больше всего средств затрачивают на выпуски новостей. Ежедневные новости привлекают огромную аудиторию, а, следовательно, и рекламодателей. В результате выпуски новостей приносят крупные дополнительные прибыли.

Для того чтобы заполнить эфирное время независимые станции вынуждены покупать программы у студий-производителей (продакшн-студий). Соединение двух элементов телевещания – производства и распределения программ называется синдикатом. Синдикатные шоу имеют высокие рейтинги на радио и телевизионных рынках – «Колесо Фортуны», «Джепарди» и др. Синдикаты служат главным рынком для сериалов. Только за один сезон снимается 22-24 новых сериала. Производящие компании очень рискуют, но

если сериал или шоу становятся популярными, то компания может заработать на нем сотни миллионов долларов. К крупнейшим компаниям, занятым выпуском синдицированных программ, относятся «Лоримар-Телепикчерс», «Юниверсал Телевижн», «Парамаунт Телевижн», «20 век-Фокс», «Уорнер Бразерс Телевижн», «Коламбия Пикчерс Телевижн», «Уорлдвижн».

В целях более успешного ведения бизнеса независимые вещатели объединяются в кооперативы, консорциумы, своего рода мини-сети. Еще в 1975 г. телестанция «Дабл-Ю-Пи-Ай-Экс», входящая в состав «Трибун Компани», вместе с несколькими другими создала информационный кооператив. Для сбора и распространения информации использовалась спутниковая связь. В 1980 г. та же станция сделала следующий шаг – членам кооператива каждый вечер стала предлагаться полностью готовая получасовая программа внутренних и международных новостей. Число членов кооператива заметно увеличилось и в 1987 г. составило 115, т.е. примерно треть общего числа независимых станций. Служба, которая называется «Индепендент Нетуорк Ньюс» (ИНН), поставляет программы независимым станциям на бартерной основе, т.е. они ничего не платят, а расходы возмещаются продажей времени в этих программах национальным рекламодателям.

#### **Кабельное телевидение**

Форма распространения телевизионного и радиосигнала в современных США комбинированная: компании одновременно могут использовать эфирный, кабельный, спутниковый каналы доставки информации. На начальном этапе развития электронных СМИ существовал единственный эфирный – способ передачи сигнала. В последние 20-30 лет телевизионный рынок Соединенных Штатов уверенно завоевывают кабельные компании. Кабельные сети составляют отдельную достаточно влиятельную группу вещателей.

Первоначально кабельное телевидение появилось как средство передачи эфирных программ в маленьких городах или отдаленной сельской местности, где не было уверенного (или вообще никакого) приема телевизионных сигналов. В середине 70 гг., с созданием компании «Хоум Бокс Оффис», началась эра программ, предназначенных специально для кабельного телевидения. Расширением выбора программ было обусловлено постепенное распространение кабельного телевидения также и в крупных городах. В 90 гг. в США существовало примерно 50 программных компаний кабельного телевидения. За немногим исключением (прежде всего, конечно, круглосуточной Си-Эн-Эн), эти компании поставляют специализированные программы, рассчитанные на удовлетворение интересов определенных категорий зрителей: музыкальный канал МТБ, религиозный Си-Би-Эн, финансовой информации ФНН и т.д. На некоммерческой основе действует финансируемая кабельной индустрией компания «Си-Спэн», которая передает полностью слушания в Конгрессе, съезды политических партий и другие подобные мероприятия. Кроме базовых программ, которые зритель получает, внося абонентную плату за пользование кабелем, существуют службы так называемого платного телевидения, за программы которых абонент, если он хочет их получать, должен платить

дополнительно. Развитие кабельного телевидения сопровождается быстрой концентрацией кабельных систем (две крупнейшие компании – Ти-Си-Ай и Ти-Би-Эс – контролируют уже более 30 % аудитории).

### **Общественное вещание**

Феномену общественной журналистики («public journalism») на протяжении последних десятилетий в Соединенных Штатах Америки уделяется достаточно большое внимание. Связано это с популяризацией идеи некоммерческой журналистики и их активным воплощением на практике: ряд СМИ заявляют о поддержке особых стандартов профессиональной деятельности.

Понятие «public journalism» устойчиво употребляется в исследовательской литературе. Данный тип журналистики подразумевает реализацию средствами массовой информации определенных функций, наиболее важными среди которых являются: налаживание диалога между обществом и властью, побуждение граждан к активной общественной и политической жизни, устранение конфликтных ситуаций. Предполагается, что роль журналистов в данном случае заключается в полном и адекватном информировании аудитории о происходящих событиях, приоритетом для работников СМИ становятся общественные интересы. При этом политики, представители общественных организаций получают равные возможности для высказывания своих взглядов в СМИ. Кроме того, идеальным воплощением идеи общественной журналистики является независимость радио, либо телевизионной станции от идеологического влияния государства и частного капитала.

Термин «public journalism» в общенациональном масштабе в США стал широко использоваться в конце 60 гг. XX века, характеризуя деятельность определенного типа радио и телевизионных станций.

В 1967 г. был опубликован доклад Комиссии Карнеги «Общественное телевидение: программа к действию». Комиссия была образована в 1965 г. фондом Карнеги. Ее первой рекомендацией было – провести различия между коммерческим телевидением (предназначенным для большой или массовой аудитории), учебным телевидением (основное содержание которого составляют образовательные передачи) и общественным телевидением (служит целям налаживания общественных отношений). Было также рекомендовано создать Корпорацию общественного телевидения для аккумуляции средств от государства и из других источников, разработать систему стимулирования для поощрения взаимосвязей между различными станциями.

Через 7 месяцев, в ноябре 1967 г. Закон об общественном вещании (Public Broadcasting Act) вступил в силу. Он устанавливал организационные и финансовые условия функционирования общественных аудиовизуальных СМИ.

Общественное вещание в США пришло на смену образовательному (educational broadcasting). Так называемые образовательные вещательные станции существовали в Америке уже с 20 гг. Они, как правило, функционировали на базе колледжей и университетов и впоследствии стали основой нового типа вещания. В соответствии с новым законом была создана Корпорация общественного вещания (Corporation for Public Broadcasting – CPB), в которую

затем вошли Служба общественного вещания (Public Broadcasting Service – PBS) и Национальное общественное радио (National Public Radio – NPR), организационно объединившие общественные телевизионные и радиостанции всей страны. Управление CPB было возложено на совет директоров, состоящий из 15 членов, каждый из которых назначался президентом Соединенных Штатов с согласия Сената, причем не более 8 из них могли принадлежать одной политической партии. Финансирование Корпорации общественного вещания осуществлялось за счет государственных средств и грантов частных организаций. Так, с 1969 по 1980 гг. Конгрессом США на нужды общественного вещания было выделено свыше 800 млн. долларов. Вместе с тем Фонд Форда «с 1968 по 1972 гг. в виде грантов предоставил Корпорации общественного вещания сумму в размере 90 млн. долларов».

Специальным биллем Конгресса США 1981 г. была создана Временная Комиссия по альтернативному финансированию общественных телекоммуникаций (Temporary Commission on Alternative Funding for Public Telecommunications— TCAF). В 1981 г. особым Актом власти разрешили проведение 18-месячного эксперимента, согласно которому 10 общественных телевизионных станций получали бы смешанное финансирование – из бюджета и от рекламы. Однако он не нашел поддержки, поскольку с одной стороны рекламодатели не особенно активно стремились вкладывать деньги и «элитарное телевидение», а с другой у самих властей, похоже не было особого желания превращать общественное телевидение в коммерческое.

В настоящее время CPB также получает финансирование из бюджетных и внебюджетных источников. Так, согласно финансовому отчету за 2001 г., Корпорация в течение года получила 340 млн. долларов из федерального бюджета США. Полученные средства распределяются среди 350 некоммерческих телевизионных станций, входящих в PBS и 650 радиостанций NPR. Следует отметить, что на каждый бюджетный доллар, вложенный в Корпорацию общественного вещания, приходится 5-6 долларов из негосударственных источников (частые инвестиции, доходы от продажи продукции образовательного характера кассеты с записями образовательных программ, дистанционное обучение и т.д.).

Необходимо указать на то, что в процессе утверждения идеологии общественной журналистики среди печатных гаданий (и в этом отличие от рынка электронных СМИ) американское государство не играет заметной роли. Федеральные и местные органы власти не закладывают в бюджет расходы на финансирование газет и журналов, заявивших о себе как об общественных изданиях, нет специальных законов, регулирующих деятельность подобного рода СМИ. Поддержка "public journalism" в данном случае зависит от позиции журналистов и редакторов конкретных печатных изданий. Таких изданий известно уже немало, и это, как правило, небольшие местные частные газеты («The Wichita Eagle», «The Charlotte Observer», «Star Tribune», «Wisconsin State Journal», «The Virginian-Pilot» и др.). Зачастую редакции этих СМИ участвуют в реализации совместных проектов с общественными телевизионными и

радиостанциями по освещению событий общественной и политической жизни в соответствии с принципами общественной журналистики. Следует особо отметить, что увеличению сторонников общественной журналистики среди редакторов местных газет способствовало широкое публичное обсуждение этой темы в начале 90 гг. В эти годы в США вышло немало исследовательских работ, посвященных данной тематике.

### **История Си-эн-эн**

Когда в июне 1980 г. в США появился первый 24-часовой канал теленовостей, ему многие предрекали провал. Но канал не только много лет оставался единственным круглосуточным источником информации. Он ввел обывателя в «информационную зону», бросил его в быстро меняющийся поток событий и тем самым изменил ритм и стиль жизни американцев. И только после этого очевидного успеха в других странах стало появляться много телекомпаний, работающих в этом режиме. В результате с Си-эн-эн стала исчезать «прежняя позолота». Но осталась история и огромный опыт работы с информацией и искусство создавать новости.

У истоков Си-эн-эн стоял одержимый идеей через телевидение изменить страну и мир Тед Тернер. Он так быстро завоевал признание и популярность, что буквально через год после начала круглосуточного информационного телевидения, в США была написана и издана большими тиражами его биография «Веди, следуй или уйди с дороги». Автором ее являлся Кристиан Уильямс.

Эта книга стала бестселлером, потому что отвечала всем канонам американской мечты: талант, усиленный труд, одержимость поставленной задачей и, в конечном счете, успех.

Все начиналось банально и просто. Скромный оператор с небольшими ресурсами, чувствующий и понимающий «картинку», но без всякого опыта в индустрии телевизионных новостей и журналистике - быть всегда первым на месте событий, если нет событий, создавать их и вновь быть первым - бросился в бой. Сегодня эксперты отмечают, что Тернеру многое удалось именно потому, что он, будучи дилетантом, не обладал повышенным чувством опасности. Он подобрал обанкротившуюся телекомпанию в Атланте и превратил ее в «Чикн Нуддл Нетворк» (Си-эн-эн). Затем он сделал еще один новаторский шаг – создал первую сеть кабельных круглосуточных новостей.

Порой у него не хватало для развития телекомпании ресурсов. Но он окружил себя огромной группой энтузиастов-журналистов, которые охватили своим физическим присутствием практически все США, что позволяло создавать не только уникальный информационный материал и выдерживать конкуренцию с другими «фабриками теленовостей», но и создавать новое общенациональное информационное пространство страны. Это была политика, но такого сорта, которая практически демонстрировала, как через инновации в индустрии телевидения можно еще и зарабатывать деньги.

Доход, основанный на сборе по пятнадцать центов в месяц с каждого клиента кабельного канала, мог покрыть только 60 процентов ежемесячных

операционных расходов Си-эн-эн. По всем правилам бизнеса телекомпания должна была терпеть убыток, составляющий более миллиона долларов в месяц. Но Тернер сумел создать такую репутацию вокруг Си-эн-эн, что крупные американские бизнесмены, политики и обычные люди стали смело вкладывать деньги в телекомпанию. Это был невероятный, исторический успех общенационального значения.

Вот что рассказывал Тед Тернер: «Я просто хотел убедиться, сможем ли мы это сделать. Это было как авантюрное приключение. Как для Христофора Колумба. Я просто жил в офисе, на начальном этапе траты на канал в два раза превышали его доходы, и банки-кредиторы уже начали угрожать процедурой банкротства».

Си-эн-эн по мере развития расширяла программы передач: готовились специальные «блоки» для сельского хозяйства, бесплатно «крутились» голливудские фильмы. Для этого Тернер в марте 1986 г. приобрел Эм-джи-эм за 1,4 млрд. долларов, что обеспечивало ему доступ к ее фильмотеке, включавшей в себя 3300 классических фильмов. Си-эн-эн успешно практиковала и прямые трансляции бейсбольных матчей и многое другое.

Но новости оставались главнейшим продуктом телекомпании. По данным на 1990 год, в офисах исполнительных руководителей новостных программ телесетей, редакций ведущих американских газет было только четыре монитора, настроенных на Эй-би-си, Эн-би-си и Си-би-эс и Си-эн-эн. Кстати, к этому периоду относится расширение телекоммуникационных сетей этой телекомпании по всему миру. Эффект оказался настолько ошеломляющим, что телекомпания достигла пика своей популярности. В начале 1991-го именно эта американская телекомпания вела прямую трансляцию военной операции «Буря в пустыне» в Ираке. Причем за ходом событий по Си-эн-эн следили сразу оба президента - Буш и Саддам Хусейн. Показ хода военных действий, сама телевизионная «картинка» значительно отличалась от той, что показывали тогда другие мировые телесети. Аналогичная телетрансляция проводилась и из Югославии во времена бомбежек Белграда военной авиацией НАТО.

Использование новейшей для тех времен технологии позволяло корреспондентам вести прямые репортажи непосредственно с места событий, оперативно подключаться к студии в случае необходимости. Причем произошел ожидаемый в Си-эн-эн информационный эффект: другие мировые и национальные телекомпании за неимением своей собственной информации и «картинки» ретранслировали кадры Си-эн-эн», что превращало вещание этой телекомпании в акцию общемирового значения.

Не удивительно, что к 1991 г. Си-эн-эн стали принимать в восьмидесяти пяти странах мира. Более того, эта телекомпания стала снабжать своими программами обширные информационные рынки Запада и развивающихся стран, включая и Россию. Осуществление мечты Тернера сделать мир «Общим домом» завершилась ярким успехом.

Но не только этим оценивается работа Си-эн-эн. Предложенный телекомпанией стиль журналистской работы оказался настолько

инновационным, что стали рушиться авторитеты национальных и претендующих на общемировое значение телекомпаний других стран. Для того чтобы не только расширить свою аудиторию, но и хотя бы сохранить у нее авторитет, пришлось заметно ускорять процесс передачи новостей, расширять корреспондентскую сеть как внутри страны, так и за ее пределами, искать дополнительные оперативные источники информации.

В свою очередь это быстро стало сказываться на стиле, поведении и действиях многих политических лидеров. Если раньше можно было смело «редактировать ножницами» кадры национального телевидения и затем «продавать» их зарубежным телекомпаниям, то теперь «спрятаться» от десятков телеобъективов, фиксирующих все и вся, уже было невозможно. Более того, операторы Си-эн-эн стали приучать своих коллег из других телекомпаний «делать политику картинкой»: когда она красноречивее, нежели любой закадровой текст комментатора.

Тед Тернер был уверен, что и в начале XXI века Си-эн-эн удастся сохранить позиции: оставаться кабельным каналом номер два внутри США и на первом месте в системе мирового телевидения. Считается, что знаменитая телекомпания «находится сейчас в очень хорошей форме».

Сегодня она состоит из 14 различных новостных кабельных и спутниковых каналов, двух радиостанций, шести интернет-сайтов и 37 зарубежных бюро.

Новости Си-эн-эн, которые передаются с помощью сигналов 38 космических спутников, могут смотреть 1,5 миллиарда человек в 212 странах и территориях мира.

Первыми стали отодвигать Си-эн-эн на внутреннем американском информационном рынке. Выполнила эту функцию ранее малозаметная телекомпания «Фокс Ньюс». Согласно данным американских социологов, в настоящее время аудитория этой телекомпания в разы превышает Си-эн-эн. А в вечерние – в «прайм-тайм» – передачи «Фокс Ньюс» привлекают внимание большего числа зрителей, чем передачи двух других новостных телекомпаний – Си-эн-эн и Эс-си-эн-би-си, вместе взятых. Из дня в день, из недели в неделю, из месяца в месяц «Фокс Ньюс» бьет конкурентов с 6 до 11 часов вечера. Лишь иногда часовому «Шоу Ларри Кинга» (Си-эн-эн) удается – и то не часто – втиснуться в первую пятерку среди передач «Фокс Ньюс».

Сегодня «Фокс Ньюс» – лидер среди всех новостных кабельных телеканалов США, нацеленный на многолетнее сохранение лидерства в конкурентной борьбе за зрителя. По мнению многих экспертов, во многом это удастся достигать за счет особой информационной политики.

Си-эн-эн - образец классического либерального телевидения. Речь идет о подаче не чисто факта, а информации с оценочной характеристикой. В отличие от этого «Фокс Ньюс» - это здравый смысл, чистая прагматика. Только чистый факт. Подобное информационное «ноу-хау» по сути «выбрасывает Си-эн-эн на политическую платформу, что превращает даже тщательно готовящиеся информационные блоки, по выражению газеты «Вашингтон пост», в «музей либеральных символов».

Стали теснить Си-эн-эн и созданные в последние годы во многих странах круглосуточные информационные телекомпании. В результате американская телекомпания начинает проигрывать как в очередности подачи важнейших международных событий, так и в «картинке».

Не все ладно складывается и в политике. Если раньше Си-эн-эн терпели в странах, которые имели сложные отношения с Вашингтоном, то сейчас не везде, особенно на Ближнем Востоке, охотно идут на контакты с корреспондентами телекомпании. Серьезную конкуренцию тут стал составлять частный арабский канал из Катара Аль-Джазира. Его даже стали называть арабским Си-эн-эн. Аудитория канала - 90 миллионов. Частная компания, получив в 1996 г. кредит у Катара, уже через два года смогла вернуть деньги.

Канал предлагает качественный информационный товар, недоступный ранее региональной аудитории. Огромным спросом пользуются: документальные фильмы, острые политические ток-шоу, дебаты, аналитические программы и, конечно, ежечасные выпуски новостей. Корпункты имеются в 15 странах мира. Поэтому предпочтение отдается собственной «картинке». Помимо арабских стран, корпункты расположены в Соединенных Штатах, Великобритании и России. Поэтому Си-эн-эн фактически утеряла монополию на информационное общение с лидерами многих государств на Ближнем Востоке. Так, например, правительство Ирана запретило деятельность корреспондентов американской телекомпании Си-эн-эн на иранской территории под предлогом допущенной компанией ошибки при переводе высказываний президента Исламской Республики Махмуда Ахмадинежада.

Поэтому руководство Си-эн-эн, почувствовав, что разработанное ими же ноу-хау в информационной политике не только скопировано, но и модернизировано другими телекомпаниями мира, озабочено поисками своего нового имиджа. Ставка делается на молодежное восприятие информации, предпринимаются попытки найти «общий знаменатель в современной ментальности». С другой стороны, «старожилы» компании уверяют, что Си-эн-эн не должна изменять «принципам», должна по-прежнему отстаивать либеральные ценности и не следовать вслед за политической модой. Редакторы новостных блоков успокаивают себя надеждой, что рано или поздно молодежь обзаведется семьями, недвижимостью, и интерес к политическим и экономическим телепрограммам появится сам собой.

Но все дело в том, что Си-эн-эн уже вряд ли удастся «второй раз войти в одну и ту же информационную реку». На мировом информационном рынке сейчас огромный выбор, главным образом благодаря Интернету.

Правда, в США и в мире вновь наблюдается всплеск интереса к мировым политическим новостям из-за бушующего мирового кризиса. Это шанс для Си-эн-эн, которая оказывается лучше подготовленной к трактовке происходящих в США и в мире событий, благодаря сохранившимся профессиональным кадрам, как журналистов-международников, так и специалистов по внутренним проблемам США.

Поэтому списывать со счетов известную американскую телекомпанию, имеющую огромные заслуги перед мировым телевидением, возможно, еще рановато.

### **Литература**

1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.

2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.

3 История мировой журналистики / под ред. Беспалова Г. - М.: МарТ, 2003, 423 с.

4 Быков А.Ю. История зарубежной журналистики М.: Юрайт, 2006, 366 с.

### **Контрольные вопросы**

1 Определить типологию СМИ США.

2 Каковы перспективы и особенности цифрового телевидения в США?

3 Перечислить ведущие телекомпании США.

4 Перечислить мировые газеты США.

5 В чем заключается метод «бригадной журналистики» в США.

### **Тесты**

1 Какие издания представлены на рынке американской печати?

А) транснациональные, местные;

В) общенациональные, региональные;

С) местные, региональные;

Д) общенациональные, транснациональные;

Е) все варианты верны.

2 В какой период пресса США складывалась как система региональных СМИ?

А) 18-19 вв. и первая половина 20 столетия;

В) 17-19 века;

С) 17-18 века;

Д) 19-20 века;

Е) 17-19 века и первая половина 20 столетия.

3 Одной из первых, как об общенациональном издании нового типа, заявила о себе наиболее молодая из крупных газет Америки. О какой газете идёт речь?

А) «Таймс»;

В) «Ю.Эс.Эй.Тудэй»;

С) «Нью-Йорк»;

Д) «Нью-Йорк тудэй»;

Е) «Тудэй».

4 С какого года выпускается газета «USA Today»?

- А) 1982;
- В) 1985;
- С) 1990;
- Д) 1981;
- Е) 1987.

5 Какая газета на сегодняшний день имеет самый большой тираж в Соединенных Штатах?

- А) «Таймс»;
- В) «Ю.Эс.Эй.Тудэй»;
- С) «Нью-Йорк»;
- Д) «Нью-Йорк тудэй»;
- Е) «Тудэй».

6 Тираж газеты «USA Today» составляет...

- А) 1,8 млн. экземпляров;
- В) 2,1 млн. экземпляров;
- С) 1,4 млн. экземпляров;
- Д) 1,6 млн. экземпляров;
- Е) 2,5 млн. экземпляров.

7 В каком году была основана газета «Нью-Йорк Таймс»?

- А) 1851;
- В) 1861;
- С) 1871;
- Д) 1881;
- Е) 1891.

8 На сегодняшний день по количеству тиража газета «Нью-Йорк Таймс» занимает...?

- А) 3 место;
- В) 1 место;
- С) 2 место;
- Д) 5 место;
- Е) 4 место.

9 «Ю.Эс.Эй. Тудэй», «Уолл-Стрит Джорнэл», «Нью-Йорк Таймс» на определенном этапе работают со статусом...

- А) транснациональными;
- В) местными;
- С) региональными;

- D) общенациональными;
- E) районными.

10 Какая газета деловой информации распространяется также за пределами США?

- A) «Тудэй»;
- B) «Таймс»;
- C) «Ю. эс. Эй. Тудэй»;
- D) «Уолл Стрит Джорнэл»;
- E) «Нью-Йорк таймс».

11 Газета «Чикаго Трибун» по статусу относится к ...

- A) общенациональным;
- B) транснациональным;
- C) региональным;
- D) местным;
- E) такой газеты нет.

12 В каком году общий тираж американских газета составлял 62 миллиона?

- A) 1970;
- B) 1971;
- C) 1972;
- D) 1973;
- E) 1974.

13 В каком году в США количество медиа-групп составляло 60?

- A) 1945;
- B) 1950;
- C) 1953;
- D) 1956;
- E) 1959.

14 Сколько ежедневных газет выпускалось в таких крупных городах США, как Майами, Питтсбург, Даллас, Хьюстон остались в начале 1990-х годов?

- A) 1;
- B) 8;
- C) 9;
- D) 3;
- E) 10.

15 Когда в Америке появилась так называемая «Джазовая Журналистика»?

- A) 20 гг. XX столетия;
- B) 50 гг. XX столетия;
- C) 90 гг. XX столетия;

- D) 40 гг. XX столетия;
- E) 70 гг. XX столетия.

16 На какие две группы делятся аудиовизуальные СМИ Соединенных Штатов Америки?

- A) коммерческое и общественное вещание;
- B) местное и региональное вещание;
- C) национальное и региональное вещание;
- D) массовое и коммерческое вещание;
- E) общественное и местное вещание.

17 В каком году была основана CBS – (Columbia Broadcasting System)?

- A) 1927;
- B) 1925;
- C) 1930;
- D) 1922;
- E) 1931.

18 С какого года Эн-Би-Си (NBC – National Broadcasting Company) начала своё регулярное вещание?

- A) 1939;
- B) 1940;
- C) 1941;
- D) 1942;
- E) 1943.

19 В каком году появилась Эй-Би-Си (ABC – American Broadcasting Company) ?

- A) 1943;
- B) 1944;
- C) 1945;
- D) 1946;
- E) 1947.

20 Назовите примерное количество программных компаний кабельного телевидения, существовавших в США в 90-е гг. ?

- A) 60;
- B) 30;
- C) 50;
- D) 80;
- E) 40.

21 В каком году был опубликован доклад Комиссии Карнеги «Общественное телевидение: программа к действию».

- A) 1967;
- B) 1953;
- C) 1963;
- D) 1974;
- E) 1962.

22 В каком году специальным биллем Конгресса США была создана Временная Комиссия по альтернативному финансированию общественных телекоммуникаций (Temporary Commission on Alternative Funding for Public Telecommunications— TCAF).

- A) 1980;
- B) 1981;
- C) 1982;
- D) 1983;
- E) 1984.

23 В каком году особым Актом власти разрешили проведение 18-месячного эксперимента, согласно которому 10 общественных телевизионных станций получали бы смешанное финансирование – из бюджета и от рекламы?

- A) 1980;
- B) 1981;
- C) 1982;
- D) 1983;
- E) 1984.

24 Когда в США появился первый круглосуточный канал теленовостей?

- A) в июне 1980;
- B) в июле 1980;
- C) в марте 1980;
- D) в сентябре 1980;
- E) в ноябре 1980.

25 Кому принадлежат следующие слова: «Я просто хотел убедиться, сможем ли мы это сделать. Это было как авантюрное приключение. Как для Христофора Колумба. Я просто жил в офисе, на начальном этапе траты на канал в два раза превышали его доходы, и банки-кредиторы уже начали угрожать процедурой банкротства».

- A) Теду Тернеру;
- B) Джиму Терри;
- C) Джону Уилксу;
- D) Мартину Бренди;
- E) Дэну Ричу.

26 В начале 1991-го именно эта американская телекомпания вела прямую трансляцию военной операции «Буря в пустыне» в Ираке. О какой телекомпании идёт речь ?

- A) Си- Эн-Эн;
- B) Эн- Би- Си;
- C) Си- Би- Эс;
- D) Эй- Би- Си;
- E) Би-Би-Си.

27 В скольких странах мира к 1991 году стали принимать Си- Эн- Эн?

- A) 85;
- B) 110;
- C) 70;
- D) 90;
- E) 115.

28 Новости какой компании передаются с помощью сигналов 38 космических спутников, могут смотреть 1,5 миллиарда человек в 212 странах и территориях мира.

- A) Си- Эн-Эн;
- B) Эн- Би- Си;
- C) Си- Би- Эс;
- D) Эй- Би- Си;
- E) Би- Би- Си.

29 Сегодня она состоит из 14 различных новостных кабельных и спутниковых каналов, двух радиостанций, шести интернет-сайтов и 37 зарубежных бюро. О какой компании идёт речь?

- A) Си- Эн-Эн;
- B) Эн- Би- Си;
- C) Си- Би- Эс;
- D) Эй- Би- Си;
- E) Би- Би- Си.

30 Сколько новых сериалов снимается за один сезон в США?

- A) 22-24;
- B) 15-20;
- C) 20-40;
- D) 10-20;
- E) 25-35.

## **Тема 6 Основные тенденции развития журналистики Франции**

**Цель:** дать характеристику системе СМИ Франции, ведущим телекомпаниям, мировым газетам, определить перспективы и особенности их развития; ознакомиться с законодательством в области СМИ изучаемой страны.

### **План**

1 Политическая и информационная пресса в период IV Республики (1946-1958 гг.). Разоблачение коллаборационистской печати в послевоенные годы. Место журналов в общественно-литературной жизни страны. Монополия Р. Эрсана.

2 Законодательство V Республики в области СМИ. Газеты Франции 1960-х-1990-х гг. и их политико-типологическая характеристика. Информационное агентство «Франс пресс».

3 Национальные газеты Франции "Монд", "Экип", "Фигаро", "Либерасьон", "Франс-Суар", "Ожурдюи", "Круа", "Юманите".

4 Реформирование ОРТФ и создание Телевизьон Франсез-1 (ТФ-1), Антенн-2 (А-2), Франс-Режьон-3 (ФР-3) и Радио-Франс (РФ). Сосьете Франсез де Продюксьон (СФП). Создание коммерческого телевидения Канал-Плюс.

### **Современные СМИ Франции**

Еще в годы оккупации Франции фашистской Германией пресса страны была расколота на два лагеря: подавляющее большинство изданий большой прессы (ежедневные "Тан", "Экю де Пари", "Паризьен", "Матен") пошло на сотрудничество с захватчиками ("оккупационная пресса"); другая возникла в ходе антифашистской деятельности Сопротивления и выходила нелегально. Среди них газета коммунистов "Юманите" (400 номеров за годы оккупации). Период Освобождения (1944-1946 гг.) был ознаменован ростом количества левых изданий. Газеты, сотрудничавшие с фашистами, были запрещены. Однако с началом "холодной войны" роль прессы левого толка снижается. Идет процесс концентрации прессы и реставрации власти монополий, в частности, и на информационном рынке.

После окончания военных действий в правительство Французской Республики вошли сторонники трех партий - Социалистической, католической партии Народно-республиканское движение и Французской коммунистической партии (правда, вскоре коммунисты были выведены из состава правительства). Межпартийная борьба 1940-1960 гг., происходившая в условиях серьезной социально-политической напряженности, сопровождалась жестким идеологическим противостоянием. Французское общество разделилось на приверженцев разных концепций дальнейшего развития государства. Средства массовой информации, несомненно, не остались в стороне от этих процессов.

Парижскую прессу того времени можно условно поделить на несколько групп.

**Правонационалистическая печать** (газеты "Паризьен либере", "Орор", еженедельники "Карефур", "Минют", "Ривароль"). Все эти издания были настроены по отношению к правительству оппозиционно. Печать, отражающая взгляды среднего класса (газета "Фигаро", журнал "Пари Матч"). Аудитория этих изданий - читатели со средним доходом, кадровые служащие, техническая интеллигенция и рабочая аристократия.

**Либерально-объективистская линия** (газета "Монд", еженедельник "Экспресс"). "Монд" - наиболее серьезная из всех французских газет времен V Республики. Она давала на своих страницах большой объем информации, в основном внешнеполитической. Подробно анализировала важнейшие политические события во Франции и за рубежом, печатала серии серьезных проблемных статей;

**СМИ левых группировок интеллигенции** ("Франс Обсерватэр", "Эспри", "Тан Модерн"): Редакторы и издатели этой группы СМИ резко критиковали внешнеполитический курс Франции, но не могли его изменить в силу малого политического влияния.

Газета Французской коммунистической партии "Юманите", основанная в 1904 г. В период V Республики она состояла из 5 отделов - внутренней политики, иностранного, культуры, общей информации, спорта. По воскресеньям на 30-50 полосах выходило политическое цветное приложение "Юманите-Диманш".

В настоящее время деление французской прессы на "идеологические" группы не столь категорично. Французы чаще классифицируют современные издания по тематике и выделяют прессу общей или политической направленности, специализированную периодику (женской прессы, молодежная, техническая, экономическая, научная, спортивная и прочая печать), иллюстрированные еженедельники (например, "Пари матч"). Серьезную конкуренцию многим изданиям составили появившиеся в последние десятилетия многочисленные бесплатные газеты, содержащие как журналистские материалы, информацию агентств, так и рекламу, особенно в области трудоустройства.

Сейчас французская печать находится под контролем нескольких медиа-объединений. Перечислим наиболее крупные и влиятельные из них.

Группа АШЕТТ, образованная в 1826 г. Луи Ашеттом. Наряду с выпуском периодических изданий, является лидером в издании книг. Имеет связи с корпорациями Великобритании, Испании, США. Неплохо представлена на рынках Восточной Европы благодаря местным версиям своих журналов и музыкальных радиостанций. Объединение продолжает расширять деятельность в Азии (в Японии вышел журнал "Премьер").

Группа Р. ЭРСАНА владеет большим числом ежедневных газет ("Франс Суар", "Фигаро") и другой периодики. Издает газеты в Бельгии, имеет типографии в ряде крупных городов Франции.

Группа Ф. АМОРИ. Газеты этой группы возглавляют список тиражей, но управляется она старыми консервативными методами. К числу изданий этого медиа-объединения откосятся газета "Паризьен", еженедельное приложение к

ней и национальный выпуск этой газеты - "Ожурдюи", еженедельник "Компьютер Плюс". Среди проектов, приносящих доходы издательской группе, - спортивная ежедневная газета "Экип".

Объединение БАЙЯР-ПРЕСС, основанное в 1873 г., занимается выпуском католической прессы. Наиболее известными изданиями группы являются журналы "Капиталь Сайте", "Эврика", "Максимум". Развивается деятельность группы в других странах - открыто представительство в Нью-Йорке.

ПЛЮРИКОММЮНИКАСЬОН - общество, объединившее пять предприятий по выпуску ежедневной прессы - парижской и провинциальной.

Если обратиться к вопросу о классификации французской прессы по территории распространения, то следует отметить, что уже достаточно давно печатные издания подразделялись на столичные и региональные, местные. Из группы столичных СМИ в определенный момент выделилась группа национальных газет, распространение которых уже не ограничивалось только Парижем, а осуществлялось в общенациональном масштабе.

Сегодня к национальным газетам относятся "Монд", "Экип", "Фигаро", "Либерасьон", "Франс-Суар", "Ожурдюи", "Круа", "Юманите". В ряду региональных изданий - газеты "Уэст-Франс", "Паризьен", "Сюд-Уэст", "Буа дю Нор", "Нувель Републик дю Сантр-Уэст", "Монтань", "Депеш дю Миди".

Нужно обратить внимание на то, что национальные и региональные издания весьма сильно конкурируют между собой. Порой эта конкуренция идет почти на равных. Об этом свидетельствует даже тот факт, что тираж региональной газеты "Уэст-Франс" (около 750 тысяч экземпляров) превышает тираж крупных национальных изданий ("Монд" - примерно 390 тысяч экземпляров, "Экип" - 385 тысяч экземпляров). Вообще, схема распространения аудитории между региональными и национальными изданиями, по мнению исследователей французских СМИ, сложилась уже давно. Отмечается, что среди бретонцев всегда было больше почитателей местных изданий, чем среди жителей Верхней Нормандии (соответственно 62 и 32%). Это объясняется тем, что Бретань - родина крупнейшей "Уэст-Франс", в первую очередь ориентированной именно на эту провинцию. Жители соседнего с Верхней Нормандией региона - Иль-де-Франс (центром которого является Париж) - именно из-за своей "столичности" не придают особого значения местным изданиям, предпочитая им центральные газеты.

Учитывая опыт провинциальной прессы, парижские издания усмотрели в местной информации один из путей развития и стали издавать провинциальные выпуски с местной информацией, что привело к увеличению их тиражей. В этих условиях провинциальные издания были вынуждены объединяться. Концентрация стала одним из законов эволюции провинциальной прессы.

Ныне тенденция такова, что парижские газеты издаются и распространяются преимущественно в Париже и его окрестностях. Провинция же отдает предпочтение региональным и местным изданиям. Процесс концентрации в газетно-издательской сфере осложнил выживание малых и средних газет. Поэтому с 1982 г. французское правительство оказывает помощь

газетам общей и политической информации на французском языке, тираж которых меньше 250 тысяч экземпляров, а доход от рекламы не превышает 25% общего дохода. Кроме того, субсидирует расходы всех газет на почту, телефонную связь, распространение за границей.

Национальные газеты в большинстве своем можно отнести к качественной прессе ("Монд", "Фигаро"). И, наоборот, среди местных и региональных газет нередко встречаются издания с признаками массовой печати ("Паризьен").

Изменение расстановки сил на рынке печати провинции в пользу региональных газет их руководители были склонны объяснять не столько собственными достижениями, сколько падением интереса населения к парижским изданиям. После войны столичные газеты действительно стали уделять меньше внимания событиям в регионах, сокращали количество корреспондентов в провинции. В итоге они становились все менее и менее популярными за пределами Парижа. Однако региональные газеты тоже немало сделали для расширения собственной аудитории. Оснастившись более современными средствами получения информации, а также сетью репортеров, они предоставляли своим подписчикам не только местную, но и глобальную информацию. Если до войны провинциальная газета была для читателей лишь дополнением к столичной прессе, то теперь она стала для них основным источником новостей. Ко всему прочему, руководители региональных изданий расходовали гораздо меньше средств на распространение номеров газет, нежели владельцы парижских предприятий прессы, которые желали, чтобы их газеты продавались в провинции. Безусловно, не все предприятия региональной прессы функционировали одинаково успешно. Часть газет теряла подписчиков, тогда как другая часть их приобретала. Так, к началу 1990-х годов число реализуемых экземпляров газеты "Провансаль" (Марсель) сократилось на 130 тысяч, у "Дофине либере" (Гренобль) - на 100 тысяч, у "Депеш дю Миди" (Тулуза) - на 60 тысяч. В то же время "Уэст-Франс" стала продавать больше на 150 тысяч экземпляров, а "Дерньер нувель д'Альзас" - на 35 тысяч экземпляров. Хотя в течение всей второй половины века и до сих пор суммарный тираж ежедневной региональной печати намного превышал тираж парижских газет.

Первый опыт создания концерна прессы, полновластно обслуживающего целый регион, относится к концу 1950 гг. В 1957-1959 гг. предприниматель Робер Эрсан, ставший впоследствии своего рода "символом" процесса концентрации региональной печати, приобрел в центральной части Франции восемь небольших газет, которые затем объединил в группу "Сантр-пресс". К концу 1970 гг. ему удалось построить целую империю региональных газет, в которую входили: "Пари-Норманди" (Руан), "Авр-Пресс" (Гавр), "Нор-Матэн" (Лилль), "Нор-Эклер" (Рубэ), "Либерте дю Морбиан" (Лориэн), "Нувель репюблик де Пиреннэ" (Тарб), "Сантр-пресс" (Пуатье), "Эклер" (Нант) и "Берри репюбликэн" (Бурж). Кроме того, группа владела тремя парижскими газетами ("Фигаро", "Франс-Суар" и "Орор"), а также изданием "Франс-Антий" в Гваделупе. А к началу 1990 гг., если не считать дочерних изданий "Прогрэ" и

"Дофине либере", то только на территории Франции империя Эрсана уже владела 17 ежедневными региональными изданиями.

В 1990 г. у многих изданий появились собственные Интернет-сайты: первой варианты своих 17 местных изданий в глобальной сети разместила "Телеграмм де Брест". В настоящее время сайты имеются у 35 газет. Однако руководители региональных изданий, как, впрочем, и владельцы всех прочих газет, уже убедились в том, что идея получения прибыли от интернет-версий печатных номеров за счет рекламы себя не оправдала. Она была популярной еще в 2000 г., когда на волне бума онлайн-технологий и энтузиазма создателей "веб-страниц" общий объем рекламных инвестиций в Интернет-индустрию составил около 280 млн. франков. Однако уже с января-февраля 2001 г. рекламные доходы сайтов начали сокращаться. Кроме того, стало очевидно, что пользователей "всемирной паутины" во Франции не так много: от восьми до десяти миллионов человек. В связи с этим в 2001 г. руководители ряда ежедневных региональных изданий приняли решение изменить стратегию развития своих интернет-проектов: они стали сокращать расходы на них и делать доступ к онлайн-версиям номеров платным.

С 1921 г., с первых дней существования радиовещания во Франции, правительство стремилось установить свою монополию в этой области. В 1926 г. были выработаны основные принципы, регламентировавшие работу радиовещания, и создана служба радиовещания в аппарате Министерства почт и телеграфа. С ростом аудитории радиослушателей возникла необходимость привлечения в радиовещание финансовых средств. Это заставило парламент в 1933 г. ввести абонентскую плату за пользование радиоприемниками.

Состояние дел в электронных СМИ Франции после второй мировой войны во многом определялось тем, что было запрещено частное вещание, а также была провозглашена государственная монополия на передачу сигнала.

Государственная монополия существовала только на процесс передачи сигнала, что же касается производства самих передач, то оно объявлялось свободным. Любому предоставлялось право создавать звуковые или телепередачи, но право их распространять было предоставлено только государственным службам. Этим и объясняется тот факт, что частные станции могли иметь на территории Франции свои студии, но не могли вести передачи с ее территории. Выходом из этой ситуации стало появление так называемых частных периферических радиостанций, передатчики которых были расположены на территории приграничных государств: Люксембурга, Саарской области, Монте-Карло, Андорры. Их студии находились на французской территории и были связаны с передающими антеннами с помощью кабеля.

Таким образом, несмотря на государственную монополию, во Франции сложилась сеть частных коммерческих радиостанций: Радио Монте-Карло (РМК), Эроп-1, Радио-Телевизьон-Люксембург (РТЛ), Радио-Андорра, Сюд-Радио.

Несмотря на то, что во Франции государственная монополия на вещание довольно строго соблюдалась, тем не менее, не всегда просто дать ответ об

источниках финансирования аудиовизуальных предприятий, так как переплетение государственных и частных капиталов довольно сложно. Известны организации, через которые государство осуществляло контроль над периферическими радиостанциями: Софирад и Гавас.

Гавас - рекламное агентство, более 50% акций которого в 1940-1950 гг. принадлежало государству; Софирад (Сосьете Финансьер де Радьодиффузьон) было создано для участия государства в финансировании периферических станций.

По мере распространения телевидения в 1960-1970 гг., радиовещание вынуждено было приспособливаться к новым условиям, учитывая конкуренцию. Были не только пересмотрены сетки вещания, но и сами программы и стиль передач. Вечернее время пришлось уступить телевидению, основное время радиопрограмм было перенесено на середину дня и утро.

Государственные радиопрограммы были рупором правительства. Периферические станции давали более разнообразную информацию, они привлекали большую аудиторию, особенно в утренние часы. В конце 1962 г. РТЛ слушали 42% французов, Эроп -1 - 34%, а государственную Франс-Энтер - только 24%. В последующие годы технические усовершенствования, обновление программ способствовали увеличению аудитории Франс-Энтер, и с 1967 по 1973 гг. она имела самое большое число слушателей.

В 1974 г. государственное вещание было структурно упорядочено. Была создана национальная государственная компания Радио-Франс (РФ). Она передавала следующие программы: Франс-Энтер, Франс-кюльтюр, Франс-мюзик и Радио-Франс-Интернасьональ (РФИ) - служба иновещания.

Франс-Энтер - программа общей информации. Она содержала выпуски новостей, политические, разнообразные тематические, музыкальные и развлекательные передачи. Программа финансировалась за счет абонентной платы и не передавала рекламы. В связи с нарастающими требованиями децентрализации аудиовизуальных средств массовой информации, которые исходили от местных властей и многих общественных организаций, а также в связи с появлением радиостанций-пиратов, правительство вынуждено было пойти на децентрализацию радиовещания. В результате в 1970 гг. во Франции стали создаваться местные государственные радиостанции.

Франс-кюльтюр - станция, специализирующаяся на культурной тематике, Франс-мюзик - музыкальное радио.

Иновещательная станция Радио-Франс-Интернасьональ (РФИ) к маю 1981 г. начала вести передачи на коротких волнах на Африку, Восточную Европу и восточный берег Америки. Постепенно РФИ расширяла географию вещания. Увеличивался объем вещания на страны Восточной Европы, на Латинскую Америку, началась подготовка программ для Ближневосточного региона.

К 1983 г. государственные национальные станции охватывали вещанием всю территорию Франции. Региональные радиостанции, которые раньше входили в систему третьей программы телевидения, теперь перешли к Радио-Франс.

Одной из основных проблем частного радио была проблема его финансирования, так как закон запрещал этим станциям распространять рекламу. Это вынуждало его создателей искать различные способы финансирования, иногда в обход закона.

В июле 1982 г. были даны первые разрешения частным радиостанциям. Местные радиостанции стали конкурентами местным государственным станциям, созданным под эгидой Радио-Франс. В структуре французского радиовещания появился новый сектор - местные частные радиостанции. Уже через год можно было констатировать, что они привлекают все большую аудиторию слушателей качеством звучания передач и отсутствием рекламы. Сказывались и социальные изменения - обществу требовалась более индивидуальная, специализированная информация. Однако станции получили разрешение на существование без финансового обеспечения: реклама была запрещена, мощность передатчиков лимитирована. Каждая радиостанция, имеющая право вещания, получала от правительства 100 тысяч франков, в то время как самый скромный бюджет такой станции требовал 500 тысяч франков в год.

Радиостанции вынуждены были придумывать различные нестандартные способы привлечения финансовых средств. Например, некоторые из них давали в передачах список торговцев, которые предоставили покупателям, предъявившим карту радиослушателя, различные льготы. Эту карту можно было приобрести за определенную плату на радиостанции. Другие организовывали кинопремьеры, танцевальные вечера, концерты и в связи с этим неоднократно упоминали имя актера, название фильма или кинотеатра, где проходит зрелище. Часто радиостанции вели прямые передачи с фестивалей, ярмарок, из крупных магазинов. Таким образом, скрытая реклама в передачах присутствовала.

Меньше возражений вызывали коммерческие действия радиостанций, не связанные с самими радиопередачами: производство и продажа пластинок, издание бесплатных еженедельников.

Подходило к концу время, когда частные радиостанции могли существовать на добровольные взносы их создателей. Пришла пора переходить к стадии профессионализма ради сохранения своей аудитории; этот переход требовал финансов. И хотя специалисты уверяли, что частные радиостанции не получают права распространять рекламу, уже в 1984 г. в "Журналь Оффисьель" был опубликован закон, разрешивший им передавать рекламные объявления.

Таким образом, с начала 1980 гг. прошлого столетия во Франции начали сосуществовать две системы радиовещания - государственная и частная.

Первые экспериментальные передачи начались во Франции в 1936 г. Вторая мировая война прервала эти эксперименты. В 1948 г. передачи французского телевидения были возобновлены. Телевизионное вещание во Франции из-за недостатка финансирования развивалось достаточно медленно: в начале 1950 гг. только 10% французов могли смотреть телевизионные передачи. Со временем охват аудитории и объем вещания значительно расширились. К 1957 г. аудитория увеличилась до 50%, в 1967 г. зрительская аудитория составляла 90%.

В 1964 г. было создано Управление по радиовещанию и телевидению - ОРТФ. Это государственное учреждение промышленного и коммерческого характера обладало монополией на вещание и находилось в подчинении у министерства информации и министерства финансов. Совет министров назначал генерального директора ОРТФ, Управление имело собственный бюджет.

Через десять лет ОРТФ было реформировано: были созданы 7 компаний, четыре из них - это общества, занимающиеся распространением передач: Телевизьон Франсез-1 (ТФ-1), Антенн-2 (А-2), Франс-Режьон-3 (ФР-3) и Радио-Франс (РФ). Другие три компании - по обслуживанию первых: Теледиффюзьон де Франс (ТДФ) - обслуживание технических инфраструктур и осуществление вещания; Сосьете Франсез де Продюксьон (СФП) - непосредственное производство телепередач; Национальный институт аудиовизуальных средств - исследование радио и телевидения.

Таким образом, к началу 1980 гг. во Франции функционировали три национальных государственных телевизионных канала: ТФ-1, А-2 (вступил в строй в 1967 г.), ФР-3 (появился в 1976 г.). ФР-3 с самого начала выступал в роли канала, активно налаживающего связь с регионами. В 1984 г. появилось 27 региональных станций, чья деятельность была тесно связана с Франс-Режьон-3.

В ноябре 1984 г. вступила в строй четвертая программа телевидения - Канал-Плюс. Это была частная программа. Появление этого канала было первым фактом отступления от государственной монополии на французском телевидении. Вместе с тем, немаловажно, что хотя программа имела статус частного предприятия, государство через национализированные банки и агентство "Гавас" имело возможность ее контролировать. Владельцами первого французского частного телевизионного канала стали француз Жером Сеиду и итальянский магнат Сильвио Берлускони.

Рубеж 1985-1986 гг. ознаменовался появлением новых частных программ: Пятой программы общенационального французского телевидения и Шестой программы, которая получила название Метрополь-6 (М-6).

Вообще, 1986 г. стал временем активной коммерциализации телевидения. В этом году было объявлено о реформе аудиовизуальных СМИ Франции, в соответствии с намеченными преобразованиями предполагалось провести приватизацию государственного ТФ-1 и некоторых обслуживающих компаний, входящих в государственный вещательный сектор. В 1987 г. ТФ-1 был приватизирован. Основным держателем акций канала стало общество Буига. Компаньоном Буига в покупке ТФ-1 стал магнат английской прессы Роберт Максвелл.

В итоге Франция перешла от полностью государственного телевидения к смешанной системе, в которой к концу 1980 гг. стал доминировать частный сектор: два государственных канала (А-2, ФР-3) против четырех частных (ТФ-1, Канал-Плюс, 5 канал, М-6).

Франция стала одной из первых стран мира, приступивших к осуществлению "культурной дипломатии", создавая за рубежом школы, культурные центры, отделения "Альянс франсэз" и осуществляя научно-

техническое сотрудничество. В последнее десятилетие правительство определило новые ориентиры, способствующие развитию основных каналов международной радиотелевизионной связи, которыми являются ТВ-5, "Канал Франс энтернасьональ", "Радио Франс энтернасьональ" и радиовещательные филиалы компании СОФИРАД. Последняя объединяет средства государства, выделенные для участия в финансировании государственных и смешанных аудиовизуальных предприятий. Эти ориентиры включают три главных направления: превращение ТВ-5 в витрину деятельности Франции за рубежом в области телевидения, поддержка экспорта французских аудиовизуальных программ и увеличение финансовой помощи спутниковым программам.

В этих целях государственное финансирование зарубежной деятельности Франции в области радиовещания и телевидения возросло с 900 млн. франков до 1,4 млрд. франков в 1998 г. ТВ-5, на которую отныне возлагается основная задача по трансляции французских программ за рубеж, является системой многостороннего франкоязычного телевидения, ведущего передачи через спутники или кабельные сети. Эта система, созданная в 1984 г., связывает французский государственный аудиовизуальный сектор ("Франс-2", "Франс-3", СОФИРАД, Национальный институт радио и телевидения) с государственным телевидением франкоговорящей части Швейцарии, Бельгии, Канады и Квебека - отсюда ее название ТВ-5. В 1998 г. программы ТВ-5 смотрели более чем 80 млн. семей почти в 100 странах Европы, Америки, Африки, Азии благодаря примерно 20 спутникам. Она осуществляет вещание круглые сутки, передавая высококачественные программы, на 75% французские: собственные выпуски новостей, подготовленные ТВ-5, последние известия государственного телевидения Франции, Швейцарии, Бельгии, Квебека и Канады, обозрения, теле- и кинофильмы, спектакли, эстрадные представления, игровые программы и т. д.

Канал "Франс энтернасьональ" (КФИ) с момента создания в 1989 г. является банком видеозаписей французских программ, передаваемых через спутники и предназначенных в основном для национального вещания африканских стран. В 1997 г. канал в течение 27 500 часов передавал программы более чем в 80 стран через 100 телеканалов-партнеров. Благодаря наличию шести спутниковых каналов, покрывающих все пять континентов, канал вышел на потенциальную аудиторию, составляющую 354 млн. телезрителей. Получив в 1998 году ассигнования в размере 180 млн. франков, он ежедневно передает 11 полных выпусков новостей (из них два на английском языке), а также множество репортажей в прямом эфире о спортивных соревнованиях (теннисный турнир "Ролан Гаррос", Кубок мира по футболу, велогонки "Тур де Франс" и т. д.). КФИ демонстрирует более 150 полнометражных фильмов в год, документальные фильмы, теле- и кинофильмы, спектакли, обзоры текущих событий, эстрадные программы и программы для молодежи. В рамках новой системы зарубежного вещания КФИ скорректировал свои задачи, сконцентрировавшись на деятельности в качестве банка программ и инструмента технического сотрудничества, а также на выполнении функций вещания на Африку.

Наконец, чтобы способствовать взаимодействию между двумя направлениями деятельности Франции в области телевидения за рубежом, КФИ и ТВ-5 были подчинены единому руководству.

Во Франции телевидение остается самым популярным медиа. Исследования компании Mediametrie показали, что в 2004 году французы в среднем за день смотрели телевизор на 2 минуты дольше, чем в 2003 г. Всего ежедневное телесмотрение во Франции в прошлом году составило 3 часа 42 минуты.

Спутниковая сеть TNT, запущенная во Франции 31 марта и включающая в себя 14 независимых телеканалов, имеет большой успех: продажи от приставок TNT превзошли все ожидания, их тираж достиг 150 тысяч в первую неделю выхода на рынок. Согласно мониторинговой компании Yacast, в течение двух недель после запуска TNT рекламные доходы новых каналов в совокупности достигли 660 тысяч евро.

### **Литература**

1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.

2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.

3 История мировой журналистики / под ред. Беспалова Г. - М.: МарТ, 2003, 423 с.

4 Быков А.Ю. История зарубежной журналистики М.: Юрайт, 2006, 366 с.

### **Контрольные вопросы**

1 Дать характеристику современной печати Франции.

2 Типология ТВ Франции.

3 Кто из французских философов и социологов высказывались о массовой коммуникации и информационном обществе.

4 Перечислить национальные газеты Франции.

5 В чем особенности французского телевидения.

### **Тест**

1 Какая газета коммунистов выпустила 400 номеров за годы оккупации?

- А) Юманите;
- В) Тан;
- С) Экю де Пари;
- Д) Паризьен;
- Е) Матен.

2 Ростом количества каких изданий был ознаменован период освобождения (1944-1946)?

- А) правых;
- В) левых;

- С) жёлтых;
- Д) радикальных;
- Е) нет верного ответа.

3 Какой исторический процесс снизил роль прессы левого толка?

- А) Потсдамская конференция;
- В) Нюрнбергский трибунал;
- С) холодная война;
- Д) расширение НАТО;
- Е) распад СССР.

4 Какую газету можно отнести к правонационалистической печати

- А) Юманите;
- В) Франс Обсерватэр;
- С) Тан Модерн;
- Д) Паризьен либере;
- Е) Монд.

5 Какое издание является наиболее серьезной из всех французских газет времен V Республики, которое давало на своих страницах большой объем информации, в основном внешнеполитической?

- А) Юманите;
- В) Франс Обсерватэр;
- С) Тан Модерн;
- Д) Паризьен либере;
- Е) Монд.

6 Выберите издание, редакторы и издатели которого, резко критиковали внешнеполитический курс Франции, но не могли его изменить в силу малого политического влияния?

- А) СМИ левых группировок интеллигенции;
- В) либерально-объективистская линия;
- С) правонационалистическая печать;
- Д) печать радикалов;
- Е) нет верного ответа.

7 По какому принципу французы чаще классифицируют современные издания?

- А) по стоимости;
- В) по тематике;
- С) по идеологии;
- Д) по популярности;
- Е) по обложке.

8 Какая группа является лидером в издании книг и имеет связи с корпорациями Великобритании, Испании, США?

- A) АМОРИ;
- B) ЭРСАНА;
- C) АШЕТТ;
- D) БАЙЯР-ПРЕСС;
- E) нет верного ответа.

9 Какая группа владеет большим числом ежедневных газет и другой периодики, а также издаёт газеты в Бельгии?

- A) АМОРИ;
- B) АШЕТТ;
- C) ЭРСАНА;
- D) БАЙЯР-ПРЕСС;
- E) нет верного варианта.

10 Какие газеты Франции сегодня можно отнести к национальным?

- A) «Монд»;
- B) «Экип»;
- C) «Фигаро»;
- D) «Либерасьон»;
- E) все вышеперечисленные ответы верны.

11 Газеты какой группы возглавляют список тиражей, но управляются они старыми консервативными методами?

- A) АМОРИ;
- B) МОНД;
- C) АШЕТТ;
- D) ЭРСАНА;
- E) БАЙЯР-ПРЕСС.

12 Какое объединение, основанное в 1873 году, занимается выпуском католической прессы?

- A) АМОРИ;
- B) БАЙЯР-ПРЕСС;
- C) МОНД;
- D) АШЕТТ;
- E) ЭРСАНА.

13 Какое общество, объединило пять предприятий по выпуску ежедневной прессы - парижской и провинциальной?

- A) БАЙЯР-ПРЕСС;
- B) МОНД;
- C) ПЛЮРИКОММЮНИКАСЬОН;

- D) АШЕТТ;
- E) ЭРСАНА.

14 Как французская пресса классифицируется по территории распространения?

- A) столичные и региональные;
- B) региональные и местные;
- C) местные и столичные;
- D) столичные, региональные и местные;
- E) нет верного варианта.

15 Какая группа выделилась из столичных СМИ?

- A) газеты коммунистов;
- B) газеты либералов;
- C) газеты интеллигенции;
- D) газеты радикалов;
- E) национальные газеты.

16 Какой процесс стал одним из законов эволюции провинциальной прессы?

- A) концентрация;
- B) экспансия;
- C) урбанизация;
- D) конвергенция;
- E) нет верного ответа.

17 Кто стал своего рода "символом" процесса концентрации региональной печати?

- A) Мэт Смитт;
- B) Робер Эрсан;
- C) Кристофер Эклстон;
- D) Дэвид Тэнант;
- E) Питер Капальди.

18 Кто разместил первые варианты своих 17 местных изданий в глобальной сети?

- A) БАЙЯР-ПРЕСС;
- B) АМОРИ;
- C) Телеграмм де Брест;
- D) МОНД;
- E) АШЕТТ.

19 Сколько газет Франции в настоящее время имеют свои интернет-версии?

- A) 5;
- B) 1;

- C) 11;
- D) 35;
- E) 15.

20 В каком году были выработаны основные принципы, регламентировавшие работу радиовещания во Франции, и создана служба радиовещания в аппарате Министерства почт и телеграфа?

- A) 1911;
- B) 1915;
- C) 1917;
- D) 1921;
- E) 1926.

21 Рупором кого были государственные радиопрограммы Франции?

- A) правительства;
- B) оппозиции;
- C) интеллигенции;
- D) коммунистов;
- E) нет верного ответа.

22 В каком году была создана национальная государственная компания Радио-Франс?

- A) 1953;
- B) 1974;
- C) 1986;
- D) 1991;
- E) 1996.

23 Какая организация была создана в 1964 году?

- A) ВГТРК;
- B) НОД;
- C) ОРТФ;
- D) ФБК;
- E) СНГ.

24 Какой государственный телевизионный канал функционировал к началу 1980-х?

- A) Daily Mirror;
- B) Daily Mail;
- C) Daily Express;
- D) ТФ-1;
- E) Daily Telegraph.

25 Какой канал является банком видеозаписей французских программ, передаваемых через спутники и предназначенных в основном для национального вещания африканских стран?

- A) Фоллоу ми;
- B) Фуркад;
- C) Фигаро;
- D) Франс экспресс;
- E) Франс Энтернасьональ.

26 Какая держава стала одной из первых стран мира, приступивших к осуществлению "культурной дипломатии"?

- A) Франция;
- B) Россия;
- C) Чили;
- D) Мексика;
- E) Аргентина.

27 Выберите государственный канал.

- A) ТФ-1;
- B) А-2;
- C) Канал-Плюс;
- D) 5 канал;
- E) М-6.

28 Выберите государственный канал.

- A) ТФ-1;
- B) Канал-Плюс;
- C) ФР-3;
- D) 5 канал;
- E) М-6.

29 Какой год стал временем активной коммерциализации телевидения?

- A) 1933;
- B) 1953;
- C) 1974;
- D) 1986;
- E) 1991.

30 Кто стал владельцами первого французского частного телевизионного канала?

- A) Дэвид Тэнант;
- B) Джоди Уиттакер;
- C) Питер Капальди;
- D) Кристофер Эклстон;

Е) Жером Сеиду.

## **Тема 7 Основные тенденции развития журналистики Великобритании**

**Цель:** дать характеристику системе СМИ Великобритании, ведущим телекомпаниям, мировым газетам, определить перспективы и особенности их развития; ознакомиться с законодательством в области СМИ изучаемой страны.

### **План**

1 СМИ Великобритании. Крупнейшие монополистические объединения и их роль в национальной журналистике.

2 Понятие о транснациональных корпорациях (ТНК). Вертикальная интеграция информации и индустрии развлечения в империи Р. Мэрдока 1980-х гг. Сращивание газетно-журнального бизнеса с аудиовизуальными СМИ в 1990-е годы. «Качественные» и «массовые» издания.

3 История и становление Би-Би-Си. Структура вещания. Принципы вещания и политика организации. Требования к журналистам Би-Би-Си. Законодательная база телевидения и радио Великобритании.

В Англии начала 1980 гг. имелись только две информационные вещательные организации, транслирующие новости и телепередачи одновременно на всю страну, - "British Broadcasting Corporation" и "Independent Television News", каждая из которых обеспечивала около двух часов информационного вещания в день. К началу XXI века в этом островном государстве насчитывается уже пять поставщиков телевизионной журналистики, доступной для британской аудитории. Число часов телевизионных новостей, доступных специализированному абоненту, увеличилось за это время по экспоненте, поскольку, во-первых, круглосуточно вещающие информационные каналы вышли на спутниковую трансляцию и, во-вторых, увеличилось число служб утренних новостей. Радиожурналистика тоже значительно расширяется, увеличивая число национальных и местных каналов. В типологической системе английских печатных СМИ возник совершенно новый сектор "freesheet" - "горячие новости".

Попробуем описать британскую индустрию журналистики и таким образом нарисовать своеобразную карту информационных служб Великобритании.

Самый старый поставщик информационной журналистики в Великобритании, "BBC", начала жизнь в 1922 г. при заводе радиоаппаратуры. Поэтому первоначально она финансировалась платой лицензии и акциями (долей платы за право продажи радиоприемников). В 1926 г. радиовещательная компания была национализирована и получила свое нынешнее название - "BBC". С этого времени она была призвана служить культурной, моральной и воспитательной силой для усовершенствования знания, вкуса и стиля, манер и поведения аудитории. "BBC" имеет статус общественной корпорации и формально считается независимой, хотя контроль ее деятельности

осуществляется правительством: оно определяет политическую направленность ее передач, ее финансы и состав руководства. Наряду с эфирным вещанием уже тогда "BBC" стала уделять большое внимание подготовке, записи и рассылке программ, предназначенных для ретрансляции местными станциями. Эти передачи получили название "консервированных" или "расфасованных".

Но, повторюсь, при условии поддержки Королевской хартией "BBC" была конституирована как общественная служба, финансируемая общественным налогообложением. Так продолжалось до 1996 г., когда Королевская хартия была пересмотрена в пользу привлечения коммерческого капитала.

Несмотря на активное развитие телевидения, радио сохранило свою часть британской аудитории. Более того, начиная с 1986 г., интерес к радио в Великобритании постоянно растет, поскольку значительное число станций стало спутниковыми: с восьми часов сорока минут в неделю в середине 1980 гг., прослушивание передач увеличилось к 1992 г. до десяти часов 26 минут в среднем за неделю. В системе английского официального государственного радиовещания выделяется несколько направлений.

Во-первых, внутреннее вещание на английском языке на средних и длинных волнах, не предназначавшееся для зарубежных слушателей. Но малая территория государства, близость границ и неизбежное прослушивание передач в соседних странах предопределили необходимость перепланирования радиопередач с учетом того, что их будут принимать за рубежом.

Во-вторых, радиовещание на английском языке на коротких волнах для зарубежных слушателей - продукт империалистической колониальной политики Англии, самое разветвленное, мощное и эффективное на сегодняшний день.

В-третьих, вещание на иностранных языках на коротких и средних волнах для соседних и далеких стран, подчиненное задачам внешней политики Великобритании.

В меморандуме "BBC" 1930 гг. "Империя и всемирное вещание" указывалось, что создание коротковолнового радиовещания преследует желание прибегнуть к сознательной радиопропаганде, - экспортируя сначала радиопрограммы, а затем и телевизионные, Англия сознательно осуществляла политику "культурного империализма". Стремление завоевать доверие на "стратегическом уровне" было и остается предметом особой заботы в деятельности "BBC", подчеркивающей, что если бы она объявила о том, что премьер-министр умер, а он появился на следующий день на улице, то его никто бы не узнал. Но в этом же меморандуме обращалось внимание на то, что возникшие в европейских странах коротковолновые станции, ведущие передачи на иностранных языках, могут сильно изменить информационную карту мира. "Британская империя, - декларировалось в документе, - не может оставаться в стороне и располагает ничуть не меньшим правом, чем остальные, - правом распространять свои идеи и свою культуру".

Господствующей вещательной компанией в Британской радиожурналистике до сих пор остается "BBC", созданная в первые десятилетия XX века. Она ежегодно передает приблизительно по четыре тысячи часов национальных

новостей, обзоров, и документальных программ по пяти каналам, что составляет приблизительно 30% выпуска общей радиопродукции, имея через спутниковые службы связи выход и на глобальную аудиторию численностью в сто двадцать миллионов человек.

Поставка новостей коммерческим радиостанциям традиционно осуществлялась "Independent Radio News", до октября 1992 г. принадлежавшей Группе связи королевской власти. Потом "IRN" слился с "ITN", переместившись в штаб-квартиру "ITN" в Лондоне, уже отсюда служба с сетевой структурой почасовых бюллетеней новостей передавала свою продукцию коммерческим компаниям страны последнее десятилетие минувшего века.

В начале 1990 гг. маленькие радиостанции объединились в "Broadcasting Act dozens". Почти одновременно с этим возникло и несколько новых национальных каналов, имеющих как часть своей структуры вещания информационные службы. "IRN" продолжает снабжать эти станции. Но вместе с тем объединились и конкурирующие поставщики, такие как "National Network News" и "Europe FM". Большие и более богатые местные станции, типа "Radio Clyde" в Глазго, производят большую часть собственных новостей и радиобозрений.

Однако самым популярным из СМИ в Великобритании остается телевидение. И здесь ведущей оказалась старейшая информационная вещательная корпорация "BBC".

Напомню, что уже изначально "BBC" должна была стать главным поставщиком массовой информации в Великобритании, посвящая большую долю информационных ресурсов новостям, сначала по радио, и затем на двух каналах телевидения. Сегодня приблизительно 17% продукции телевидения сети "BBC" посвящены новостям и телепередачам. В 1990 г. "BBC 1" посвятила миллион сто шестьдесят четыре тысячи часов новостям и телеобзорам и девятьсот девяносто две тысячи часов другим программам, среди которых немаловажное место заняли документальные фильмы. Для "BBC 2" эти данные составляют двести шестьдесят восемь тысяч часов и миллион триста семьдесят четыре тысячи часов соответственно. Управление новостей и телеобзоров - подразделение, ответственное за журналистику "BBC" - имело бюджет в 1991 г. сто тридцать миллионов фунтов стерлингов (приблизительно 24% общих затрат телевидения).

"BBC" имела монополию телевизионных новостей в Великобритании вплоть до 1954 г., когда была запущена коммерческая сеть, производившая собственные новости и телепередачи. "Independent TV" занялось созданием телепередач и документальных программ, в то время как производство новостей обеспечивалось "Independent Television News". "ITN" находился в коллективной собственности всех "ITV" компаний и управлялось по принципу - "не получают прибыль, производя". К 1988 г. "ITN" использовал больше тысячи человек персонала для производства более чем двадцать пять часов новостей еженедельно.

Большая часть новостей и телепрограмм "BBC" и всех новостных программ "ITN" создаются в Лондоне, а затем распространяются через сетевую структуру

по всей Великобритании. При этом "BBC" и "ITV" обеспечивают и региональные информационные службы. Начиная с 1992 г., после слияния "Yorkshire-TV" и "Tyne-TV", в стране существует двенадцать независимых телекомпаний, охватывающих страну, каждая с собственными локально производящимися журналами, бюллетенями новостей, и текущими телепрограммами. И дело тут в том, что после лицензирования, результаты которого были объявлены в октябре 1991 г., каждой из компаний предложили делать больший акцент на региональной тележурналистике.

"BBC" тоже имеет региональные ветви, производящие локальные телевизионные новости и программы. После того как в 1992 г. "Юго-восточное BBC" и "Юго-западное BBC" слились в одно - "Южное BBC", эта вещательная корпорация насчитывает девять региональных отделений.

С 1985 г. Британское сетевое телевидение приобрело третьего поставщика журналистики - "TV-am", специально запатентованного, для обеспечения утренней службы новостей независимой телесети. "TV-am" включал в себя консорциум банка и масс-медиа, возглавляемые прежним руководителем австралийского "Channel 9" Брюсом Гингеллом. Чтобы конкурировать с "TV-am", "BBC" пришлось выпускать собственные утренние новости.

В октябре 1991 г. "TV-am" потерял эксклюзив утренних новостей, он перешел к конкурирующей организации "Sunrise consortium". Это группа средств массовой информации, которые включают в себя "Guardian and Manchester Evening News", "STV" и корпорацию "Walt Disney". Новая служба начала трансляции с 1 января 1993 г., получив название "Good Morning Television" - "GMTV".

Развитие спутникового телевидения привлекло к нему внимание крупных корпораций, сделавших ставку на коммерческое использование его возможностей. В Англии так и произошло: именно коммерческие структуры первыми приступили к реализации масштабных проектов космического телевидения. В 1993 г. 15% британских телезрителей уже имели доступ к программам спутникового телевидения - либо через кабельные сети, либо через собственные приемные устройства. А через пять лет к "небесному" телевидению были приобщены уже около 30% британских семей.

В 1989 г. "News Corporation" Р.Мэрдока запустила канал "Sky News". Это был первый 24-часовой телевизионный канал новостей Англии. Он стал частью службы "Sky Television servise", передающей сигналы через спутник "Astra". "Sky News" стал четвертым национальным поставщиком новостей в Великобритании.

В течение короткого времени, приблизительно шести месяцев, в стране существовал еще один спутниковый поставщик новостей - канал "British Satellite Broabcasting", который был запущен четырнадцатью месяцами после "Sky" на системе DBS. Между апрелем и октябрём 1990 г. "BSB" и "Sky" боролись "дорогой" ценой за абонентов со своими полностью несовместимыми системами, теряя, по некоторым оценкам, до 1,25 миллиарда фунтов стерлингов. Ни Р.Мэрдок, ни консорциум, который имел "BSB", не могли выдерживать такие

потери очень долго, и в конце октября 1990 г. было объявлено, что сети спутниковой связи сольются, сформировав канал "BSkyB", 50% которого отдается "News Corporation", 16% - "Pearson", 12% - "Granada Television" и 3,7% - "Reed International". В начале 1992 г. компания была уже на грани рентабельности, имея 2,8 миллиона домов подписчиков в Великобритании.

"BSkyB", привлекая в 1994 г. к себе четыре миллиона британских абонентов, стала второй по числу подписчиков в Европе. К концу 1995 г. компания предлагала своим подписчикам двадцать восемь разнообразных спутниковых каналов, главным образом - развлекательных.

"Sky News" были первой английской круглосуточной телевизионной информационной службой. Им в течение ряда лет приходилось выдерживать конкуренцию американского производства "Cable Network News", принадлежащего американскому предпринимателю Т. Тернеру и работающего по той же технологии передачи сигнала. В апреле 1992 г. "CNN" по примеру "Sky News", приступила к вещанию через спутник "Astra", таким образом, получив доступ к потенциальному рынку из приблизительно восьми миллионов домов и заявив себе как серьезной силе в Британских телевизионных новостях.

В среднем в неделю в 1992 г. "BBC" производила приблизительно шесть часов новостей и телеобзоров, тогда как "ITN" приблизительно - четыре. Абоненты со спутниковыми "Astra"-тарелками или кабельным телевидением могли, при желании, отслеживать новости в течение двадцати четырех часов в день.

Примерно в то же время была предпринята попытка ворваться и в международный телевизионный рынок новостей, - путем создания "Всемирной службы BBC". В ноябре 1991 г., после нескольких лет планирования, была запущена глобальная служба спутникового телевидения "World Service Television News". "BBC" надеялась сделать службу "WSTN" основой для собственного круглосуточного внутреннего канала теле новостей, который конкурировал бы в Великобритании и со "Sky News", и с "CNN".

Постоянный дефицит средств на развитие вещательной деятельности вынудил эту общественную корпорацию искать в начале 1990 г. коммерческих партнеров для развития своих спутниковых служб, адресованных зарубежной телеаудитории. Уже в 1991 г. был создан самофинансирующийся филиал - "Всемирная служба телевидения BBC", призванная обеспечить телевещание в глобальном масштабе. В зависимости от специфики региона, на который осуществлялось вещание, формировалась формула вещания и набор транслируемых программ. К 1993 г. служба обеспечивала вещание на три континента - Европу, Африку и Азию.

Европейский платный канал предлагал в рабочие дни восемнадцатичасовой набор программ, а в выходные - пятнадцатичасовой. В сетку вещания включали главным образом программы британских каналов "BBC1" и "BBC2". Европейским телезрителям предлагались программы новостей, включая получасовой международный новостной выпуск, комические сериалы, драматические, спортивные и детские передачи, а также документальные

фильмы, в создании которых "BBC" добилась впечатляющих успехов. Прием передач осуществлялся либо напрямую (при наличии индивидуальной спутниковой антенны и декодера), либо через кабельную сеть.

Азиатский канал британской Всемирной службы телевидения - первый круглосуточный канал "BBC", вещающий на зарубежную аудиторию - начал функционировать в ноябре 1991 г. Он предложил телезрителям в странах Азии ежечасные программы новостей, включая специальные выпуски, посвященные событиям на этом континенте, а также комментарии текущих событий. Прием его передач осуществляется свободно, при наличии индивидуального или коллективного спутникового приемного устройства.

Информационный канал вещания для Африки начал действовать с апреля 1992 года. Телезрители могли знакомиться с его передачами, в том числе просматривая и эфирные передачи национальных телекомпаний, заключивших соглашение с "BBC" на прием и ретрансляцию программ канала.

В ноябре 1992 г. "BBC Enterprises", - коммерческий филиал "BBC", занимающийся продажей программ корпорации по всему миру и инвестированием полученных средств в производство программ и техническое развитие, - в сотрудничестве с британской коммерческой телекомпанией "Thames-TV" создали спутниковый канал непосредственного вещания "UK Gold". Он специализируется на передачах через спутник "Astra" развлекательных, драматических, комедийных, детских программ и сериалов, извлеченных из обширных "архивов" этих двух телекомпаний.

В отличие от "CNN" спутниковая служба "BBC" учитывает специфику аудитории в различных регионах мира. Вследствие этого, например, в Азии "BBC" имеет больше зрителей, чем созданная Т.Тернером спутниковая служба новостей "CNN".

Что же касается печатных СМИ, то в Великобритании к августу 1992 г. насчитывалось тринадцать национальных ежедневных газет с общим тиражом более чем четырнадцать миллионов экземпляров. Самые большие тиражи были у бульварных газет "Daily Mirror", "Sun", "Daily Mail" и "Daily Express". И только пятое место среди наиболее популярных газет занимает "Daily Telegraph", характеризующаяся как broadsheet - массовая широкополосная газета, относящаяся к качественной прессе. Это единственная ежедневная качественная массовая газета с тиражом более чем пятьсот тысяч экземпляров. Таблоиды доминируют и на воскресном рынке. Из десяти национальных газет, выходящих в воскресенье и доступных британскому читателю, пять наиболее популярных можно назвать "бульварными газетами".

Надо иметь в виду, что эти данные - всего лишь моментальный снимок национального газетного рынка: так он выглядел в течение шестимесячного периода с января по июнь 1992 г. Между тем, в течение пятилетнего периода между 1988 и 1992 гг. наблюдалось последовательное снижение упоминаний бульварных газет, таких как "Sun" и "Daily Star".

**Главные собственники и доля акций  
национального газетного обращения в Великобритании**

<i>Собственники: Издания</i>	<i>Ежедне</i>	<i>Воскре</i>
News International: Sun, Today, Times, Sunday Times, News of World	31.3	36
Mirror Group Newspapers: Daily Mirror/Record, Sun, Sunday Express	25.4	30
United Newspapers: Daily Express, Star, Sunday Express	16.4	10.4
Associated Newspapers: Daily Mail, Sunday Mail	10.8	12
Hollinger: Daily Telegraph, Sunday Telegraph	7.3	3.4
Newspapers Publishing: Independent, Independent on Sunday	2.7	2.4
Guardian and Manchester Evening News: Guardian, Evening News (с мая 1993 года)	2.9	3.3
Financial Times Ltd: Financial Times	2	-
Apollo: Sport, Sunday Sport	-	1.9
Morning Star Cooperative Society: Morning Star	-	-

Как видно из этой таблицы, собственность британской национальной прессы сконцентрирована в руках десятка издательских организаций.

Самая большая из них - "News International" - принадлежит Р.Мердоку. Вторая по мощности, "Mirror", была перекуплена Робертом Максвеллом в 1984 г. при скандальных обстоятельствах. И все же никто не подозревал в момент этой сделки, что именно ей суждено положить начало новой стадии периодически разгорающейся войны с профсоюзами печатников из-за раздутых штатов и права руководить, завершившейся созданием новой газетной империи. Подробнее об этом можно прочитать в книге Джо Хейнза "Максвелл. Биография успеха издателя, миллиардера, политика", выпущенной на русском языке совместно издательствами Москвы и Тбилиси в 1991 г. После загадочной смерти Роберта Максвелла 5 ноября 1991 г. управление "Mirror Group" перешло консорциуму банков и других банковских учреждений. К этому времени она уже является собственником 25% ежедневных и 30% воскресных печатных изданий.

В книге известного публициста и политического обозревателя Джеффри Гудмана "From Bevan to Blair: Fifty Years' Reporting from the Political Frontline" утверждается, что Максвелл испытывал серьезные финансовые затруднения, и от окончательного банкротства его спасало лишь то обстоятельство, что ему помогали оставаться на плаву многочисленные приятели в высших

политических кругах. Гудман отмечает, что к 1980 гг. главной статьей дохода Максвелла стали проекты в коммунистических странах Восточной Европы. При этом публицист намекает на то, что у Максвелла были тесные связи, как с разведками коммунистов, так и с разведслужбами стран Запада и Израиля. Более того, он утверждает, что Максвелл передавал на Запад сведения о политической ситуации в Восточной Европе и, прежде всего, в СССР. При этом Гудман не исключает, что медиа-магнат был "двойным агентом". К 1991 г. вокруг Максвелла настолько "сгустились тучи", что дело могло закончиться громким судебным процессом. В этой ситуации Максвелл мог начать шантажировать своих влиятельных друзей из мира большой политики. Гудман полагает, что к смерти Максвелла могли быть причастны спецслужбы США, Великобритании, СССР, Франции и Израиля. Причем он пишет, что они могли объединить усилия для того, чтобы устранить столь опасную для них фигуру.

В ноябре 1992 г. "Mirror Group Newspapers" объявила о назначении на должность руководителя и главного редактора "Today" и "News of World" Дэвида Монтгомери, который продержался в руководстве "Mirror Group" до 1999 г. Это назначение обозначило главные изменения в управлении собственностью "Mirror Group", включая новых редакторов для "Daily Mirror" и "Sunday People", и изменения в практике найма служащих. Цель изменений состояла в том, чтобы увеличить прибыль "Mirror Group", которая в конце 1992 г. была значительно ниже, чем у "News International". Это было необходимо, прежде всего, для подготовки ее к возможной продаже...

В числе других главных владельцев газетного рынка - "United Newspapers" (все издания "Express"), группа Конрада Блэка "Hollinger" ("Daily" и "Sunday Telegraph"), "Associated Newspapers" ("Mail" и "Mail on Sunday"), и "Apollo LTD" Дэвида Салливана. Репутация Д.Салливана и его благосостояние были построены на издании порнографических журналов и сексуальных пособий, но он теперь обладал двумя национальными газетами: "Daily Sport" и "Sunday Sport". А к сентябрю 1992 г. он запустил в производство региональную газету "Sunday News and Echo".

"Guardian" и "Independent" кажутся независимыми, поскольку не принадлежат ни одной из вышеупомянутых корпораций, - это акционерное общество, организованное таким способом, чтобы гарантировать целостность пакета редакционных документов. Хотя в 1991 г. "Independent" и ее двойник "Independent on Sunday", испытав финансовые затруднения, изменили структуру и позволили иностранным инвесторам купить существенную долю своих акций.

"Morning Star" еще в недавнем прошлом - газета Коммунистической партии Великобритании. В посткоммунистическом мире ей приходится бороться за читателей: только их средства могут поддержать тираж этой газеты, составляющий приблизительно сто тысяч экземпляров. В новой политической среде 1990 гг., без субсидий Коммунистической партии Советского Союза, остается неопределенным, насколько длительным будет ее существование.

1980 и начало 1990 гг. были периодом развития региональной прессы, особенно рынка небольших, "общинных" газет, газет местного сообщества,

полностью финансируемых за счет рекламных доходов - "freesheets" (буквально - "горячие новости"). Сегодня существует множество компаний, издающих сотни таких газет во всех уголках страны. Главной функцией они полагают рекламу местного бизнеса и услуг, но это не мешает им отслеживать местные новости, привлекая внимание потенциальных читателей.

В дополнение к "freesheets", конечно, имеются сотни подписных газет, издаваемых за пределами Лондона. Достаточно большой тираж у шотландских изданий, таких как "Daily Record", "Sunday Mail", "Herald" и "Scotsman". Меньшим тиражом обладают издания, целенаправленно предназначенные для аудитории маленьких городов и сельских общин. При этом надо иметь в виду, что для шотландцев, конечно, эти газеты не региональные, а национальные, так же как "Wales on Sunday" для жителей Уэльса или "Belfast Telegraph" для североирландцев.

Так же как в случае с национальной прессой, собственность и контроль над региональной газетной индустрией Великобритании сконцентрированы в руках небольшого числа компаний. Важнейшие среди них - "Thomson Regional Newspapers" ("TRN"), "Reed Regional Newspapers" ("RRN"), "Yellow Advertiser Group", "East Midlands Allied Press" ("EMAR") и "Westminster Press". К ним присоединяются и некоторые национальные собственники, такие как "Associated Newspapers", "United Newspapers", "Guardian and Manchester Evening News group".

Никакой, даже самый краткий обзор британских печатных СМИ не был бы полон без указания специфического сектора периодической печати - еженедельных, двухнедельных и ежемесячных изданий, которые балансируют между журналистикой, досугом, развлечением и бизнесом. Некоторые периодические издания, такие как "Private Eye" и "Economist", находящиеся в числе наиболее успешных изданий в стране, если измерять тиражом и рекламным доходом, - имеют явно выраженный журналистский акцент. Так сатирический "Private Eye", в частности, занимается расследованием скандалов в мире политики и бизнеса. В своей относительно краткой жизни он открыл такие тайны, которые впоследствии становились главной новостью в повестке дня. "Economist", как и предполагает его название, проводит предварительные анализы и дает комментарии по внутренней и международной экономической ситуации.

Огромное большинство периодических изданий, однако, оперирует в том, что британское "Audit Bureau of Circulation" называет "специальными потребителями и деловыми рынками". Это, например, "Exchange and Mart" и "What Car?", специализирующиеся на обеспечении практической информацией покупателей и продавцов товаров и услуг. Или журналы "House and Garden" и "Good Housekeeping", содержащие советы домашним энтузиастам художественного оформления и любителям мастерить. В их числе и журналы "Face" и "i-D", которые публикуют материалы о модном стиле в одежде, музыке и о популярной культуре. Сюда же можно включить "Cosmopolitan" и "Woman's

Own", адресованные женской аудитории, или "Management Today", рассчитанный на профессиональных менеджеров.

К июню 1992 г. в стране имелось 2394 специализированных издания. Самые многотиражные и прибыльные издания Великобритании среди них: "What's on TV", "Radio Times", "Reader's Digest", "Cosmopolitan", "Vogue", "Economist", "Smash Hits", "People's Friend", "What Car?", "Exchange and Mart". Увеличение числа специализированных изданий на 18% за четыре года, начиная с 1988 г., указывает на то, что они в целом составляют относительно здоровую долю индустрии печати. Их собственность сконцентрирована, подобно национальным и региональным газетам, в больших компаниях типа "Argus", "EMAP" и "Reed", но это один из тех секторов, в котором процветают и многие относительно маленькие независимые компании. Причем некоторые, например "Pressdram", которая издает "Private Eye", хорошо, давно и прочно "стоят на ногах". Другие, из числа действующих на быстро расширяющемся рынке компьютерных журналов, "Future Publishing", например, активно эксплуатируют изменяющиеся технологии и экономическую организацию издательского дела.

Итак, информационный рынок Великобритании достаточно многообразен, здесь существует приличная конкуренция между изданиями. Традиционно на рынке есть два типа СМИ - качественные и массовые. Если первые рассчитаны на подготовленных, образованных читателей, то вторые - на широкого потребителя информации. Здесь публикуются скандальные, разоблачительные истории, их "конек" - оперативность, сенсационность, яркая иллюстративность материалов, что собственно и привлекает к этим изданиям миллионы читателей. Именно броскостью в подаче публикаций, пусть даже в ущерб вкусу, такту, каждая из таких газет стремится взять верх над конкурентами.

Это требует определенного набора личных качеств у работающих здесь журналистов. В жизни они могут быть вполне пристойными людьми, но к читателю выходят как прагматики, в меру циничные люди, не слишком скованные моральными обязательствами перед своими героями. Такими качествами в большей мере обладают люди молодого возраста. Этот набор воспитывается в них отнюдь не на университетской скамье.

Неудивительно, что ради достижения главной цели, на работу в редакцию берется бойкий репортер, который хоть и обладает смутными представлениями о профессиональных критериях, но с полуслова понимает, чего от него ждут. Владельцы изданий, несмотря на разницу в политических и личных амбициях, руководствуются сугубо прагматическими задачами и потому в подборе необходимых им кадров частенько пренебрегают наличием у творческих сотрудников специального журналистского образования.

Между тем, исследователи считают, что журналистика не только играет важную роль в экономике страны, но и является ключевой социальной и культурной силой в обществе. Так, по их подсчетам, в Англии 80% совершеннолетних читает, по крайней мере, одну национальную газету, 75% взрослого населения читает воскресные газеты, а основным источником

информации британцев о событиях не только в мире, но и национальных является телевидение.

С учетом этой исключительной роли профессия журналиста, казалось бы, давно должна восприниматься здесь с пиететом, в смысле ее пристального изучения. Но лишь в 1949 г. Королевская комиссия по прессе провозгласила идею о необходимости создания журналистских курсов, призванных обеспечить профессиональную подготовку журналистских кадров. С тех пор споры о методике профессионального образования не умолкают. В самом деле, можно ли только теоретически научить такому важному направлению, как журналистика расследования, давно ставшему предметом гордости британских СМИ? Однако британские центры по изучению сферы массовых коммуникаций традиционно не очень охотно привлекают к образовательному процессу журналистов-практиков. Между практиками и теоретиками в Англии существует скрытое противоборство, что отражается на качестве обучения. Далеко не все журналистские центры несут ответственность и за организацию студенческих практик.

Еще одна актуальная проблема этого образования заключается в том, что оно, помимо недостатка практики, страдает нехваткой общегуманитарных предметов. Журналистские центры пренебрегают преподаванием иностранных языков, мало обращаются к изучению культур других стран и народов, предпочитая обращать внимание преимущественно на технологические особенности профессии. В учебные программы ряда центров не входит и изучение истории, философии, стилистики родного языка.

Получается что, с одной стороны, в ходе обучения журналистике в обычном университете студентам недостает обычного "тренинга", а с другой, - им не хватает образования в области культуры. И хотя последнего они по причине своего возраста и присущего ему максимализма могут не осознавать, это ярко проявляется во время их работы в средствах информации.

Репортажи, особенно в местной прессе, временами поверхностны, обтекаемы, интервью страдают слабым проникновением в психологию собеседника. Да и столичные издания Великобритании не отличаются большой глубиной и содержательностью. К сожалению, примеров, подтверждающих наличие индивидуального, самостоятельного мнения в прессе этой страны, относительно немного, а те, что есть, чаще всего принадлежат политикам или политологам, но не самим журналистам.

Журналистское образование в этой стране по-прежнему порождает множество вопросов и вызывает споры в профессиональной среде - и со стороны преподавателей, и со стороны практиков. Этот нормальный, цивилизованный процесс поиска истины привел к тому, что сегодня Великобритания занялась изучением опыта других стран в сфере массовой коммуникации. Английский снобизм, вошедший в поговорки многих народов мира, сменился практическим интересом к жизни журналистики, прежде всего, европейских стран.

## **Литература**

- 1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.
- 2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.
- 3 История мировой журналистики / под ред. Беспалова Г. - М.: МарТ, 2003, 423 с.
- 4 Быков А.Ю. История зарубежной журналистики М.: Юрайт, 2006, 366 с.

## **Контрольные вопросы**

- 1 Какова история становления Би-Би-СИ?
- 2 Определить принципы вещания и политику организации.
- 3 Каковы перспективы создания цифрового радио и ТВ?
- 4 В чем суть вертикальной интеграции информации и индустрии развлечения империи Р. Мэрдока
- 5 Назвать информационные программы Би-Би-Си в Юго-восточной Азии, Индии, Центральной Азии и Казахстане.

## **Тесты**

- 1 Сколько информационных вещательных организаций имелись в Англии начала 1980-х?  
А) 2;  
В) 5;  
С) 8;  
D) 10;  
E) 15.
  
- 2 Назовите информационную вещательную организацию, которая транслировала новости и телепередачи одновременно на всю странув Англии начала 1980-х годов?  
А) CNN;  
В) BBC;  
С) Japan news;  
D) ВГТРК;  
E) Хабар.
  
- 3 Назовите информационную вещательную организацию, которая транслировала новости и телепередачи одновременно на всю странув Англии начала 1980-х годов?  
А) ВГТРК;  
В) Хабар;  
С) ITN;  
D) RT;  
E) Japan news.

4 Назовите самого старого поставщика информационной журналистики в Великобритании?

- A) ВГТРК;
- B) Хабар;
- C) RT;
- D) BBC;
- E) Japan news.

5 Сколько к началу XXI века в Великобритании насчитывается поставщиков телевизионной журналистики, доступной для британской аудитории?

- A) 1;
- B) 2;
- C) 3;
- D) 4;
- E) 5.

6 В каком году радиовещательная компания была национализирована и получила свое нынешнее название - "BBC"?

- A) 1926;
- B) 1931;
- C) 1939;
- D) 1941;
- E) 1953.

7 Благодаря какому документу "BBC" была конституирована как общественная служба, финансируемая общественным налогообложением?

- A) Закон о СМИ;
- B) Королевская хартия;
- C) Закон о налогообложении британских подданных;
- D) Закон о теле и радио вещании;
- E) Закон о независимости СМИ.

8 В пользу чего была пересмотрена Королевская хартия в 1996 году?

- A) интересов демократии;
- B) интересов коммунистов;
- C) привлечения коммерческого капитала;
- D) интересов анархистов;
- E) интересов правительства США.

9 Какое направление существует в системе английского официального государственного радиовещания?

- A) внутреннее вещание на английском языке на средних и длинных волнах;

- В) вещание на иностранных языках на коротких и средних волнах для соседних и далеких стран;
- С) радиовещание на английском языке на коротких волнах для зарубежных слушателей;
- Д) все вышеперечисленные ответы верны;
- Е) нет верного варианта.

10 Какую политику сознательно осуществляла Англия?

- А) «культурного расизма»;
- В) «глобального царизма»;
- С) «интернационализма»;
- Д) «коммерческого коммунизма»;
- Е) «культурного империализма».

11 Сколько часов национальных новостей ежегодно передаёт компания «BBC»?

- А) 4000;
- В) 5000;
- С) 3000;
- Д) 2000;
- Е) 9000.

12 Когда маленькие радиостанции объединились в "Broadcasting Actdozens"?

- А) в конце 1990-х
- В) в начале 1990-х
- С) в конце 2000-х
- Д) в начале 2000-х
- Е) нет верного ответа

13 В каком городе производится большая часть новостей и телепрограмм "BBC" и всех новостных программ "ITN"?

- А) Оттава;
- В) Глазго;
- С) Лондон;
- Д) Эдинбург;
- Е) Йорк.

14 Назовите первый 24-часовой телевизионный канал новостей Англии.

- А) BBC;
- В) CNN;
- С) Japan news;
- Д) Sky news;
- Е) нет верного варианта.

15 На какие континенты к 1993 году обеспечивала вещание «Всемирная служба телевидения ВВС»?

- A) Азия и Европа;
- B) Африка и Европа;
- C) Африка и Азия;
- D) Америка и Европа;
- E) Европа, Африка и Азия.

16 В каком году начал действовать британский информационный канал вещания для Африки?

- A) 1992;
- B) 1995;
- C) 1997;
- D) 1999;
- E) нет верного ответа.

17 Назовите коммерческий филиал "ВВС", занимающийся продажей программ корпорации по всему миру и инвестированием полученных средств в производство программ и техническое развитие.

- A) BBC Express;
- B) BBC Enterprises;
- C) BBC Expert;
- D) BBC Opinion;
- E) BBC America.

18 В отличие от какого американского канала, спутниковая служба "ВВС" учитывает специфику аудитории в различных регионах мира?

- A) RT;
- B) Japan news;
- C) CNN;
- D) BBC Enterprises;
- E) BBC America.

19 Сколько насчитывалось национальных ежедневных газет Великобритании к августу 1992 года?

- A) 5;
- B) 1;
- C) 11;
- D) 13;
- E) 15.

20 Какая газета британская?

- A) Daily Mirror;
- B) Daily Mail;

- C) Daily Express;
- D) Daily Telegraph;
- E) все вышеперечисленные ответы верны.

21 Какая газета еще в недавнем прошлом была голосом Коммунистической партии Великобритании?

- A) Morning Star;
- B) Daily Mirror;
- C) Daily Mail;
- D) Daily Express;
- E) Daily Telegraph.

22 Выберите шотландское издание?

- A) Daily Mirror;
- B) Scotsman;
- C) Daily Mail;
- D) Daily Express;
- E) Daily Telegraph.

23 Выберите шотландское издание?

- A) Daily Mail;
- B) Daily Mirror;
- C) Herald;
- D) Daily Express;
- E) Daily Telegraph.

24 Какое издание проводит предварительные анализы и дает комментарии по внутренней и международной экономической ситуации?

- A) Daily Mirror;
- B) Daily Mail;
- C) Daily Express;
- D) Economist ;
- E) Daily Telegraph.

25 Назовите кампанию, которая осуществляет контроль над региональной газетной индустрией Великобритании?

- A) Thomson Regional Newspapers;
- B) Reed Regional Newspapers;
- C) Yellow Advertiser Group;
- D) East Midlands Allied Press;
- E) все вышеперечисленные ответы верны.

26 Какой из предложенных вариантов является названием британского журнала?

- A) House and Garden;
- B) Daily Mirror;
- C) Daily Mail;

- D) Daily Express;
- E) Daily Telegraph.

27 Сколько специализированных изданий было в британском королевстве к июню 1992 года?

- A) менее 1000;
- B) более 2000;
- C) 1500;
- D) 500;
- E) нет верного варианта.

28 Какие типы СМИ есть на рынке Великобритании?

- A) качественные;
- B) массовые;
- C) качественные и массовые;
- D) городские;
- E) нет верного ответа.

29 Создание чего провозгласила в 1949 году Королевская комиссия по прессе?

- A) национальных газет;
- B) региональных газет;
- C) телевидения;
- D) журналистских курсов;
- E) нет верного ответа.

30 Какой вариант является собственником издания «Sun»?

- A) Hollinger;
- B) Associated Newspapers;
- C) United Newspapers;
- D) Mirror Group Newspapers;
- E) NewsInternational.

## **Тема 8 Основные тенденции развития журналистики Германии и Италии**

**Цель:** дать характеристику системе СМИ Германии и Италии, ведущим телекомпаниям, газетам, определить перспективы и особенности их развития; ознакомиться с законодательством в области СМИ изучаемой страны.

### **План**

1 Послевоенное восстановление прессы на территории Германии. Политика стран антигитлеровской коалиции в области печати на западных землях. Газеты и журналы "Шпигель".

2 Материальные трудности возрождения монополистической печати. Образование ФРГ (сентябрь 1949 г.) и закон о печати. Создание инфраструктуры прессы ФРГ, тенденции ее развития, концентрация.

3 Телевидение и радио Германии в начале 21 века. Публично-правовые телерадиостанции. Самоуправление и свобода телерадиовещания.

4 Модели развития СМИ посткоммунистических стран Центральной, Восточной и Юго-Восточной Европы. Трансформации после краха социализма в 1989-1990 гг.

5 Печать и телевидение Италии. RCSMEDIAGROUP - основной игрок на рынке издателей в Италии. Концерн Mondadori. Государственное телевидение РАИ.

6 Телевизионный и рекламный медиагигант Медиасет С. Берлускони. Сети Сильвио Берлускони - крупнейшего медиамагната: «Канал 5», «Италия-1», «Ретекуатро».

7 Итальянские телегазеты. Реклама в Италии. Юридическая база телевещания в Италии. Перспективы итальянского телевидения.

### **СМИ современной Германии**

После восстановления германского единства на базе вступившего в силу 3 октября 1990 г. Договора об объединении Германии возникла необходимость адаптировать тоталитарную систему организации СМИ бывшей ГДР к демократическим структурам Федеративной Республики. На место государственного радио и телевидения пришли публично-правовые земельные радио- и телекомпании, монополия система заменена дуальной, допускающей - как и в западных федеральных землях - наличие частных радио- и телестанций. Печать перешла из собственности партий и общественных организаций в руки частных издательств.

Сегодня на германском рынке ежедневных газет по традиции доминируют региональные и местные подписные газеты, издаваемые частными издательствами. Если до 1933 г. и после 1945 г. непосредственными издателями газет были политические партии, то в последующие десятилетия - в силу политических и экономических причин - они продали свои газеты. Лишь одна холдинговая компания Социал-демократической партии Германии (СДПГ) имеет еще доли в некоторых издательствах. Газеты, распространяемые почти исключительно по подписке, предлагают читателям объективный обзор важнейших событий в области внутренней и международной политики, экономики, культуры и спорта. Однако их самая сильная сторона заключается в том, что они освещают события, происходящие в регионе распространения газеты, например, в крупном городе и примыкающих к нему населенных пунктах. Поскольку связь читателей с газетой особенно хорошо поддерживается за счет материалов о локальных событиях, все газеты уделяют большое внимание разделу местной жизни. Таким образом, газеты поддерживают также рынок местной коммерческой рекламы, доля которого в общем обороте рекламы составляет более 40 %. Даже самая крупная по тиражу германская ежедневная

газета "Бильд", которая продается в розницу и распространяется по всей Германии, имеет 35 различных изданий, отличающихся друг от друга разделами местной жизни и рекламными объявлениями.

В 1997 г. на германском газетном рынке насчитывалось 1582 ежедневных газеты, которые отличались друг от друга содержанием определенных разделов, прежде всего, разделом местной жизни. Однако столь раздробленная ежедневная пресса не могла бы иметь прочной экономической базы. Поэтому не удивительно, что только 371 издательство создает финансовую, а также в целом и техническую базу для выхода в свет такого множества газет. При этом все эти издательства имеют лишь 135 полновесных редакций.

Кроме бульварной газеты "Бильд" по всей Федеративной Республике распространяются лишь такие газеты, как "Франкфуртер альгемайне", "Вельт" и "Тагесцайтунг". Газеты "Зюддойче цайтунг" и "Франкфуртер рундшау" также имеют специальные выпуски, предназначенные для всей страны, однако их тираж по сравнению с тем, что они сбывают в своем регионе, весьма незначителен. В 1997 г. серьезная пресса, распространяемая в масштабах всей страны или нескольких регионов, имела тираж менее 1 млн. экземпляров, однако ее читатели - это преимущественно представители тех слоев населения, которые влияют на формирование общественного мнения, т.е. политики, общественные деятели, бизнесмены. Наряду с вышеуказанными газетами высокую репутацию - в силу качественного освещения событий и глубоких комментариев - имеют и некоторые региональные газеты. К ним относятся "Штутгартер цайтунг", "Тагесшпигель", "Кельнер штадт-анцайгер", "Берлинер цайтунг", "Ханноверше альгемайне цайтунг" и некоторые другие.

Наряду с подписными газетами, часть которых имеет богатые традиции (издательская биография 15 газет берет начало еще в восемнадцатом веке) и тираж которых составляет 76 % совокупного тиража германской ежедневной прессы, в стране существует рынок умело сделанных - с журналистской точки зрения - розничных газет, на долю которых приходится 24 % совокупного тиража. Их лидером является упоминавшаяся уже газета "Бильд". К другим важным газетам, продающимся в розницу, следует отнести "Экспресс", распространяемую в регионе Дюссельдорфа, Кельна и Бонна, "БЦ" и "Берлинер курир" в Берлине, а также "Абендцайтунг" в Мюнхене.

Падение тиража изданий в объединенной Германии произошло преимущественно за счет партийных газет бывшей ГДР и газет, продающихся в розницу. Дело в том, что характерные для них темы сегодня намного более ярко подаются частным телевидением. Ухудшение экономической ситуации в целом, влекущее за собой падение доходов населения, и высокий уровень безработицы сказываются и на сбыте подписных газет. Вместе с тиражом сократилась и сфера распространения газет, другими словами, доля населения, читающего ту или иную газету. Озабоченность у газет вызывает, прежде всего, уменьшение числа молодых читателей в возрасте от 14 до 19 лет (за десять лет - на 15,8 %). Редакции и издательства активно пытаются вновь увеличить круг молодых читателей или, по меньшей мере, сохранить его на нынешнем уровне, публикуя

для них специальные полосы, уделяя внимание молодежной тематике и более современному оформлению газет.

Наряду с рынком ежедневных газет с их универсальным набором информации сформировался и почти необозримый рынок местных еженедельных, альтернативных, информационно-рекламных газет. Эти периодические издания частично восполняют пробелы, возникшие в германской ежедневной прессы в результате процесса концентрации. С экономической точки зрения интерес представляют, прежде всего, свыше 1300 бесплатно распространяемых информационно-рекламных газет общим тиражом 84 млн. экземпляров. В 1997 г. их рекламный оборот достиг 3,28 млрд. марок. Многие из них принадлежат издательствам, выпускающим и ежедневные газеты.

Если раньше на рынке воскресных газет доминировали лишь два печатных органа издательства "Аксель Шпрингер-ферлаг" - "Бильд ам зонтаг" с тиражом 2,67 млн. экземпляров и "Вельт ам зонтаг" с тиражом 435 тысяч экземпляров, то за последние годы и другие издатели ежедневных газет стали выпускать семь номеров неделю или делать специальный воскресный номер. Так, в частности, в Штутгарте выходит "Зонтаг актуэль", воскресное издание нескольких ежедневных газет (тираж - около 910 тысяч экземпляров), в Касселе - "ХНА-зонтагсцайт" (тираж - около 190 тысяч экземпляров) как воскресное приложение к газете "Хессиш-нидерзексисше альгемайне", а в Бремене - "Курир ам зонтаг" тиражом около 200 тысяч экземпляров.

Преимущественно в конце недели выходят газеты, которые называют еженедельными и которые активно прилагают усилия к тому, чтобы давать аналитический обзор событий в политической, экономической и духовной жизни. При этом их направленность может быть партийно-политической, как у газеты ХСС "Байернкурир" и мировоззренческой, как у "Рейнишер меркур". Эти газеты играют важную роль в формировании общественного мнения. Прежде всего это относится к уважаемой либеральной газете "Цайт" и к газете "Дойчес альгемайне зонтагсблат", занимающей либерально-протестантские позиции.

Тип "информационно-политического журнала" до 1993 года представлял в единственном лице **лево-либеральный еженедельник "Шпигель"** (тираж - 1,06 млн. экземпляров). Благодаря своим критическим материалам и разоблачениям злоупотреблений политической властью он как никакой другой печатный орган тесно связан с историей Федеративной Республики Германия. Теперь у него есть конкурент в лице журнала "Фокус" (тираж - более 800 тысяч экземпляров), который предлагает информацию и аналитические материалы в целом в консервативном духе. Для издательства "Бурда" этот журнал - один из самых ярких примеров публицистического и экономического успеха за всю послевоенную историю печати.

Среди почти безбрежного моря германских журналов, насчитывающих около 20 тысяч наименований, есть группа журнальных изданий, выделяющихся высокими тиражами и публицистическим резонансом. Это развлекательные журналы "для широкой публики", насчитывающие примерно 750 наименований и имеющие разовый тираж свыше 127 млн. экземпляров. По обороту рекламы

(около 3,5 млрд марок) в печатной прессе они занимают второе место. Это - иллюстрированные журналы "Штерн" и "Бунте", журналы с радио- и телепрограммами, журналы для женщин, мужчин, молодежи, обладателей какого-либо хобби, журналы, посвященные теме досуга и спорта. За последние годы тираж иллюстрированных журналов непрерывно сокращался. Особенно негативную роль в плане сбыта и доходов от рекламы играет здесь конкуренция со стороны телевидения. В то же время в силу постоянно растущего числа телеканалов расширяется рынок журналов-программ ТВ, насчитывающих 15 наименований и имеющих совокупный тираж 20,3 млн. экземпляров. 46 % рынка приходится здесь на долю издательства "Генрих Бауэр-ферлаг". Если приплюсовать сюда программы ТВ, являющиеся приложениями к ежедневным газетам, то общий тираж таких журналов увеличится еще на 18 млн. экземпляров. Показательно, что среди 10 журналов с наибольшим тиражом 8 - это программы ТВ.

Высокие тиражи имеют порой печатные органы различных организаций и союзов. Примерно треть всех германских журналов связаны с каким-либо объединением или представляют интересы какого-либо союза. К ним относится самый крупный по тиражу в Германии журнал "АДАЦ-моторвелт" (тираж - около 12,6 млн. экземпляров), который издается Всеобщим германским автомобильным клубом. Группа специализированных журналов, в которую входят научные периодические издания, насчитывает около 3 тысяч наименований, однако их тираж в основном невысок. Частично они десятилетиями выходят в одних и тех же издательствах и пользуются большим авторитетом во всем мире. Чрезвычайно быстро в последние годы росли число и тиражи компьютерных журналов. Это связано с тем, что с середины 1970-х годов в германских редакциях были установлены первые компьютеры.

Самым известным человеком среди германских газетных издателей за послевоенные годы несомненно был Аксель Шпрингер - причем не только благодаря тому, что в его издательстве выходила газета "Бильд", самая крупная по тиражу в Европе. Для некоторых интеллектуалов он был олицетворением отрицательного образа "газетного магната", проводившего национально-консервативную и яркую антикоммунистическую издательскую политику. Благодаря профессиональному чутью и умелому использованию капитала ему удалось завоевать ведущие позиции на рынке ежедневных и воскресных газет, а также развлекательных журналов, не ослабевшие и после смерти медиа-магната в 1985 г. К концу двадцатого века на долю печатной продукции концерна Шпрингера приходилось почти 23,8 % совокупного тиража германской ежедневной прессы. Еще при жизни Шпрингера издательство было преобразовано в акционерное общество, которое и сегодня контролируется его наследниками. За последние годы Лео Кирху, самому влиятельному германскому предпринимателю в сфере продажи художественных фильмов и телепрограмм и совладельцу ряда частных телекомпаний, удалось сосредоточить в своих руках 40 % акционерного капитала концерна Шпрингера.

Концерн продолжал действовать, прежде всего, на рынке ежедневных газет. Кроме того, он является совладельцем ряда газетных издательств на севере Германии, в Берлине и в новых федеральных землях. Концерн участвует также в деятельности частных радио- и телекомпаний и всё больше расширяет свое присутствие на европейском рынке, прежде всего в Испании и Австрии. Он стал первым германским издательством, создавшим совместное предприятие в Венгрии. Концерн представлен в Польше. Вместе со швейцарской фирмой "Швайцер рингир АГ" он издает в Словакии и Чехии 21 газету и журнал. В 1998 г. общий оборот концерна, насчитывающего 12.300 работников, составил почти 4,6 млрд. марок.

Правда, в некоторых регионах сформировались и другие сильные газетно-издательские группы, например "Вестдойче альгемайне цайтунг" в Эссене (вторая по мощи издательская группа, специализирующаяся на ежедневных газетах и имеющая на этом рынке долю в 6 проц.), "Зюддойче цайтунг" в Мюнхене, а также "Штутгартер цайтунг", "Кельнер штадтанцайгер" и "Франкфуртер альгемайне". Однако их влияние на рынке ежедневной прессы не несравнимо с влиянием издательства "Аксель Шпрингер-ферлаг". В 1997 г. долю пяти крупнейших издательств, выпускающих ежедневные газеты, приходилось около 42 % совокупного тиража всей германской ежедневной прессы.

В сфере развлекательной прессы также имел место процесс концентрации, в ходе которого 4 издательства или соответственно издательские группы взяли под свой контроль две трети всего тиража этого вида "изданий. Это - "Аксель Шпрингер-ферлаг", "Генрих Бауэр-ферлаг", "Бурда-ферлаг" и "Грунер + Яр".

В Германии имеются 10 публично-правовых телерадиокомпаний: 7 созданы на базе земельных законов о радио- и телевещании, а 3 - на основе государственных договоров между землями. Государственные договоры заключены между Нижней Саксонией, Шлезвиг-Гольштейном, Гамбургом и Мекленбургом-Передней Померанией (относительно телерадиокомпаний "Норддойчер рундфунк", между Рейнланд-Пфальцем и Баден-Вюртембергом (относительно "Зюдвеструндфунк") и между Саксонией, Саксонией-Ангальт и Тюрингией (относительно "Миттельдойчер рундфунк").

Еще в процессе объединения Германии было решено, что радио и телевидение бывшей ГДР прекратят трансляцию своих передач. 31 августа 1991 г. все федеральные земли подписали "Государственный договор о радио- и телевещании в объединенной Германии", в котором были оговорены и условия первичного финансирования земельных радио- и телекомпаний на территории бывшей ГДР. Еще до этого АРД и ЦДФ переняли часть восточногерманских ретрансляционных станций, остальные находятся в распоряжении новых земельных радио- и телекомпаний.

Дополнительные проблемы возникли с теми радио- и телекомпаниями, чье существование было обусловлено расколом Германии: на западе это были "Дойчландфунк" и основанная в первые послевоенные годы РИАС (в американском секторе Берлина), на востоке - "Дойчландзендер". Было принято

решение объединить "Дойчландфунк", редакцию культуры "Дочландзендер" и РИАС и поручить им трансляцию двух радиопрограмм (в которых будет отсутствовать реклама и которые будут финансироваться только за счет сборов за пользование радиоприемниками) на всю Германию с упором на информацию и культуру. В июне 1993 г. АРД и ЦДФ создали совместную радиостанцию для двух общенациональных радиопрограмм, которая стала называться "Дойчландрадио". Телевидение РИАС перешло к "Немецкой волне".

Для выполнения задач, связанных с представлением публицистических интересов Федеративной Республики как единого целого, в 1960 г. была создана радиостанция "Дойче велле" со штаб-квартирой в Кельне. В данном случае центральная власть - в отличие от случая с земельными радио- и телекомпаниями - оказывает более заметное влияние на организацию работы и программную политику станции. Из 11 членов Совета по радио- и телевидению, существующего на "Немецкой волне", два избираются Бундестагом, два - Бундесратом, четверо назначаются федеральным правительством. Радио- и телевизионные службы "Немецкой волны" насчитывают 1600 штатных сотрудников. Примерно 400 редакторов, работающих на иностранных языках, - выходцы из 70 стран.

С 1 мая 1992 г. "Дойче велле" располагает спутниковой информационной телевизионной службой, которая круглосуточно транслирует на весь мир передачи на немецком и английском языках, а также - с ограничениями по времени и регионам - на испанском языке. Во многих странах мира национальные радио- и телекомпании перенимают программы "Немецкой волны" для ретрансляции.

Для того, чтобы отстаивать свои интересы, ввести систему внутреннего распределения финансовых средств, транслировать совместную телепрограмму, закупать художественные фильмы и сериалы сразу для всех телекомпаний, земельные радио- и телестанции, "Дойчландрадио" и "Дойче велле" объединились в Рабочее сообщество публично-правовых радио- и телекомпаний Федеративной Республики Германия (АРД). Составление совместной телепрограммы АРД, Первой программы германского телевидения, координирует Программная конференция.

Еще в 1950 гг. возник замысел создать телекомпанию, альтернативную АРД, которая подвергалась критике за "монополизм в области телевидения" и за политическую односторонность. Инициатива исходила, как от тогдашнего федерального правительства во главе с Конрадом Аденауэром, который хотел создать телекомпанию под названием "Дойчланд-фернзеен гмбх", так и от союзов предпринимателей, которые думали о создании телестанции на частноэкономической основе. В 1961 г. Федеральный конституционный суд запретил выход в эфир запланированной телепрограммы, которая должна была находиться в руках правительства, охарактеризовав это как антиконституционный акт. Тогда готовность учредить вторую телепрограмму выразили премьер-министры земель. На базе государственного договора от 6 июня 1961 г. они основали Вторую программу германского телевидения (ЦДФ)

со штаб-квартирой в Майнце, которая стала субъектом публичного права. В отличие от земельных радио- и телекомпаний, организованных на федералистской основе, для ЦДФ характерна централизованная организация. В ее Совет по телевидению входят как представители федеральных земель, так и 12 представителей партий, представленных в Германском Бундестаге, а также 3 представителя федерации. Сюда же - как в случае с телерадиостанциями в рамках АРД - входят представители крупных общественных организаций. ЦДФ транслирует единую программу для всех регионов Федеративной Республики.

Согласно твердой схеме каждая земельная радио- и телекомпания поставляет свои материалы для совместной программы в рамках АРД. Сюда же следует отнести и совместно подготовленные материалы, например, централизованно закупленные художественные фильмы, сериалы, материалы, полученные в рамках международного обмена телепрограммами, а также передачи, подготовленные одной телерадиокомпанией по поручению всех остальных. Важнейшими из них являются информационные передачи "Тагесшау" ("Новости дня") и "Тагестемен" ("Темы дня"), которые готовятся в редакции "Норддойчер рундфунк" в Гамбурге.

В последнее время эфирное время телеканала АРД было значительно расширено. Трансляция, как и у частных телеканалов, ведется теперь круглые сутки. Между 17.30 и 20.00 телерадиокомпания, входящие в АРД, транслируют региональные программы, в которые вмонтирована и реклама продолжительностью 20 минут. В вечерних передачах после 20.00 и по воскресеньям рекламы нет. Наряду с передачами Первой программы отдельные компании транслируют - иногда совместно - в целом 6 "третьих программ". В общем структура выглядит таким образом: около 40 % эфирного времени отведено информационным, около 60 % - игровым, спортивным, музыкальным и развлекательным передачам.

Значительное влияние на структуру программ публично-правовых телерадиокомпаний стала оказывать зрительская квота - результат нажима со стороны частных конкурентов. Поскольку большие группы зрителей одобряют увеличение числа развлекательных программ, их становится больше, прежде всего, художественных фильмов, сериалов, спортивных мероприятий. Определением зрительской квоты поручено заниматься Обществу по исследованию потребления в Нюрнберге, чьи методы признаются как публично-правовыми, так и частными телерадиокомпаниями. Уже через несколько часов после передачи предоставляются данные о квоте зрителей или соответственно радиослушателей, на основе которых в редакциях планируются не только программы, но и распределяется рекламное время среди наиболее популярных передач.

Несмотря на активный протест частных телекомпаний, АРД и ЦДФ организовали два специальных телеканала: "Феникс" (с апреля 1997 г.), информационно-документальный канал, специализирующийся на политических темах, и "Киндерканал" (с января 1997 г.), канал для детей, свободный от рекламы. В сотрудничестве со Швейцарской радио- и телекомпанией и

Австрийским радио и телевидением АРД и ЦДФ транслируют через спутник программу "3 sat" с упором на культурную тематику. Кроме того, они поставляют по 25 % программ для совместного германо-французского телеканала "Арте", ориентированного на культуру. С 1991 года программы этого телеканала со штаб-квартирой в Страсбурге транслируются через спутники и по кабелю в обеих странах. С французской стороны программы предоставляет компания "L'Set".

Для того чтобы удержать свои позиции на фоне телевидения, считающегося более привлекательным СМИ, радио постаралось приспособиться к изменившимся привычкам слушателей, используя для этого некоторые свои преимущества. Густая сеть коротковолновых станций позволяет одновременно готовить программы, как для целевых групп, так и для определенных регионов. Каждая из 10 публично-правовых телерадиокомпаний транслирует в своей зоне минимум 4 и максимум 8 радиопрограмм, структура которых весьма различна. Если сравнить, например, программы "Вестдойчер рундфунк", то в ее 4-й программе доля легкой музыки составляет 92 %, а речевых передач - 7 %. В 3-й радиопрограмме доминирует серьезная музыка (80 %). В 5-й радиопрограмме главный акцент сделан на речевые передачи (более 80 %).

Развитие частного сектора в области радио и телевидения долгое время было предметом споров как в Бундестаге, так и в земельных парламентах. Публично-правовые телерадиокомпании активно сопротивлялись тому, чтобы частные фирмы составляли им конкуренцию. Разборками конфликтов занимались даже суды, пока в 1986 г. Федеральный конституционный суд не подтвердил, что дуальная система радио- и телевидения, к которой стремились большинство федеральных земель и федеральное правительство и которая предусматривает урегулированное законом сосуществование публично-правовых и частных радио- и телекомпаний, не противоречит конституции. Между публично-правовыми и частными компаниями, согласно решению суда, должны установиться отношения свободной профессиональной конкуренции.

В конце двадцатого века германские частные телерадиокомпании транслировали в целом 182 радиопрограммы, из них 12 на всю страну, 135 - только в определенных населенных пунктах или регионах. Кроме того, германские оференты транслировали наземным путем, через спутник или по кабелю 16 телепрограмм, из них 6 полновесных и 10 специализированных. Они принимались на территории всей страны. Наряду с этим в 10 городах или соответственно регионах существует так называемое местное телевидение.

Не все частные радио- и телекомпании могут похвастать деловыми успехами. Лишь 4 телеканала, транслирующих передачи на всю страну, (два из них - чисто музыкальные каналы, показывающие видеоклипы) работают прибыльно. С другой стороны, стартовые потери с момента появления частного телевидения до конца 1998 г. оцениваются в 7,5 млрд. марок. И, тем не менее, можно было наблюдать большой интерес к созданию частных радио- и телекомпаний. Особенно активно стремятся стать их совладельцами крупные газетно-журнальные издательства, прежде всего, мощные в финансовом плане

концерны и издательские группы. Поначалу они аргументировали это тем, что радио и телевидение значительно снизят их доходы от публикации рекламы. Согласно государственному договору между федеральными землями от апреля 1987 г. рекламное время в частных радио- и телекомпаниях не должно превышать 20 % ежедневного эфирного времени. Им же определено возможное число рекламных вставок. Правда, в отличие от публично-правовых компаний "частники" могут давать рекламу и после 20.00, а также по воскресеньям и праздничным дням.

В Германии, как и в других западных странах, облик коренным образом изменившегося ландшафта, даже, можно сказать, новую эпоху в области массовой коммуникации определяют три вида технологии связи: широкополосная кабельная связь, спутниковая связь и связь на базе цифровой техники.

Исходя из политической установки содействовать развитию частного радио и телевидения, концерн "Дойче телеком" с конца 1982 г. приступил к расширению широкополосных кабельных сетей, затратив на это свыше 30 млрд. марок и создав тем самым предпосылки для сосуществования публично-правовых и частных радио- и телекомпаний.

Значительные средства "Дойче телеком" вложил и в техническое развитие спутниковой связи. Прогресс в этой области шел от создания спутников дальней связи (Intelsat, Kopernikus) с рассеянной трансляцией до спутников прямого излучения, программы которых с помощью приемных устройств можно принимать дома. Треть всех германских домашних хозяйств (10,3 млн.) принимает телепрограммы через спутник. "Дойче телеком", предоставляющий в аренду спутниковые каналы, испытывает жесткую конкуренцию со стороны других фирм, эксплуатирующих спутники и предлагающих частным и публично-правовым радио- и телекомпаниям выгодные условия аренды. Ведущие позиции на германском рынке занимает расположенная в Люксембурге компания "Сосьете юропеан де сателлит", эксплуатирующая систему спутников "Астра". Одним из ее совладельцев является "Дойче телеком".

В ближайшие годы в связи с появлением цифрового телевидения конкурентная борьба между публично-правовыми и частными телекомпаниями еще больше обострится. Поначалу группа Кирха сделала попытку утвердиться на этом рынке с помощью разработанного ею декодера для цифрового телевидения (Set top-Box). Однако вскоре она была вынуждена взять в долю и своих конкурентов: CLT/Ufa и "Дойче телеком". Эта олигополия потерпела крах из-за сопротивления со стороны других частных оферентов программ и публично-правовых телерадиокомпаний. В целях сохранения конкуренции она была запрещена Федеральным ведомством по делам картелей и комиссией ЕС по развитию конкуренции. Поэтому вышеназванные фирмы и "Дойче телеком" разработали программный интерфейс, позволяющий и другим оферентам использовать декодер для своих нужд (поиск программ, доступ в Интернет, интерактивные рекламные передачи). Таким образом, в сфере цифрового радио и

телевидения была предотвращена монополия нескольких сильных в финансовом отношении групп.

### **СМИ Италии**

В 1468 г. в Италии было выпущено типографским способом послание Цицерона. К началу 16 в. все самые маленькие городки Италии имели свои типографии. Важнейшей особенностью первых средств массовой информации было почти полное молчание о внутренних проблемах тогдашней Италии. Наиболее значимыми изданиями 18 - начала 19 вв. были энциклопедический журнал "Каффе" ("Кофейня") литературный ежемесячник "Оссерваторе" ("Наблюдатель"), который издавал Гоцци. В эпоху Возрождения, в период освободительных войн против австрийского и испанского господства Италия была раздробленной и отсталой страной - 9 отдельных государств. Наполеоновское владычество (1796-1815) был отмечен рядом прогрессивных преобразований и относительным объединением страны. В это время были созданы две ежедневные газеты республиканской направленности "Оссерваторе делларепубликаитальяно" ("Обзорение итальянской республики") и "Коррьерамилано" ("Миланский вестник"). Была достигнута определенная свобода слова и печати, которая оказалась утраченной в период Реставрации. Снова политика стала запретным плодом, усилилась цензура. Научные и литературные журналы вновь усилили на своих страницах тематику борьбы за объединение Италии, за политическую свободу, но осторожно, чтобы избежать преследований цензуры. В то время было немало бесплатных ежедневных и еженедельных периодических изданий, которые издавались властями, восхваляли существующие порядки, обсуждали далекие от политики вопросы, в частности, моды. Широкое распространение получила нелегальная печать патриотического характера: "Деи э пополо" ("Бог и народ"), "Джустиция э либерта" ("Справедливость и свобода"). Как единое государство, Италия сформировалась в 1870 г. и до 1946 г. оставалось монархией.

Современные итальянские газеты формировались под влиянием французских и английских СМИ, но тираж их был невелик. Рекорд тиражности принадлежал миланской газете "Секоло" ("Век") - 100-120 тыс.экземпляров (в Англии и Франции максимум тиражей приближался к 1 млн. экземпляров). Второй была миланская "Коррьеределла сера" ("Вечерняя почта") - 90 тыс.экземпляров, следующая за нею туринская "Стампа" ("Печать") - 60 тыс.экземпляров. Даже ведущие итальянские газеты имели куда меньшие тиражи - 20-30 тыс. - римская "Миссаджеро" ("Вестник"), неаполитанская "Маттино" ("Утро"). Тиражи большинства итальянских газет не превышал 5 тыс.экземпляров, однако даже маленькие города имели свои издания, например, в Бергамо издавали три ежедневные газеты.

На рубеже веков активно развивалась в Италии партийная печать, в основном республиканцев, социалистов и клерикалов. Республиканская партия выпускала две ежедневные газеты "Джорналедельпополо" ("Народная газета") и "Италия дельпополо"

("Народная Италия"); итальянская социалистическая партия издавала более чем 50 периодических изданий, в том числе "Аванти!" ("Вперед!", Рим), "Темпо" ("Время", Милан). Клерикалы имели ежедневные газеты в каждом городе, их главным изданием была "Оссорваторе Романо" ("Римский наблюдатель") - печатный орган Ватикана. В годы фашистской диктатуры (1922 - 1945 гг.) поставил итальянскую журналистику в трудные условия. Демократическая печать могла существовать лишь нелегально, или в других странах. Важную роль в антифашистской борьбе сыграла газета компартии Италии "Унита" ("Единство"), основанная в 1924 г. Она выходила 17 лет нелегально со дня своего запрещения в 1926 г. до легализации в Неаполе, после освобождения его союзными войсками в 1943 г. Газета выходит и сегодня.

Став республикой в 1946 г., Италия начала развиваться по пути буржуазной демократии на основе многопартийности. Христианские демократы, социалисты, республиканцы, социал-демократы - правящие партии Италии. В конце 50 гг. в стране выходило 90 ежедневных газет и более 5 тыс. периодических изданий политического, экономического, научного и литературного профиля. Их общий разовый тираж составлял 8 млн. экземпляров. Закон о печати (1948 г.) позволяет им пользоваться свободой на информацию и публичные высказывания, но требует не допускать публикацию ложных, преувеличенных и тенденциозных сообщений, способных нарушить общественный порядок. За поношение государственного строя и оскорбление официальных лиц в 50-х гг. были преданы суду около тысячи итальянских журналистов.

Большинство газет выходили в наиболее развитой части Италии - на севере. 14 газет считали себя партийными - "Аванти!" ("Вперед!"), "Унита", "Вочерепубликана" ("Голос республики"), "Пополо" ("Народ"), "Джустития" ("Справедливость"). В 1970-е гг. ежедневные газеты выходили в 38 городах Италии, в том числе 18 - в Риме, 12 - в Милане.

Сегодня Италия по-прежнему отстает в уровне развития ежедневной прессы, преобладают другие типы периодических изданий. Страна считается одним из лидеров по количеству журнальной периодики. Наиболее популярны журнал телепрограмм "Сорризи э концони ТВ" ("Улыбки и песни ТВ") и журнал для автолюбителей "Аутомобиле", еженедельник "Фамильякристиана" ("Христианская семья"), их тиражи составляют около полумиллиона экземпляров. Пользуются устойчивым вниманием еженедельники "Эпока" (170 тыс.), "Панорама" (368 тыс.), "Экспрессо" (321 тыс.), еженедельные иллюстрированные издания "Оджи" ("Сегодня", 600 тыс.) и "Дженте" ("Народ", 550 тыс.). Наблюдается рост тиражей, хотя ежедневные газеты по-прежнему выходят тиражами не более 250 тыс. экз. (лишь шесть газет имеют больший тираж. Раньше все газеты страны относились к региональной прессе. Сейчас издается 6 национальных газет, 7 "надрегиональных", а также "провинциальные" газеты. Газеты, как и раньше, неравномерно распределяются по территории Италии: 42 - на севере, 22 - в центре, 14 - на юге. Особенность итальянских СМИ - обилие спортивных газет (больше только в Испании). Наиболее крупные -

"Гадзетта делла спорт", "Коррьеределла спорт" и "Туттоспорт" ("Весь спорт"), их тираж составляет шестую часть тиража ежедневной прессы.

Крупнейшие газеты сегодня - "Репубблика" (Рим, тираж 600-700 тыс.экземпляров), "Коррьере делла сера" ("Вечерняя почта", Милан) - 90 тыс.экземпляров, следующая за нею туринская "Стампа" ("Печать", Турин) - 60 тыс.экземпляров.

Государство предоставляет издателям газет и журналов субсидии и льготы, освобождает от уплаты подоходного налога, дает скидки на бумаге. Основой финансирования печати была и остается реклама. Но рекламные инвестиции в прессу упали, но, как и везде, выросли вложения от рекламы в 2 раза.

Определяющим фактором функционирования прессы является высокий уровень монополизации прессы, ее зависимость от ведущих монополий.

Некоторые являются прямыми владельцами печати, радио и телевидения. Прежде всего это группа ФИАТ, принадлежащая семейству Аньелли. Она владеет "Коррьеределла сера" ("Вечерняя почта"), "Стампа" ("Печать") "Коррьеределла спорт". Тираж принадлежащих ей газет превышает на 5% установленный законом "потолок" монополизации в 20%, сходное положение и в региональной прессе на северо-западе Италии - ФИАТ перешагнул установленный предел в 50%. Ей принадлежит часть акций ряда издательств, а также зарубежных СМИ. Значительная часть изданий принадлежит политическим партиям и профсоюзам.

Радиовещание существует в Италии с 1924 г., телевидение начало вести свои передачи в 1954 г. До 1977 г. оно было государственным. В 1984 г. в стране было 14 млн. телеабонентов и 15 млн. слушателей государственного радио. Италия занимает второе место в мире (после США) по количеству телестанций (7 национальных и 500 местных). Телевидение регулярно смотрят 89% итальянцев, радио слушают - 43%, ежедневные газеты читают 34%. В 1977 г. была отменена государственная монополия на ТВ и появилась частная телестанция "Телемилано", ее владелец С.Берлускони, которому принадлежат три крупнейшие коммерческие телесети страны - "Канале-5", "Италия-1", "Рете-4". Есть в стране и другие телестанции, например сеть "Эуро-ТВ" ("Юго-восточный ветер-ТВ"), которой владеет Каллисто Тацци. В нее входит один национальный канал, 20 местных станций и региональная программа новостей. Всего в сфере коммерческого телевидения в Италии действует 6 национальных и паранациональных сетей, 290 местных и региональных телестанций. Они стали основными конкурентами государственного телевидения. В середине 80-х частное телевидение охватывало почти половину аудитории страны и даже начинало опережать государственное, но потом положение выровнялось.

В последнее время в Италии идет процесс приватизации крупнейших государственных групп СМИ, он будет продолжаться. В частном секторе СМИ идет создание финансово-промышленных гигантов, как например, проект "СуперДжемина".

В 90 гг. произошел распад послевоенной партийной структуры Италии, перераспределение сил. В 1985 г. насчитывалось 38 политических

формирований, которые располагали своими средствами массовой информации. Между партиями и их СМИ идет постоянная борьба, особенно острая во время предвыборных кампаний. В середине 90 гг. она была связана с подготовкой референдума, на который в том числе выносились, вопросы, связанные с деятельностью телевидения, в частности коммерческого. Случай уникальный в мировой практике. Итальянцы должны были решить, оставить ли без изменений закон о коммерческом телевидении, ряд положений которого Конституционный суд признал неконституционными. В частности, итальянцы должны были высказаться "за" или "против" права прерывать рекламой фильмы, театральные, оперные и музыкальные спектакли. Результаты референдума показали, что телезрители против изменения сложившейся системы ТВ в стране, за приватизацию государственного телевидения. Был принят новый закон о телевидении, предполагающий усиления роли парламента в контроле за деятельностью телевидения. Он формирует правление государственного ТВ РАИ из 8 человек - 4 от правящего большинства, 4 от оппозиции.

Доходы РАИ складываются из поступлений от рекламы и производства телепродукции, а также абонентской платы. Но с последним возникают сложности - не все телезрители вносят плату на ТВ. В некоторых регионах число неплатильщиков 40%. Теперь по новому законодательству, государственное ТВ получило возможность иметь платные телеканалы.

Национальное агентство новостей АНСА было создано в 1945 г. рядом газет на корпоративных началах и является крупнейшим в стране. Сегодня в него входят издательства большинства ежедневных газет. Специализируется на внутренней и международной информации, обменивается ею с 65 зарубежными ИА. Имеет исключительное право распространения информации крупнейших мировых агентств в Италии. Его услугами пользуются десятки итальянских и зарубежных периодических изданий, радио- и телевизионных станций. Информация передается на итальянском, французском, английском языках. Имеет собственную фотослужбу.

### **Литература**

- 1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.
- 2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.
- 3 История мировой журналистики / под ред. Беспалова Г. - М.: МарТ, 2003, 423 с.
- 4 Быков А.Ю. История зарубежной журналистики М.: Юрайт, 2006, 366 с.

### **Контрольные вопросы**

- 1 Что значит дуальная система телевидения в Германии?
- 2 Место электронных СМИ Германии в Интернете.
- 3 Типология германского радио, ТВ.
- 4 Назвать крупнейшие студии Германии.

5 Как трансформировались модели развития СМИ посткоммунистических стран Центральной, Восточной и Юго-Восточной Европы.

6 В чем выражается программная политика итальянских каналов?

7 Каковы перспективы итальянского ТВ?

8 Определить роль С.Берлускони в медиасекторе Италии.

## Тесты

1 В какой стране издается крупнейший журнал «Шпигель»

- A) Англия;
- B) Франция;
- C) Италия;
- D) Германия;
- E) Испания.

2 Сколько газет насчитывалось на германском рынке в 1997 году?

- A) 1668;
- B) 1669;
- C) 1667;
- D) 1582;
- E) 1660.

3 Какой женский журнал выходил в 1641-1649 гг.?

- A) «Женская спальня»;
- B) «Пиковая дама»;
- C) «Женские штучки»;
- D) «Женская комната – игры в разговоры»;
- E) «Розовая дама».

4 С какого года выходит газета FrankfurterAllgemeineZeitung?

- A) 1668;
- B) 1669;
- C) 1667;
- D) 1949;
- E) 1660.

5 С какого года выходит газетаSueddeutscheZeitung?

- A) 1668;
- B) 1669;
- C) 1667;
- D) 1945;
- E) 1660.

6 В какой стране выходит с 1945 года газета DieWelt?

- A) Англия;
- B) Франция;
- C) Италия;
- D) Германия;
- E) Испания.

7 Назовите газету, которая выходит с 1952 года в Германии?

- A) DieWelt;
- B) SueddeutscheZeitung;
- C) Германские новости;
- D) Bild;
- E) Frankfurter AllgemeineZeitung.

8 Назовите лево-либеральный еженедельник Германии?

- A) Die Welt;
- B) Sueddeutsche Zeitung;
- C) Германские новости;
- D) Шпигель;
- E) Frankfurter Allgemeine Zeitung.

9 Сколько радиопрограмм транслировали в конце двадцатого века германские частные телерадиокомпании?

- A) 5;
- B) 6;
- C) 8;
- D) 12;
- E) 7.

10 В каком году в Италии было выпущено типографским способом послание Цицерона?

- A) 1569;
- B) 1562;
- C) 1568;
- D) 1468;
- E) 1567.

11 В какой стране выпускалась газета "Коррьерамилано"?

- A) Англия;
- B) Франция;
- C) Германия;
- D) Италия;
- E) Испания.

12 С какого года существует радиовещание в Италии?

- A) 1869;
- B) 1862;
- C) 1868;
- D) 1924;
- E) 1867.

13 До какого года телевидение в Италии было государственным?

- A) 1969;
- B) 1962;
- C) 1968;
- D) 1977;
- E) 1967.

14 Какое место Италия занимает по количеству телестанций в мире?

- A) 10;
- B) 8;
- C) 6;
- D) 2;
- E) 7.

15 Назовите журнал - один из самых ярких примеров публицистического и экономического успеха за всю послевоенную историю печати?

- A) Die Welt;
- B) Sueddeutsche Zeitung;
- C) Германские новости;
- D) Бурда;
- E) Frankfurter Allgemeine Zeitung.

16 Назовите германский иллюстрированный журнал?

- A) Die Welt;
- B) Sueddeutsche Zeitung;
- C) Германские новости;
- D) Штерн;
- E) Frankfurter Allgemeine Zeitung.

17 Назовите самый крупный по тиражу в Германии журнал?

- A) Die Welt;
- B) Sued deutsche Zeitung;
- C) Германские новости;
- D) АДАЦ-моторвельт;
- E) Frankfurter Allgemeine Zeitung.

18 Самым известным человеком среди германских газетных издателей за послевоенные годы был?

- A) Адам Смит;
- B) Диего Велт;
- C) Франкфурт Зейтинг;
- D) Аксель Шпрингер;
- E) Адам Ламберт.

19 Сколько в Германии имеются публично-правовых телерадиокомпаний?

- A) 1;
- B) 8;
- C) 6;
- D) 10;
- E) 7.

20 Какую радиостанцию создали в июне 1993 года АРД и ЦДФ?

- A) Die Welt;
- B) Sueddeutsche Zeitung;
- C) Германские новости;
- D) Дойчландрадио;
- E) Frankfurter Allgemeine Zeitung.

21 В каком году была создана радиостанция "Дойчевелле"?

- A) 1979;
- B) 1972;
- C) 1978;
- D) 1960;
- E) 1977.

22 В каком городе находилась штаб-квартира радиостанции "Дойчевелле"?

- A) Милан;
- B) Берлин;
- C) Париж;
- D) Кельне;
- E) Тольятти.

23 Назовите германский информационно-документальный канал, специализирующий на политических темах?

- A) Die Welt;
- B) Sueddeutsche Zeitung;
- C) Германские новости;
- D) Феникс;
- E) Frankfurter Allgemeine Zeitung.

24 В какой германской программе доля музыки составляет 92%?

- A) Die Welt;

- B) Sueddeutsche Zeitung;
- C) Германские новости;
- D) Вест дойче рундфунк;
- E) Frankfurter Allgemeine Zeitung.

25 В отличие от публично-правовых компаний "частники" могут давать рекламу после какого времени?

- A) после 18:00;
- B) после 16:00;
- C) после 13:00;
- D) после 20:00;
- E) после 19:00.

26 В какой стране выходит с 1976 года газета LaRepubblica?

- A) Англия;
- B) Франция;
- C) Германия;
- D) Италия;
- E) Испания.

27 С какого года выходит газета CorrieredellaSera?

- A) 1979;
- B) 1972;
- C) 1978;
- D) 1876;
- E) 1977.

28 С какого года выходит газета IlSole 24 Ore?

- A) 1979;
- B) 1972;
- C) 1978;
- D) 1956;
- E) 1977.

29 Назовите газету Италии?

- A) Die Welt;
- B) Sueddeutsche Zeitung;
- C) Германские новости;
- D) LaStampa;
- E) Frankfurter Allgemeine Zeitung.

30 Назовите газету Германии?

- A) «Джиро де Италия»;
- B) «Пьеро рица»;

- C) «Миланский курьер»;
- D) Sueddeutsche Zeitung;
- E) «Масстряни».

## **Тема 9 Основные тенденции развития журналистики Японии, Китая и Юго-Восточной Азии**

**Цель:** дать характеристику системе СМИ Японии, Китая и стран Юго-Восточной Азии, ведущим телекомпаниям, определить историю, перспективы и особенности их развития.

### **План**

1 Концентрация прессы в послевоенный период, создание новых концернов. Газетно-журнальный бизнес и его место в общей структуре экономики Японии.

2 Печать и электронные СМИ Японии. Своеобразие журналистики азиатского региона. Эн-Эйч-Кей - 5 каналов государственной телерадиокомпания Японии, спутниковые каналы и цифровое телевидение. Викторины и сериалы, информационные и спортивные программы. Газетный и медиа бизнес Японии.

3 Крупнейшие общенациональные газеты "Ёмиурисимбун", "Асахисимбун", "Майнитисимбун", "Нихонкэйдзайсимбун" и "Санкэйсимбун". Зарубежное вещание Японии.

4 Китай в международных информационных процессах в современном мире. Основные этапы эволюции китайской журналистики. Тенденции развития журналистики и СМИ Китая в контексте современности. Борьба за информационное пространство Китая.

5 Печать, радио и телевидение Китая. Газета "Жэньминьжибао". Политика Китая в области интернета и социальных сетей.

6 Современный медиарынок Китая, влияние его на регион Юго-Восточной Азии.

7 Телевидение Китая, главный первый канал CCTV ( 2 сентября 1958 г.). Политика развития интернета и внутренних онлайн медиа и социальных сетей.

8 Печать, телевидение и радио Юго-Восточной Азии: Южной Кореи, Сингапура, Малайзии, Индии. Перспективы создания цифрового телевидения.

### **СМИ Японии. Печать Японии**

Исторически в Японии сложилось два вида газет: национальные газеты и местные, которые в свою очередь делятся на региональные и префектурные издания.

#### **Национальные газеты**

К общенациональным изданиям можно отнести «Асахи», «Йомиурн», «Майнити», «Нихон Кэйдзай Симбун» и «Санкэй». Главные редакции этих газет

находятся в Токио, однако печатаются они не только в столице, но и в других городах, например таких, как Осака, Нагоя, Фукуока к Саппоро.

«Асахи Симбун» («Восходящее солнце») – одна из старейших в стране. Первый ее номер вышел в Осака 25 января 1879 г. В то время японские газеты в зависимости от тиража делились на две категории: крупные и мелкие. Крупные газеты специализировались на освещении и комментировании политических проблем, а мелкие газеты обычно печатали рассказы и ежедневную хронику. Вначале «Асахи» принадлежала ко второй категории, но вскоре обрела характерные черты газет обеих категорий, что позволило ей расширить круг читателей.

Отделения «Асахи» в Токио, Осака, Китакюсю и Нагоя считаются головными редакциями. В настоящее время газетный концерн «Асахи» охватывает всю Японию. За рубежом газета имеет многочисленные бюро и представительства.

«Иомиури Симбун». Немногим меньше 130 лет назад в Токио начал издаваться печатным способом небольшой листок с сообщениями о наиболее интересных событиях дня, очерками на социально-бытовые темы. Листок печатался с помощью глиняного клише и распространялся на улицах города следующим образом: продавец громко читал заголовки статей и отдельные интересные абзацы и продавал газету тем, кого сумел заинтересовать. Таких людей стали называть «иомиури» – «читает и продает». Это же название получила и газета. Инициаторами ее издания были члены Токийского литературного общества. Общенациональной газетой «Иомиури» стала во время второй мировой войны. Пользуясь личными связями в милитаристских кругах и полицейском управлении, владелец газеты Мацутаро Серики сумел отстоять свою газету в условиях военного режима. В настоящее время «Иомиури» одна из влиятельных газет, ее тираж достигает 3 млн. экземпляров.

«Майнити Симбун» («Ежедневная газета»), входит вместе с «Асахи» и «Иомиури» в большую тройку газетного мира Японии и является одной из старейших в стране. В 1876 г. в Осака начала выходить «Осака Ниппо» (с 1888 г. – «Осака Майнити»). В 1889 г. владелец «Осака Майнити» Осаму Ватанабэ реорганизовал газету в акционерную компанию, которая выпускала «Майнити Симбун». Компания имела тесные связи с правящей верхушкой Японии. Акционерами «Майнити» были бизнесмены Токио и Осака, в отличие от «Асахи», держатели акций которой в подавляющем большинстве были сотрудниками газеты.

«Нихон Кэйдзай Симбун» (сокращенно «Ннкэн» – «Японская экономическая газета») – еще один представитель крупнейших общенациональных японских газет. Впервые «Нихон Кэйдзай Симбун» вышла 2 декабря 1876 г. в Токио под названием «Тюгай Букка Симпо» («Вестник внутренних и внешних цен на товары»). Газета была основана частным лицом. Этот вестник торговой информации выходил раз в неделю и пользовался большим спросом, так как был единственной тогда в Японии специализированной экономической газетой. С июля 1885 г. газета стала выходить ежедневно. В 1912 г. она была преобразована

в акционерную компанию. С 1946 г. она уже выходила под названием «Нихон Кэйдзай Симбун». По тиражу «Нихон Кэйдзай Симбун» уступает трем ведущим газетным компаниям страны. Ее тираж составляет примерно 1 млн. экземпляров. «Нихон Кэйдзай Симбун» популярна среди читателей с высоким социальным положением и высоким образовательным уровнем. Ее выписывают все японские правительственные органы и большинство крупных частных предпринимателей.

«Санкэй Симбун» («Промышленно-экономическая газета») – вторая по значению экономическая газета Японии. Она издается ежедневно в Токио и Осака компанией «Санкэй Симбунся». Газета начала выходить в 1933 г. в Осака под названием «Нихон Коге Симбун» («Японская промышленная газета»). В 1950 г. издательский центр газеты переместился из Осака в Токио. Сегодня во многих крупных городах Японии имеются отделения газеты.

### **Местные издания**

Местные издания, как уже отмечалось, подразделяются на региональные и префектурные.

Региональные газеты заполняют нишу между общенациональными и префектурными изданиями. Они распространяют свое влияние на несколько префектур. До второй мировой войны в Японии существовала система «в одной префектуре – одна газета», которая после окончания военных действий была упразднена. Однако некоторые из объединенных компаний остались. Используя довольно мощную производственную базу, они стремились распространить свое влияние на соседние префектуры, а при случае поглотить или подчинить своему влиянию издательство и в другом районе страны. Так появились три региональные газеты. Одна из них – «Хоккайдо Симбун» была основана 1 ноября 1942 г. владельцами 11 местных газет, выходивших на Хоккайдо. Другая, «Тюнити Симбун», появилась 1 сентября 1942 г. в результате слияния компаний «Сии Аити Симбунся» и «Нагоя Симбунся». И, наконец, «Ниси Ниппон Симбун» возникла после объединения редакций и типографий нескольких газет на острове Кюсю 17 апреля 1943 г.

В префектурах газеты издавались по инициативе местных муниципальных органов при финансовой поддержке торгово-промышленных кругов района. Местные газеты в середине XX века совершенно не кооперировались с национальными. Вся международную информацию они получали не из столицы, а от американских информационных агентств «Юнайтед Пресс Интернэшнл» (ЮПИ) и «Ассошиэйтед Пресс» (АП). Влияние этих агентств на информационное дело в Японии было так велико, что они фактически монополизировали всю информацию, поступающую в японскую провинцию. Дело дошло до того, что из-за конкуренции информационных агентств между собой местная пресса в Японии разделилась на «ЮПИ-кэй» и «АП-кэй», т.е. газеты клана ЮПИ и клана АП. Очень часто в одних и тех же префектурах издавались газеты, принадлежавшие к разным кланам. Так было, например, в Фукуока, где издавались «Кюсю Ниппо» («АП-кэй») и «Фукуока Нитинити» («ЮПИ-кэй»).

Следует также отметить, что вся Япония в то время была разделена на сферы влияния газет. В восточной части Японии, на Хоккайдо и южной части Сахалина доминировали газеты Токийской группы. Осацкая пресса распространяла свое влияние на западную часть Японии, Кюсю, Сикоку, Корею и Тайвань. Если сравнивать содержание газет, выходящих в Ура Ниппон («Задняя Япония» – префектуры Западного побережья) и Ометэ Ниппон («Передняя Япония» – префектуры Восточного побережья), то заметны некоторые различия. Экономика префектур Тихоокеанского побережья гораздо больше развита, чем экономика префектур, обращенных в сторону Японского моря. Поэтому газеты Ометэ Ниппон в большей степени, чем газеты Западного побережья, уделяли внимание проблемам окружающей среды, а печатные органы Ура Ниппон, в свою очередь, много места на своих страницах отводили под статьи о необходимости дальнейшего развития этих районов.

Сегодня большинство местных газет издается на префектурном уровне, хотя, как правило, редакции этих газет имеют довольно развитую корреспондентскую сеть и в соседних префектурах, а некоторые – и по всей стране. Местные газеты публикуют новости (и, что очень важно, рекламу), относящиеся к своим префектурам, гораздо полнее и более оперативно, чем это делают общенациональные или региональные издания. Именно благодаря этому местная пресса выдерживает конкуренцию с национальными изданиями.

Примерами местных газет являются «Акита Сакигакэ Симпо» – первая газета в городе Акита, вышла в феврале 1874 г.; «Тюгоку Симбун» – начала издаваться в Хиросиме в 1892 г.

Иногда в отдельную группу выделяют газеты, базирующиеся в Токио и Осака, такие как «Хоти», «Осака Симбун». Эти газеты порой называют центральными, поскольку они выходят в крупных, столичных городах. Раскладка их полос и содержание похожи на раскладку и содержание общенациональных и региональных газет.

Кроме газет общего назначения существуют специализированные издания (спортивные газеты, сельскохозяйственные, газеты для рыбаков, для работников металлургической промышленности и т.д., в том числе и выходящие довольно большими тиражами газеты крупных промышленных компаний и концернов).

В японской газетной статистике очень часто фигурирует понятие «совместный утренне-вечерний выпуск» (сэтто). Необходимость подобных выпусков объясняется тем, что они рассчитаны на периферию – мелкие городки и деревни. Обычный утренний выпуск газет попадает в руки читателей в этих местах лишь к полудню, а вечерний – поздно ночью. В связи с этим периферийные читатели подписываются обычно на совместный утренне-вечерний выпуск, который выходит в типографии около 2 часов дня и через 2-3 часа достигает уже самых отдаленных уголков. В этом совместном выпуске публикуются новости, как из утренних, так и из вечерних газет.

### **Радиовещание**

Система японского радиовещания включает в себя общественную Япон-радиовещательную корпорацию («Нихон Хосо Кекай» – Nihon Hoso yokai, или,

сокращенно, «Эн-Эйч-Кэй») и коммерческие компании. Общественное вещание – «Эн-Эйч-Кэй».

Впервые в Японии радиовещание начала токийская корпорация «Токио Бродкастинг Стэйшн» 22 марта 1925 г. Эта корпорация была общественной организацией, возникшей при поддержке правительства, и в финансовом отношении зависела исключительно от платы слушателей за пользование радиоприемниками. В том же году подобные станции возникли в Осака (июнь) и Нагоя (июль). Все эти три станции работали независимо друг от друга. В октябре 1925 г. нагойская станция провела первый в истории японского радиовещания внестудийный репортаж с места события: репортаж о военном параде.

В августе 1926 г. министерство связи объединило эти три станции, и родилась Японская радиовещательная корпорация «Эн-Эйч-Кэй». В 1928 г. вступили в строй ее радиостанции в Саппоро, Кумамото, Сэндай и Хиросиме. Этим было положено начало первой общеяпонской радиосети «Эн-Эйч-Кэй», в апреле 1931 г. была создана ее вторая радиосеть, а в марте 1969 г. – радиосеть на частотной модуляции (ФМ). Содержание программ трех радиосетей отличает друг от друга. Если по первой транслируются в основном программы общего назначения, по второй – образовательные передачи, то по радиосети на частотной модуляции (ФМ) – в основном музыка. В июне 1935 г. начались передачи службы иновещания корпорации – «Радио Японии», направленные на Канаду, США и Гавайи.

Изначально деятельность нового электронного средства массовой информации находилась под строгим контролем правительства Японии. С началом войны на Тихом океане в декабре 1941 г. правительственный контроль над содержанием программ корпорации резко усилился. В этих целях было создано правительственное Общество радиопрограмм. Содержание программ в основном сводилось к агрессивной милитаристской пропаганде, критике англо-американского образа жизни и призывам к интенсификации производства в промышленности и сельском хозяйстве.

В августе 1948 г. был принят пятилетний план развития радиосети. Число радиослушателей стало расти. Только за один 1948 г. оно увеличилось на 7,6 млн. человек.

В июне 1950 г. японский парламент принял «Закон о вещании», который перестроил всю существовавшую до того времени систему радиопередач. Этот закон, действующий по настоящее время, четко определил структуру Эн-Эйч-Кэй. Высшим административным органом «Эн-Эйч-Кэй», наделенным всей полнотой власти, становился Совет директоров. Был определен его состав: и по сей день Совет директоров состоит из 12 членов, назначаемых премьер-министром с согласия обеих палат парламента. Вся Япония по территориальному принципу разделена на восемь регионов. Восемь членов Совета директоров представляют интересы каждого региона. Четыре члена Совета избираются из людей, пользующихся авторитетом в вопросах культуры, просвещения, науки и экономики. Совет директоров собирается на заседания примерно раз в месяц. В промежутках деятельностью корпорации руководит

президент «Эн-Эйч-Кэй». Президент назначается Советом директоров на три года.

В «Эн-Эйч-Кэй» при каждой из восьми региональных радиостанций существует местный совет по радиопрограммам, а в Токио, кроме того, и Центральный совет по радиопрограммам, которые состоят из опытных и высококвалифицированных сотрудников. Собираясь раз в месяц, эти советы вырабатывают предложения для президента «Эн-Эйч-Кэй» о содержании радиопрограмм на ближайший отрезок времени. Советы участвуют и в составлении годовых планов вещания.

### **Коммерческое радиовещание.**

Уже в ходе разработки и предварительного обсуждения нового законопроекта о вещании министерство связи получило заявки на создание частных компаний радиовещания. Вскоре, 1 сентября 1951 г., две станции коммерческого радиовещания в Нагоя и Осака вышли в эфир со своими передачами. К апрелю 1952 г. кроме «Эн-Эйч-Кэй» в стране функционировали десять частных компаний, была создана Ассоциация частного коммерческого вещания. Таким образом, сентябрь 1951 г. – это своеобразный рубеж, на котором произошло разделение радиовещания Японии на общественное, осуществляемое «Эн-Эйч-Кэй», и коммерческое.

Коммерческие радиокomпании в мае 1965 г. объединились в две общенациональные сети. Одна из них, Японская радиосеть («Джапан Рэдионетуорк» – «Джей-Эр-Эн»), была образована 30 компаниями, объединившимися вокруг компании «Токио Хосо» («Токио Бродкастинг Систем» – «Ти-Би-Эс»). Другая, Национальная радиосеть («Нэшнл Рэдионетуорк» – «Эп-Эр-Эн»), была образована из 31 компании, сгруппировавшейся вокруг компании «Буйка Хосо» («Ниппон Калчэрал Бродкастинг» – «Эн-Си-Би») и «Ниппон Хосо».

### **Телевидение**

Первая успешная экспериментальная телевизионная передача в Японии была проведена в мае 1939 г. в Токио. Изображение передавалось из технико-исследовательской лаборатории Японской радиовещательной корпорации в ее центральное здание. Вторая мировая война прервала эту работу. Сразу же после ее окончания были предприняты попытки внедрить телевидение в быт Японии. 15 октября 1945 г. Институт связи получил разрешение провести пробную телепередачу. Но в то время добиться успеха не удалось. Только в ноябре 1949 г. технико-исследовательская лаборатория «Эн-Эйч-Кэй» вновь вернулась к попыткам провести экспериментальную телепередачу.

### **Общественное вещание – «Эн-Эйч-Кэй»**

1 февраля 1953 г. стало днем рождения японского телевидения. С этого дня начались регулярные передачи «Эн-Эйч-Кэй».

В сентябре 1960 г. «Эн-Эйч-Кэй» начала цветные передачи, а в апреле 1968 г. последняя телестанция в Токио, «Токио 12 Тяннэру» («Токио 12 канал»), включила в свою программу цвет.

Телевизионная сеть имеет для «Эн-Эйч-Кэй» особое значение, так как с финансовой точки зрения она зависит только от платы телезрителей за просмотр

программ «Эн-Эйч-Кэй» (плата за радио отменена). В соответствии с «Законом о вещании» корпорация заключает контракты с владельцами телевизоров по всей стране и собирает с них плату. Подобную плату взимает только «Эн-Эйч-Кэй». Просмотр программ коммерческих телекомпаний бесплатен, так как их доход строится на плате за рекламу, а «Эн-Эйч-Кэй» рекламная деятельность «Законом о вещании» запрещена.

Вещание «Эн-Эйч-Кэй» состоит из двух основных программ – общего и образовательного телевидения. Отчет о деятельности корпорации за 2002 г. дает представление о содержательном наполнении и пропорциональном соотношении программ. Общее телевидение (всего 168 часов в неделю): новости – 40,5 %, культура – 24,7 %, развлекательные передачи – 23,7 %, образование – 11,1 %. Образовательное телевидение (всего 165 часов S3 минуты в неделю): образование – 81,1 %, культура – 16,3 %, новости – 2,6 %. Наряду с этим «Эн-Эйч-Кэй» осуществляет передачу трех каналов цифрового телевидения.

Коммерческие телевизионные компании.

В августе 1953 г. начала работу первая коммерческая студия «Нихон Тэрэби Хосо» («Ниппон Телевижн» – «Эн-Ти-Ви»), основным владельцем акций которой является газета «Иомиури». В последующие годы одна за другой начинают телевизионные передачи другие коммерческие компании – «Нихон Тэрэби», «Ти-Би-Эс», в 1959 – «Тэрэби Асахи» и «Фудзи Тэрэби». В 1960 г. уже 43 частные коммерческие компании, располагающие 61 телестанцией, вели регулярные передачи.

В Японии нет столь обширных коммерческих теле- и радиосетей, как, например, в США. В то время как «Эн-Эйч-Кэй» располагает сетью телестанций, покрывшей всю страну, в распоряжении коммерческих компаний находятся лишь отдельные местные студии с весьма небольшим радиусом действия. В Токио работает до десятка телестанций, а в каждой префектуре – по одной – две станции. С начала периода коммерческого телевизионного предпринимательства конкуренция за вовлечение большего количества местных телестанций в свою сеть шла между токийскими компаниями «Ниппои Телевижн» («Эн-Ти-Ви») и «Токио Бродкастинг Систем» («Ти-Бв-Эс»). Затем в эту гонку включилась «Нихон Эдюкейшня Телевижн» («NET», или «Эн-И-Ти») и «Фудзи Тэрэби».

Характерной особенностью частного коммерческого телерадиовещания Японии является его подразделение на зоны, то есть объединение компаний в теле- и радиозоны вещания во главе с ведущими центрами при сохранении финансовой самостоятельности отдельных участников. Ведущие телерадиоцентры обеспечивают, как правило, участников зон программами вещания (по действующему тарифу), добываясь синхронного выхода в эфир передач в пределах действия станций и ретрансляторов.

К середине 80 гг. в Японии действовали четыре основные зоны телевидения и столько же зон радиовещания, объединившие преобладающее число частных компаний. Лишь отдельные из них сохранили свою относительную самостоятельность. Лидерство в зонах телевидения принадлежало «Нихон Тэрэби» (зона «Эн-Эн-Эн»), «Токио Хосо» («Джэй-Эн-Эн»), «Фудзи Тэрэби»

(«Эф-Эн-Эн»), возглавляющим объединения по 25 и более компаний. «Токо Хосо» возглавила радиозону «Джэй-А-Эн»; «Ниппои Хосо» -зону «Эн-А-Эн»; ведущим центром зоны вещания в диапазоне УКВ является «Токио Эф-Эм Хосо». Значительная часть компаний являются участниками двух и более зон.

К коммерческим спутниковым компаниям относится «Sky Perfect TV» с более чем 2 млн. подписчиков. На сегодняшний день она осуществляет вещание по 170 каналам и с 1 октября 2000 г. является единственной спутниковой компанией, вещающей в Японии (до этого была еще Direct TV).

Представленный материал характеризует главным образом общую структуру системы массовой информации Японии. Однако в стране с устойчивыми давними традициями, СМИ, несомненно, имеют специфические национальные особенности, отличные от масс-медиа других государств. В частности, исследователи указывают на содержательное единообразие общенациональных изданий. «Асахи», «Майнити», «Иомиури» практически не отличаются друг от друга по своему профилю и политической направленности. Причиной тому является стремление каждого из изданий удовлетворить интересы всех категорий читателей. Именно эти газеты качественной информации являются в Японии наиболее многотиражными, в отличие от других стран, где в рейтинге тиражей лидирует массовая пресса. Высокий уровень образования японцев определяет их уровень запросов и в какой-то мере сказывается на том, что общенациональные газеты в той стране имеют большое количество подписчиков (6-8 миллионов). Вместе с тем единообразие ряда японских изданий привело к тому, что в Японии выходит меньшее количество газет большим тиражом в пропорциональном соотношении с другими странами, например, с соседним Китаем.

Средства массовой информации весьма влиятельны в политической и государственной жизни Японии.

Основы правового статуса средств массовой информации (СМИ) заложены Конституцией Японии. Как отмечалось, Конституция гарантирует свободу слова, печати и иных форм выражения мнений. Согласно ст. 21 Конституции запрещена любая цензура. Печатные средства массовой информации функционируют в основном на основе саморегуляции.

Свобода массовой информации в Японии ограждена от злоупотреблений целым рядом законодательных актов. Среди них положения Гражданского кодекса, не допускающие злоупотребления правами и нарушения общественного порядка и добрых нравов.

Законодательство об органах государственной власти регулирует порядок освещения их деятельности, в частности аккредитацию представителей СМИ при этих органах для получения официальной информации, а также основанную на положениях указанного законодательства деятельность самих государственных органов. Например, служба Управления императорского двора зорко следит за всеми публикациями об Императоре и членах императорской семьи. Информацию о деятельности Премьер-министра СМИ получают в

действующем с 1960 г. управлении информации при канцелярии Премьер-министра.

Управление ежедневно проводит брифинги и пресс-конференции, выпускает сообщения для печати, которые по продолжительности занимают более двух часов. Журналисты тех СМИ, которые не аккредитованы при государственных органах, практически лишены такой возможности. Для работы со СМИ в 1973 г. был создан отдел информации при Кабинете министров. В период избирательных кампаний определенное регулирующее воздействие имеют нормы законодательства о выборах, регламентирующие время и порядок проведения агитационных мероприятий в печатных и электронных СМИ.

Правовой статус электронных СМИ урегулирован Законом о вещании, который, кроме того, предоставляет вещательной корпорации Эн-эйч-кей монопольное право проведения передач на зарубежные страны.

В стране выходят 104 ежедневных газеты, 72 еженедельника (общий тираж — 33,8 млн. экз.) и 2822 ежемесячных журнала. По общему тиражу ежедневных газет (68,3 млн.) Япония занимает второе место в мире, уступая лишь США, а по количеству газет на душу населения — первое место. Господствующее положение занимают наиболее влиятельные газеты "Асахи" (тираж около 13 млн. экз.), "Иомиури" (свыше 14 млн.), "Майнити" (10 млн.). Ведущие политические партии Японии и профсоюзные центры имеют свои издания общим тиражом от 100 тыс. до 600 тыс. экземпляров каждое.

Представление о средствах массовой информации этой страны можно получить на примере газеты "Иомиури", выходящей ежедневно утренним и вечерним выпусками объемом до 32 страниц. Помимо 750 штатных журналистов центрального аппарата редакция приглашает огромное количество платных информаторов (в одном Токио их более 1500 человек).

Имеется два небольших самолета, 6 вертолетов, оборудованных аппаратурой для немедленной передачи в редакцию текстов и фотоснимков, 18 типографий с высокопроизводительной техникой и великолепно отлаженная система распространения. Помимо основной газеты, выпускаются десятки еженедельников, журналов, приложений, книг на все вкусы — от узкоспециальных до массовых изданий, посвященных темам досуга, спорта, здравоохранения и т. д. Всего в этом мощном концерне занято 12 тыс. человек.

Действуют крупные информационные агентства. Первое место занимает КиодоЦусин — кооперативное объединение ведущих газет и полугосударственной телерадиовещательной корпорации Эн-Эйч-Кей. Оно распространяет подписчикам внутривнутриполитическую, экономическую, научную, спортивную информацию на японском и английском языках, иностранную информацию собственных корреспондентов и иностранных агентств.

Имеет соглашения об обмене информацией с мировыми агентствами. Обслуживает 63 газетных издательства, 72 радиостанции, 57 информационных агентств за рубежом. Дзидзицусин — второе по значению, также акционерное. Радиовещание и телевидение находятся частично под контролем правительства (через корпорацию Эн-Эйч-Кей), а в основном — в частных руках.

## Печать Китая

Согласно упоминаниям в исследовательской литературе, первая китайская газета «Кинг-Пао» («Столичный вестник») вышла в свет в 911 г. Она появилась в то время, когда в Европе, пережившей падение Римской империи, наступил тяжелый период переселения народов. Следует отметить, что с Древним Римом связаны упоминания о зачатках периодической печати. Выход по инициативе Юлия Цезаря «actasenatus», «actadiurnipublica, populiRomani» является одним из первых опытов обнародования информации на периодической основе (протоколы сенатских заседаний, сообщения о военных действиях, описание праздников, выдающихся событий). И когда культурные ценности Италии, пришли в упадок, Китай на некоторое время становится своеобразным оазисом мировой культуры. Здесь проводятся опыты книгопечатания, с которыми можно связать и появление первой газеты в Пекине.

Содержанием газеты «Кинг-Пао» долгое время были только императорские декреты и придворные известия. На рубеже XIX и XX вв. издание начинает выходить в трех выпусках. Первый выпуск под названием «Деловой листок» печатался на желтой бумаге и содержал известия из торгового и промышленного мира. Второй выпуск, печатаемый также на желтой бумаге, являлся собственно преемником древней газеты и носит название «Правительственный вестник». Третий выпуск, «Земский листок», был предназначен для провинции, печатался на красной бумаге и представлял собой сокращенное извлечение из первого и второго выпусков. Редакция всех трех выпусков была поручена шестерым членам Академии наук – «HanLin». Особого внимания газета заслуживает еще потому, что в ней публиковалась информация о служебных проступках крупных чиновников и возложенных на них наказаниях.

Внешний вид первых китайских газет достаточно необычен. Они напечатаны на тонких и узких листках, так как китайцы пишут вертикально, ставя одно слово под другим. Ввиду того, что в Китае читают слова справа налево, на последней странице номера, состоявшего из восьми страниц, в правом углу, наверху помещается название газеты, а рядом год и число по китайскому и европейскому календарю. Остальная часть первой страницы часто заполнялась по образцу английских газет многочисленными объявлениями. На других страницах помещались политические известия, императорские указы, перепечатанные из английских и японских газет телеграммы, провинциальные корреспонденции и в заключение – передовая статья, в которой один из редакторов рассматривал вопросы внешней и внутренней политики.

Вторая половина XIX века отмечена активным развитием китайской периодики. Это связано с развитием технических средств выпуска изданий, усовершенствованием средств доставки газет.

Например, считается, что в 1860 г. американский миссионер Вильям Гэмбл с помощью гальваностереотипного процесса открыл способ изготовления матриц китайского шрифта, изобрел стандартную китайскую шрифтовую кассу, расположенную по ключевой системе Канси. На начальном этапе развития периодической печати в Китае применялся литографский способ. Этим же

способом печаталась и книжная продукция. Впоследствии, с развитием печатного дела, в Китае стали применяться металлический подвижной шрифт и печатные машины.

С изобретением телеграфа, образованием государственной телеграфной компании китайской империи в 1881 г. телеграфная связь стала использоваться редакциями газет для получения официальной правительственной информации. Цинский двор в свою очередь использовал телеграф для связи с губернаторами провинций, которые передавали императорские и правительственные указы в местные издания.

Пароходное сообщение по морским и речным путям и железнодорожный транспорт обеспечили более быструю циркуляцию периодической печати. В 1896 г. в Китае была создана «Китайская Императорская почтовая служба», которая уже в следующем 1897 г. взяла на себя функции распространения периодической печати.

В начале XX столетия в Китае зарождается новый тип прессы – марксистская революционная печать. Историческая ситуация, в которой это происходило, была связана с «движением 4 мая» 1919 г. (в этот день в Пекине состоялась крупная демонстрация студентов, протестовавших против решения Парижской мирной конференции о передаче бывших немецких концессий в Китае Японии, вслед за чем, массовое антифеодалное движение охватило всю страну). Одновременно с ростом рабочего движения среди прогрессивной интеллигенции и студенчества в разных городах Китая стали возникать марксистские кружки. С организацией марксистских кружков в стране появляется первая революционная массовая рабочая печать. В августе 1920 г. в Пекине стала выходить рабочая газета «Лаодунинь», в Шанхае – «Лаодунцзе» и «Хою», в Кантоне – «Лаодуншэн». Газеты публиковали советы рабочим, крестьянам, хронику рабочего движения, письма с фабрик и заводов. В период «движения 4 мая» выходил влиятельный еженедельник «Мэйчжоупинлунь». На его страницах были опубликованы материалы, посвященные декрету о земле, первой Конституции Советского государства, закону о браке.

Происходящие события форсировали изменения в китайской письменности. На страницах ряда газет было предложено провести реформу письменности – вместо языка древних книг (вэньянь) взять за основу литературного языка язык разговорный (байхуа – простой язык) с использованием более ограниченного количества иероглифов и сравнительно простым грамматическим строем. В 1919 г. байхуа завоевал всеобщее признание и в 1920 г. был введен в школах Китая.

В 30-40 гг. XX века в Китае укрепила свои позиции коммунистическая партия. В эти годы ЦК КПК дал ряд указаний, предусматривающих мероприятия по укреплению системы партийной печати.

В 1938 г. вышел в свет всекитайский орган КПК «Синьхуажубао». ЦК КПК указал всем местным партийным комитетам на необходимость обратить внимание всех товарищей на огромное значение партийной газеты с тем, чтобы они читали партийную газету и обсуждали важные статьи, опубликованные в

партийной газете, а также оказывали помощь в распространении партийной печати.

В 1939 г. ЦК КПК принял решение о создании при всех партийных комитетах (в том числе и приездных) отделов по распространению периодической печати.

20 июня 1941 г. вышло решение ЦК КПК об упорядочении печати и об улучшении партийного руководства печатью, против серости языка и трафарета в газетной работе. Партия ставила задачу творчески использовать печатью национальную форму. Речь шла о том, чтобы покончить с заморскими шаблонами и поменьше заниматься пустыми и абстрактными разглагольствованиями. Отмечалось, что «догматизм надо сдать в архив и усвоить свежий и живой, приятный для слуха и радостный для глаза китайского народа китайский стиль и китайскую манеру»<sup>3</sup>.

1 октября 1949 г. было провозглашено создание Китайской Народной Республики. Образование КНР положило начало новому этапу в развитии китайской журналистики.

В первую очередь народное правительство закрыло все информационные агентства, редакции газет, журналов, радиовещания, принадлежавшие старому режиму, конфисковало все принадлежавшее ему техническое оборудование, необходимое для создания новой системы массовой коммуникации народной власти.

Хотя ЦК КПК требовал от местных партийных органов строго соблюдать дифференцированный подход к редакциям частных газет, журналов и станций радиовещания, закрывать газету или журнал только после получения санкции ЦК КПК, на практике это указание часто нарушалось. Бывшие частные газеты и журналы в первое время получали от народного правительства финансовую поддержку и становились государственно-частными. Постепенно они выкупались правительством и превращались в государственные.

В результате в Китае сложилась новая система массовой информации под эгидой крупнейшей партийной газеты «ЖэньминьЖибао» («Народная газета»), официального информационного агентства «Синьхуа» («Новый Китай») и Центрального народного радиовещания.

Газета «ЖэньминьЖибао», являющаяся органом Центрального комитета, коммунистической партии Китая и входящая на сегодняшний день в ряд наиболее крупных и влиятельных мировых изданий, была основана еще в 1946 году. К ее появлению причастен сам Мао Цзэдуя. В апреле 1946 г. заместитель секретаря бюро ЦК КПК освобожденного района Шавьси-Хэбэй – Шаньдун – Хэнань. Бо Ибо во время своего визита в Яйбань среди прочих обсуждал с Мао Цзэдунем и вопрос о создании партийной газеты этого освобожденного района. Первоначально эту газету предполагалось назвать «Шин – Цзи-Лу – ЮйБао» или «ТайханБао», т.е. использовать традиционные китайские названия провинций, входивших в освобожденный район. Однако Мао Цзэдун предложил не следовать географическому принципу, а назвать ее «ЖэньминьЖибао» («Народной газетой»). 15 мая 1946 г. в уездном городе Хавьдань провинции Хэ-

бэй газета «ЖэньминьЖибао» стала выходить как орган бюро ЦК КПК освобожденного района. 15 июня 1948 г. газета стала изданием бюро ЦК КПК Северного Китая. 2 февраля 1949 г. после освобождения Пекина туда переехала редакция «ЖэньминьЖибао», и с августа 1949 г. она становится официальным органом ЦК КПК.

Наряду с литературным материалом в китайской газете большое место начали занимать иллюстрации, имеющие самостоятельное значение. «ЖэньминьЖибао» в воскресные и праздничные дни начала выпускать художественные приложения, содержащие множество рисунков и фотоиллюстраций.

С 1956 г. большинство газет Китая, в том числе и «ЖэньминьЖибао», изменило расположение строчек. Строчки располагались уже горизонтально, а не вертикально, как раньше.

Тираж «ЖэньминьЖибао» вырос с 90 тыс. до 2 млн. экземпляров за последние пятьдесят лет. С января 1982 г. «ЖэньминьЖибао» стала выходить в Сан-Франциско (США), всего она поставляется более чем в 100 стран мира. В 1987 г. «ЖэньминьЖибао» была признана одной из десяти крупнейших и влиятельных газет мира наряду с американскими «Нью-Йорк Таймс» и «Вашингтон Пост», французской «Монд», английскими «Таймс» и «Гардиан».

Одним из важных, направлений в области политики КПК по укреплению системы СМК было развитие единого общегосударственного информационного агентства «Синьхуа». В первую очередь это было вызвано необходимостью установления партийно-государственного контроля над деятельностью не столько центрального аппарата агентства, сколько над его многочисленными местными филиалами и отделениями, которые работали разрозненно, а в своей информационной работе ориентировались главным образом на свою местность. Местные отделения агентства «Синьхуа» по существу были придатками местных газет и подчинились местным партийно-административным органам. Если в условиях гражданской войны, когда освобожденные районы были изолированы друг от друга, такое положение было оправданным, то после объединения страны под властью народного правительства создававшаяся практика вызывала большие неудобства.

В марте 1950 г. ЦК КПК опубликовал «Указание о реорганизации агентства "Синьхуа" в централизованное единое государственное информационное агентство». В апреле 1950 г. Главное управление по делам журналистики Центрального народного правительства опубликовало «Решение о работе и реорганизации единого информационного агентства "Синьхуа"». На основании этих двух директивных документов «Синьхуа» обрело статус государственного официального информационного агентства, наделенного правом публикации официальных заявлений центрального правительства КНР, сообщений дипломатического характера и правом снабжения различной информацией редакции газет, журналов, радиовещательных станций и т.д. Агентство располагало 6 генеральными отделениями в самом Китае и 28 корпунктами.

Кроме того, «Синьхуа» создало свои представительства в Москве, Праге, Берлине, Пхеньяне.

Уже в 1982 г. «Синьхуа» вошло в восьмерку крупнейших информационных агентств: «Агентство Франс Пресс», «АНСЛ» (Италия), «Ассошиэйтед Пресс», «Юнайтед Пресс Интернэшнл», «ДойчерДепешендинст» (ФРГ). «Рейтер» (Англия), ТАСС и «Синьхуа».

14 сентября 1953 г. в Пекине группой известных журналистов во главе с ЦзиньЧжунхуа было создано народное информационное агентство «Чжунгосиньвэньш» («Китайская информационная служба»), сокращенно «Чжун-нсиньпэ». С 1 октября 1952 г. оно приступило к регулярному распространению информации более чем на 100 газет и станций радиовещания, принадлежавших китайским эмигрантам, во всех странах. Материалы агентства содержали информацию о политике, экономике, культуре, здравоохранении, успехах в социалистическом строительстве, а также важную для эмигрантов информацию о положении в их родных провинциях, главным образом Гуандуне, Фудэяни и др., которые исторически являлись районами наибольшего оттока китайского населения в страны Южных морей и Юго-Восточной Азии.

В течение сравнительно долгого периода времени на первый план выдвигалась пропагандистская функция партийной прессы Китая (это происходило во время революционной борьбы и после создания КНР). Создание социалистического рынка привнесло в прессу изменения – начал расширяться круг функций печати. Журналистика должна была не только решать агитационно-пропагандистские задачи, но и соответствовать требованиям новой экономики. В начале 80 гг. были внесены коррективы в структуру печати СМИ Китая. Начала исчезать монополия партийной прессы, ранее лидировавшей в стране. Появлялись новые газеты других партий, отраслевые газеты, газеты предприятий, вечерние газеты, дайджесты, общественно-популярные, рекламные, армейские газеты.

Одной из тенденций развития китайской печати последнего времени является концентрация и формирование корпораций. Основой для создания корпораций выступали так называемые системообразующие газеты. Так, например, «ЖэньминьЖибао» для обслуживания рынка в 1980 г. первой учредила «Шичанбао» («Газета рынка»), что явилось прологом отделения дочерней газеты от материнской; В течение нескольких лет после этого крупные газеты Китая (в том числе партийные) во множестве создавали дочерние издания, система которых включала три основных типа: дайджесты, вечерние и специализированные. С конца 80 до начала 90 гг. шло развертывание корпораций печати, когда системообразующие дочерние газеты, в свою очередь, получили дальнейшее развитие. По данным статистики, количество новых газет непрерывно увеличивалось: в период с января 1980 г. по март 1985 г. такие издания появлялись в среднем каждые два дня. В 1992 и 1993 гг. новая газета рождалась через несколько дней. В 1993-1995 гг. для развития корпораций печати характерно слияние изданий. Зачастую это происходило путем одностороннего поглощения, когда мощные издания КПК присоединяли к себе

неприбыльные непартийные газеты. В январе 1996 г. газета «Гуанчжоу Жибао» организовала первую в Китае корпорацию печати, утвержденную Отделом пропаганды ЦК КПК и Бюро по издательскому делу и печати (БИП). Создание корпораций способствует переходу прессы Китая с уровня, который именуется «объем и количество» на уровень «качества и высокой эффективности». Подобные инициативы высшего административного органа в отношении газет страны беспрецедентны для истории прессы Китая.

Существующая организационная структура корпораций печати Китая отражает китайскую специфику развития прессы в условиях социалистического рынка: хозяйственная деятельность прессы, принимает все более разнообразные виды.

Датой начала периодического **радиовещания** в современном Китае можно считать 1945 г. После образования КНР в 1949 г. было создано Центральное управление радиовещания, подчинявшееся Главному управлению журналистики при Центральном народном правительстве. 14 апреля 1950 г. Главным управлением журналистики было принято «Решение о создании и развитии современной сети радиовещания».

Становлению радиовещания способствовало движение радиоприемных операторов, ответственных за прослушивание и дальнейшее распространение информации народного радиовещания. Радиоприемные операторы были обязаны записывать новости, правительственные указы и другие важные материалы центрального и местного радиовещания и доводить их до сведения широких масс, а также передавать эти материалы уездным и городским органам народного образования и воспитания в качестве основы для выпуска местной прессы и стенной печати. Подобная система ретрансляции информации создавалась в армии, в государственных учреждениях, школах, на заводах. Активным радиослушателям предлагалось обращаться на местные станции радиовещания с заявлением о приеме в ряды радиоприемных операторов, активистам вменялось в обязанность создавать кружки прослушивания радиопередач, заниматься широкой пропагандой материалов радиопередач, рекомендовать массам слушать радио и принимать участие в радиопередачах.

В первые годы после образования КНР система радиовещания представляла собой четырехъярусную пирамиду. Вершину пирамиды занимало Центральное народное радиовещание. Ниже располагался ярус радиостанций крупных административных центров: Шэньян — центр Северо-Восточного Китая, Сиань — центр Северо-Западного Китая, Шанхай — центр Восточно-Китайского района, Ухань — центр Центрально-Южного Китая, Чун-цин — центр Юго-Западного района. Следующий уровень в системе радиовещания КНР был представлен радиостанциями провинций и городов центрального подчинения. Четвертый, нижний — городское радиовещание.

Местные радиостанции согласно установленному Центральным радиовещанием порядку были обязаны транслировать наиболее важные информационные программы Центрального радиовещания «Новости прессы» и «Программу совместной радиопередачи».

В апреле 1950 г. был создан отдел международного радиовещания – «Радио Пекина». Сначала передачи велись на семи языках: английском, японском, корейском, вьетнамском, бирманском, тайском, индонезийском, а также на путунхуа и диалектах – гуандунском, сямыньском, хакка. Ежедневное международное вещание составляло в то время 11 часов в сутки.

С 1952 г. в сельских районах Китая начинается активное строительство проводной радиосети. Первая проводная радиостанция была построена в апреле 1952 г. в провинции Грин уезда Цзютай. В январе 1956 г. в документе ЦК КПК «Основные положения развития сельского хозяйства Китая» в пункте 32 была поставлена задача за 7 -12 лет в основном завершить дело радиофикации сельской деревни.

В июле – августе 1956 г. было созвано 4-е Всекитайское рабочее совещание работников радиовещания, на котором были рассмотрены основные направления реформы системы радиовещания КНР. Отмечалось, что неблагоприятное положение в радиовещании сложилось из-за низкого уровня профессионального журналистского мастерства, что выражалось в оторванности радиожурналистики от жизненных проблем, в низком качестве литературного стиля радиопередач. Прозвучало требование покончить с существованием запретов на критические выступления по радио.

После 4-го Всекитайского совещания в радиовещании КНР произошли значительные изменения: особое внимание стало уделяться подбору журналистских кадров, были подготовлены и стали выходить в эфир новые программы, представляющие интерес для самой широкой аудитории («По родной стране», «Наука и знания», «Воскресный клуб», «Передача для родителей», «Беседы о текущих событиях в мире»).

На сегодняшний день структура китайского радиовещания кардинальных изменений в целом не претерпела. Правда, наряду с государственным радиовещанием, в эфир выходят небольшие радиостанции с участием частного капитала, однако государство, КПК продолжает контролировать развитие электронных СМИ.

**Телевидение** появилось в Китае в мае 1958 г. В начальный период Пекинский телецентр выходил в эфир всего два раза в неделю с пробными телепередачами. Начиная со 2 сентября 1958 г. после того, как Пекинский телецентр был официально открыт, передачи китайского телевидения стали выходить в эфир шесть—восемь раз в неделю. С октября 1958 г. в эфир вышла первая телепередача шанхайской телестудии.

В 1958 г. были созданы 4 телецентра: в Пекине, в уезде Юйтянь (провинция Хэбэй), в Харбине, в Шанхае, в 1959 г. – четыре телецентра: в Тянь-цзине, Шэньяне, Чанчуне и в Гуанчжоу, в 1960 г. было построено 9 телецентров. В 1961 г. после создания телецентра в Куньмине, развитие сети телевидения в КНР было полностью заморожено вплоть до 1968 г.

Телевизионные программы в то время состояли из получасовой передачи новостей, репортажей на производственные темы, революционных опер,

документальных фильмов, спортивных передач. Иностранная хроника передавалась всего один раз в неделю.

В мае 1960 г. был создан телеуниверситет, в котором проводились ежедневные телезанятия по математике, физике, химии и китайскому языку. В тот период телевизионным обучением было охвачено 20 тыс. человек.

В 1973 г. в КНР началось освоение цветного телевидения. В мае 1978 г. в двадцатую годовщину телевидения КНР пекинское телевидение было переименовано в Центральное телевидение. Провинциальные и городские телецентры наряду с ретрансляцией программ Центрального телевидения стали выпускать свои телепрограммы.

8 апреля 1984 г. в КНР был запущен искусственный спутник связи, обеспечивающий прием цветных телепрограмм на территории всего Китая и прилегающих к нему районов, а также функционирование пятнадцатиканального радиовещания.

Основой телесистемы Китая в настоящее время являются телевизионные каналы Центрального телевидения — его ежедневный объем вещания составляет более 170 часов. ЦТК фактически играет роль, которую у нас в прежние времена во многом выполняло Гостелерадио СССР.

Первая программа — это универсальный канал, выделяющийся, прежде всего, выпусками новостей и общественно-политическими программами. Ежедневный объем вещания — 18 часов.

Приоритеты второй программы, впервые вышедшей в эфир в 1973 г. и вещающей сейчас 16 часов в сутки — передачи по вопросам экономики, программы, ориентированные на социальное воспитание.

Третья программа, появившаяся в 1986 году, — театрально-музыкальная, в которой ведущая роль отведена культурно-развлекательным программам традиционной для Китая тематики.

4-я программа — международный канал круглосуточного вещания предназначена для живущих за рубежом китайцев и сочетает выпуски новостей с сюжетами универсального содержания. Этот канал появился в 1992 г.

5-я программа (1995 г.) — спортивная.

6-я (1995 г.) рассчитана на любителей кино.

7-я (1995 г.) — универсальная, главным содержанием которой являются детские, сельскохозяйственные (3/4 китайцев — крестьяне), научно-технические передачи, а также программы для военных.

8-я программа (1996 г.) в основном посвящена литературе и искусству, а также развлекательным передачам.

В мае 1999 г. ЦТК запустило еще один специализированный канал — теледрамы. Ежедневно зрители могут посмотреть до шести телепостановок. По мнению представителя ЦТК, новый проект должен привлечь внимание большей части телеаудитории.

Программы Центрального телевидения сегодня передаются не только на всю страну с использованием спутниковой связи, но и на весь мир. Основная часть программ Центрального телевидения финансируется за счет бюджетных

ассигнований. Одновременно с этим быстро растут доходы от рекламы. Идет развитие и системы платных каналов. Например, платными являются 3, 5, 6, 8 программы ЦТК, сигналы которых распространяются в закодированном виде.

Формы распространения телевизионного сигнала в Китае разнообразные: на рынке масс-медиа представлено эфирное, спутниковое и кабельное телевидение. Программы кабельных сетей, как правило, платные.

Китайские телекомпании обычно представляют собой довольно сложные экономические организмы, где многие подразделения являются чисто коммерческими и созданы для извлечения прибыли. Скажем, Шанхайское телевидение, успешно конкурирующее с Центральным ТВ, в своей структуре имеет приносящие доход гостиницу, рестораны, рекламное и туристическое агентства, производство видеокассет. Немалые деньги приносят также журнал, газета, типография, магазин телетехники, обслуживание иностранных тележурналистов, организация концертов, выставок, выпуск всевозможных сувениров. Следует, однако, подчеркнуть, что развитие рыночной экономики в КНР пока не привело к возникновению в чистом виде частных телекомпаний. Государство очень ревностно следит за этим. Однако, в ряде районов страны, например, в том же Шанхае, появились в последние годы муниципальные телекомпании смешанного типа, с негосударственным участием. Но существенного влияния на ситуацию они пока не оказывают.

В Индии усиливается роль средств массовой информации. В стране издается около 20 тыс. газет и журналов, из которых около 14 млн. экземпляров на хинди и 10 млн. -- на английском. Всего газеты и журналы издаются почти на 90 языках. Большинство изданий находятся в частном владении. Выделяются четыре группы крупнейших газетных компаний: "Тайме ов Индия", "Индиан экспресс", "Хиндустан тайме" и "Ананда базар патрика". Из наиболее влиятельных информационных агентств можно выделить крупнейшие -- "Пресс траст ов Индия", "Юнайтед ньюз ов Индия", "Сентрал ньюз сервис" и "Индия пресс эйдженси".

Индия входит в число десяти стран, издающих наибольшее количество печатной продукции, выпуская свыше 20 тыс. наименований книг и брошюр. Из 15 тыс. издательств 3/4 -- мелкие, почти 1/4 - средние и 2% - крупные.

Всеиндийское радио, действующее с 1936 г. под контролем министерства информации и радиовещания, имеет 84 радиостанции, работающие на 38 языках, его передачи принимаются на всей территории страны. Всеиндийское телевидение, созданное в 1976 г., имеет сеть из 140 телевизионных центров и ретрансляционных станций, а также спутники телесвязи. Его передачи могут смотреть уже более 2/3 населения.

Первая газета появилась в Индии в 1780 г. в Калькутте во времена британского колониального режима и называлась The Bengal Gazette. Вслед за ней последовали The India Gazette, The Calcutta Gazette, The Madras Courier (1785 г.), The Bombay Herald (1789 г.) и другие. Самая популярная англоязычная газета Индии The Times of India была основана в 1838 г.

В наше время в Индии выходит около 60.000 ежедневных и еженедельных газет, из которых примерно 300 относительно крупных газет печатаются на английском языке. На английском выходят в основном общенациональные издания, а на местных языках - региональные. Газетная аудитория в Индии - ок. 200 миллионов человек. Общий тираж газет приближается к 100 миллионам (второе место в мире после Китая).

Многие газеты в Индии имеют свои новостные сайты, которые не уступают по популярности печатным версиям.

Большинство газет печатают разного рода объявления по продаже/аренде недвижимости и другим полезным тематикам. Средняя стоимость газеты - 1-3 рупии. Среди крупных региональных газет можно отметить Malayala Manorama (ежедневная газета на языке Малаялам, издается в штате Керала, тираж 1,5 миллиона), Dainik Jagran (печатается в штате Уттар-прадеш на хинди, ежедневный тираж 2,4 млн.) и Anandabazar Patrika (печатается в штате Бангала на бенгальском языке, ежедневный тираж 1,1 млн.).

Крупнейшие общенациональные газеты в Индии на английском языке:

The Times of India. Самая популярная в Индии англоязычная газета. Национальные и международные новости. Печатается во всех крупных городах Индии. Тираж ок. 2 миллионов экз. в день.

Hindustan Times. Национальные и международные новости, аналитика. Аналог The Times of India. Тираж более 1 млн. экз. в день.

Business Standard Бизнес. рынки, инвестиции, объявления.

The Economic Times. Ежедневник по экономике, инвестициям, недвижимости. Печатается во всех крупных городах.

The Financial Express. Финансы, экономика, обзоры, аналитика, политика.

The Hindu. Национальные и международные новости. Может быть заменой The Times of India и Hindustan Times при их отсутствии в продаже.

The Indian Express. Еще менее интересная замена.

The Asian Age. Иногда встречаются любопытные новости.

**Современная Южная Корея** - это страна "читателей газет". Газетные киоски встречаются в Корее на каждом шагу. В 1999 г. в Корее на каждую тысячу человек приходилось 454 экземпляра ежедневных газет. По этому показателю Корею уступала Японии (664 экземпляров в 2001 г.) и странам Скандинавии (Финляндия и Швеция - по 543 экземпляра), но оставляла далеко позади почти все другие развитые страны Европы, Азии и Северной Америки.

Корейцы охотно выписывают периодику на дом, благо, что обходится это не дорого: стоимость годовой подписки на ежедневную газету составляет примерно 7-8% среднемесячной зарплаты. В последние годы газеты по подписке получает примерно две трети корейских семей.

В соответствии с классификацией, которая принята Корейским институтом печати, газеты в стране делятся на пять групп. Во-первых, это "общие ежедневные издания" (кор. чонъхап ильган чжи). Они представляют из себя уважаемые национальные газеты, которых насчитывается около дюжины. Это - серьезные, несколько тяжеловесные издания, которые претендуют на

определённую элитарность и предназначены для более или менее основательного чтения. Вторую группу составляют "экономические ежедневные издания" (кор. кёнъчже ильган чжи), которые ориентируются в первую очередь на бизнесменов и печатают преимущественно (но не исключительно) деловую и экономическую информацию. Третью группу образуют "местные газеты" (кор. чибанъ чжи), которые выходят в провинциях и крупных городах. По своему стилю они как бы копируют общенациональные газеты, но, само собой, уделяют гораздо больше внимания местной тематике. Четвертая группа - это так называемые "спортивные ежедневные газеты" (кор. сыпочхы ильган чжи), которые представляют собой местный вариант "жёлтой прессы" и носят откровенно развлекательный, отчасти бульварный характер. Большинство "спортивных" газет является общенациональными, хотя в Пусане - втором по значению городе страны - также выходит своя местная "спортивная" газета. Наконец, пятую группу составляют газеты на английском языке (кор. ёньмун чжи). Конечно, эту классификацию можно критиковать за некоторую нелогичность и непоследовательность, но в Корее она является общепринятой, так что будем её придерживаться и мы.

На самом верху корейской газетной иерархии находятся общенациональные ежедневные газеты. Среди них главенствует "большая тройка" (кор. сам дэ чунъанъ ильган - "три большие центральные газеты"): "Тонъа ильбо", "Чосон ильбо" и "Чунъан ильбо". "Тонъа ильбо" и "Чосон ильбо" сохраняют свое лидирующее положение в корейском газетном мире еще с 1920 гг. ("Тонъа ильбо" была основана 1 апреля 1920 г., а "Чосон ильбо" - 3 мая 1920 г.). Возникшая заметно позднее "Чунъан ильбо" со временем стала еще одним членом "большой тройки" корейского газетного мира, а в последние годы заняла в нём лидирующее положение.

Характерная особенность корейского газетно-журнального дела - это доминирующая роль, которую играют в нём крупные издательские концерны. Каждый такой концерн стремится выпускать издания, которые бы охватывали все мыслимые сегменты рынка. В идеале корейский газетно-журнальный концерн выпускает ежедневную "серьезную" газету (она считается как бы основной всей его деятельности), развлекательную "спортивную" газету, еженедельный "тонкий журнал" и ежемесячный "толстый" журнал, а также ряд специализированных изданий. Так, газетно-журнальный концерн "Чосон ильбо" выпускает:

- 1) "общую" ежедневную газету "Чосон ильбо";
- 2) "спортивную" газету "Сыпочхы Чосон";
- 3) общественно-политический еженедельник "Чуган Чосон";
- 4) ежемесячный "толстый" журнал "Вольган Чосон";
- 5) ежемесячный журнал "Сан" ("Горы", для многочисленных в Корее любителей горных прогулок);
- 6) ежемесячный журнал "Наккси" ("Рыбная ловля" - другое массовое корейское хобби).

Как видим, в этом списке представлены практически все основные типы массовых корейских изданий, за исключением, разве что, "женского журнала" и "экономической газеты". Все издания одного концерна объединены стилем, подходом и, главное, идейной и политической позицией.

Одна из особенностей южнокорейской политики - хроническая нестабильность партийных структур. За полвека истории страны ни одной партии не удалось просуществовать дольше десятилетия. В большинстве же случаев партия, созданная к очередным выборам, не доживает до выборов следующих. В настоящее время власть в стране принадлежит умеренно левому правительству президента Но Му-хёна.

Поскольку корейские партийные структуры эфемерны, а корейские политики склонны к оппортунистическим компромиссам самого неожиданного характера, главную роль в идеологических дебатах играют газеты и журналы. В Корее определённую позицию выражает не столько отдельное издание, сколько целая группа изданий разного типа, выпускаемых одним концерном. При этом газеты - в отличие от политиков - не отличаются излишней гибкостью и десятилетиями сохраняют верность своей идейной и политической позиции.

На правом фланге находятся концерны "Чосон ильбо" и "Тонья ильбо" (корейские газетно-журнальные концерны обычно именуются по названию выпускаемой ими ежедневной газеты, которая как бы формирует лицо концерна). Несколько ближе к центру располагается "Чунъань ильбо", которая старается быть газетой динамичной и чуткой ко всяческим новым веяниям. На левом же фланге бесспорным лидером является газета "Хангере синмун". Как и её оппоненты, "Хангере синмун" выпускается концерном, который также издаёт обычный набор изданий - ежедневную газету, "тонкий" общественно-политический еженедельник, журнал для любителей кино и экономический журнал.

Роль местной печати в современной Корее остаётся довольно скромной. Местные издания, которые в основном являются аналогами "общих газет", выходят во всех крупных городах страны, но аудитория у них не слишком велика. Подавляющее большинство корейцев предпочитает центральные газеты. Особое место в структуре корейской печати занимают "спортивные" газеты, фактически представляющие из себя местный вариант "жёлтой прессы". Появились эти газеты сравнительно недавно, только в конце 1960 гг., а массовыми они стали лишь в 1980 гг. Во времена военных режимов цензура не только контролировала политическое содержание газет, но и стремилась не допускать на их страницы непроверенные материалы, порнографию и сплетни из личной жизни знаменитостей - то, на чём от веку стоит бульварная печать. Как только цензура была ослаблена, этим воспользовались не только левые, но и ловкие газетные дельцы, которые поняли, на чём теперь можно сделать деньги. Сейчас в «спортивных» газетах действительно немало информации о разного рода спортивных событиях, но куда больше скандальной хроники, рассказов о личной жизни "звёзд" кино и эстрады, фотографий соблазнительных девиц, фривольных комиксов и детективов. В настоящее время само название

"спортивная газета" является, скорее, данью традиции. "Спортивное" прикрытие, которым пользуется бульварная журналистика - это ещё одна из многих черт, объединяющих корейский газетный мир с японским.

Если говорить о содержании "серьёзных" корейских газет, то львиная доля появляющихся там материалов посвящена внутренней политике и, отчасти, экономике. Характерной чертой корейских газет является то малое внимание, которое они (как, впрочем, и журналы) уделяют внешнему миру. Международный отдел в корейских газетах очень невелик. В большинстве случаев новостям из-за границы отведено примерно две полосы (в стандартной ежедневной корейской газете обычно около 30 полос большого «правдинского» формата). При этом значительная часть оказавшейся в газетах зарубежной информации касается не политической жизни других государств, а международных экономических новостей, причем в первую очередь - тех, которые могут оказать влияние на положение в самой Корее, экономика которой, как известно, чрезвычайно зависит от экспорта и импорта. Наоборот, вопросы корейской внутренней политики, всяческие парламентские интриги, правительственные перемещения и министерские дразги, беспрестанные слияния и разделения партий обсуждаются в газетах горячо и с невероятным количеством подробностей. Надо сказать, что с коммерческой точки зрения такая структура корейских газет во многом оправдана, ибо она в целом отражает читательские пристрастия и интересы.

Среди журналов наиболее уважаемым видом чтения считаются "толстые журналы", которые в своем большинстве издаются редакциями крупнейших национальных газет и представляют из себя как бы их ежемесячный вариант. Это сравнительно небольшие по формату, но весьма объемистые (400-600 страниц) издания. В отличие от советско-российских "толстых журналов", их корейские тезки печатают сравнительно мало литературных произведений. Из этого правила есть исключения, так как в Корее существуют и специализированные литературные и литературно-критические ежемесячники. В большинстве журналов преобладает, однако, не художественная литература, а разнообразная публицистика и материалы на темы текущей политики.

Другим вариантом солидного, уважаемого журнала является общественно-политический еженедельник. По своему оформлению и подбору материала эти издания откровенно имитируют американские еженедельники "Time" или "Newsweek", которые хорошо известны в Корее (оба журнала есть буквально в каждом газетном киоске, а "Newsweek" даже выпускается на корейском языке). В Корее первым подобным изданием стал журнал "Чуган Хангук", который появился в 1964 г. В большинстве случаев общественно-политические еженедельники издаются всё теми же газетными концернами. По сути, такой еженедельник образует как бы дополнение к газете, и часто даже носит такое же название, что и она, лишь с дополнением "чуган" ("еженедельник"). Например, для газеты "Чосон ильбо" таким параллельным изданием является "Чуган Чосон", для газеты "Хангук ильбо" - "Чуган хангук", для газеты "Чунъанъ ильбо" - "Win" (английское название - это сейчас модно,

несмотря на растущий антиамериканизм), а для "Хангере синмун" - "Хангере 21". Понятно, что все еженедельники придерживаются примерно той же политической линии, что и их родоначальники - газеты, хотя журнальный формат позволяет давать более глубокий анализ тех или иных проблем.

Другую заметную группу корейских журналов составляют политические и общественно-политические "тонкие" ежемесячники, которые, как правило, существуют самостоятельно, вне системы концернов. Многие из таких независимых ежемесячников отличаются радикальной политической позицией. Так, "Маль" ("Слово") - это откровенно лево-националистический, антиамериканский и, временами, умеренно социалистический журнал, а "Хангук нондан" ("Корейский форум") - наоборот, издание крайне правое и консервативное. Разумеется, предназначаются эти издания для тех, кто всерьёз интересуется политикой и имеет свои сложившиеся политические убеждения.

В целом корейская журналистика остается явлением, в первую очередь, идеологическим.

### **Северная Корея (КНДР)**

Основными орудиями пропаганды в Корее, как и повсюду, являются средства массовой информации – печать, радио и телевидение.

Структуру корейских газет легко может представить тот, кто видел советские газеты первых послевоенных лет, которые в своё время и послужили образцом для зарождающейся северокорейской журналистики. Основной газетой КНДР является "Нодон синмун" – орган ЦК ТПК, занимающий совершенно особое положение среди всей северокорейской печати, так что ее структура вполне показательна. На первой и второй страницах этой газеты обычно помещаются послания Ким Ир Сена из-за границы и его собственные официальные телеграммы, статьи об экономических успехах Кореи. Там же можно прочесть сообщения о визитах иностранных делегаций, статьи о величии Ким Ир Сена и Ким Чжон Ира. По преимуществу экономический характер носит третья страница, а четвертая заполнена хроникальными заметками и очерками на разные темы. Последние страницы – это международный раздел. Практически все заметки на международные темы либо говорят о достижениях экономики развивающихся стран, либо критикуют внешнюю политику США. Специальный раздел, который обычно занимает пятую страницу, посвящён Южной Корее. Интонация статей газеты по разным вопросам, конечно, та же, что и у всей северокорейской пропаганды: восхваление Ким Ир Сена и Ким Чжон Ира, резкая критика США и Южной Кореи, прославление экономических достижений КНДР (в подавляющем большинстве случаев – мнимых), пропаганда идей чучхе и рассказы об их огромной популярности во всём мире.

Надо сказать, что в Корее (как, впрочем, и во многих других странах), существуют и иные средства массовой информации, простому человеку недоступные, но предназначенные для чиновников. Для высших ганьбу издаётся специальная газета, которая, как говорили мне сами корейцы, даёт много больше информации о внешнем мире, чем "Нодон синмун".

Программы пхеньянского радио выглядят довольно своеобразно. В его программах музыкальные передачи чередуются с краткими информационно-пропагандистскими выпусками. Каждый час передач начинается выпуском новостей, по своей тематике как две капли воды похожем на сообщения "Нодон синмун". После этого в течение нескольких минут звучит маршевая музыка или одна-две песни о Ким Ир Сене, Ким Чжон Ире или партии. Репертуар очень невелик, одна и та же песня повторяется по несколько раз в день. За песнями обычно следует короткая, 5-10 минут, передача. Как правило, это какой-либо комментарий по вопросам внутривосточного положения, ситуации в Южной Корее, чучхейской философии. По своему содержанию и тону эти передачи соответствуют "Нодон синмун" (часто это как раз и есть статьи "Нодон синмун", передаваемые по радио).

Надо сказать, что большинство жителей Кореи вынуждены слушать радио почти постоянно. Радиоточки – репродукторы есть почти в каждом доме, кроме того, радио постоянно и на полную громкость работает во всех вагонах метро, на заводах, а иногда – даже на полях во время страды. Таким образом, создается постоянная звуковая среда, в условиях которого корейцы проводят значительную часть дня. Среда эта состоит из воинственных маршей и патетических лозунгов, которые в буквальном слова выкрикивают дикторы радио. Естественно, что небольшой набор постоянно повторяющихся пропагандистских формул может довольно глубоко проникать в сознание тех, кто десятилетиями выслушивает его изо дня в день.

Вообще для северокорейской пропаганды характерно стремление создать некий постоянный и чрезвычайно насыщенный идеологический фон всей повседневной жизни. Она стремится к тому, чтобы основные лозунги всегда звучали в ушах людей и всегда были перед их глазами. Это, как представляется, должно обеспечивать автоматическое, на полубессознательном уровне восприятие важнейших постулатов. Отсюда – не только вездесущее радио, но и широкое применение наглядной агитации. На улицах корейских городов неисчислимо множество всяческих лозунгов и плакатов: от простых красных полотнищ на стенах домов до огромных бетонных стел с изображениями эпизодов из жизни Ким Ир Сена и Ким Чжон Ира, которые установлены везде на улицах.

Старейшей и самой читаемой газетой в **Сингапуре** является **Straits Times**. Она выходит ежедневно и главная ее задача – рассказывать о новостях во всех сферах жизни, как в Сингапуре, так и за его пределами.

Первый номер **Straits Times** вышел в свет 15 июля 1845 г. и сегодня это издание по праву считается одной из старейших газет на английском языке в Азии. Многие аналитики сходятся во мнение, что именно в **Straits Times** наиболее полно представлены новости об Азиатско-Тихоокеанском регионе, но при этом на первом месте всегда отстаивание интересов родного Сингапура. В странах АТР открыто 9 корреспондентских пунктов газеты **Straits Times**.

Газета имеет формат А2 и принадлежит корпорации Singapore Press Holdings (СПБ). Эта корпорация выпускает еще два издания - Business Times и The New Paper.

Газету Straits Times называют приемником многих «информационных хроник», которые издавались в Сингапуре в середине XIX века. После того, как 9 августа 1965 г. Сингапур получил независимость от Малайзии, газета Straits Times приобрела «второе дыхание» и внесла огромный вклад в пропаганду «сингапурского экономического чуда». Сегодня Straits Times является членом Азиатского клуба News Network.

Редакционная коллегия газеты Straits Times подразделяет свое издание на четыре больших раздела. Основной раздел посвящен событиям в странах АТР. Над материалами для этого раздела трудится наибольшее количество журналистов. Второй раздел много внимания уделяет международным событиям в контексте дальнейшего развития именно Сингапура. Третий раздел – экономический, материалы для этого раздела готовят известные экономисты как Сингапура, так и всего мира. И четвертый раздел посвящен новостям спорта. Все главные разделы имеют свои подразделы и секции, в которые входят популярные среди читателей рубрики объявлений о приеме на работу, о событиях культурной жизни, о развлечениях в Сингапуре. Очень востребована рубрика «Жизнь», в которой на примере разбирательств жизни конкретных людей даются советы читателям как себя правильно вести в той или иной ситуации. Эта рубрика выходит в качестве отдельного приложения.

В субботнем номере газеты еженедельно выходит рубрика, рассказывающая о новых научных разработках. Также несколько раз в неделю (преимущественно 2-4 раза) выходят специальные вкладыши в газете Straits Times: Urban (рассматриваются новые тенденции в моде, в косметике и парфюмерии), Cats Classified (частные объявления), Mind Your Body (советы о здоровом образе жизни) и т.д.

Straits Times стала одной из первых газет в Сингапуре, которая активно стала осваивать интернет-пространство. Официальный сайт газеты был запущен 1 января 1994 г. и с тех пор предоставляет бесплатный доступ ко всем разделам и статьям, которые есть в печатной версии. На мой вопрос: «Как удается сохранять такой большой тираж при такой доступности издания в интернете?», большинство сотрудников газеты отвечали, что огромную роль играют традиции и привычки покупать именно бумажную версию издания. Но интернет-издание за отдельную плату занимается рассылкой своим подписчикам подборки самых свежих новостей – то есть читатель имеет возможность узнавать о новости сразу, не дожидаясь выхода газеты из типографии.

Особая гордость и уникальное богатство газеты Straits Times – это ее цифровой архив. В нем собраны оцифрованные материалы газеты с 1845 г. по 1982 г. Свободный доступ к уникальным архивам газеты появился в 2007 г. после заключения исторического соглашения между корпорацией Singapore Press Holdings и Советом национальной библиотеки (NLB) Сингапура. Согласно условиям этого соглашения доступ к архивам имеют все желающие

для индивидуальных исследований и в справочных целях. С марта 2009 г. пользователи имеют доступ к более чем 550 000 документов, размещенных в разное время на страницах Straits Times.

В настоящее время завершается оцифровка материалов газеты Straits Times за период с 1982 по 2007 гг. С 2008 г. все материалы газеты уже сохранялись в цифровом формате.

Следующая газета, с деятельностью которой удалось познакомиться в Сингапуре – это Business Times, выпускаемая на английском языке. На страницах этого издания рассматриваются все вопросы экономики и бизнеса не только в Азиатско-Тихоокеанском регионе, но и во всём мире.

Первый номер газеты вышел в октябре 1976 г. Именно в это время началось быстрое развитие Сингапура как крупнейшего экономического центра в Азии. Business Times предлагает корпоративные, финансовые, экономические и политические новости, много внимания уделяет аналитике и комментариям специалистов по самым разным темам. Особенность издания в том, что к написанию материалов для газеты постоянно приглашаются специалисты высокого уровня, задача штатных журналистов (которых немного) – контроль и координация работы специалистов. Таким образом, на страницах Business Times можно встретить самые противоположные мнения по одному и тому же вопросу, что вызывает вполне естественные дискуссии в обществе.

Сегодня печатный рынок Сингапура представлен самыми разными изданиями на любой вкус. Немало газет и журналов выходят и на китайском языке, и на языках народов Индии. В Сингапуре проживают люди самых разных национальностей, китайские и индийские кварталы по численности очень большие и рынок отвечает потребностям по утолению информационного голода среди жителей этих кварталов.

Из телеканалов, вещающих на территории Сингапура, наибольшей популярностью пользуются Channel 5 и Channel. Последний ведет вещание, как на английском, так и на китайском языках. Стабильным интересом пользуются и музыкальные телеканалы - MTV Asia (на английском языке) и MTV Chinese (на китайском языке).

Из радиостанции наибольший интерес для меня представило радио Class 95 FM, вещающее на английском языке. Формат радиостанции можно назвать классическим, как выпуски новостей и аналитических программ сменяются небольшими музыкальными подборками разных стилей и направлений.

На японском языке идет вещание музыкальной радиостанции Hello Singapore – эта радиостанция была создана для поддержания граждан Японии, по разным причинам, работающим в Сингапуре. Удивляет, что есть в Сингапуре радиостанция, которая вещает исключительно классическую музыку - Symphony 92.4 FM.

Свобода слова и прессы (ст. 10) гарантированы конституцией Малайзии. Тем не менее, эта же статья конституции разрешает парламенту ограничивать эту свободу, в случае угрозы национальной безопасности, безопасности других стран, аморальности и так далее. Правительство и парламент активно

пользуются этим правом. Закон о печати и публикациях требует от печатных СМИ получения годовой лицензии на печать, которая может быть отозвана правительством без права обжалования со стороны владельца газеты данного решения в суде. Законы о государственной тайне, мятеже и телерадиовещании устанавливают дополнительные ограничения на деятельность СМИ (например, запрещается трансляция материалов, противоречащих малайской культуре). Полностью независимым является Интернет, однако в парламент внесён на рассмотрение законопроект о внутренней безопасности, который наложит ограничения на интернет-публикации.

В Куала-Лумпуре издаются следующие ежедневные газеты. На малайском языке — «Берита Хариан» (350 000 экз., по воскресеньям издаётся «Берита Минггу» — 420 000), «Утусан Малайзия» (300 000, контролируется ОМНО), «Ха-раках» (300 000, два раза в неделю, контролируется ПАС); на китайском — «Син Чью Джит Пох» (210 000, Селангор), «Чунг Куо Пао» (210 000), «China Press» (200 000), «Наньянг Сианг Пао» (180 000, 200 000 — по воскресеньям), «Шин Мин Daily News» (70 000); на английском — «New Straits Times» (180 000, по воскресеньям — «New Sunday Times», 200 000), «The Star» (Селангор, 180 000, по воскресеньям — «Sunday Star», 200 000), «Malay Mail» (75 000, по воскресеньям — «Sunday Mail»); на тамильском «Тамил Несан» (30 000, по воскресеньям — 65 000).

Деятельность в области телерадиовещания в Малайзии регулируется Министерством информации. Всего в Малайзии существует тридцать пять национальных радиокompаний, вещающих в длинноволновом диапазоне, пятнадцать — в коротковолновом, триста девяносто один — в ультракоротковолновом. В Малайзии действует четыре телекомпании: «Radio Television Malaysia» (государственная телекомпания, осуществляет также радиовещание), «BBC Far Eastern Relay» и две коммерческие вещательные компании. Существуют также региональные телекомпании.

### **Литература**

- 1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.
- 2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.
- 3 История мировой журналистики / под ред. Беспалова Г. - М.: MapT, 2003, 423 с.
- 4 Быков А.Ю. История зарубежной журналистики М.: Юрайт, 2006, 366 с.

### **Контрольные вопросы**

- 1 В чем проявляется своеобразие японской журналистики?
- 2 Характеристика телерадиокомпаний Эн-Эйч-Кей.
- 3 В чем заключены особенности построения программ вещания коммерческого Японского ТВ?

4 Как в японском телевидении происходит дифференциация зрителем по возрасту, интересам и т.д.

5 Перечислить крупнейшие корпорации Японии, являющиеся лидерами мирового рынка телерадиооборудования.

1 В чем проявляются реформы в развитии китайского телевидения?

2 Как осуществляется идеологический контроль на китайском телевидении?

5 Какую политику ведет Китай в области интернета и социальных сетей.

6 Какова типология современных СМИ Юго-Восточной Азии.

7 Перечислите известные компании и каналы СМИ данного региона.

8 Каков ареал распространения печатных изданий стран Юго-Восточной Азии.

9 Каковы перспективы создания цифрового телевидения данного региона и в чем проявился «коммуникационный бум» новых видов вещания.

### Тесты

1 Сколько видов газет сложилось в Японии?

- A) 5;
- B) 3;
- C) 4;
- D) 2;
- E) 6.

2 Назовите общенациональные издания?

- A) Асахи, Сеульский вестник, Часонильбо;
- B) Иомиурн, Часонильбо, Сеульский вестник;
- C) Майнити, мэйльсинбо, сеульский вестник;
- D) Асахи, Майнити, Иомиурн;
- E) Санкэй, Сеульский вестник, Часонильбо.

3 В каком городе находятся главные национальные редакции ?

- A) Сеул;
- B) Корея;
- C) Йогама;
- D) Токио;
- E) Хиросима.

4 Первый номер вышел вОсака 25 января 1879 года, назовите газету?

- A) Майнити;
- B) Сеульский вестник;
- C) Иомиурн;
- D) АсахиСимбун;
- E) Санкэй.

5 Что означает слово «Йомиурн»?

- A) «Читает и узнает»;
- B) «Пишет и знает»;
- C) «Читает и покупает»;
- D) «Читает и продает»;
- E) «Покупает и читает».

6 Во время какой войны газета «Йомиурн» стала общенациональной?

- A) гражданской;
- B) первой мировой;
- C) отечественной;
- D) второй мировой;
- E) холодной.

7 Назовите название газеты, которая входит в большую тройку газетного мира вместе с «Асахи» и «Йомиури»?

- A) Сеульский вестник;
- B) Часонильбо;
- C) Санкэй;
- D) МайнитиСимбун;
- E) Кобе.

8 Какая газета была основана частым лицом?

- A) ЧасонИльбо;
- B) Санкэй;
- C) МайнитиСимбун;
- D) НихонКэйдзайСимбун;
- E) Сеульский вестник.

9 Промышленно-экономическая газета, эта?

- A) ЧасонИльбо;
- B) Сеульский вестник;
- C) Майнити;
- D) Санкэйсимбун;
- E) Йомиурн.

10 Местные газеты разделяются на две категории?

- A) национальные и региональные;
- B) префектурные и национальные;
- C) региональные и местные;
- D) префектурные и региональные;
- E) национальные и префектурные.

11 Что означает понятие «Сэтто»?

- A) промышленно-экономический выпуск;

- В) экономический выпуск;
- С) вечерний выпуск;
- Д) совместный утренне-вечерний выпуск;
- Е) утренний выпуск.

12 Назовите общественную японскую радиовещательную корпорацию?

- А) Иомиурн;
- В) Майнитисимбун;
- С) Санкэйсимбун;
- Д) Эн-Эйч-Кей;
- Е) Осака симбун.

13 Впервые в Японии радиовещание начала токийская корпорация?

- А) Сеульский вестник;
- В) Майнити;
- С) Осака симбун;
- Д) Токио Бродкастинг Стэйшн;
- Е) Иомиурн.

14 В августе, какого года был принят пятилетний план развития радиосети?

- А) 1946;
- В) 1944;
- С) 1942;
- Д) 1948;
- Е) 1945.

15 Первая успешная экспериментальная телевизионная передача в Японии была проведена?

- А) сентябрь 1940;
- В) май 1940;
- С) октябрь 1940;
- Д) май 1939;
- Е) декабрь 1940.

16 Назовите день рождения японского телевидения?

- А) 1 марта 1953;
- В) 1 сентября 1953;
- С) 1 января 1953;
- Д) 1 февраля 1953;
- Е) 1 июля 1953.

17 Вещание «Эн-Эйч-Кэй» состоит из двух основных программ?

- А) прямого и общего;
- В) образовательного и вещательного;

- С) общего и вещательного;
- Д) общего и образовательного;
- Е) прямого и косвенного.

18 Назовите первую коммерческую студию основным владельцем акций, которой является газета «Йомиури»?

- А) Эн-Эйч-Кей;
- В) Майнити;
- С) Осака Симбун;
- Д) НихонТэрэбиХосо;
- Е) Санкэй.

19 Какая первая китайская газета вышла в свет в 911 году?

- А) Сицзажибао;
- В) Чапчалсеркин;
- С) Шэньбао;
- Д) Кинг-Пао;
- Е) Нэймэнгу.

20 Где расположено название в китайских газетах?

- А) на первой странице, в левом углу, снизу;
- В) на последней странице, в левом углу, наверху;
- С) на первой странице, в правом углу, наверху;
- Д) на последней странице, в правом углу, наверху;
- Е) на первой странице, в левом углу, наверху.

21 В каком году в Китае была создана «Китайская Императорская почтовая служба»?

- А) 1897;
- В) 1899;
- С) 1890;
- Д) 1896;
- Е) 1892.

22 Какой влиятельный еженедельник выходил в период «движения 4 мая»?

- А) Лаодунинь;
- В) Лаодунцзе;
- С) Хою;
- Д) Мэйчжоупинлунь;
- Е) Лаодуншэн.

23 К появлению какой газете причастен был сам Мао Цзедуй?

- А) Синьхуа;
- В) Лаодунинь;

- C) Хою;
- D) ЖэньминьЖибао;
- E) Мэйчжоупинлунь.

24 В каком году появилось телевидение в Китае?

- A) 1956;
- B) 1952;
- C) 1954;
- D) 1958;
- E) 1950.

25 Сколько было создано телецентров в 1958 году?

- A) 8;
- B) 6;
- C) 9;
- D) 4;
- E) 2.

26 Первая программа – это канал?

- A) спорта;
- B) кино;
- C) передачи по вопросам экономики;
- D) выпуски новостей и общественно-политическими программы;
- E) детские, сельскохозяйственные, научно-технические передачи.

27 На скольких языках в Индии выпускаются газеты и журналы?

- A) на 80;
- B) на 20;
- C) на 70;
- D) на 90;
- E) на 60.

28 В каком году в Индии появилась первая газета?

- A) 1782;
- B) 1786;
- C) 1789;
- D) 1780;
- E) 1789.

29 Современная Южная Корея - это страна?

- A) мечтателей;
- B) зрителей;
- C) слушателей;
- D) читателей газет;

Е) телевидения.

30 Сколько в Малайзии действуют телекомпаний?

- А) 8;
- В) 5;
- С) 9;
- Д) 4;
- Е) 2.

## **Тема 10 Основные тенденции развития журналистики Арабских стран, Африки, Латинской Америки**

**Цель:** дать характеристику системе СМИ арабских стран, Африки и Латинской Америки, ведущим телекомпаниям, определить историю, перспективы и особенности их развития.

### **План**

1 Появление печатных периодических изданий на континенте в 1798-1901 гг. Первые африканские газеты (1801 г.). Появление миссионерской печати "Ине Ирохин", "Нигерия" 1860-1867 гг. Создание монополии в области газетно-журнального дела "Африкин стандарт". Позиции печати на национальных языках.

2 Создание Ассоциации африканских журналистов. ПАНА - Всеафриканское информационное агентство - 40 африканских стран. Панафриканская система телевидения (ПАНАФТЕЛЬ), Объединение национальных радиовещательных и телевизионных компаний, Международный союз африканских журналистов (МСАЖ).

3 Аль-Джазира - международная телекомпания со штаб-квартирой в Дохе, столица Катара (1996 г.). Роль телекомпания в позиционировании арабского мира. Телеканал Аль-Арабия. Печать Алжира, Туниса, Марокко, Египта. Арабское космическое телевидение.

4 Периодическая печать Аргентины. Общенациональные газеты. Информационные агентства. Газетный бизнес Мексики. СМИ Бразилии. Ведущие газеты.

Вторая половина 1980 - начало 1990 гг. ознаменовались существенными изменениями в системах национальной периодики и условиях деятельности прессы и журналистов африканских государств. В ряде стран предпринимаются попытки обновить и демократизировать политико-государственные системы, сложившиеся после достижения независимости. В частности, ликвидировать монополизм правящих партий, разрешить многопартийность, обеспечить политический плюрализм СМИ и вывести их из-под жесткого государственного контроля, создать законные условия для издания частных газет и журналов,

обеспечить реальную возможность критики действий властей в прессе и защиту журналистов – авторов критических выступлений.

В ряде африканских стран в этот период получает распространение так называемая **«альтернативная» пресса** – издания, дистанцирующиеся от правящих режимов, а нередко и противостоящие им, и принадлежащие, как правило, частным владельцам. Растущую роль в их финансировании играли поступления от публикации коммерческой рекламы. Рост частнопредпринимательской деятельности в Африке (вызванный, в частности, необходимостью следовать настоятельным рекомендациям финансовых доноров – МВФ и Всемирного банка – о поощрении частного сектора) способствовал расширению рекламного рынка и массива распространяемой рекламы. «Альтернативные» издания способствовали раскрытию злоупотреблений правительственных чиновников, освещали многие темы, считавшиеся ранее запретными, служили рупором тех общественных кругов, которые требовали общественных преобразований в русле либерализации политической системы. Например, в Бенине «альтернативные» частные газеты сыграли существенную роль в переходе от однопартийной системы к политическому плюрализму.

В 1970 гг. на первый план среди СМИ выдвигается радио, которое помимо информационной, берет на себя еще просветительские и воспитательные функции. Законодательство в области телевидения и радиовещания зачастую ничего не говорит о контроле над государственной службой радиовещания; в некоторых случаях выдача лицензии может даже не входить в компетенцию надзорно-регламентирующего органа, а зависеть от министерства информации. Учитывая всеобщую бедность сельских районов, озабоченные лишь погоней за прибылью, предприниматели ничуть не заинтересованы в создании передач для их вытесняемых за пределы цивилизованного общества жителей. Государственные радиокomпании все чаще вынуждены подчиняться требованиям прибыльности с тем, чтобы не обременять и без того напряженный госбюджет. Чтобы иметь возможность конкурировать с недавно созданными коммерческими станциями, государственным радиокomпаниям не остается ничего другого, как планировать свою деятельность так же, как это делают частные компании. Это неизбежно приводит к тому, что национальным радиовещательным компаниям приходится порой пренебрегать своей основной задачей - быть на службе общества, ибо становится коммерчески невыгодным просто информировать, воспитывать и развлекать население страны. В реализации телевещательных проектов активно участвуют Франция и Великобритания, важное место в этой сфере занимают также американские, западногерманские, итальянские, Бельгийские, канадские компании. **В противовес им африканские страны пытаются создать Панафриканскую систему телевидения (ПАНАФТЕЛЬ), Объединение национальных радиовещательных и телевизионных компаний, Международный союз африканских журналистов (МСАЖ).**

Телекоммуникации. Либерализация данного сектора, проведенная в некоторых странах, несомненно улучшит перспективы притока новых инвестиций. Однако многие правительства продолжают считать, что СМИ являются подконтрольным государству органом и представляют собой, в области телекоммуникаций, важную составную часть общей налоговой базы, что в свою очередь предполагает, что доходы телекоммуникационных компаний-операторов зависят от существующей системы перераспределения прибыли, которая направляет весомую часть доходов от международных телекоммуникационных услуг в сейфы африканских компаний-операторов. Однако Международная телекоммуникационная индустрия уже начинает понимать, что Африка является самым большим еще не освоенным рынком в мире и, так как правительства настойчиво изыскивают средства для модернизации телекоммуникаций, то образуются новые союзы между государственным и частным секторами. Африка не так уж далеко отстала от промышленно развитых стран в деле дерегламентации телекоммуникационной отрасли. Почти сразу после крушения апартеида Южная Африка оказалась в веке новых технологий. В 1998 г. число пользователей Интернетом превысило миллион человек (для сравнения: в России в тот же год на 145 млн. жителей было 300 тысяч пользователей). На сегодняшний день почти каждая африканская газета уже имеет электронную версию в Интернете. Радио, телевидение и Интернет становятся все более популярными, вытесняя постепенно печатные СМИ. Телевидение и радио влияет на жизнь африканцев гораздо значительнее, чем пресса. Перед африканскими странами встает проблема выбора, какие именно информационно-коммуникационные технологии наиболее приемлемы в беднейших странах Африки. К информационно-коммуникационным технологиям, как правило, **специалисты** относят радио, телевидение, фиксированные и мобильные телефоны, персональные компьютеры и Интернет. Наиболее значимым из старых СМИ для Африки остается радио. Оно наиболее интенсивно используется африканцами. Пресса не имеет широкого распространения в Африке из-за низкого уровня грамотности и высокой стоимости печатной продукции. Телевидение достаточно быстро распространяется на континенте.

Начало периода демократизации и либерализации для большинства африканских государств относится хронологически ко второй половине двадцатого века, после обретения многими странами независимости (после 60-х годов двадцатого века). Следует сказать, что данный процесс (демократизации), коснувшийся всей социально-экономической и политической системы, и в частности системы СМИ, развивался медленно и был отягощен рядом объективных факторов. Новообразовавшиеся государства столкнулись с проблемами экономической отсталости, неразвитости экспорта и местного рынка, вследствие низкой покупательной способности. Население многих стран Африки, после долгого периода колониального господства западных стран, не было идеологически подготовлено к новой системе, и во многих странах начались гражданские войны между «прозападниками» (сторонники западного

образца развития) и сторонниками независимости и обособленного развития и становления государственности.

Лишь к началу девяностых годов двадцатого века тенденции демократизации общественной, политической и правовой системы приняли ярко выраженный характер, когда многие страны приняли Конституцию и законы о СМИ, провозглашавшие свободу слова и отмену всякой цензуры (пример, на Мадагаскаре в 1990 г. был принят новый закон о СМИ, декларирующий права и обязанности журналистов, свободу слова, а так же отмену цензуры в СМИ).

Период демократизации для всей системы СМИ характеризуется развитием независимых изданий, которые в новых условиях сменили свой революционно-демократический настрой времен борьбы против цензурных ограничений и государственного контроля над СМИ, продолжавшегося всю вторую половину двадцатого века, и теперь выступают оппозицией функционирующим государственным средствам массовой информации. Характеризуя печать периода демократизации, следует отметить падение интереса к партийной печати, столь активно функционирующей в предыдущий период, отстаивая свою идеологию и взгляды на развитие государства. Так перестает функционировать, некогда обширно представленная марксистская печать (пример, «Новый горизонт», «Вперед», бенинский «Социализм», южно-африканский журнал «Коммунист» - активно развивались после второй мировой войны, пропагандируя идеи независимости). Надо сказать, что для большинства стран Африки 60-е годы знаменуются началом партизанской борьбы и формированием системы прогрессивной, демократической печати (например, журнал «Сечаба»). Процесс демократизации сопровождается концентрацией и монополизацией СМИ, формированием крупных медиаконцернов («Аргус», «New Deli», «Star», «Pretorian News», «Standart Group», «National Media Group»); а так же становлением буржуазной печати.

С началом 90 гг. многие страны переходят к многопартийной системе и появляется альтернативная печать, способствующая закреплению принципов демократии (в Кении это «Expression Today», «Star», «People»; малагасийские «Ни Газетику», «Газета мнений», «Ле Нувелль», «Трибюн»). Во многих странах, только со второй половины 70-х годов процессы демократизации и либерализации системы способствуют формированию гражданского общества, а независимые издания выступают оппозиционно относительно государственных СМИ, объективно и оперативно информируя население, и благодаря своей критической прогрессивной направленности, способствуя вскрытию проблемных мест в общественной системе. Курс на демократизацию способствовал так же формированию профсоюзных организаций, которые действовали на общее благо, проводя социальную работу по обнародованию проблемных мест современной общественно-политической, экономической и культурной обстановки (пример, действующие под эгидой Союза журналистов малагасийские ассоциации: Свободная ассоциация журналистов Мадагаскара; Клуб экономической журналистики; Ассоциация журналистов частных радиостанций; Ассоциация журналистов, пишущих о культуре).

Одной из проблем журналистики и медиарынка в целом была и остается языковая проблема, наличие большого числа местных языков и наречий, при большой неграмотности местного населения и незнании языка бывших колонизаторов, на котором выходит ряд ведущих изданий. Данная обстановка затрудняет становление разветвленной информационной системы и развитие рекламного бизнеса, способного финансировать СМИ. Еще одна современная проблема – низкий профессиональный уровень журналистов Африки, что ведет к низкому качеству информационной продукции, неспособной конкурировать с западными изданиями. С целью развития национальной журналистики, ЮНЕСКО проводит образовательные программы и организует школы журналистики в Африке (в частности, в рамках программы WANAD, начатой ЮНЕСКО в 1984 г. и финансируемой ФРГ, осуществляется обучение журналистов в области международных отношений, здравоохранения, сельского хозяйства и экологии - подобный проект (SEANAD) начат в 1986 году на юге и востоке Африки; в 2010-2011 гг. было выделено 570 000 долл. для приобретения оборудования, учебников и организации семинаров по подготовке инструкторов для центров журналистики. В рамках еще одного проекта, координируемого организацией Deutsche Welle-Akademie в сотрудничестве с ЮНЕСКО, будет выделено 430 000 долл. для подготовки инструкторов по педагогической методике образования в области журналистики).

**"Аль-Джазира" (Al Jazeera)** – первый независимый телеканал в арабском мире, освещающий события международной жизни на арабском языке.

Штаб-квартира канала находится в городе Доха, Катар.

В эфире с 7 ноября 1996 г.

Телеканал был создан эмиром Катара Хамадом бен Халифом аль-Тани. Ядро сотрудников канала составили журналисты, работавшие на арабском телеканале Всемирной службы Би-Би-Си (BBC Arabic Service TV) до его закрытия в 1996 г.

По данным СМИ, эмир Катара предоставил телеканалу не только финансирование, но и гарантии редакционной независимости.

В марте 2006 г. телеканал получил официальное название Al Jazeera Network, став международной медийной корпорацией.

Генеральный директор с 2003 г. по 20 сентября 2011 г. – Вадах Ханфар (Wadah Khanfar).

Новый генеральный директор – член королевской династии Катара шейх Ахмад бен Джасим Аль Тани (Shaikh Ahmad Bin Jasem Al Thani).

В сеть Al Jazeera Network входят несколько каналов:

- Al Jazeera – международный новостной канал на арабском языке;
- Al Jazeera English – информационный телеканал на английском языке;
- Al Jazeera Documentary Channel – канал, предоставляющий документальные фильмы на арабском языке;
- Al Jazeera Sports – популярный спортивный канал на арабском языке;
- Al Jazeera Mobasher (Al Jazeera Live) – политический канал;
- Al Jazeera Children Channel – англоязычный телеканал для детей;

- Al Jazeera Media Training and Development Centre – учебный центр;
- Al Jazeera Centre for Studies – исследовательский центр;
- Аль Jazeera.net – английский и арабский Интернет-сайты.
- Al Jazeera Network имеет более 65 бюро по всему миру.

Корпорация объединяет более трех тысяч сотрудников по всему миру, в том числе более 400 журналистов из более чем 60 стран.

Аудитория телеканала – 220 миллионов семей в более чем 100 странах мира.

Согласно неофициальным данным, в первые годы запуска канала финансирование достигало 5 миллиардов долларов.

В 2004 г., по данным СМИ, канал получил от 30 до 50 миллионов долларов. Тогда же назывались цифры общего бюджета компании – 120 миллионов долларов в год.

В 2010 г. The Economist дал неподтвержденные данные о финансировании канала эмиром Катара в размере 400 миллионов долларов в год минимум.

Основные источники доходов – это реклама (40%), продажа контента кабельным сетям и торговля эксклюзивной "картинкой" с места событий.

Телеканал "Аль-Джазира" получил всемирную известность, оказавшись единственным телевизионным каналом, которому разрешили вести передачи из Афганистана, а также первым показав записи заявлений Усамы бен Ладена после начала авиаударов США против Афганистана в октябре 2001 г.

Особую популярность телеканал приобрел благодаря подробному и откровенному освещению конфликта в Ираке.

ТК "Аль-Джазира" неоднократно сотрудничал с российскими каналами. В апреле 2009 г. телеканал договорился с холдингом ВГТРК об информационном обмене в рамках работы московского бюро "Аль-Джазиры" и ближневосточного бюро ВГТРК.

В октябре 2010 г. телеканал "Аль-Джазира" и российский информационный канал "Русия Аль-Яум", вещающий на арабском языке (входит в группу каналов Russia Today) запустили совместный проект "Взгляд на Россию" – специальные репортажи и документальные фильмы, посвященные различным регионам и темам, включая социальные вопросы, политику, экономику и культуру.

За время существования телеканала МИД Катара получило несколько сотен официальных нот протеста, в связи с передачами "Аль-Джазиры". Израильцы обвиняли "Аль-Джазиру" в поддержке терроризма; поводом для этого послужили репортажи об интифаде, которые готовились корреспондентами телеканала, аккредитованными при палестинской администрации. Палестинцы, сирийцы и ливийцы называли телеканал рупором сионистской пропаганды. Иордания и Кувейт высылали корреспондентов "Аль-Джазиры", сочтя их репортажи оскорбляющими правителей этих стран. На Западе "Аль-Джазиру" часто обвиняли в пропаганде терроризма.

Власти Египта после свержения президента Хосни Мубарака настаивали на прекращении деятельности телеканала "в связи с разжиганием народных волнений в феврале 2011 г."

"Аль-Джазира" конкурирует с такими гигантами, как CNN и Fox News. Согласно опросу, проведенному в Британии, среди 2000 человек телеканал Al Jazeera English как наиболее заслуживающий доверия выбрали 33%, а традиционные BBC и ITV новости набрали всего по 6%.

**Al Arabiya TV (Аль-Арабия)** - арабоязычный новостной телеканал. Базируется в Dubai Media City в ОАЭ. Канал начал свое вещание 20 февраля 2003 г.

Аль-Арабия"(в пер. с арабского языка "арабский").

Арабский спутниковый информационный телеканал.

В начале телеканал работал 12 часов в сутки. С 3 марта 2003 г. "АльАрабия" нача лкруглосуточное вещание. Его первоначальными собственниками, вложившими в него 300 миллионов долларов США, были базирующийся в ОАЭ «Middle East Broadcasting Center», ливанская семья Харири, а также ряд других инвесторов из Саудовской Аравии, Кувейта и стран Персидского залива. Целью создания «Аль-Арабии» было получение конкурента телеканалу «Аль-Джазира», который, по мнению учредителей «Аль-Арабии», слишком явно симпатизировал радикальным и экстремистским группировкам. Будучи свободновещаемым каналом, «Аль-Арабия» передает политические, экономические и спортивные новости, ток-шоу и репортажи. Согласно заявлениям представителей телеканала, при рассказе об исламистах они стараются использовать нейтральную терминологию, не высказывая явных симпатий к какой-либо из сторон.

Телеканал был создан прифинанасовом участии частных инвесторов их Саудовской Аравии, Кувейта, Ливана и Объединенных Арабских Эмиратов (ОАЭ). Уставной капитал составил 500 млн. Долларов. Часть активов телеканала находится в собственности Middle East Broadcasting Center (MBC). Штаб-квартира Аль-Арабия расположена в Дубае (ОАЭ) в Медиа-сити, корпункты канала размещены во многих странах мира.

Вещание ведется не только на арабские страны, но на Европу, Северную и Южную Америку, Юго-Восточную Азию и Австралию.

Каждый час Аль-Арабия готовит выпуск новостей в прямом эфире, после которых следуют аналитическиепрограммы, ток-шоу, докуменальные материалы. Позиционирует себя независимым, самообеспечивающим свободное мировоззрение спутниковым каналом. Оценивает аудиторию в 23 млн.зрителей. Телеканал является основным конкурентом катарского телеканала «Аль-Джазира».

### **Латинская Америка. Период (1919-1945 гг.)**

По окончанию первой мировой войны ГАВАС теряет свое влияние и на его место приходят американские информационные агентства. Происходит концентрация и монополизация, укрепление влияния буржуазных СМИ. Развитие «Большой печати»: по 4-8 изданий в каждой стране.

30 гг. – создание бразильского концерна «Глобал», ставшего монополией.

Развитие радиовещания, однако в это период еще нет национальных информационных агентств.

Культурное проникновение Англии и США – как результат многочисленных выступлений.

1919 г. – коммунистические партии и печать. Компартия Аргентины, 1918 г. газета «Ле Интернациональ».

20-30 гг. – кризис коммунистической печати.

1933 г. – приход Гитлера к власти, распространения теории фашизма.

1935 г. – создаются прокоммунистические издания (против фашизма).

США создает 2 радиостанции на территории Латинской Америки.

1930 г. – СССР начинает вещание на Латинскую Америку на испанском языке.

1936 – 1938 гг. – Гражданская война. Народный фронт в Чили – 1938 г. газеты всех политических партий, упадок левой печати.

Вторая мировая война. Влияние США, попытка создать единую организацию СМИ. Антиамериканские настроения. Резолюция против влияния США.

После второй мировой войны появляется печать нового революционно-демократического типа: Куба, Фидель Кастро и его газета. (1943 г. – роспуск Коминтерна).

Далее печать широких народных союзов – левые партии объединяются в единый блок. Компартия Кубы становится народно-социалистической.

1967 г. – к власти в Перу пришли военные.

1970 г. - появление телевидения.

### **Типология печати стран Латинской Америки после Второй мировой войны.**

Разгром гитлеровской Германии и милитаристской Японии во второй мировой войне, образование социалистической системы вызвали подъем коммунистического и демократического движения в странах Латинской Америки. Революционно-демократическая журналистика развивается на всем континенте. Во время холодной войны в большинстве стран Латинской Америки компартии были объявлены вне закона, и правительства разорвали дипломатические и экономические отношения с СССР.

В 1948 г. была создана Организация Американских государств (ОАГ), ставившая своей основной целью укрепление внутренней безопасности, т.е. борьбу против коммунистического и организованного рабочего движения, стоящего на классовых позициях. Но, несмотря на трудности, продолжает работу коммунистическая печать.

Одно из самых значимых движений революционных демократов на латиноамериканском континенте была Куба.

Задачи революционных демократов:

- 1) антиимпериалистическая война;
- 2) отстранение от власти диктаторов (Батиста-Куба, Самоса - Никарагуа);
- 3) ликвидация зависимости от иностранного капитала;
- 4) борьба против национальных монополий;
- 5) ликвидация латифундий (крупные землевладения).

Первая газета Кастро «Сон лос мисмос» (1953 г.) (революционные демократы - не коммунисты, они - переходная форма). Кастро организовал

группу «26 июня» - попытка зацепить казарму - братья Кастро в тюрьме. Подпольно пишет книгу «История меня оправдает». Эмигрирует в Мексику и формирует вооруженный отряд, который должен высадиться на Кубе. В Мексике к нему примкнул Че Гевара. Издание революционно-демократических бюллетеней (для крестьян и студентов), газета «Революсьон», радио «Радио Ребелде» (повстанец). В 1925 г. нелегально издается «Нотисиас Де Ой». 1 января 1959 г. революционно-демократический отряд сошел в Гаване. Радио «Ребелде» действует до сих пор легально.

**В Уругвае** после второй мировой войны коммунисты продолжали издавать газету «Хустисия», с 1952-1956 гг. выходившую ежедневно. Они создали теоретический журнал «Эстудиос» («Изучение»), первый номер которого вышел в феврале 1956 г. В 1957 г. выходит новая центральная, газета Коммунистической партии Уругвая «Эль Популар». В этом же году выходит молодежная газета «Хувентуд», орган коммунистического союза молодежи.

**В Аргентине** в результате выборов 1946 г. пост президента страны занял генерал Хуан Перрон. В начале 1949 г. вышел первый номер журнала «Нуева Эра» («Новая эра»). Журнал обратил внимание на международные проблемы и имел следующие разделы: «Экономические сообщения», «Партийная жизнь», «Хроника месяца», «Панорама мира». В Аргентине в 1946 г. были запрещены ежедневная газета «Ла Ора» и «Ла Орентасьон». Однако коммунисты вновь приступили к изданию газеты «Ла Ора». Эти газеты издавались под строгой цензурой.

**В Чили** главная газета «Эль Сигльо» была закрыта с 1941-52 гг. В этот период вместо нее вышли другие газеты «Демокрасиа», «Пуэбло», «Популар» и т.д. В 60-70 гг. активизировалась деятельность газеты «Мэркурио», которая поддерживала движение буржуазии в Чили.

Нужно отметить, что в 60-70 гг. усиливается идеологическое проникновение Америки в некоторые страны Латинской Америки, используя СМИ местной буржуазии. Американские телеграфные агентства Ассошиэтед Пресс и Юнайтед Пресс Интернэшнл являлись основными поставщиками информации новостей СМИ.

Противостояние двух лагерей: социалистического и капиталистического – «холодная война». Это противостояние отразилось на всей журналистике Латинской Америки. Официальная точка отсчета «холодной войны» - 1946 г., когда Черчилль выступил со своей знаменитой речью.

Конец 30 – начало 40 гг. демократические и прогрессивные силы борются с идеологическим проникновением США в страны Латинской Америки. В конце 30 гг. с территории США начала вещание радиостанция, которая вела передачи на испанском и португальском языках. В годы второй мировой войны резко увеличилось количество периодических изданий и другой печатной продукции, распространенной США в странах континента. Рост авторитета и влияния компартий, подъем рабочего движения во всем мире заставили американский империализм и латино-американскую реакцию перейти в наступление.

В августе 1940 г. создается канцелярия по координации торговых и культурных отношений с американскими республиками. Главная задача – поставка СМИ стран латинской Америки статей и различных информационных материалов. Канцелярия издательства журнала «Ла Гуардия» («На страже») работала на испанском, португальском и французском языках. Тираж журнала в годы войны достигал 500 тыс. экземпляров.

С ноября 1940 г. американский журнал «Ридерс дайджест» стал выходить на испанском, а с 1942 г. на португальском языках. Тираж 850 тыс. В годы второй мировой войны на испанском и португальском языках выходили и другие американские журналы, в частности, «Лайф» и «Тайм».

Демократические журналисты понимают опасность идеологического вторжения американцев, и в 1942 году в Мехико, а в 1943 году в Гаване, состоялась конференции журналистов и работников печати, где были разработаны организационные основы **Межамериканского общества печати (СИП)**. Был принят кодекс чести журналистов. Несмотря на нечеткость и многословие отдельных рекомендаций, конференция в Гаване внесла заметный вклад в активизацию борьбы СМИ Латинской Америки против гитлеровской Германии, в осуждение идеологии «испанизма» и «американизма». Антиамериканские настроения в СИП, демократические рекомендации конгрессов вызвали резкий протест со стороны государственных организаций США. В конце 40-50 гг. американские государственные организации разработали специальный план, целью которого являлось установление полного контроля за деятельностью СИП и придание ему новой политической, прежде всего антикоммунистической направленности, лежавшей в русле офиц. политики США. Некоторые журналисты выступили с резкой критикой нового политического направления СИП и в знак протеста вышли из общества. В частности СИП по инициативе американских служб в конце 50-х годов предприняло попытки создать под своим контролем **ФИОПП (Межамериканская федерация организаций профессиональных журналистов)**. Однако несколько лет спустя ее связи с ЦРУ стали столь очевидны, что она прекратила свою деятельность. В эти же годы была создана и другая организация **АИР (Межамериканская ассоциация радиовещания)**, которая объединила национальные радиостанции всех стран континента. Оно зависит целиком от диктата монополий. АИР рассылает радиостанциям редакционные статьи, передача которых обязательна.

**Только на встрече латиноамериканских журналистов, состоявшей в г. Каракасе в 1974 г., появилась возможность создания демократической организации работников СМИ, будущей Федерации журналистов Латинской Америки (ФЖЛА).** Первый конгресс латиноамериканских журналистов состоялся в первой половине июня 1976 г. в г. Мехико. На этом конгрессе была создана Федерация журналистов Латинской Америки. В конгрессе приняло участие более 200 делегатов из 23 стран. Для участия в конгрессе были приглашены представители международных организаций ЮНЕСКО, МОЖ, а также журналисты из Вьетнама, Испании, Соединенных

штатов, писатели Латинской Америки Габриэль Гарсиа Маркес, Николас Гильен, Хулио Кортасар и другие. ФЖЛА является “антиимпериалистической, антиколониальной, народной и демократической организацией”. Основные направления работы ФЖЛА, - “борьба против идеологического проникновения США в страны Латинской Америки, защита подлинной свободы печати от влияния национальных или международных финансовых групп, а также от ее ограничений со стороны правительств.” Штаб-квартира новой организации журналистов разместилась в г. Мехико. Основное отличие ФЖЛА от других организаций в том, что она объединила профессиональных демократических журналистов, а не владельцев СМИ, как это имеет место в СИП или АИР. Борьба за установление Нового международного Информационного порядка постоянно оставалась в центре внимания работы всех конгрессов ФЖЛА. Уже на втором конгрессе обсуждали вопрос о создании в Латинской Америке информационных агентств. На своем втором конгрессе ФЖЛА поддержала усилия ЮНЕСКО по созданию на континенте Латиноамериканского агентства специальной службы информации (АЛАСЕИ), а также других агентств, создаваемых неприсоединенными странами, в частности, Действие систем национальных информационных (АСИН). На конгрессе была вновь осуждена политика транснациональных ИА, стоящих на службе “местной олигархии и чуждых интересов”. Участники конгресса направили приветственное послание в адрес агентства “Пренса Латина”, первому агентству на Латиноамериканском континенте, защищающему интересы революционного народа. Международные ИА монополизировали около 80% информации в Латинской Америке. Необходимо продолжать борьбу за установление Нового международного Информационного порядка, являющегося частью процесса деколонизации, борьбы народов за национальную независимость. Но создание национальных агентств вновь трактовалось как угроза для “свободы печати” на континенте. В 80-е годы в странах Латинской Америки были достигнуты первые, но важные успехи в установлении Нового международного информационного порядка, за установление которого активно боролись и продолжают бороться отдельные правительства стран Латинской Америки, ЮНЕСКО, Движение неприсоединения, Федерация Журналистов Латинской Америки и другие прогрессивные организации.

В 1984 г. при содействии ЮНЕСКО начало работу Латиноамериканское агентство специальной службы информации (АЛАСЕИ). В создании этого агентства приняли участие Боливия, Коста-Рика, Доминиканская Республика, Куба, Мексика, Никарагуа и другие страны.

### **Литература**

1 Ибраева Г. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. - Алматы: Казак университеті, 2015, 310 с.

2 Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики: 1929-2013/ уч.-метод. компл.- М.:Юрайт, 2016, 432 с.

3 История мировой журналистики / под ред. Беспалова Г. - М.: МарТ, 2003, 423 с.

### **Контрольные вопросы**

- 1 Определить типологию СМИ современной Африки.
- 2 В чем проявляется расизм в СМИ Африки.
- 3 Характеристика канала Аль-Джазира.
- 4 Какова роль Би-Би-Си в создании творческой основы спутникового ТВ Аль-Джазира
- 5 Назвать общенациональные газеты Латинской Америки.
- 6 Перечислить информационные агентства Латинской Америки.
- 7 Назвать ведущие газеты Бразилии.
- 8 В чем проявляется особенность СМИ Латинской Америки.

### **Тесты**

1 В какие годы на первый план среди СМИ выдвигается радио?

- A) 1980;
- B) 1970;
- C) 1997;
- D) 2000;
- E) 1991.

2 Назовите первый независимый телеканал в арабском мире, освещающий события международной жизни на арабском языке.

- A) "Аль Джазира";
- B) "Русийа ал-йаум";
- C) «Аль-Арабия»;
- D) RTArabic;
- E) «ЛеНувелль».

3 В каком году телеканал "Аль Джазира" получил официальное название AlJazeeraNetwork, став международной медийной корпорацией?

- A) 2006 году;
- B) 2008 году;
- C) 2010 году;
- D) 1997 году;
- E) 1976 году.

4 Благодаря чему ТК "Аль Джазира" приобрел популярность ?

- A) благодаря подробному и откровенному освещению конфликта в Ираке;
- B) благодаря финансированию канала эмиром Катара;
- C) благодаря рекламе;
- D) благодаря договору с холдингом ВГТРК;

Е) все варианты ответа верны.

5 Назовите арабоязычный новостной телеканал

- А) ARTE;
- В) "Русийа ал-йаум";
- С) «Аль-Арабия»;
- Д) SaudiArabia;
- Е) «ЛеНувелль».

6 Когда телеканал «Аль-Арабия» начал своё вещание?

- А) 20 февраля 2003;
- В) 19 марта 2004;
- С) 5 июня 1991;
- Д) 8 мая 2000;
- Е) 3 сентября 2001.

7 С какого года телеканал Аль-Арабия начал круглосуточное вещание?

- А) 2003 г.
- В) 2004 г.
- С) 2008 г.
- Д) 1997 г.
- Е) 1999 г.

8 В каком городе расположена штаб-квартира телеканала "Ал-Арабия"?

- А) Доха;
- В) Дубае;
- С) Москве;
- Д) Париже;
- Е) Лондоне.

9 Основным конкурентом какого телеканала является "Ал-Арабия" ?

- А) CNN
- В) "Аль-Джазира"
- С) FoxNews
- Д) все варианты ответа верны
- Е) ARTE.

10 На каких языках издавался журнал «Ла Гуардия» («На страже») ?

- А) русском, английском, немецком;
- В) английском, немецком, испанском;
- С) английском, французском, испанском;
- Д) испанском, португальском, французском;
- Е) французском, немецком, испанском.

11 В каком городе состоялся первый конгресс латиноамериканских журналистов?

- A) г. Мехико;
- B) г. Дубае;
- C) г. Москве;
- D) г. Париже;
- E) г. Лондоне.

12 Чему способствовали «Альтернативные» издания?

- A) раскрытию злоупотреблений правительственных чиновников;
- B) освещению многих тем, считавшихся ранее запретными;
- C) служили рупором тех общественных кругов, которые требовали; общественных преобразований в русле либерализации политической системы;
- D) играли существенную роль в переходе от однопартийной системы к политическому плюрализму;
- E) все ответы верны.

13 К информационно-коммуникационным технологиям, как правило, специалисты относят:

- A) радио;
- B) телевидение;
- C) мобильные телефоны;
- D) компьютеры и интернет;
- E) все варианты верны.

14 Какая информационно-коммуникационная технология остается значимой из старых СМИ для Африки?

- A) радио;
- B) телевидение;
- C) газеты;
- D) электронные СМИ;
- E) журналы.

15 В каком году на Мадагаскаре был принят новый закон о СМИ, декларирующий права и обязанности журналистов, свободу слова, а также отмену цензуры в СМИ?

- A) 1991 г.
- B) 1994 г.
- C) 1995 г.
- D) 2000 г.
- E) 1990 г.

16 Какой журнал активно развивался после второй мировой войны, пропагандируя идеи независимости?

- A) южно-африканский журнал «Коммунист»;
- B) «Новый горизонт»;
- C) «Вперед»;
- D) бенинский «Социализм»;
- E) все ответы верны.

17 Назовите малагасийские ассоциации, которые проводили социальную работу по обнародованию проблемных мест современной общественно-политической, экономической и культурной обстановки.

- A) Свободная ассоциация журналистов Мадагаскара;
- B) все ответы верны;
- C) Клуб экономической журналистики;
- D) Ассоциация журналистов частных радиостанций;
- E) Ассоциация журналистов, пишущих о культуре.

18 Назовите современную проблему журналистики и медиарынка, которая ведет к низкому качеству информационной продукции, неспособной конкурировать с западными изданиями.

- A) языковая проблема;
- B) низкий профессиональный уровень журналистов;
- C) неграмотность местного населения;
- D) все варианты ответа верны;
- E) проблема с бюджетом.

19 В рамках какой программы, начатой ЮНЕСКО в 1984 году, осуществляется обучение журналистов в области международных отношений, здравоохранения, сельского хозяйства и экологии?

- A) SEANAD;
- B) WANAD;
- C) Deutsche Welle-Akademie;
- D) IGBP;
- E) все ответы верны.

20 Кто создал телеканал "Аль Джазира" (AlJazeera)?

- A) член королевской династии Катара шейх Ахмад бен Джасим Аль Тани (ShaikhAhmadBinJasemAlThani);
- B) эмир Катара Хамадом бен Халифом аль Тани;
- C) Вадах Ханфар (WadahKhanfar);
- D) Саддам Хусейн;
- E) нет верных вариантов.

21 Назовите канал, предоставляющий документальные фильмы на арабском языке:

- A) Al Jazeera Centre for Studies;

- B) Al Jazeera Mobasher (Al Jazeera Live);
- C) Al Jazeera Media Training and Development Centre;
- D) Al Jazeera Documentary Channel;
- E) все варианты верны.

22 Как назывался совместный проект телеканала "Аль-Джазира" и российского информационного канала "Русия Аль Яум"?

- A) «Взгляд на Арабию»;
- B) «Взгляд на Россию»;
- C) «Славянский мир»;
- D) «Арабский мир»;
- E) «Восток-Запад».

23 В каком году был запущен совместный проект «Взгляд на Россию» телеканала "Аль-Джазира" и российский информационный канал "Русия Аль Яум"?

- A) 2007 г.
- B) 2008 г.
- C) 2009 г.
- D) 2010 г.
- E) 2006 г.

24 В чем часто обвиняли на Западе ТК "Аль Джазира" ?

- A) экстремизме;
- B) терроризме;
- C) в агрессивной пропаганде "идей", действующих под видом влечения к религии;
- D) фанатизме;
- E) религиозном экстремизме.

25 Что передает «Аль-Арабия» будучи свободновещаемым каналом?

- A) политические новости;
- B) экономические новости;
- C) спортивные новости;
- D) ток-шоу;
- E) ток-шоу и репортажи.

26 Какие газеты были запрещены в Аргентине в 1946 году?

- A) «Эстудиос» и «Эль Популар»;
- B) «Эстудиос» и «Хувентуд»;
- C) «Ла Ора» и «Ла Орентасьон»;
- D) «Хувентуд» и «Революсьон»;
- E) «Эль Популар» и «Хувентуд».

27 Назовите организацию, которая объединила национальные радиостанции всех стран континента?

- А) ЮНЕСКО;
- В) ФЖЛА;
- С) ФИОПП;
- Д) АИР;
- Е) СИП.

28 Когда вышел первый номер журнала «Эстудиос» («Изучение»)?

- А) май 1966 г.
- В) апрель 1988 г.
- С) март 1956 г.
- Д) февраль 1956 г.
- Е) январь 1965 г.

29 Как называлась первая газета Фиделя Кастро ?

- А) журнал «Нуева Эра»;
- В) «Сон лосмисмос»;
- С) «Революсьон»;
- Д) «Эстудиос»;
- Е) «Эль Популар».

30 Какой телеканал получил всемирную известность, оказавшись единственным телевизионным каналом, которому разрешили вести передачи из Афганистана?

- А) "Аль Джазира";
- В) "Русийаал-йаум";
- С) «Аль-Арабия»;
- Д) Saudi Arabia;
- Е) «ЛеНувелль».

## Заключение

В основе курса - история становления и развития зарубежных СМИ, модели и принципы работы зарубежных журналистов в конкурентных условиях развития мировой журналистики, Интернета и социальных медиа.

Компетентностный подход направлен на практическую ориентированность, повышает роль самостоятельной работы студентов по разрешению моделируемых медиа ситуаций, схожих с реальными профессиональными задачами, формирует умения и способности действовать в реальных условиях журналистского производства. Междисциплинарный подход обеспечивает целостность изучения гуманитарного знания и его взаимосвязь с политическим, экономическим, социальным контекстами будущей профессиональной деятельности журналиста, раскрывает связи между разнообразными процессами глобального мира, естественнонаучным и гуманитарным знанием.

В пособии раскрыта историческая ретроспектива возникновения, создания и развития СМИ в зарубежных странах; показана специфика типологических структур зарубежных моделей печати, телевидения и радио, богатый опыт журналистской практики зарубежных стран; раскрыта роль СМИ в экономической, политической, культурной и социальной жизни зарубежных государств; дано представление о работе журналиста в различных зарубежных странах, в том числе и развивающихся.

Пособие поможет в освоении знаний об основных этапах и направлениях развития журналистики Северной и Южной Америки, Западной и Восточной Европы, Азии и Востока, Африки в различные исторические периоды; моделях взаимодействия общества, государства и СМИ в системах разных стран; наиболее крупных международных изданий/издательских концернов, оказывающих мощное влияние на мировую информационную политику.

Учебное пособие «Зарубежная журналистика» содержит обширный теоретический материал, определен перечень литературы, к каждой теме разработаны контрольные вопросы и тестовый материал.

### Список использованных источников

- 1 Ворошилов В.В. История журналистики зарубежных стран.- СПб., 2000.
- 2 Ибраева Г.Ж. Зарубежная журналистика: история, теория и практика зарубежных СМИ. Учебное пособие. Алматы, издательство "Казак университеты",2015.-308с.
- 3 Михайлов С. Зарубежные СМИ: история и современное состояние: Учебное пособие. - СПб.: С.-Петерб.гос.ун-т, 2005 - 200с.
- 4 Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика. - СПб.: С.-Петербург.гос.ун-т.,2008.
- 5 Прутков Г.В. История зарубежной журналистики.1800-1929. - М., 2012.
- 6 История зарубежной журналистики (1945-2008): Хрестоматия. М., "Аспект-пресс",2008.
- 7 Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. - М.-Ростов-на-Дону, 2004.
- 8 Бодрунова С.С. Зарубежная журналистика в XXI веке: Италия. - М., 2010.
- 9 Ибраева Г.Ж. Освещение вооружённых конфликтов в средствах массовой информации и международное гуманитарное право. Учебное пособие. 2-е изд. Казак университет,2009-298 с.
- 10 История зарубежной журналистики (1945-2008): хрестом. М., "Аспект-пресс",2008.
- 11 Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. СПб., 2006.

