Геннадий Васильевич Жирков

Санкт-Петербургский государственный университет

g.zhirkov@spbu.ru

**Из чего произрастала русская журналистика**

Современная медиасреда – это итог эволюции информационного процесса общества, массовых коммуникаций, коммуникативной культуры прошлого. Современное состояние медиасреды – это такой ее этап, который позволяет увидеть более полно и точно, из чего же выросла русская журналистика.

Ключевые слова: устная коммуникация, форматы, участники, новая аудитория.

Современная медиасреда – это не изобретение какого-либо информационного магната или продвинутого бизнесмена. Это итог эволюции информационного процесса общества, массовых коммуникаций, коммуникативной культуры прошлого. Журналистика возникает как обособленное явление культуры тогда, когда для этого складываются определенные условия, как этапный итог развития медиа. Современное состояние медиасреды – это такой ее этап, который позволяет увидеть более полно и точно, из чего же произрастала русская журналистика.

Наследием РПЦ для светской литературы и журналистики стали духовность и просветительство, особое формотворчество. «“Дух творит себе формы” – такова одна из центральных идей религиозного мировоззрения», – замечает профессор Московской Духовной академии А. Осипов.

Здесь важна проблема: в каких форматах духовное и светское слово соединялись и разъединялись и что это дало так называемой журналистике. В первую очередь в этом ряду можно назвать устную коммуникацию, которая имела огромное значение для развития журналистики и ее становления как системы СМИ и СМО. Кажется, трудная, исторически мало уловимая проблема. Но она имела в определенные периоды огромное, если не определяющее значение в обществе и бытовала во вполне уловимых определенных формах. Сейчас же она получила, помимо обычных форматов, и не совсем обычный, но наиболее распространенный: интернетовский. В Интернете можно обнаружить и разные формы средств массового общения (СМО), истоком которых, например, был салон.

При обособлении светской литературы и журналистики как оригинальных культурных, социальных и эстетических явлений, о чем мною говорилось ранее, устная коммуникация во многом играла определяющую роль. «Давно замечено, – утверждал П. А. Вяземский, – что толки у нас гораздо умнее и дельнее перьев». На практике это отражалось в первой четверти XIX в. в жизнедеятельности разного типа обществ, кружков, союзов и салонов, в рукописях – в активной переписке, письмах-обращениях к обществу, в ведении альбомов и дневников, в создании множества мемуаров и др.

В обществе появились и специалисты устного, разговорного жанра: своеобразные ораторы или публицисты, «ретрансляторы», как называет их один из филологов (А. И. Тургенев, П. А. Вяземский, П. Б. Козловский, Ф. И. Тютчев, Д. Н. Свербеев и др.), – «основным поприщем» которых была «деятельность устная». Уникальной иллюстрацией деятельности в формате устной коммуникации является жизнь и словесная творчество таких замечательных публицистов, как П. А. Вяземский (1792–1878) и А. И. Тургенев (1784–1845). Об этом и пойдет речь в нашем докладе.

С более активным проявлением рыночных отношений в информационном процессе, обозначенных тогда же и очень точно современниками как литературная промышленность или торговое направление, происходят трансформации и в устной коммуникации. Ее «продукция» находит сбыт: в печати появляются стихи, включая и альбомные, письма (особенно из-за границы), дневники, воспоминания, «мелочи», юмор и др.

Что особенно существенно: во-первых, устная коммуникация, так или иначе, постепенно обособляется от церковно-духовной, что во многом сказывается и на информационном процессе, включая литературу и журналистику. Во-вторых, устная коммуникация значительно расширяется за счет светских СМИ и СМО, а также в рамках возможной тогда массовизации ее участников: женщин, молодежи, представителей неаристократических слоев. И это дает новую аудиторию как литературе, так и журналистике.