

МЕДИАИСТОРИЯ: ОТ ПОНИМАНИЯ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУТИ И ПОНЯТИЯ

Анализируются основные значения термина «медиаистория» в публицистическом и научном дискурсе. На основе анализа дефиниций «медиа», «средства массовой информации» и «история» предлагается авторское определение понятия «медиаистория».

Ключевые слова:

история, медиаистория, медиа, средства массовой коммуникации, средства массовой информации.

История средств массовой информации – популярное направление исследований, которое наиболее активно ведется в рамках собственно истории, но так же и журналистики, гораздо реже – политологии, философии и филологии. Отличие истории СМИ от истории журналистики заключается, прежде всего, в определении объекта изучения: в первом случае в качестве такового выступает комплекс средств производства и трансляции массовой информации, предназначенной для массовой аудитории, или отдельные его составляющие (периодические издания, радио- и телерадиовещательные кампании), во втором случае – журналистика.

Несмотря на то, что среди многочисленных определений журналистики есть и обозначение ее как «системы СМИ» или «комплекса каналов передачи массовой информации» (Е.П. Прохоров), невозможно говорить о полной тождественности, синонимичности понятий «СМИ» и «журналистика», на что указывает ряд исследователей (С.Г. Корконосенко, М.М. Ковалева и др.). С известной долей образности СМИ можно определить как пространство, в котором происходят творческие, коммуникативные, технические процессы, осуществляя свою деятельность представители различных профессий, функционируют разнообразные структуры. Итогом всего этого является создание общественно-важной, значимой для широкого круга потребителей информации, которая преподносится аудитории в печатных, аудио- и аудиовизуальных формах.

Признавая структурную сложность и многоаспектность СМИ, специфику их продукта, особенности взаимодействия всех субъектов информационно-коммуникативного процесса, исследователи вводят в научный оборот термины, созданные с использованием корневого форманта «медиа». С помощью таких дефиниций акцентируется внимание на особеннос-

тях функционирования средств массовой информации (медиапланирование, медиаинформирование), их содержания (медиаконтент, медиатекст), результатов деятельности (создание медиадействительности) и т. д. Сформировался также целый ряд научных дисциплин, в рамках которых ведутся медиаисследования. Можно сказать, что уже оформились российские научные школы, изучающие медиаэкономику (Е.Л. Варганова), медиалингвистику (Т.Г. Добросклонская), медиафилософию (В.В. Савчук), медиаобразование (А.В. Федоров), медиакультуру (Н.Б. Кириллова) и др. Необходимо отметить, что отечественные ученые, опираясь на опыт зарубежных коллег, не калькируют западную терминологию, а разрабатывают собственные определения терминов.

Вместе с тем такое понятие, как «медиаистория», пока не получило широкого распространения в научной среде. На наш взгляд, причиной этого служит отсутствие четких определений самого термина и обозначения объекта изучения такой истории. Так, например, в публицистическом дискурсе «медиаистория» имеет несколько значений.

1) Истории, которые рассказывают масс-медиа. От реальных историй, имевших место в действительности, их отличает в значительной мере повторяющийся сюжет и наличие стереотипных образов, которые делают героев и события более «узнаваемыми». Типичными примерами могут служить медиаистории из личной жизни «звезд», которые часто напоминают байки, анекдоты и прочие произведения устного народного творчества, содержащие существенную долю вымысла.

2) Комплекс публикаций в СМИ, по которым можно проследить этапы жизни, карьерного роста, профессиональной или общественной деятельности человека. В этот набор могут входить также материалы не только о событиях с его непосред-

твенным участием, но и упоминающие о персоне, содержащие его высказывания, мнения и т. д. Такое портфолио позволяет определять степень публичности человека, его известность в определенных кругах или для широкой аудитории.

3) Прошлое, описываемое в СМИ. Под воздействием исторических (так и псевдо-исторических) медиаматериалов формируются представления аудитории о событиях минувших лет, десятилетий, веков, а также историческое сознание целых поколений. Такая медиаистория прошлого подвержена влиянию прежде всего политического и экономического факторов. Личностный фактор, который особенно заметен на уровне выбора журналистом респондента и отношения специалиста к теме интервью, также нередко определяет выбор освещаемых событий, ракурс их рассмотрения, трактовки и выводы. В отличие от научной истории медиаистория мозаична, не дает полного представления об историческом процессе в целом, о связи и закономерности событий, акцентируя внимание на отдельных фрагментах прошлого, освещение которых позволяет заинтересовать аудиторию. Медиаистория, создаваемая неспециализированными изданиями, на наш взгляд, в значительной степени мифологизирована, субъективизирована, политически ангажирована. Она способствует не сколько просвещению, но в большей степени деформации представлений людей о прошлом.

4) История средств массовой информации города, региона, страны. Материалы такого типа обычно содержат описание наиболее ярких и интересных моментов, связанных с созданием и развитием масс-медиа, примеры, факты и воспоминания очевидцев.

В научном дискурсе под медиаисторией понимается: а) история средств массовой информации; б) история медиа, как совокупности всех средств, способствующих донесению информации до потребителя и организации общения между людьми, социальными институтами и организациями на всех уровнях и во всех сферах. В первом случае медиаистория может рассматриваться как составная часть истории журналистики, во втором – истории массовых коммуникаций. Проведенный нами анализ иностранных научных Интернет-ресурсов показал, что в них медиаистория, помимо названных, рассматривается еще в двух значениях – история журналистики во всех ее проявлениях и архив печатной, аудио- и визуальной информа-

ции, совокупность которой может служить отражением особенностей той или иной эпохи, деятельности организаций, групп населения и т. д.

Многозначность понимания исследуемого термина и относительная его «новизна» в российском научном обороте не позволила до настоящего времени выработать такую его дефиницию, которая точно отражала бы суть, содержание, особенности основного объекта медиаистории. Вместе с тем, нам видится перспективность использования данного понятия в научном дискурсе, что обусловлено высокой «емкостью» составляющих его слов – «медиа» и «история».

Прежде всего, необходимо определиться с различиями терминов «медиа» и «масс-медиа». Под первым чаще всего подразумеваются средства массовой коммуникации (СМК), тогда как с помощью второго обозначаются средства массовой информации (СМИ). Однако в научной литературе нередко встречается синонимичное использование этих понятий, притом, что исследователи достаточно четко разграничивают СМК и СМИ, представляя второе составной частью первого. Можно назвать множество причин такого «вольного» и нестрогого терминологического использования англоязычных дефиниций. Однако согласимся с мнением В.В. Савчука, который считает, что, «вобрав в себя весь спектр значений – СМИ, массмедиа, средства связи и коммуникации, новые медиа, цифровые и экранные технологии – термин «медиа» обрел статус термина с неопределенным содержанием» [6, с. 67].

В научной литературе принято ссылаться на значение этого слова в английском языке, где оно обозначает, в том числе, носитель информации, посредствующее звено (посредника), способ, средство. Однако проведенный нами сравнительный анализ англо-русских и английских словарей показал, что в них достаточно часто словом media обозначаются средства массовой информации без соответствующего уточнения (mass media). Следовательно, при определении основного, базового значения термина «медиа» необходимо опираться на изначальное его значение в латинском языке (medium) – середина, центр.

Media, являясь множественным числом от medium, приобретает дополнительный «объем», способность объединить в себе сразу несколько значений. Именно этим можно объяснить широкое «вхождение» медиа в состав различных научных терминов (см. напр., медиедина, медиестика – дисципли-

лина, изучающая историю средних веков; медиальный (в медицине) – расположение какой-либо части тела организма ближе к его срединной (медианной) плоскости; медиана – отрезок, соединяющий одну из вершин треугольника с серединой противоположной стороны, и проч.).

Медиа как посредник в процессе общения между людьми на групповом и общественном (массовом) уровне определяется как средство коммуникации и распространения информации, носитель информации, как совокупность устройств (технических средств) для приобретения, записи, копирования, тиражирования, сохранения и передачи информации. Медиа или «средство коммуникации, – по классическому определению Г.М. Маклюэна, – есть сообщение», сущностью которого в свою очередь «является то изменение масштаба, скорости или формы, которое приносится им в человеческие дела» [5, с. 10]. Сущность коммуникации в «электрическую эпоху» канадским ученым трактуется как «движение информации» [5, с. 101]. Следовательно, медиа, используя все достижения науки и техники, общественной мысли, «продвигают» информацию в массы, способствуют организации и поддержанию процесса коммуникации и таким образом изменяют «человеческие дела», т. е. и само общество и его жизнь.

Многоаспектность понимания медиа отмечают и современные ученые. Например, Н.Б. Кириллова оценивает их как транслирующий канал и считает, что «это не просто средство для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [2, с. 22]. То есть в широком смысле медиа непосредственно участвуют в создании и трансляции культурных ценностей, культурной информации, а также сообщений, влияющих на формирование или трансформацию культуры, как среды и продукта человеческой деятельности, фактора, определяющего условия и образ жизни людей. Этот процесс имеет свою продолжительность во времени – историю, изучение которой позволяет проследить и собственную историю медиа как средства (посредника) и среды коммуникации.

СМИ, в качестве синонима которых в большинстве случаев в научном и публицистическом дискурсе используется словосочетание масс-медиа (mass media), определяются как совокупность печатных периодических изданий, радио- и телерадиовещательных организаций, ин-

формационных агентств. В последнее десятилетие в эту систему также включают Интернет-ресурсы и конвергентные СМИ, соединяющие в себе признаки различных масс-медиа. Широкое понимание сущности, целей и задач средств массовой информации, осознание их роли в обществе и значимости вклада в развитие общественной жизни позволяет исследователям предлагать оригинальные определения масс-медиа. Так, например, В.С. Чижира характеризует СМИ как специализированные информационные технологии современной культуры, «которые транслируют знания в общество и об обществе; зафиксированы в материальных формах человеческой деятельности (аудио-, видеопродукция, электронные носители информации и так далее); передают социальный опыт и содержание культуры» [7, с. 255]. На наш взгляд, в этом значении масс-медиа отчасти оказываются схожи с медиа, но все же сохраняют свою отличительную черту – содействие информационному обеспечению коммуникации, а не установлению и поддержанию коммуникационных контактов в целом. Следовательно, медиа и масс-медиа не могут рассматриваться как тождественные понятия, поскольку СМИ являются, скорее, частью коммуникационной системы, одним из средств коммуникации.

Различия между ними можно увидеть и в продолжительности истории того и другого. Возникновение масс-медиа связывают с изобретением И. Гутенберга, которое позволило массово тиражировать печатную, в том числе, периодическую продукцию. Хотя первые газеты, которые стали использовать возможности наборных литер и книгопечатного станка, появились гораздо позднее – в начале XVII в., сначала в Германии (1609 г.), а потом и в других европейских городах. Таким образом, мировая история СМИ (без учета пражурналистских явлений) насчитывает 400 лет. История отечественных масс-медиа, ведущая отсчет с выпуска петровских «Ведомостей» (1702 г.), на век короче.

Медиа имеют более древние исторические корни. Первые средства вербальной и невербальной коммуникации появились на заре человечества. По мере необходимости расширения круга, масштабов общения, усложнения целей установления контактов люди изобретали и использовали средства, которые позволяли вывести коммуникацию на массовый уровень и в итоге – придать ей глобальный характер. Поэтому в качестве средства общения,

передачи информации можно рассматривать практически любой предмет, изображение, явление, достижение человеческой мысли. Это в значительной степени затрудняет точное определение значения термина «медиаистория».

Вторая часть рассматриваемого понятия также обладает многозначностью: история – это и процесс развития человечества, и наука, изучающая прошлое во всем его многообразии, и форма познания прошедшего, минувшего. История, в отличие от других конкретных общественно-гуманитарных наук, является, по выражению И.Д. Ковальченко, наукой комплексной, интегральной, имеющей дело со всеми общественными явлениями. Объектом познания исторической науки, по мнению известного методолога, служит «вся совокупность явлений общественной жизни на протяжении всей истории общества» [4, с. 55]. Следовательно, медиаистория, если рассматривать ее как научную дисциплину, изучающую происхождение (изобретение), развитие трансформацию всех средств коммуникации, логично вписывается в общеисторический научный контекст.

Одним из первых медиаисториков можно назвать вышеупомянутого Г.М. Маклюэна, поскольку именно он составил и описал периодизацию истории СМК. Ученый выделил три основных ее этапа: 1) первобытная дописьменная культура, в которой преобладали устные средства коммуникации; 2) письменно-печатная культура, породившая «типографского и индустриального» человека; 3) эпоха электричества, в которой электронные средства коммуникации (телеграф, телефон, телевидение и компьютер) являются продолжением нервной системы человека и преобразуют все стороны его психической и общественной жизни [1].

Приведенных аргументов вполне достаточно, чтобы обозначить медиаисторию как историю СМК и далее активно дискутировать о том, что же конкретно должна изучать эта дисциплина. Так, например, И.В. Кирия, признавая в качестве «классических медиаисториков» Е.А. Вартанову, Я.Н. Засурского и Г.В. Жиркова (но при этом не упоминая таких известных историков СМИ, как Р.П. Овсепян, Б.И. Есин и др.), отмечает, что они «фокусируются на истории как эволюции преимущественно контента в его формах, жанрах и методах регулирования. При таком подходе история медиа представляется как автономное социальное поле». Автор предлагает иную

постановку задачи для медиаистории: «изучать то, каким образом коммуникации сопровождали социально-экономическое развитие общества» [3].

Но в этом случае в сферу рассматриваемой дисциплины помимо исследования истории СМИ нужно будет включать, например, изучение становления и развития железнодорожного транспорта, средств наземной и космической связи, туризма, архитектуры, библиотек и других самых разнообразных средств, участвующих в процессе коммуникации. Медиаисторики получают возможность активно и настойчиво вторгаться в историю, например, языка, как важнейшего средства коммуникации, провозглашая диктат методологии исторических, а не филологических исследований. Несомненно, что наделение медиаистории такими широкими «полномочиями» может вызвать законное возмущение со стороны представителей тех наук, чьи традиции, методологическая база, понятийный аппарат уже сформированы и признаны научным сообществом.

Следовательно, если нельзя следовать «букве», то нужно искать компромисс на уровне «духа», т. е. интуитивно понимаемой сущности медиаистории. Для начала можно исключить из «ведения» этой научной дисциплины технические средства коммуникации (транспорт, связь и т. д.), ограничившись изучением тех СМК, которые участвуют в коммуникационных процессах в духовной, культурной сфере. Следующим шагом будет вычленение из медиаистории тех средств коммуникации (кино, книги, искусство), которые, на наш взгляд, не играют явную и активную роль в современном массовом общении, для которого характерно циркулирование с высокой скоростью огромных потоков информации на глобальном информационном пространстве.

В качестве одного из аргументов в пользу сужения спектра изучаемых тем в медиаистории можно назвать и то, что активно развивается такая научная дисциплина, как медиаведение (медиалогия, в некоторых источниках – теория медиа), которая изучает взаимосвязь медиа с обществом, их роль во всех сферах общественной жизни и использование средств коммуникации в этих областях. Вполне закономерным, на наш взгляд, станет развитие исторического направления в рамках медиаведения, которое позволит органично соединить теорию СМК с их историей.

Однако мы не призываем ограничить медиаисторию изучением прошлого лишь

средств массовой информации. СМИ необходимо рассматривать не только как средство, но и среду, стимул, инструмент массовых информационно-коммуникативных процессов. На протяжении всей своей истории они порождали новые явления в общественной жизни, активно участвовали в формировании общественного мнения и исторического сознания, традиций и ценностей, стереотипов мышления и установок поведения. СМИ аккумулировали в многочисленных публикациях исторический опыт и знания, накопленные поколениями, народами, человечеством в целом, фиксировали историю жизни и деятельности, как отдельных личностей, так и многочисленных групп людей. Но и люди также активно участвовали в создании и функционировании масс-медиа. Пропущенную «сквозь себя» действительность, «приправленную» собственными мыслями, идеями, оформленную благодаря творческим талантам в форму медиатекстов, они представляли другим, вызывая ответную реакцию со стороны аудитории. Получается, что без человека не было бы СМИ, а без СМИ не было бы современного человека.

Мы разделяем мнение многих ученых о том, что история – и как процесс, и как наука – антропоцентрична, поскольку в центре ее всегда находятся люди, которые

создают и фиксируют свое прошлое, сохраняя таким образом память о нем. Следовательно, медиаисторию можно и нужно рассматривать, прежде всего, как историю социальную, изучающую общение и человеческую деятельность, которые происходили в пространстве, сформированном СМИ (медиапространстве), и с использованием масс-медиа, как средств и каналов коммуникации.

Акцент на историчности этих процессов, выдвигание на первый план именно истории, делает возможным, несмотря на явную междисциплинарность рассматриваемой научной дисциплины, использовать в качестве основной методологию исторических исследований. Это позволит исследователям избежать излишнего углубления в теорию коммуникации или журналистики, соблюдать принципы объективности, научности и историзма при рассмотрении и оценке прошлого, полноценно изучать в том числе региональную медиаисторию с учетом различных факторов, оказывавших на нее влияние. Мы считаем, что такой подход так же создаст условия для выявления особенностей, характерных именно для российских средств массовой информации, которые формировались и функционировали в специфических условиях царской, советской и современной России.

Список литературы:

- [1] Архангельская И.Б. Творческое наследие Г.М. Маклюэна в контексте развития теории коммуникации. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.mcluhan.ru/articles/tvorcheskoe-nasledie-gerberta-marshalla-maklyuena-v-kontekste-razvitiya-teorii-kommunikacii/>
- [2] Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.
- [3] Кирия И.В. Коммуникационная власть: как медиа сопровождают экономическое развитие. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://regconf.hse.ru/uploads/c6043fd2c7a7050db2352ca508c7bc3763fd92dd.doc>
- [4] Ковальченко И.Д. Методы исторического исследования. Отделение историко-философских наук. 2-е изд., доп. – М.: Наука, 2003. – 486 с.
- [5] Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. М.–Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003. – 464 с.
- [6] Савчук В.В. Российский домен медиафилософии // Политическая концептология. – 2011, № 4. – С. 66–71.
- [7] Чижма В.С. СМИ как подсистема культуры // Омский научный вестник. – 2010, № 3 (88). – С. 254–257.