

КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ
Кафедра национальных и глобальных медиа

Л.Г. ЕГОРОВА

Д.В. ТУМАНОВ

НОВЫЙ ЖУРНАЛИЗМ

**ИСТОРИКО-СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ
И ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ**

Учебное пособие



КАЗАНЬ

2020

УДК 070(075.8)
ББК 76.01я73
Е30

*Печатается по рекомендации
кафедры национальных и глобальных медиа
Казанского (Приволжского) федерального университета*

Научный редактор

доктор филологических наук, профессор **В.З. Гарифуллин**

Рецензенты:

кандидат филологических наук, доцент **Р.П. Баканов**;
кандидат филологических наук, доцент **М.В. Симкачёва**

Егорова Л.Г.

Е30 **Новый журнализм: историко-социальный контекст и профессионально-практические принципы: учеб. пособие / Л.Г. Егорова, Д.В. Туманов. – Казань: Издательство Казанского университета, 2020. – 204 с.**

ISBN 978-5-00130-365-7

В учебном пособии раскрываются предпосылки возникновения и основные принципы, приёмы и методы направления «новый журнализм», сформировавшегося на рубеже XIX–XX веков в США.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Журналистика», «Телевидение» и «Медиакоммуникации» по очной и заочной формам обучения всех профилей подготовки.

УДК 070(075.8)

ББК 76.01я73

ISBN 978-5-00130-365-7

© Егорова Л.Г., Туманов Д.В., 2020

© Издательство Казанского университета, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Раздел I. Предпосылки возникновения нового журнализма	11
1. Исторические предпосылки	11
2. Техничко-технологические предпосылки	18
3. Социальные предпосылки	31
4. Профессиональные предпосылки	39
Раздел II. Переосмысление журналистики в период массовой прессы	47
1. Принципы нового журнализма	
От газеты взглядов – к газете мнений	47
Три «кита» нового журнализма	55
Основные черты нового журнализма	67
2. Приёмы нового журнализма	
Трансформация отношения к аудитории	75
Спорт	81
Героизация	88
Авантюризм	97
Защита прав обездоленных	107
Репортажи из горячих точек	116
Криминальная хроника	127
Сексуализация, сплетни и мода	136
Иллюстрации и визуализированные истории	141
Яркое приложение к газете	154
Раздел III. Социологическая рефлексия нового журнализма: на пути к социологии массовых коммуникаций	159
1. Новый журнализм в контексте теории «естественной истории прессы»	159
2. «Новости» как продукт нового журнализма	171
Заключение	181
Литература	185
Глоссарий	196

It was a time when modern journalism was born...

R.E. Park

*Это было время, когда зародилась
современная журналистика...*

Р.Э. Парк

Введение

Задача нашего учебного пособия – взглянуть на историю мировой журналистики сквозь историко-теоретическую канву развития нового журнализма.

Но история – это всегда имена. Характер взаимоотношений государства и личности, тем более личности журналиста, является важнейшим показателем состояния общества в целом, целей и перспектив его развития. Понимание того, что настоящую журналистику делает не знание технологий или владение литературным стилем, а совесть, ответственность и готовность служить обществу, выводила на первые места тех самых журналистов, которые и творили историю нашей профессии.

На протяжении всей книги мы будем обращаться к биографиям и профессиональным урокам таких журналистов. Думать правильно, думать мгновенно, думать непрерывно, думать интенсивно – в этом секрет успеха нового журнализма, о котором мы и поведём речь.

Однако говорить о мировой журналистике как о едином монолите – вещь неблагодарная и неподъёмная. Необходимо структурирование процессов, происходящих в коммуникационном пространстве.

Периодизация истории журналистики может быть проведена по различным основаниям.

В советской исторической науке наибольшее распространение получила схема формаций: журналистика феодальная, капиталистическая, коммунистическая. Но в основу периодизации может быть положен событийный подход: публицистика времён изобретения книгопечатания, журналистика Английской буржуазной революции, публицистика времён становления американского государства, публицистика декабристов, журналистика Второй мировой войны и тому подобное. Возможен и календарный подход, разделяющий всю историю журналистики по хронологии: журналистика XVIII века, XIX века, XX века. Логически связанные временные единицы могут быть взяты и чуть помельче: журналистика последней трети XVIII века, журналистика 1840-х годов, журналистика рубежа XX и XXI веков. Есть идеолого-функциональный и типологический подходы, предусматривающие изменения в назначении средств массовой информации

и структуризацию по региону выхода, учредителю, аудитории, ответственности и иным издательским характеристикам. Сейчас всё чаще возникает предложение положить в основу периодизации трансдисциплинарный подход, учитывающий все принципиально возможные причины и следствия, всеобщие и частные закономерности и законы, явления, объекты и процессы, а также их свойства связи и взаимодействия на любом уровне действительности.

Мы же за основу наших размышлений о развитии системы средств массовой информации возьмём их отношения с аудиторией, выраженные в контентной направленности.

Первые издания – рукописные, а потом и печатные – носили информирующий характер. Они, прежде всего, несли аудитории сообщения о торговле, о социальных или политических изменениях осведомительного характера. И хотя жанровая структура таких изданий не может быть описана только лишь как информационная, поскольку в них присутствовали и аналитические материалы, и произведения, которые могут быть отнесены к художественно-публицистическим жанрам, эти первые в истории человечества газеты в своих отношениях с аудиторией носят однонаправленный и внеличностный характер. Сообщающему информацию не интересно отношение к ней воспринимающего эту информацию, он лишь ставит в известность.

На смену информирующим изданиям приходит авторская журналистика как результат кризиса абсолютизма и существенных изменений в феодальной системе отношений. Эпоха Просвещения, как называли это время в Европе, или Век Разума, как его называли в Соединённых Штатах Америки, – это, прежде всего, превращение периодических изданий в площадку для публичного обнажения своих мыслей. Здесь становится принципиально важным то, кто и в каких выражениях сообщает. И не менее важным, кто и как реагирует на это сообщение. Публицистика этого периода – глубоко личностная, а потому при её периодизации часто используются имена авторов, создававших произведения.

Дальнейшая капитализация общественных отношений приводит к существенным изменениям и в отношениях средств массовой информации с аудиторией. Стремление увеличить число читателей,

приносящих доходы газетам и журналам, вынуждает журналистов и издателей искать новые методы и приёмы подачи информации. Метод как способ достижения целей, направленный на решение комплекса задач, и приём как составная часть метода, его деталь, образуют новые функциональные подходы, системно выразившиеся в понятии «новый журнализм».

Между тем, в современном журналистиковедении нет точного и ясного понимания, что такое новый журнализм. Одни исследователи заявляют, что это – направление, возникшее на стыке литературы и журналистики США во второй половине XX века, другие связывают появление концепции нового журнализма с именами Адольфа Саймона Окса, Джозефа Пулитцера, Уильяма Рэндольфа Хёрста и Джеймса Гордона Беннета-младшего, занявшими прочные позиции в журналистике конца XIX века.

«Пулитцер и Хёрст действительно выступили новаторами в области журналистики. Они первыми стали включать в свои издания материалы для женской аудитории, спортивные полосы, цветные комиксы, печатать сенсационные материалы, помещая их под вызывающими, бросающимися в глаза заголовками. Именно это желание привлечь читателя любыми средствами стало определяющей характеристикой такой журналистики, поэтому наиболее подходящим термином для её дефиниции является “сенсационная журналистика”, который, кстати, и стал общеупотребительным. Поэтому использование термина “новый журнализм” в этом контексте создаёт ненужное, на наш взгляд, дублирование терминологии»¹, – заявляют, например, Ольга Несмелова и Жанна Коновалова, ссылаясь на антологию 1973 года «Новый журнализм» Томаса Кеннерли Вулфа-младшего, где он излагает собственное понимание нового журнализма.

Однако сам Вулф полагал, что выбранный им термин – не слишком удачен и не слишком оригинален.

«Не имею понятия, ни кто первым употребил словосочетание “новая журналистика”, ни даже когда это случилось, – признавался Томас Кеннерли Вулф. – Если честно, и сам термин мне никогда

¹ Несмелова О.О., Коновалова Ж.Г. Новый журнализм: теоретические принципы и их художественное воплощение // Учёные записки Казанского университета. Гуманитарные науки. 2011. Т. 153. Кн. 2. С. 246.

не нравился. Любое движение, группа, партия, программа, философия или теория, которые норовят назваться “новыми”, всегда только навлекают на себя всевозможные беды. На свалке истории их полным-полно»².

Мы же на полях его книги заметим, что термин «new journalism» ещё в 1880–1890-х годах определял издания, где сенсационность соседствовала с интересом к социальным реалиям жизни, а центр внимания перемещался с факта на сюжет.

Характеризуя демарш, предпринятый Томасом Кеннерли Вульфом, доктор философии в области журналистики Антонио Куартеро Наранхо из университета Малаги, специализирующийся на исследованиях нарративной журналистики, отмечает: «Это не значит, что у этих авторов был похожий стиль. Стиль Капоте не имеет ничего общего с стилем Вулфа, а стиль последнего едва ли напоминает стиль Томпсона, Дидиона, Мейлера или Херра. На этом этапе мы можем определить “новый журнализм” как журналистский феномен, состоящий из разнородного набора американских работ и авторов»³.

Между тем, американский социолог Роберт Эзра Парк в своей статье 1923 года «Естественная история газеты», используя термин «новый журнализм», уверенно заявляет: «Люди, которых можно назвать творцами современной газеты, – Джеймс Гордон Беннет, Чарльз А. Дана, Джозеф Пулитцер и Уильям Рэндольф Хёрст»⁴. А уж этот представитель чикагской социологической школы знает о чём говорит: его биография тесно переплетена с траекторией развития журналистики рубежа XIX–XX веков.

«Сенсационная журналистика» как дефиниция предпринятых ими шагов в трансформации периодических изданий – далеко не полное описание тех изменений, которые происходят в прессе в самом конце XIX века. Эффектно поданные материалы и громкие скандальные публикации – отнюдь не самоцель газет и журналов того периода. Сенсация как форма подачи нового знания, способного из-

² Вулф Т. Новая журналистика и Антология новой журналистики под редакцией Тома Вулфа и Э.У. Джонсона. СПб.: Амфора, 2008. С. 42.

³ Naranjo A.C. The concept of the New Journalism and its adaptation to narrative journalism in Spain // Doxa Comunicación. 2017, No. 25, July-December, pp. 48.

⁴ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 241.

менить картину мира и традиционные представления о возможностях человека – лишь один из многочисленных приёмов, применяемых в новом журнализме.

Он может быть воплощён в концепции «жёлтой» прессы – доступных по цене печатных изданиях, которые специализируются на публикации слухов, скандалов, сплетен и эпатирующем освещении табуированной в средствах массовой информации тематики.

Осознав великую роль журналистики для истинного социокультурного развития человечества, Джозеф Пулитцер в 1904 году отмечает: «Только искреннее чувство ответственности спасёт журналистику от раболепства перед классом имущих, которые преследуют эгоистические цели и противодействуют общественному благоденствию. <...> Циничная, корыстная, демагогическая пресса создаст людей, столь же ограниченных, сколь и она»⁵.

Так появляется пресса социальной ответственности, содержание материалов которой подразумевает использование средств массовой информации для поддержания моральных основ общества и воспитания людей с целью их нравственного и гражданского совершенствования, зарождается в те же самые годы как реализация принципов, сформулированных «отцами» нового журнализма.

Если взять эти два подхода как крайние точки шкалы, то между ними расположится множество различных по типологическим признакам изданий, объединённых стремлением увеличить число своих читателей, а, следовательно, и свои доходы. Не следует забывать, что новый журнализм – продукт развития капиталистических отношений и проникновения «торговых отношений» в прессу.

Количественный рост и демократизация аудитории задавали периодической печати всех стран и континентов общий вектор движения: отныне преобладающим оказывалась установка изданий не на культурно-просветительский, а на коммерческий результат.

Но денежные отношения в сфере, прежде ориентированной на идеи служения обществу, одновременно стали мощным стимулом экономического, социального, технического и профессионального развития прессы в частности и всего общества в целом. О предпосыл-

⁵ Pulitzer J. The College of Journalism // The North American Review, Vol. 178, No.570 (May, 1904), p. 680.

ках превращения периодической печати из атрибута состоятельных слоёв общества в прессу грамотных и становления массовых изданий будет идти речь в первом разделе этой книги.

Второй раздел позволит вам детальнее узнать об особенностях нового журнализма, его специфических отличительных чертах. Мы расскажем о методах и приёмах, которыми журналисты смогли добиться массовизации печати и упрочения её роли в обществе.

И, наконец, в третьем разделе речь пойдёт об осмыслении приёмов и методов нового журнализма социологической наукой.

Очевидно, что, зародившись на рубеже XIX–XX веков, новый журнализм как направление журналистики оказал значительное влияние на информационное поле планеты. Но процессы глобализации лишь внесли коррективы в традиционные методы и приёмы или кардинально изменили их? Ответ на этот вопрос можно будет дать, лишь разобравшись в генезисе коммуникационных явлений, порождённых новым журнализмом свыше века назад.

Раздел I. Предпосылки возникновения нового журнализма

1. Исторические предпосылки

Соединённые Штаты Америки формально возникли после провозглашения независимости британских колоний в Северной Америке от метрополии в 1776 году. Вначале это означало отделение от Великобритании; однако затем появились Конституции отдельных штатов и, наконец, Конституция США 1787 года, что ознаменовало собой появление нового государства. Новизна ситуации состояла в том, что государство впервые основывалось на Конституции, зафиксированной на бумаге и исходившей от Конституционного собрания – Конвента, который представлял суверенитет народа.

В последующие десятилетия территория США значительно расширялась, а приток населения благодаря иммиграции, особенно усилившейся после 1830 года, постоянно сдвигал всё дальше на Запад границу обжитой и обрабатываемой земли. Существование этой подвижной границы на Западе дарило прибывавшим надежду на благополучную жизнь и «повлияло на возникновение особой идеологии – self-help (самопомощи) и равенства шансов – и культивировало индивидуалистически-демократический настрой»⁶ в обществе. «В XIX веке США считались в Европе прогрессивным в социально-политическом и технико-технологическом планах государством – олицетворением демократии»⁷, поскольку опиралось на идеи рациональности, народного суверенитета, защиты гражданских прав и стремилось обеспечить их осуществление на практике.

Экономические и политические интересы были неразрывно связаны в американском обществе друг с другом. Эта смесь экономических и политических мотивов лежала в основе растущей напряжённости между «коммерческими» штатами Севера и «аграрными» штатами Юга. Они различались в вопросах экономической политики, которые были тесно связаны с такими политическими вопросами, как

⁶ Волков Ю.Г., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И. Социология: история и современность. Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. С. 331.

⁷ Волков Ю.Г., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И. Социология: история и современность. Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. С. 331.

укрепление или ослабление центральной власти Союза по отношению к отдельным штатам, взаимоотношениями с американскими соседями и европейскими государствами; они различались по общественной структуре и образу жизни. Возникшее на Юге рабовладельческое общество находилось в кричащем противоречии с идеями Конституций 1776–1787 годов. Однако конфликт между Севером и Югом, который привёл к гражданской войне 1861–1865 годов, имел более важные экономические причины. Это были не только общественно-культурные различия между аристократически-плантаторской культурой Юга, основу которой составляло рабство, и буржуазной культурой Севера, но и в первую очередь экономические притязания Севера на первенство.

После 1840 года в северных штатах бурными темпами развивалась тяжёлая индустрия; это означало бóльшую независимость Севера от Юга, он больше не ограничивался промышленной переработкой и продажей произведённого на Юге хлопка, а развивал собственную систему хозяйства, капиталистическую конкуренцию. Это стало причиной возникновения Республиканской партии, ставшей партией Севера; в 1860 году её член Авраам Линкольн стал президентом страны. В ответ на это южные штаты вышли из федерации и образовали Конфедерацию штатов Америки. Теперь речь шла не только об уничтожении рабства, но и о спасении федерации, что стало задачей Линкольна. «В ходе конфликта продолжали развиваться принципы американской демократии. Принципу суверенитета отдельного штата, входящего в федерацию, который отстаивали южные штаты и демократическая партия, Линкольн противопоставил принцип демократического решения большинства граждан федерации. Таким образом, выход южных штатов из федерации, следуя этому принципу, представлялся анархией и противоречил закону. Военное разрешение конфликта стало неизбежным и закончилось в 1865 году капитуляцией конфедератов»⁸.

За полвека между Гражданской и Первой мировой войнами США приобрели черты современного общества. «В 1864 году страна всё ещё демонстрировала признаки принадлежности к старому миру –

⁸ Волков Ю.Г., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И. Социология: история и современность. Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. С. 333.

миру натурального хозяйства. В городах жило примерно столько же животных, сколько и людей, причём не только лошадей, но и коров, свиней и цыплят. Одна искра могла спалить целый город буквально дотла, как это произошло, например, в Чикаго в 1871 году. Люди в основном работали в маленьких семейных компаниях. Но к 1914 году американцы пили кока-колу, ездили на “фордах” и в метро, работали в небоскребах, поклонялись “научному менеджменту”, брились одно-разовыми лезвиями *Gillette*, освещали и обогревали дома электричеством, летали самолётами»⁹.

После окончательной капитуляции южан 8 мая 1865 года США вступили в период Реконструкции (1865–1877), началось быстрое и масштабное экономическое развитие страны. Несмотря на то, что гражданская война не разрешила, а лишь углубила противоречия между прогрессивным Севером и архаичным Югом (в 1866 под крылом Демократической партии были созданы вооружённые отряды организации Ку-клукс-клана, которые занимались целенаправленным террором против чёрного населения Юга и тех белых, которые придерживались либерально-аболиционистских взглядов), республиканцы, контролировавшие правительство, имели чёткое представление о дальнейшем пути развития США. Они видели в планах великую индустриально-промышленную страну, «пронизанную сетью железных дорог, застроенную школами и увенчанную огромными мегаполисами»¹⁰ и принялись воплощать эту мечту в жизнь.

Этому способствовало наличие ряда благоприятных условий. Во-первых, страна была богата природными ресурсами и плодородными землями; климатические условия позволяли на значительно территории собирать по два-три урожая в год. Правительство очень разумно распорядилось свободной землей на Западе. Закон 1862 года о бесплатном выделении поселенцам земельных наделов предлагал участки земли площадью 65 гектар любому, кто сможет занять и благоустроить их. Этот закон спровоцировал мощные потоки миграции в США из других стран. «К началу Первой мировой войны было удо-

⁹ Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паб-лишер, 2020. С. 111.

¹⁰ Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паб-лишер, 2020. С. 109.

влетворено около 2,5 миллиона таких заявок»¹¹. В итоге за период с 1877 до 1900 годов площадь обрабатываемых земель увеличилась более чем вдвое. Число занятых сельскохозяйственным трудом выросло в полтора раза и достигло 10,4 миллионов человек. Стремительно росло количество малых и средних фермерских хозяйств, которых к началу нового столетия стало почти 6 миллионов. Продуктивность хозяйств росла из-за использования передовой агротехники и сельскохозяйственных машин. Высокая продуктивность и, сравнительно низкая товарная себестоимость в этом секторе экономики позволили США выступить крупнейшим в мире поставщиком пищевых продуктов и сырья вплоть до начала XX века.

Во-вторых, спасаясь от преследований, негры из южных штатов отправились искать лучшей доли на Севере. Для промышленных предприятий Севера использование дешёвого труда негров, а также индейцев и иммигрантов приносило высокие доходы.

В-третьих, рост иммиграции способствовал и росту населения. Население страны увеличилось с 40 миллионов в 1870 году до 99 миллионов человек в 1914 году. Две трети этого процесса обеспечивала естественная рождаемость. Что касается иммигрантов, то непропорционально большую долю их составляли молодые люди, чьи рабочие руки использовались прежде всего в строительстве и промышленности. К 1920 году иммигранты и их дети составляли более половины промышленных рабочих¹².

В-четвертых, в США не существовало сословных ограничений и ничто не сковывало личную инициативу человека.

В-четвёртых, у страны не было воинственных соседей, что освобождало от излишних военных расходов.

Послевоенное промышленное развитие началось со строительства железных дорог, которые стали главным инструментом процветания. Прежде всего требовалось связать восточные и западные территории страны. «Начиная с 1870 годов в течении 40 лет железнодорожные строительные компании добавляли к путевой сети более

¹¹ Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паблшер, 2020. С. 109.

¹² Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паблшер, 2020. С. 116.

48 км ежедневно. Общая протяжённость железных дорог Америки увеличилась в пять раз и к 1917 году составляла 35 % мировой»¹³. Особое значение имела постройка трансконтинентальных дорог. В 1869 году было завершено строительство железной дороги Нью-Йорк – Сан-Франциско. Теперь по трансконтинентальной железной дороге страну можно было пересечь за шесть дней, а не за шесть месяцев, как было раньше. К середине 1880-х годов действовали уже четыре железнодорожные линии, соединявшие центральные и тихоокеанские штаты. Кроме того, железные дороги не только обеспечивали занятость, ускоряли перевозку грузов, способствовали развитию торговли, но и стимулировали развитие промышленности, прежде всего сталелитейной. Ведь для строительства железных дорог нужны были стальные рельсы. Далее последовали нефтяная отрасль, машиностроение и автомобилестроение, электроэнергетика.

Доходным делом стали научные и технологические открытия. Томас Алва Эдисон (1847–1931), получивший множество патентов на свои изобретения (самые известные – лампа накаливания, фонограф, долгоиграющая пластинка, электростанция), одним из первых понял, что Америка нуждается в профессиональных изобретателях. Именно для этого он создал в 1876 году первую в США промышленную лабораторию в Менло-парке в Нью-Джерси, пригласив туда дипломированных немецких учёных и квалифицированных ремесленников. По всей стране стали создаваться подобные учреждения, что привлекало в Америку зарубежных учёных. Производственные компании приобретали патенты и активно внедряли многочисленные изобретения, а их авторы богатели или приобрели популярность.

Расцвет крупного производства и строительства требовал значительных финансовых вложений. В США происходил процесс концентрации производства и капитала. Отрасли промышленности попадали в руки небольших групп предпринимателей. В США, где размах предпринимательства был несравнимо выше, чем в тот же период в Европе, создавались производственные объединения – картели, синдикаты, тресты. Только в стальной и металлургической промыш-

¹³ Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паблшер, 2020. С. 117.

ленности число предприятий за период 1870–1900 годов сократилось с 726 до 668 при росте стоимости выпускаемой продукции в шесть раз.

Объединение в процессе акционирования собственности промышленников и крупнейших банкиров формировало финансовую олигархию, способную устанавливать монопольный контроль над целыми отраслями производства. Появились промышленные «короли»: Корнелиус Вандербильт и Джейсон Гульд – в железнодорожной отрасли, Эндрю Карнеги – в сталелитейной, Джон Рокфеллер – в нефтяной, Джон Крэйг Гавемейер – сахарной, Джон Морган – в финансовой сфере. Эти гиперболические фигуры вызывали враждебность у широких слоёв населения. Знаменитая американская журналистка Ида Тарбел, о которой ещё пойдёт речь, назвала их «баронами-разбойниками», а будущий президент США Теодор Рузвельт – «злодеями с огромными состояниями»¹⁴. Однако именно они, занимаясь благотворительностью, создали «большое количество самых важных общественных институтов Америки – от университетов Чикаго и Стенфорда до фондов Рокфеллера и Карнеги»¹⁵. При этом в большинстве своем они заработали свои капиталы сами, а не унаследовали их, реально воплотив в жизнь то, что называлось «великой американской мечтой». И самое важное – будучи гениями предпринимательства, эти люди внесли существенный вклад в улучшение жизни условий жизни всех слоёв населения.

Тем не менее, ситуация осложнялась тем, что строительство средств коммуникации, имевших стратегическое значение или обеспечивавших инфраструктуру для граждан-налогоплательщиков, дополнительно финансировалось из федеральной казны и бюджетов отдельных штатов. Например, железнодорожные компании получили более 200 миллионов акров федеральных земель в виде правительственных грантов. Деятельность монополий, особенно в железнодорожном строительстве, сопровождалась беззастенчивой коррупцией, расхищением государственного земельного фонда и спекуляцией. Это придавало особую остроту циклическим экономическим

¹⁴ Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паблшер, 2020. С. 147.

¹⁵ Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паблшер, 2020. С. 147.

кризисам, происходившим в 1873–1876, 1883–1884 и 1893–1894 годах. Разорение мелких и средних собственников в кризисные периоды, в свою очередь, облегчало концентрацию производства и капитала.

Одновременно с появлением бизнес-титанов зародились и бизнес-организации нового типа – открытые акционерные общества. Началась корпоративная революция с железных дорог и железнодорожных компаний, а к 1900 годам корпорации такого типа доминировали во всех крупных отраслях страны. «Крупный капитал теперь означал распределённый капитал – компаниями владело общество, а управляли профессиональные менеджеры. К 1914 году *Ford Motors Company*, которой управлял Генри Форд, оставалась одной из очень немногих уцелевших частных компаний»¹⁶.

Рыночная экономика предполагала сохранение мелкой и средней собственности, гибкой к изменению спроса, приспособившейся к разнообразию потребительского рынка. Средний класс, значительно выросший в послевоенный период, составлял основу американского общества. Несмотря на то, что монополизация развернулась лишь в отдельных отраслях, в меньшей степени затронула сферу услуг или аграрный сектор, где было занято множество фермеров, свободная конкуренция как основа рыночных отношений в этот период оказалась под угрозой, что вызывало особую тревогу у средних слоёв. В ходе монополизации от нечестной конкуренции (нередко с применением силового давления, криминальных методов, подкупа судей и представителей местной власти, демпинговых сговоров и внеконкурсного получения правительственных грантов) пострадало множество независимых предпринимателей, разорившихся и пополнивших низшие слои общества.

Но главное – огромные корпорации способствовали такой концентрации богатств, что сомнению подверглась сама вера американцев в равенство возможностей. Увеличивался разрыв между положением новой экономической элиты и основной массы населения. Это заставляло различные социальные группы объединяться в движение против крупных корпораций, приобретающее общенациональный размах, и включаться для отстаивания своих интересов в политиче-

¹⁶ Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паблшер, 2020. С. 173.

скую борьбу. Гигантские состояния обостряли у населения ощущение несправедливости, провоцируя рост профсоюзного, социалистического, анархистского и иных протестных движений.

В 1890-е годы, несмотря на целый ряд забастовок, произошло ослабление социалистически настроенных политических движений и промышленных профсоюзных организаций. Одной из причин этого стало появление целого поколения политиков, которые сами были сторонниками реформ и в первую очередь хотели ограничить власть крупных трестов. Прогрессивное движение пуритански настроенных интеллигентов Новой Англии (интеллектуалов-прогрессистов, как их называли), возникшее в это время, предлагало политико-организационные меры против деятельности крупных трестов. Оно было проникнуто идеалами либерального рыночного капитализма, декларировало чувство социально ответственности, считало защиту социально-слабых задачей государства, в экономической структуре и политике приоритет должен принадлежать свободному предпринимательству. Как показал немецкий социолог Макс Вебер во второй части своей книги «Протестантская этика и дух капитализма», в американском пуританизме в скрытом виде содержались сильные секуляризационные элементы, способствовавшие тесному соединению бизнеса и религиозно обоснованной морали, и в то же время особое миссионерское сознание.

Таким образом, тридцатилетие после гражданской войны, которое часто называют «позолоченным веком», стало не только периодом взрывного экономического роста в США, но и временем бурных перемен в образе жизни и менталитете нации.

2. Техничко-технологические предпосылки

Для развития печатного дела важны были как общие технические инновации, знаменовавшие собой переход к индустриальному типу производства, так и специальные технические изобретения.

Среди общих предпосылок необходимо прежде всего указать на открытие в 1831 году Майклом Фарадеем явления, названного затем электромагнитной индукцией, которое составило основу всей современной электроэнергетики, а в то время позволило создать первые электромагнитные генераторы и электродвигатели.

В 1884 году английский инженер Чарльз Алджернон Парсонс (1854–1931) создал многоступенчатую реактивную паровую турбину, которая оказалась очень удобным двигателем для привода ротативных механизмов (генераторы электрического тока, насосы и др.) и судовых винтов, так как была компактной, лёгкой и экономичной. Её массовое производство началось в течение следующих десяти лет. Она эффективно использовалась для поддержания работы генераторов, производящих электричество.

Однако, начиная с 1880-х годов развитие промышленности и концентрация производства всё более и более настоятельно требовали создания нового двигателя, совершеннее, чем паровая машина. Для этого требовалось создать электродвигатель, который мог бы работать на переменном токе. Эту задачу экспериментально решили почти одновременно в 1880-х годах Никола Тесла и Галилео Феррарис. Но лишь после создания российским инженером и физиком Михаилом Осиповичем Доливо-Добровольским в 1889 году трёхфазного асинхронного двигателя и изобретения им трёхфазного трансформатора была решена проблема передачи энергии на большие расстояния. С этого момента берёт начало современная электрификация, развитие которой явилось мощным импульсом для совершенствования промышленного производства.

Со второй половины XIX века ускоренным темпом идёт развитие технического прогресса. Облегчению человеческого труда и жизни способствуют изобретения динамита (1863), динамо-машины (1866), железобетона (1867), электрической лампы (1874), радио (1893), кинематографа (1895), рентгеновского луча (1895). На исходе XIX века проложена первая линия электрического трамвая (1881). В начале XX века совершается первый полёт аэроплана братьев Райт (1900), появляется первый конвейер для сборки автомобилей (1903), завершена прокладка трансатлантического кабеля (1904), изобретён вертолёт (1905), засверкала первая неоновая реклама (1905), открыт Панамский канал (1914)...

Специальные технические изобретения касаются прежде всего технологии печатания и трансформации способов передачи сообщений.

Вплоть до начала XIX века техника печатания находилась почти всё ещё на том же самом уровне, на котором она была поставлена

Гуттенбергом. Печатание производилось с помощью деревянного пресса. В 1800 году был изобретён вместо деревянного железный пресс, давший возможность отпечатывать за один раз целый печатный лист, тогда как до сих пор это делалось за два раза. Огромным шагом вперёд было применение силы пара к печатанию и изобретение скоропечатной ротационной машины, сделанное Фридрихом Кёнигом (1774–1833). В 1814 году он собрал для типографии *The Times* две цилиндрические машины, которые печатали со скоростью тысячу оттисков в час. 28 ноября 1814 года вышел номер *The Times*, где объявлялось, что отныне газета будет печататься «без помощи человеческих рук»¹⁷. Теперь лондонская *The Times* могла печатать до 1100 экземпляров в час по сравнению с 250 экземплярами в час на ранее используемом оборудовании.

Позже, благодаря ещё ряду усовершенствований скорость печатания была доведена до двух тысяч листов. Затем Фридрих Кёнинг изобрёл машину с двумя цилиндрами, в которой прежняя доска была заменена валиком, что дало возможность печатать одновременно обе стороны листа. Она получила название «перфектор». Незадолго до кончины Фридриха Кёнига, фирма «Кёниг и Бауэр», которую он основал вместе со своим партнёром, наладила производство печатных машин, которые печатали двумя красками.

Слабым звеном в производственной цепочке была комплектация печатных пластин. Изобретение набирающей машины позволило избавиться от этого недостатка.

Ручной наборщик мог набрать в час не более тысячи букв, то есть двадцать три строки. Для набора газеты этого было мало. Необходимо было довести печатание газет до гораздо более высоких скоростей. Ведь уже в середине XIX века среди издателей в США развернулась ожесточённая конкуренция, которая приводила к стремлению давать самый свежий материал в утренних газетах, сообщая то, что случилось накануне или даже ночью. Для этого требовалось, чтобы ночные новости были набраны за несколько минут, свёрстаны и вставлены в полосы газет. Поэтому появилась идея механизировать процесс набора.

¹⁷ См.: Берлин П. Очерки современной журналистики // История печати: Антология / Сост. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. Т. 2. М.: Аспект Пресс, 2001. С. 49.

Ещё в 1822 году английский инженер Уильям Чёрч (1778–1863) после пятнадцатилетних трудов сконструировал первую, ещё несовершенную наборную машину, которую запатентовал в Бостоне. Однако в ней была механизирована только одна операция – поиск и подача литеры. В дальнейшем неоднократно предпринимались попытки её усовершенствовать.

В 1825 году появилась модернизированная паровая печатная машина шотландского инженера Дэвида Напира (1785–1873). Будучи двухцилиндровой она была предназначена для одновременной печати на двух сторонах листа, что дало возможность *The New York Daily Advertiser* печатать до 2000 экземпляров в час. Это открывало новые перспективы в издательском деле. В 1830-х годах очень дорогую паровую по тем временам печатную машину Дэвида Напира купил для своей *The Sun* Бенджамин Дей и увеличил скорость печати своей газеты до 3000 экземпляров в час. Очень быстро окупив её, он потратил часть прибыли на покупку нового оборудования – ротационной печатной машины Ричарда Марча Хоу, которая печатала ещё в четыре раза быстрее.

Изобретатель Ричард Марч Хоу (1812–1886), придумавший в 1843 году этот механизм, был сыном британского иммигранта, создававшего печатные прессы примерно с 1805 года и основавшего в Нью-Йорке фабрику по производству печатных машин. В 1927 году после смерти отца он стал главой фирмы. Ричард Марч Хоу отказался от планшетного прессы, поместив шрифт на вращающемся цилиндре, и запатентовал свое изделие в 1847 году. В его машине было пять горизонтальных цилиндров – один большой формный цилиндр в середине и четыре небольших цилиндра вокруг него; шрифт устанавливался в чугунные рамы и закреплялся клиновидными линейками между стойками, определявшими размер газетного листа. Впервые его изобретение было применено газетой *The Philadelphia Public Ledger*, что позволило ей печатать 8000 листов в час.

Позже Уильям Буллок (1813–1867) серьезно потрудился над усовершенствованием творения Ричарда Марча Хоу. Его веб-ротационный пресс позволил непрерывно работать с большими рулонами бумаги, автоматически подаваемыми на приёмные катушки, и исключить трудоёмкий процесс ручной загрузки. Пресс имел систе-

му саморегуляции, одновременно печатал на обеих сторонах каждой страницы и мог это делать разными красками, а также складывал бумагу, то есть имел механизм фальцевания. Он работал с серрейторным лезвием, которое с большой быстротой и точностью разрезало рулоны на форматные листы. Первоначальная производительность его составляла до 12000 листов в час, но позднейшие улучшения подняли скорость печати до 30000 листов в час.

Интересно, что Уильям Буллок был убит своим же собственным изобретением. 4 апреля 1897 года он вносил коррективы в работу одной из своих печатных машин, которая использовалась газетой *The Public Ledger* в Филадельфии. Изобретатель попытался привести в движение ременной привод на барабане пинком ноги по нему. Нога застряла и раздробилась в машине. Спустя несколько дней у Буллока развилась гангрена и он умер во время ампутации ноги.

Тема временем попытки модернизации машин для печатного дела продолжались. В 1838 году американец Дэвид Брюс изобрёл литеролитную машину с ручным приводом, которая затем вошла в употребление, а в 1853 – Уильям М. Джонсон создал комплексную словолитную машину с механическим приводом, в которой и отливка, и обработка литер происходили автоматически. Это были своего рода первообразы словолитной машины. Лишь после ряда усовершенствований в середине XIX века такого рода механизмы привились в обиходе в Европе и Америке. Затем появилась революционная идея объединить наборные и словолитерные машины в одну.

Эта задача была решена Оттомаром Мергенталлером (1854–1899), талантливым подмастерьем часовых дел. Используя наработки предшественников, он создал машину, которая получила название «линотип». После многочисленных доработок в 1884 году он оформил патент на своё изобретение и открыл вместе с компаньоном предприятие по производству линотипов. Впервые новая машина была установлена в типографии газеты *The New-York Tribune* и опробована 3 июля 1886 года. При появлении первой строки владелец издательства Уайтлоу Райд воскликнул: «Напечатанная строка!» («Alineoftypes!»). Так новая машина, которую Томас Алва Эдисон назвал «восьмым чудом света», получила своё название.

Линотип – полуавтоматическая машина, в которой составление матрично-клиновых строк производится наборщиком путём нажима на клавиши, а все остальные операции – движение матрично-клиновой строки, отливка и обработка строки набора и разбор матриц – происходят автоматически. В результате получается набор в виде монолитных металлических строк с рельефной печатающей поверхностью. Устроенная наподобие пишущих машин, эта машина управлялась с помощью клавиатуры. Машинный набор производится гораздо быстрее, чем ручной, и обходится дешевле. На линотипе можно было набрать от ста пятидесяти до ста семидесяти строк за час (до двенадцати тысяч букв), то есть в пять раз больше, чем вручную. Линотипы получили распространение по всему миру, уже в 1892 году их было выпущено более семисот штук.

Однако, несмотря на все эти технические преимущества, набор посредством машины распространялся медленно. Объяснялось это тем, что при машинном наборе всякое исправление статьи после её отпечатания было связано с большими трудностями и значительными расходами.

В 1887 году американцем Толбертом Лэнстоном (1844–1913) был изобретён монотип, который состоял из двух секций – наборно-программирующего с клавиатурой и отливного аппаратов. Клавиатура служила для составления программы набора на перфоленте, а отливной аппарат изготавливал набор в соответствии с программой. Каждая литера отливалась отдельно из специального типографского сплава (гарта), после чего из литер формировались строки и верстались страницы (полосы) печатной формы. Для отливки шрифта использовались матрицы.

Следующим шагом было в решении проблемы повышения скорости и объёмов печати стала стереотипия. Стереотипия – изготовление единой формы для печати целого листа. Стереотипы – копии печатной формы в виде литой (гартевой) монолитной пластины. Стереотипы применялись для печатания изданий большими тиражами, так как печатная форма была достаточно стойкой.

Изобретение ротационной и наборной машин в связи с изобретением стереотипии поставило технику печатания на небывалую ра-

нее высоту. На рубеже XIX–XX веков полиграфические машины перешли на электропривод.

Тем временем совершенствовались и индивидуальные методы работы. В 1868 году Кристофер Шоулз (1819–1890) изобрел печатную машинку, кардинально изменившую способы и скоростные возможности работы журналиста. Работа над изобретением началась в 1867 году по инициативе издателя и общественного деятеля Кристофера Шоулса группой энтузиастов, в которую помимо него вошли Карлос Глидден, Сэмюэль Соул и инвестор Джеймс Денсмор. Работа над конструкцией продолжалась в течение пяти лет – было представлено и запатентовано несколько образцов, пока в 1873 году не была получена модель, годная к серийному производству. Изобретателям удалось найти фирму, которая наладила массовое производство – *E. Remington & Sons*, которая производила вооружение и сельскохозяйственную технику. Так первая пишущая машинка обрела своё название «Ремингтон». Спустя год писатель и журналист Марк Твен с восторгом перечислял её преимущества: она быстро печатает, экономит и не пачкает бумагу и позволяет работать, откинувшись в кресле. Считается, что первой литературной рукописью, отпечатанной на пишущей машинке «Ремингтон», была повесть Марка Твена «Приключения Тома Сойера».

Кстати о бумаге. Бумагоделательные машины были изобретены в 1830-е годы. Следующим крупным шагом стало производство газетной бумаги из древесной массы – этот метод был разработан в 1844 году Фридрихом Келлером и Генрихом Фельтером в Германии и через два года внедрён в США. С 1867 года сырьём для производства газетной бумаги становятся волокна или отходы от древесины, тогда как ранее бумага изготавливалась из тряпья. Это привело к удешевлению изданий и сделало возможным крупномасштабное газетное производство.

Прогресс техники коммуникаций и передачи сообщений – изобретение телеграфа и телефона – существенно расширили область интересов газет, включив в него весь мир и дав возможность с необычайной быстротой доводить до сведения читателей о крупных событиях всех континентов.

Ещё в конце XVIII века средства коммуникации стали совершенствоваться в сторону дистантной связи, то есть способности передавать письменную информацию на расстояние. Первые попытки передачи информации на расстоянии были сделаны Клодом Шарпом во времена Французской революции. Он придумал систему линий оптического телеграфа, которая позволяла передавать тексты законов Национального собрания Франции, что способствовало единообразию в системе государственного управления. Кроме того, её использование могло служить военным целям. Именно поэтому государство монопольно распоряжалось и регулировало использование линий телеграфа.

Создателем первого электромагнитного телеграфа и оригинального кода для работы был русский учёный Павел Львович Шиллинг (1786–1837). Первая публичная его демонстрация состоялась в 1832 году. Ему предложено было сделать телеграфную линию между Кронштадтом и Петербургом, но в 1837 году он умер, и проект заморозился. В 1833 году в Германии электромагнитный телеграф придумали Карл Гаусс и Вильгельм Вебер, но они не предполагали его практического использования. В 1837 году в Англии Уильям Фотергилл Кук и Чарльз Уитстон, а чуть позднее Эдвард Дэйви получают патенты на электрический телеграф. В этой стране поощрялось использование телеграфа для частных нужд.

В США телеграфные сигналы стали гораздо более быстрыми благодаря Сэмюэлю Морзе (1791–1872).

Сэмюэл Финли Бриз Морзе – так звучит его полное имя – родился в богатой американской семье 27 апреля 1791 года. Отец его – Джедедия Морзе – был известным географом и священником и даже заслужил титул «отца американской географии». Его девиз: американцы должны знать свою страну лучше, чем любую другую. Джедедия надеялся, что сын продолжит его дело. Но Сэмюэла увлекла живопись. Настолько, что в 1811 году родители, хотя и выступали против этого увлечения сына, всё же послали его в Англию изучать искусство.

По возвращении домой в 1815 году Морзе обнаружил, что американцы считают его английским художником и мало интересуются его живописью. Поэтому он влачил скучное существование, рисуя портреты.

Судьба сделала ему подарок в 1832 году, изменив его жизненный путь случайной беседой при очередной поездке в Европу. На пароходе какой-то пассажир, обсуждая недавно изобретённый электромагнит, задал вопрос: «Если электрический ток можно сделать видимым на обоих концах провода, то почему сообщения не могут быть им переданы?» К рассвету в записной книжке Сэмюэла Морзе уже была написана азбука, почти совпадающая с той, которая известна и теперь.

«Схема Морзе значительно отличалась от европейской. Он предложил выработать универсальный код, в котором различные сочетания длинных и коротких замыканий – тире и точек – давали бы различные буквы. Так появляется азбука Морзе, а аппарат Морзе начинают использовать по всему миру, и во второй половине XIX века это изобретение заменяет собой все иные подобные системы; происходит стандартизация передачи сигнала на расстояние»¹⁸. Однако для того, чтобы его аппарат заработал, потребовались годы упорной работы. Только 20 июня 1840 года Морзе запатентовал телеграф. А потом на различных уровнях власти отстаивал нужность телеграфного аппарата, совершенствуя систему защиты кабеля. Теперь изобретатель поглотил в нём художника, и он совсем оставил живопись. Наконец, в 1843 году его изобретение признали полезным: газеты, железные дороги и банки нашли применение телеграфу. 24 мая 1844 года была отправлена первая телеграмма – из Вашингтона в Балтимор: «Чудны дела Твои, Господи».

«Морзе получил субсидию у государства, и правительство финансирует в 1844 году первую линию Вашингтон – Балтимор, после чего подчиняет телеграф Министерству почты, директором которого становится Морзе. Чуть позднее неспособность Конгресса США финансировать вновь и вновь возникающие линии вынуждает Морзе пойти на продажу телеграфных линий или концессий на их строительство частным компаниям, что привело к огромному росту протяжённости линий. В 1850 году в США насчитывалось двенадцать тысяч миль телеграфных линий против двух тысяч миль в Великобритании.

¹⁸ Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М.: ВШЭ, 2017. С. 155.

Абсолютным телеграфным монополистом в США становится компания *Western Union*¹⁹.

Первым серьёзным предприятием был подводный телеграф, проложенный между Дувром и Кале в 1850 году. Затем в 1852 году Ирландия была соединена с Англией, после чего был проложен кабель между Голландией и Англией. И, наконец, в августе 1866 года после невероятных трудов удалось проложить Атлантический подводный кабель.

Летом 1871 года почтенный старец с длинными волосами вышел на сцену зала музыкальной академии в Нью-Йорке, подошёл к столу, на котором стоял изобретённый им аппарат, соединённый с телеграфными линиями Америки и всего мира, положил руку на ключ и отбил последнюю в своей жизни телеграмму, переданную одновременно во все концы мира: «Слава в вышних Богу, на земле мир, в людях благоволение!»

Сэмюэл Финли Бриз Морзе умер в Нью-Йорке 2 апреля 1872 года, на восемьдесят втором году жизни.

Он чувствовал, что это изобретение может найти своё применение и в журналистике. Ведь и сам он активно участвовал в американской печати. Впервые Морзе в 1827 году соприкоснулся с журналистикой, участвуя в создании *The New York's Commercial Advertiser*. И затем всю свою жизнь он пишет статьи на политические темы, отстаивая идею о том, что «рабство само по себе не является грехом», так как «создана Божественной мудростью для самых мудрых, доброжелательных и дисциплинирующих целей». Он всячески уверял своих сограждан, что Америке угрожает опасность, если она не прекратит доступ на свою территорию эмигрантам из Европы: приезжающие сюда нарочно устраивают политические беспорядки, чтобы уничтожить ненавистную королевским режимам Старого Света Американскую республику.

Благодаря изобретению Морзе, информация отныне могла бесперебойно поступать с любого континента. Это привело к существенным изменениям в принципах подачи информации в печати: отныне важен был не свершившийся факт, а его постоянная трансформация. Динамика развития события позволяла журналисту сделать серию

¹⁹ Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М.: ВШЭ, 2017. С. 156.

материалов об одном факте. Кроме того, создание Сэмюэлем Морзе простой и надёжной конструкции телеграфного аппарата с записывающим приёмным устройством изменило стиль и скорость подачи новостей в газетах, сделав возможным репортажи, например, с места военных действий.

Сначала журналисты передавали простые одноразовые сообщения, потом появились корреспондентские сети начали передавать по телеграфу новости для местных газет, потом появились целые телеграфные агентства. Первое в мире телеграфное агентство *Telegraphisches Korrespondenz-Bureau* открыл Бернхард Вольф 27 ноября 1849 года при берлинской газете *National Zeitung* для оперативной передачи биржевой информации. В мае 1848 года десять представителей шести ведущих газет Нью-Йорка в результате серии долгих переговоров создали *Associated Press of New York*. Через год в Галифакс была проложена телеграфная линия и, соответственно, было открыто первое телеграфное бюро. В 1858 году был впервые использован межконтинентальный телеграфный кабель между Европой и Северной Америкой, который проработал всего несколько дней. В 1861 году телеграфная линия соединила атлантическое и тихоокеанское побережья США. А в 1866 году был проложен трансатлантический телеграфный кабель между Европой и Америкой, который обеспечил долговременную связь и проработал около 100 лет. Всё это дало толчок дальнейшему развитию телеграфных агентств²⁰.

Беспроводная телеграфия, изобретенная Гульельмо Маркони, позже эволюционировала в радио и тем самым освободила информацию от кабелей. По мнению ряда исследователей, Маркони сделал беспроводную связь коммерчески целесообразной, способствовал удовлетворению потребностей торговли и новостной индустрии, совершенствовал социальное взаимодействие.

Большое значение для передачи информации имело изобретение телефона. В один день 14 февраля 1876 года Александр Белл и Элайши Грей одновременно подают документы на патент телефонного аппарата в одном и том же городе – Вашингтоне. Изобретение

²⁰ См.: Губарев В.В. Информатика: фрагменты истории. Новосибирск: НГТУ, 2007. С. 52–53.

телефона позволило передавать новости в редакции своих газет практически мгновенно.

Большое значение в подаче материала в газетах играли иллюстрации. Долгое время в газете для визуализации сообщений использовались рисунки и гравюры. Кстати, французский литограф Жозеф Несефор Ньепс (1765–1833), который впервые попытался автоматизировать копирование и воспроизведение картин с помощью воздействия света на химические объекты, рассматривал фотографию («гелиография») как конкуренцию живописи и гравюре. А французский изобретатель Луи Жак Манде Дагерр (1787–1851), компаньон Ньепса, заинтересовался возможностью запечатлеть фрагменты реальности напрямую, например, виды природы.

Первая фотография (дагерротип) была получена Дагерром в 1839 году, но потребовалось около сорока лет на усовершенствование этого процесса, прежде чем 2 декабря 1873 года в газете *The New York Daily Graphic* была опубликована первая фотоиллюстрация. На ней изображено здание Стейнвей Холл – первый в Нью-Йорке большой концертный зал Нью-Йоркской филармонии, вмещавший тысячу восемьсот человек. На первых двух этажах этого здания располагались демонстрационные залы, где были выставлены рояли всемирно известной американской компании-производителя *Steinway & Sons*, чьи рояли стали фактическим стандартом в музыкальной индустрии, и публика прежде, чем попасть на концерт, должна была пройти через них, чтобы подняться на третий и четвертый этажи, где располагался зал.

Однако только 4 марта 1880 года фотография смогла занять прочное место на страницах *The New York Daily Graphic*. С изображения Нью-Йоркских трущоб началось прямое воспроизведение иллюстраций и фотографий в газетах и журналах без вмешательства и интерпретации гравёров.

На протяжении второй половины XIX века появляются новые методы фотографирования и обработки фотографий. Американский предприниматель Джордж Истман (1854–1932) в 1880-х годах предложил отказаться от коллоидных пластин, на которых хранились запечатлённые кадры, и запустил в 1833 году производство гибкой плёнки. Кроме того, он предложил продавать услугу по проявке

плёнки и печати негативов. Впоследствии плёнка монополюно завоевала рынок как вид носителя для негативов. В 1888 году его фирма выпустила первый фотоаппарат под маркой *Kodak*, которая была зарегистрирована как товарный знак. В 1888 он сам придумал и слово «кодак» для названия своей продукции, и рекламный слоган: «Вы нажимаете кнопку – мы делаем остальное».

Изобретателем передачи полутонов процессе гравировки фотографий был Стивен Генри Хорган (1854–1941). Технология полутонной печати, позволившая воспроизводить фотографии, первоначально возникла в Англии. В 1886 году Фредерик Айвз получил современный газетный полутонный отпечаток в типографии Корнеллского университета. А первой газетой, где был применен этот метод печати, стала бостонская *Boston Daily Journal* – точнее, её воскресный выпуск 6 мая 1894.

На протяжении второй половины XIX века проводились многочисленные исследования и эксперименты для получения цветной фотографии, но все способы были конструктивно сложными и неудобными технологически. В 1868 году французский изобретатель Луи Артюр Дюко дю Орон (1837–1920) получил первое цветное фотоизображение. Именно он считается создателем способа печати цветных гравюр – «трихромии», который применяется до сих пор.

Первой коммерчески успешной цветной фотографией стала система «Автохром», основанная на растровом способе цветоделения с последующим синтезом цветного изображения на фотопластинках. Она была запатентована братьями Луи и Огюстом Люмьер только в 1903 году. Но и она не предполагала тиражирование цветных снимков.

Тем не менее, эволюция техники стремительно расширяла возможности фотографии: появились плёнки, постепенно увеличивалась светочувствительность плёнки, фотоаппарат стал легче по весу и не стационарным, постепенно упрощался процесс проявки и печати фотографий. Позже появилась идея совместить возможности телеграфа и фотографии. В 1906 году Артур Корн (1870–1945), немецкий физик, впоследствии эмигрировавший в США, впервые передал по фототелеграфу фотографию германского кронпринца, что привело впоследствии к созданию факса – факсимильного аппарата, позволяющего

передавать газетные страницы для печати за тысячи километров от редакции.

Принцип рассказа о событии через фиксацию и интерпретации фактов, характерный для журналистики, оказался близок природе фотографии. Отныне иллюстрированные издания приобретали характер документов, могли фиксировать факты, нести информацию о реальных событиях, а развитие событийной фотографии привело к появлению профессиональных фоторепортёров.

Таким образом, быстрый технический прогресс сыграл решающую роль в постановке газетного дела в США во второй половине XIX века: благодаря ему, а также развитию техники и технологии передачи сообщений и передвижений появилась возможность удовлетворения массового спроса на газеты. Завоевания техники дали возможность усовершенствовать производственный процесс создания печатных изданий, превратив его в индустрию, а также крайне удешевили газету, что сделало её доступной широкой массе читающей публики.

3. Социальные предпосылки

Со времени провозглашения независимости британских колоний в Северной Америке от метрополии в 1776 году начинается ускоренное строительство национального государства, что всегда сопряжено с необходимостью построения национальной идентичности.

Развитие института права и законодательства, фундирующего государственную систему и распространяющегося на всё более широкие слои населения, потребовала организации нового порядка коммуницирования с населением, чтобы доводить до его сведения государственную политику и принимаемые законы. Формирование национальной идентичности и институтов гражданского общества невозможно без массовых коммуникаций. В этой ситуации фокус государственной политики смещается в сторону развития регулярных видов изданий, преимущественно газет, а также контроля и регулирования периодической печати.

Однако в Конституции США зафиксированы принципы свободы печати. В первой поправке к Конституции США (первые десять поправок к Конституции, принятые в 1791 году получили название Билля

о правах и вошли в неё как составная часть) говорится о том, что Конгресс не вправе принимать законы, ограничивающие свободу слова, свободу печати или право народа на мирное собрание²¹.

В итоге, государственные законы и подзаконные акты, как отмечает российский историк медиа Илья Кирия, «были вынуждены балансировать между стремлением контролировать прессу, с одной стороны, и необходимостью де-юре соблюдать конституционные принципы – с другой»²².

Процесс складывания американской нации сильно затянулся, по сравнению с европейскими странами. В ещё большей мере формирование американской нации осложнялось разнородностью национального состава населения: в 1775 году англичане составляли в нём всего 40%. Кроме того, в течение полутора столетий, вплоть до конца первой четверти XX века, продолжалась массовая иммиграция. За период между с 1860-е и по 1900-е годы в США прибыло четырнадцать миллионов иммигрантов.

Причём после 1880 года всё большее количество иммигрантов прибывало не из Англии, Ирландии и Германии, как это было раньше, а из таких стран, как Австро-Венгрия, Россия, Италия.

В 1890 году население Нью-Йорка состояло на 80 % из граждан иностранного происхождения и их детей. В других городах страны граждане иностранного происхождения составляли 25–40 %.

К 1900 году лишь около две трети населения родились в США и имели родителей-американцев²³.

К концу второй трети XIX века по уровню развития начального образования Соединённые Штаты Америки обогнали большинство стран Европы. К 1870 году США в основном закончили переход к всеобщему начальному образованию, а грамотность населения США до-

²¹ См.: Pederson C.E. The U.S. Constitution & Bill of Rights. Edina: ABDO Pub., 2010, 112 p.

²² Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М.: ВШЭ, 2017. С. 59.

²³ Гончаров Л.Н. Школа и педагогика США до второй мировой войны. М., 1974. С. 25–29.

стигала 80 % (причем среди белого населения 90 %, среди чернокожего населения 20 %) ²⁴.

В 70-х годах XIX века в США начался переход к неполному среднему образованию. Это было обусловлено, прежде всего, экономическими потребностями страны. Бурное развитие производства влекло за собой быстрый рост численности рабочей силы и заметное изменение её структуры: в связи с усложнением характера труда росла доля квалифицированных и сокращалась доля неквалифицированных кадров.

Значительно увеличивалась и численность специалистов с высшим образованием. Этому способствовало развитие высшего образования в стране.

В 1790 году, в начале первого десятилетия существования новой республики, в США уже было девятнадцать организаций, которые назывались колледжами или университетами. К 1850 году их было уже 250, через десять лет – 563, а в 1880 году насчитывалось 811 подобных институтов. Рост числа колледжей существенно обогнал рост населения: если в 1790 году на миллион человек приходилось пять колледжей, то в 1880 году этот показатель вырос до шестнадцати. В это время в США работало в пять раз больше колледжей, чем во всей Европе. ²⁵

Штаты начали открывать собственные колледжи и университеты, часто руководствуясь конкуренцией (если в соседнем штате был колледж, то нужен был свой) и земельной спекуляцией (местные лоббисты надавили на законодателей, чтобы получить эту желанную возможность). К тому же государство безвозмездно передавало землю под колледжи, которые фокусировались не на классическом, а на

²⁴ Йованович Т.Г., Кохташвили Н.И., Маркова О.В. Исторические аспекты становления и развития среднего образования США в конце XIX – начале XX века // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. № 8 (58): в 3-х ч. Ч. II. Тамбов: Грамота, 2015. С. 91.

²⁵ Донская К. От дипломов сомнительной ценности до мировых рейтингов: как развивалось высшее образование в США [Электронный ресурс] // Theory & Practice. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/16358-ot-diplomov-somnitelnoy-tsennosti-do-mirovykh-reytingov-kak-razvivalos-vysshee-obrazovanie-v-ssha>

практическом образовании, например, на инженерии и сельском хозяйстве. И всё же независимым колледжам, приходилось выживать за счёт платы учащихся и пожертвований и бороться за студентов и преподавателей на более широком рынке. Поэтому упор делался на прикладные дисциплины и практические занятия, а не на общекультурные знания, способные обеспечить светский лоск.

Высшие учебные заведения располагались в разбросанных по США городках и были вынуждены соревноваться со своими соперниками. Надо сказать, что в колледжи поступали дети семей среднего класса, которые могли себе это позволить. «Поступление было простым, академические требования – скромными, а плата – посильной. Благодаря этому колледж базировался на прочном народном фундаменте. Колледж был частью местного сообщества и конфессии, популярным местом, источником гражданской гордости и визитной карточкой, которая демонстрировала городской уровень культуры миру»²⁶. Получение высшего образования давало возможность выдвинуться в смысле общественного положения и надежду на материальный успех.

Одним из важных последствий событий периода Гражданской войны и Реконструкции стало формирование в США гражданского общества. Война, сопровождавшаяся резким изменением привычной жизни множества людей, раскрепостила социальную активность. Радикальные социально-экономические реформы, перестройка хозяйственной жизни и южных, и северных штатов, приток иммигрантов, привели к усложнению социальной структуры общества, увеличили количество маргинальных слоёв. Война позволила резко подняться по социальной лестнице талантливым выходцам из низов общества. Деятельность обществ помощи, комитетов согласия, всевозможных ассоциаций, просветительских кружков, религиозных организаций способствовала повышению гражданского самосознания американцев, формированию чувства социальной ответственности в различных слоях общества. На период войны пришелся подъём профсоюз-

²⁶ Донская К. От дипломов сомнительной ценности до мировых рейтингов: как развивалось высшее образование в США [Электронный ресурс] // Theory & Practice. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/16358-ot-diplomov-somnitelnoy-tsennosti-do-mirovykh-reytingov-kak-razvivalos-vysshee-obrazovanie-v-ssha>.

ного, рабочего, фермерского движений, создававших свои организации. И хотя гражданская активность не всегда имела позитивный характер (роста ксенофобии, нетерпимости, вплоть до создания тайных расистских обществ), однако общая тенденция свидетельствовала о росте популярности демократических ценностей.

В США ко второй половине XIX века почти все белые мужчины имели право голоса и более 80% их ими пользовалась²⁷. Во время войны за независимость шесть штатов отменили имущественный ценз и предоставили право голоса всем белым жителям, вне зависимости от того, богаты они или бедны. И процесс пошёл. В состав США входили все новые штаты, и почти во всех было всеобщее избирательное право. После Гражданской войны в Конституцию была внесена XV поправка. И хотя она гарантировала право голоса чернокожим мужчинам, во многих южных штатах были приняты законы, которые сделали практически невозможным участие негров в выборах. Это послужило толчком к развёртыванию движения за защиту прав чернокожих американцев от политической дискриминации.

С начала 1870-х годов активизировалось движение за избирательные права для женщин. В связи с деятельностью Сьюзен Энтони, которая в 1876 году провела женскую демонстрацию в защиту прав женщин, борьба суфражисток вышла на новый уровень. Несмотря на то, что к концу первой мировой войны женщины пользовались правом голоса более чем в половине штатов, окончательно они победили только в 1920 году, когда была принята XIX поправка, провозгласившая, что право голоса не должно быть ограничено по признаку пола.

Одновременно в стране формируются конкурирующие политические элиты и выражающие их интересы политические партии, предлагающие противоборствующие политические доктрины и программы. И хотя на первых порах далеко не всё население вовлечено в политическую жизнь и принятие политических решений, формируется публика, наблюдающая за политическими дебатами и разворачивающимися общественными дискуссиями в периодической печати. В этих условиях пресса начинает выполнять роль медиатора, посред-

¹⁵ Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. М.: Альпина Паблшер, 2020. С. 185.

ника, которую она играет, прежде всего, для буржуазии, которая имеет своё представительство в органах управления.

Немецкий социолог Юрген Хабермас называет формирующееся коммуникационное пространство «буржуазной общественной сферой», «буржуазной общественностью»²⁸. Выполняя эту функцию, газеты не столько зарабатывали деньги на собственном распространении, сколько были каналами коммуникации, обслуживающими интересы разных политических и общественных структур. Поэтому это были газеты мнений.

В США сложилась система партийной прессы, то есть политическая пресса в той или иной мере была зависимой от политических партий и обслуживала интересы различных политических группировок.

Развитие политической прессы в дальнейшем было связано с расширением избирательных прав населения. При расширении круга лиц, обладающих правом голоса, и различных реформах образования всё большее число участников общества входят в буржуазную общественность.

При этом начинают обнаруживать себя и постепенно обостряются противоречия: в общественную жизнь входит рабочее движение, имеющее собственную позицию по всем актуальным социальным проблемам и противостоящее буржуазной общественности.

По мере того, как публика численно растёт, превращаясь в массовую аудиторию (этому способствуют урбанизация, рост населения и иммиграции, рост грамотности в связи с всеобщим образованием и т. д.), появляется возможность увеличить тираж печатных изданий.

Одновременно развитие рынка и частного предпринимательства, обусловленное экономическим подъёмом, создает возможность зарабатывать не только на подписке, но и на рекламе, продавая «место» в газете рекламодателям.

Американский критик корпоративной концентрации медиа Роберт Макчесни считает, что переломным этапом становится появле-

²⁸ См. подробнее: Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: The MIT Press, 1991. P. 28–88.

ние модели двойного рекламно-подписного финансирования газет²⁹. Кроме того, технико-технологические нововведения позволяют снижать стоимость номера для конечной аудитории. Эти причины способствуют превращению процесса издания газет в бизнес.

Гражданская война кардинальным образом повлияла на производство товаров массового потребления. «Нужды войны изменили и методы производства, что было связано с необходимостью кормить и одевать тысячи солдат в отдаленных местах: так появились бумажный пакет для упаковки, консервированные товары, готовая одежда»³⁰. Во время войны американские семьи стали покупать готовую одежду, консервированные продукты, хлеб и мыло, то есть всё то, что раньше делали в домашних условиях женщины, теперь ставшие выполнять «мужскую» работу в поле и на фабриках. После войны покупательская тенденция сохранилась. Кроме того, бурный послевоенный рост городов сделал востребованным женский труд и открыл для женщин новые профессии, рабочие места и возможности. «К 1870 году каждым шестым наёмным работником стала женщина. Почти все работницы были молодыми и незамужними и могли тратить заработанные деньги по своему усмотрению»³¹.

Необходимо отметить, что в этот период повышаются доходы населения и увеличивается средняя заработная плата. Изменившаяся структура потребления повлекла за собой развитие рынка розничной торговли, а он, в свою очередь, способствовал развитию рекламного рынка.

Предприниматели, учитывая новые тенденции, привезли из Европы идею больших розничных магазинов – универмагов, что революционизировало торговый бизнес и дало мощный толчок развитию рекламы в США. Для разворачивания активных рекламных кампаний использовались в первую очередь газеты и журналы, что потребовало, с одной стороны, диверсификации изданий, а с другой, использо-

²⁹ См.: McChesney R.W. The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas. New York: Monthly Review Press, 2008. 589 p.

³⁰ Лукьянчикова М.В., Бердникова Э.Н. История рекламы и PR в США. М., 2018. С. 28.

³¹ Лукьянчикова М.В., Бердникова Э.Н. История рекламы и PR в США. М., 2018. С. 29–30.

вание в прессе новых методов и приёмов для привлечения внимания аудитории. Исследователи справедливо подчёркивают, что «рекламный рынок требует (кроме размера) дифференциации аудитории по классовой принадлежности и по вкусам, а также по уровню дохода, чтобы точно выбрать целевого потребителя»³². И здесь желания издателей и рекламистов и рекламодателей сошлись – все они стремились актуализировать возможность получения дохода от всех групп, в том числе и низкодоходных. Это стимулировало дальнейшее развитие как изданий для элитарных групп взыскательных и подготовленных читателей, так и массовой дешёвой прессы – *penny press* – для самого широкого круга потребителей печатной продукции.

Итак, социокультурные факторы не только движут спросом на различные типы изданий и информацию, в них содержащуюся (включая рекламу), но и формируют его. Предложение со стороны издателей должно отвечать отличающимся культурным вкусам, стилю жизни, нормам и ценностям, запросам различных сообществ (включая и этнические, и иммигрантские), региональным интересам и в целом национальным условиям жизни. Эти требования являются сильным стимулом для диверсификации предложения. По мысли Дэнниса МакКуэйла, «помимо того, что социальная структура влияет на распространение новостей, её главные эффекты проявляются в потребностях и интересах потенциальных аудиторий. Внеэкономические демографические колебания обычно учитывают различия в возрасте, поле, позициях в цикле жизни. Эти различия создают основу для попыток рекрутировать и удерживать различные аудитории новостей»³³.

Таким образом, изменившаяся социальная структура американского общества, дальнейшая её дифференциация содействовала процессу демократизации общества и прессы. На политическую и социальную арену вышли представители третьего сословия, оттеснив элиту на второй план. Чуть позже, в связи с ростом грамотности и образования в читающую публику вливаются и более широкие слои.

³² МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013. С. 192.

³³ МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013. С. 186.

Появляется новая, довольно обширная массовая аудитория. Её запросы уже не может удовлетворить старый вид прессы. Необходим был новый тип издания – массовой газеты, отражающей события с позиции среднего человека. По разным оценкам специалистов, процесс формирования нового типа издания растянулся в США почти на сто лет, начиная с 1830 года³⁴. Сама же пресса, по мере расширения роли журналистики в обществе, особенно в политике, начинает приобретать институциональный характер.

4. Профессиональные предпосылки

Профессиональные предпосылки для развития нового журнализма начали складываться ещё до Гражданской войны.

Уже в конце 1830-х годов в американской журналистике проявились тенденции, которые окрепли и стали доминирующими в последующие десятилетия.

Среди них необходимо в первую очередь выделить следующие:

- политизацию и противостояние аболиционистской прессы Севера и прорабовладельческой прессы Юга;
- открытие женской аудитории для журналов и газет;
- выпуск дешёвых газет, доступных малоимущим читателям – *peppy press*, продаваемой по максимально низкой цене;
- рост качества публикуемых материалов за счёт привлечения целого штата собственных корреспондентов и повышения требований к их литературному мастерству.

Период Реконструкции (1865–1877) был ознаменован дальнейшей диверсификацией прессы, поиском новых методов завоевания читателя и внедрением технических инноваций. Новые тенденции в послевоенный период были связаны с большей информационной насыщенностью газетных изданий.

Как отмечают исследователи печати, «война приучила читателя обращать больше внимания на колонки новостей в газете, нежели на передовые статьи, столь ценные в традиции персонального журнализма. Поэтому новое поколение редакторов, извлекшее уроки из

³⁴ См.: Сазонов Е.А. «Жёлтая» пресса в контексте развития печати XX века: социокультурный аспект. Дисс. на соискание степени канд. филолог. наук. Воронеж, 2004. 259 с.

журналистской практики военного периода, больше внимания уделяло быстрому, точному и действенному репортажу о прошедших событиях»³⁵.

К концу XIX века доминировавшая ранее модель партийной прессы начинает вытесняться чисто коммерческой моделью. Бизнес-модель прессы предполагает совершенно другую логику процесса её функционирования.

Во-первых, «газеты перестают быть прессой мнения, то есть перестают отражать – каждая – своё мнение. Коммерческая логика делала невыгодной плюралистическую модель, предполагавшую право аудитории читать разные газеты. И газеты стремятся представить широкий набор мнений с тем, чтобы аудитория не уходила к конкурентам»³⁶.

Во-вторых, фундаментальной функцией прессы становится распространение информации. Из прежних газет, содержавших главным образом взгляды и мнения (вьюспейпер), газеты превращаются в новое издание, являющееся газетой новостей (нюспейпер). Такая новостная модель прессы претендует на объективность журналистики, представляя читателю самому делать выводы из публикуемых фактов.

Кроме того, если принять во внимание, что теперь главное внимание в газете уделяется сообщению фактической информации, а не коммуникативное обслуживание различных социальных групп, то неизмеримо возрастает значение скорости её получения и распространения.

Так, например, среди ежедневных газет США стали преобладать вечерние (то есть выходящие после полудня), так как они могли содержать освещение «сегодняшних» событий. По этой причине многие газеты выходили два раза в день – утренний и вечерний выпуски. Иногда к ним добавлялся воскресный выпуск, содержащий больше развлекательных материалов.

В-третьих, конкретная политика газеты стала находить своё выражение не столько в редакционном мнении, сколько в тенденции,

³⁵ Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. М.: МарТ, Ростов н/Д: МарТ, 2003. С. 107.

³⁶ Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М.: ВШЭ, 2017. С. 63.

методах сбора, отбора и обработки публикуемых газетой фактов. Таким образом, центральной фигурой в системе органа печати постепенно становится репортёр. Кроме того, идёт процесс превращения газетного бизнеса в индустрию, с соответствующим её организации разделением труда. В результате, происходит фрагментация функций работников редакций, появляются новые журналистские специализации, кроме того профессионализация журналистского труда способствует тому, что к нему начинают предъявляться всё более высокие и разносторонние требования, следовательно, начинает происходить процесс оформления профессиональных этических нормы. Журналистика постепенно стала восприниматься как особое ремесло, подчинённое своим профессиональным стандартам. Однако осваивать его приходилось самостоятельно в процессе работы – первая школа журналистики была создана при университете Миссури только в 1904 году.

Одновременно обособляется и дифференцируется функция управления. Увеличение числа и сложности деловых операций, связанных с изданием газеты, породило новую профессию – руководителя-менеджера. В его обязанности не входило чисто редакционное руководство, а лишь издательская сторона дела. Редактор газеты, в свою очередь, не занимался поиском средств её финансирования и не определял коммерческую стратегию, он получил возможность сосредоточиваться лишь на творческих операциях, так как не был её собственником.

По мере формирования института прессы, растёт и значимость, и статус журналистской профессии в обществе, она переходит в разряд престижной и общественно значимой.

В-четвёртых, газеты, становясь бизнесом и стремясь расширить долю рынка в коммерческих целях, постепенно деполитизируют аудиторию, упрощают и схематизируют её представление о политике³⁷. Анализируя эту ситуацию в американской прессе, Роберт Макчесни справедливо полагает, что невозможно одновременно в одной газете быть объективным и предоставлять «палитру мнений», отражать все точки зрения. Кроме того, объективность становится невыгодной, так как издания постепенно переходят к обслуживанию ин-

³⁷ Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. М.: ВШЭ, 2017. С. 63.

тересов своих владельцев, которые, богатея и приобретая определённый вес в политических кругах, меняют прежний статус свободных предпринимателей на статус представителей крупного бизнеса. Это в свою очередь приводит к концентрации медиа и возникновению газетных монополий, которые действуют уже в интересах крупного капитала³⁸.

В-пятых, стали менее обычными личные выпады главных редакторов друг против друга. Пресса переставала выполнять роль автоматического выразителя персональных мнений «шефа» – редактора, какого-либо партийного босса и даже отдельного медиамагната. Газета стала зависеть от влиятельных монополистических кругов, направлявших всю политическую жизнь в стране и использующих для этой цели в равной мере как партийную машину, так и машину печатной пропаганды.

Однако процесс неуклонной консолидации и монополизации предприятий прессы, выразившийся в концентрации и укрупнении масштабов газетного дела, на первых порах удивительным образом не приводил к общему падению числа газет и тотальному банкротству более мелких изданий, как это бывает при развитии монополистической конкуренции. Наоборот, число их даже увеличилось с одновременным ростом тиражей, несмотря на гибель огромного числа газет-«неудачников». Это стало возможным в связи с часто применявшимся в отрасли особым способом трестирования периодических изданий – образования трестов как особой формы монополии. Такая форма получила название «цепочки газет». Её применяли как первый монополист в сфере средств массовой информации США Эдвард В. Скриппс – во многом переходная фигура от «старого» к «новому» журнализму в деле организации газетно-печатного дела, – так и представители нового журнализма, – например, Уильям Рэндолф Хёрст.

«Цепочки газет» начали формироваться в конце XIX века и стали основной частью ландшафта газетных изданий в двадцатом веке. Примечательно, что в отличие от издателя, собственника цепочки достаточно трудно определить. «В начале XIX века владельцем газеты

³⁸ См.: McChesney R.W. The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas. New York: Monthly Review Press, 2008, pp. 425–443.

обычно являлись также её издатель, редактор, репортёр и печатник. К концу столетия газеты стали капитализированными, сложными организациями, и основные участники их производства, такие как владелец, издатель, редактор, репортёр и типограф, начинают обретать всё более различающиеся интересы. Для владельца издание обычно было в первую очередь бизнесом, и газеты покупались и продавались со значительной частотой. Иногда владелец газеты покупал конкурирующую газету с единственной целью закрыть её и устранить конкуренцию. Темпы смены собственников быстро возросли к концу XIX века»³⁹. Таким образом, владелец «цепочек газет» очень редко совпадал с издателем, чаще всего это были разные люди. При этом владелец цепочки, покупая газету, обычно оставлял издателя на его рабочем месте, поскольку дело было уже налажено, да и он лучше знал местную ситуацию. «По мере роста цепочек они делятся на региональные подразделения – часто эти подразделения первоначально представляли собой более мелкие цепочки, которые впоследствии приобретала более крупная цепь, или же цепочка образовывала подразделения из множества географически смежных газет. Эти подразделения имели свои собственные названия, а иногда эти названия были заменены на имя издателя. Иногда цепи отделяли эти подразделения как совершенно отдельные компании. Короче говоря, имя издателя обычно скрывало личность истинного владельца»⁴⁰. А поскольку газеты часто покупались и продавались, узнать, кому они фактически принадлежат в настоящее время, было очень сложно. Но именно так из «цепочек газет» и формировались крупные газетные сети.

«Сеть газет – это группа газет, которые имеют общего владельца. Цепочка могла находиться в частной собственности и принадлежать одному человеку или группе людей (часто семье), или это могла быть публичная корпорация»⁴¹. Сеть газет обычно представляла со-

³⁹ Newspaper Chains [Электронный ресурс]// University of Illinois Library URL: <https://www.library.illinois.edu/hpnl/guides/newspapers/reference/chains/>

⁴⁰ Newspaper Chains [Электронный ресурс]// University of Illinois Library URL: <https://www.library.illinois.edu/hpnl/guides/newspapers/reference/chains/>

⁴¹ Newspaper Chains [Электронный ресурс]// University of Illinois Library URL: <https://www.library.illinois.edu/hpnl/guides/newspapers/reference/chains/>

бой трест. А бизнес, который поставлял в газеты новости, а также другие материалы, например, фотографии, карикатуры, имел форму газетного синдиката. Синдикат представляет собой компанию, объединяющую однотипные предприятия производителей содержания медиа. В конце XIX и начале XX веков газетные синдикаты могли поставлять до половины всего контента газеты, включая рекламные материалы. С этого момента новости стали продаваться как товар.

Основателем первой газетной сети США, созданной при помощи «цепочек газет», считается Эдвард В. Скриппс (1854–1926). Начинал он курьером в одной из газет. Его собственной первой газетой была *The Cleveland Penny Press*, которую он создал в 1878 году с двоюродным братом и двумя сводными братьями, заняв у них 10 000 долларов. Позже Эдвард В. Скриппс, как правило, создавал или покупал вечерние газеты в городах среднего размера. В 1883 году он получает контроль над *The Cincinnati Penny Post* от своего брата Джеймса, позже переименовав её в *The Cincinnati Post*. В 1890 году он открывает *The Kentucky Post*. Газеты были сходной направленности, с едиными принципами и стилем работы. При финансовой поддержке от сестры Эллен он создал или приобрел приблизительно двадцать пять газет. В 1894 году Эдвард В. Скриппс при поддержке сводного брата Джорджа Х. Скриппса организовал первый современный газетный концерн. В корпорации, носящей его имя, ему принадлежало две трети. Это было началом империи СМИ, которая с 1890-х по 1920 годы официально называлась *Scripps-McRae Company*, а в 1921 году имя было изменено на *Scripps-Howard*, чтобы отразить вклад партнёра – Роя Говарда.

К 1914 году Эдвард В. Скриппс увеличил свою цепочку до тридцати трёх газет. Его издания были недорогими, каждый выпуск включал в себя большое количество коротких статей. Эдвард В. Скриппс был сторонником свободной прессы. Он сильно ограничил рекламное пространство в своих изданиях, чтобы обуздать влияние больших денег на свои газеты. «Каждая газета треста имела в своем арсенале запас средств, могла позаимствовать их из общего фонда или получить – без обязательства опубликовать – передовую статью, написанную в Нью-Йорке или Вашингтоне. Результаты – превосходные, журналисты – хорошо оплачиваются, газеты – хорошо оформлены. При-

быль достигала 150% в период с 1920 по 1924 год, общий тираж возрастал от 800 тысяч экземпляров до 2,5 миллионов»⁴². Концентрация изданий в одних руках позволяла тормозить рост себестоимости газет, регулировать увеличение зарплаты типографских рабочих, а, следовательно, получать прибыль.

Большую роль в коммерческих процессах функционирования американской прессы играло членство в *Associated Press (AP)*. Это агентство начиналось в 1846 году как кооперативное объединение пяти нью-йоркских газетных издательств для более быстрой доставки новостей. Вплоть до 1950 года членство в *AP* было движущей силой продажи и покупки газет. В течение почти столетия устав *AP* фактически ограничивал членство в одной газете на любом географическом рынке, предоставляя газетам-членам *фактическую* власть блокировать заявки на членство от конкурирующих газет. Конкуренты неоднократно критиковали монополистическую практику сбора новостей и установление цен агентства.

Эдвард В. Скриппс отказался присоединиться к *Associated Press*. Он рассматривал его как антиконкурентное средство со стороны консервативных капиталистов, которые, если их не оспаривать, задушат свободную и открытую прессу ради собственной выгоды.

После того как *Associated Press* отказалось предоставлять свои услуги его газетам, Эдвард В. Скриппс вместе со своим партнёром Милтоном Макреем объединили три региональных агентства новостей (*Publisher's Press Association, Scripps McRae Press Association* и *Scripps News Association*) и в 1907 году создали свой собственный новостной синдикат *United Press International (UPI)* для предоставления новостной ленты своим собственным газетам. Медиамагнат основал компанию на том принципе, что не должно быть никаких ограничений для тех, кто покупает новости у пресс-службы. Он считал, что его агентство должно обслуживать любого, кто может позволить себе печатный станок, включая его самых жёстких конкурентов.

UPI ориентировалось на популярные газеты, переживавшие тогда время своего подъёма. Талантливые редакторы смогли выработать ясный и доступный стиль, который сильно повлиял на современ-

⁴² Каспи А. Повседневная жизнь Соединённых Штатов в эпоху процветания и «сухого закона». М.: Молодая гвардия, 2008. С. 235.

ные жанры новостей. Оно собирало и публиковало новости, представляющие всеобщий интерес, которые завоевали любовь местных газет и принесли агентству популярность. В первый день своей работы агентство отправило 12000 слов, составленных из Азбуки Морзе, через арендованные телеграфные линии в 369 газет. *UPI* приписывают и первую проводную доставку фотографий, и первый провод, предназначенный для радио, и первое использование компьютеров, и первую передачу новостей по спутнику, и первую службу телевизионных новостей. Позже Эдвард В. Скриппс говорил, что именно созданием *United Press International* он сослужил самую большую службу людям своей страны.

К 1978 году *United Press International* наряду с *Associated Press* стало монополистом в распространении информации в США, обслуживая две трети американских газет и более 3,2 тысяч радио- и телестанций США.

Монополизация прессы в этот период имела как позитивные, так и негативные последствия. Позитивные были связаны с тем, что концентрация в одних руках позволяла повысить рентабельность производства и улучшать его техническую оснащённость новинками, а также совершенствовать и тематически разнообразить контент и стиль его подачи. С другой стороны, газеты принадлежавшие монополии, избегали публикаций, которые могли привести к потере читателей, следовательно, и рекламных объявлений, наоборот, они искали пути и способы привлечения как можно большего числа аудитории для своих изданий; они могли быть либо ангажированы, либо политически нейтральны, но в любом случае, возможность выражать различные мнения и организовать реальные дискуссии по актуальным для сообществ проблемам были у них существенно ограничены.

Раздел II. Переосмысление журналистики в период массовой прессы

1. Принципы нового журнализма

От газеты взглядов – к газете мнений

Только в художественных произведениях всё случается в одночасье. «Проснувшись, он почувствовал себя счастливым: ночью ему приснилось, как реализовать ту самую идею, о которой он мечтал всю жизнь», – правдоподобно пишет некий автор. Но правдоподобие и правда – далеко не одно и то же. И в жизни нет точно зафиксированных точек начала и конца чего-либо.

Хотя, ради упрощения жизни, прежде всего самим себе, историки тоже любят такие пассажи, заявляя, например, что вся концепция нового журнализма родилась в голове Джозефа Пулитцера (1847–1911) в 1880-х годах. Это он, мол, начало всех начал – и жёлтой прессы, и прессы качественной.

Однако, для понимания сущности изменений, произошедших в журналистике конца XIX века, необходимо абстрагироваться от роли этой, безусловно талантливой, личности и заглянуть на страницы периодических изданий, выходивших задолго до него.

Журналистика XVIII века во всём мире была преимущественно неполитической, просветительской, морально-дидактической, нравоописательной. При этом космополитичный XVIII век не признавал никаких границ для распространения достижений человеческой мысли. Согласно представлениям просветителей, законы разума универсальны, не зависят от времени, места и национальности. И то, что в Европе называли Веком Просвещения, в Соединённых Штатах Америки именовали Веком Разума.

Мыслящая часть общества стремилась поделиться своими раздумьями с другими, а потому страницы издаваемых ими газет и журналов заполнялись по большей части единолично. Хотя и мнение других их тоже интересовало. Скажем, в старейшей американской газете *The Public Occurrences Both Foreign and Domestick*, вышедшей в свет в Бостоне 25 сентября 1690 года, редактор Бенджамин Харрис (1673–1716) из четырёх страниц заполнял информацией только три,

полагая, что читатели сами будут дописывать на свободной странице свои мысли и передавать номер родственникам и друзьям.

И всё же это были газеты взглядов. Американская просветительская публицистика XVIII века теоретически обосновывала задачи буржуазной революции и способствовала созданию нового независимого государства – Соединённых Штатов Америки.

Американские публицисты были люди здравомыслящие. В их текстах мог отражаться гнев, презрение, возмущение; но ими редко двигала слепая ненависть или панический страх. В отличие от своих английских собратьев, они старались переубедить, а не уничтожить своих противников. Повседневная рассудительность и деловитая трезвость, столь далёкие от туманных фантазий творческого воображения, соответствовали американским обстоятельствам и проистекавшим из них политическим потребностям. Им важно было не свержение власти или идей – собственно, свергать в XVIII веке американцам было нечего, их государство едва становилось на ноги, освободившись только в середине 1776 года от британской колониальной зависимости, – и даже не исправление существующего уже на тот момент общественного порядка, а защита и утверждение политических свобод.

Полная библиография публицистических памфлетов, касающихся англо-американского противостояния по этому поводу и опубликованных по 1776 год включительно, содержит более четырёхсот наименований. Однако даже не количественные показатели определяют истинный масштаб публицистического противостояния. Среди этих памфлетов – сочинения самого разного рода: политические трактаты, исторические работы, изложения той или иной политической программы, проповеди, письма, стихи... Их тексты не только заявляют о той или иной точке зрения, но объясняют её становление и излагают стоящие за ней фундаментальные убеждения, иными словами – мировоззрение, сказывавшееся в событиях эпохи, идеологические истоки Американской революции.

21 декабря 1791 года Конгресс США принял первую поправку к Конституции, регламентировавшую взаимоотношения государства и прессы. В ней говорилось, что Конгресс не будет издавать законов, ограничивающих свободу слова, или печати, или права народа мирно

собираться. С того времени в США появились так называемые бродячие журналисты. Любой желающий мог купить передвижную типографию и ездить с ней в обозе по городам страны. Один человек и собирал материалы, и верстал номер, и печатал газету, и распространял тираж, и на вырученные деньги покупал бумагу, и снова собирал материалы для следующего номера. Через некоторое время бродячий журналист перебирался со своей типографией в другой город и начинал работать там, распространяя собственные идеи.

Но к началу XIX века завершается период персонального журнализма. Социальные, технологические и профессиональные предпосылки, о которых говорилось в первом разделе, приводят к тому, что отныне издание газеты становится делом целого коллектива журналистов различных специальностей.

XIX век ознаменовался сменой и идеологических установок в журналистике. В первое десятилетие XIX века Америка ещё не достигла промышленного развития Западной Европы, но проблемы уже приобрела. И разруливать эти проблемы должны были издания, отражающие состояние молодого американского государства.

Значение газет как органов политической пропаганды не только не уменьшалось, а, напротив, возрастало, использование газет в политических целях только активизировалось. Под влиянием узко частных интересов большая часть прессы пошла по пути насаждения политических междоусобиц. Непристойность, поношения, продажность стали тогда общими чертами журналистики. В повседневном лексиконе газетных статей укоренились бранные выражения и агрессия.

Вот типичный образец журналистского материала начала века: «Вчера, в 7 часов вечера, в меблированных комнатах мадам Жаклин произошёл очередной безобразный скандал. Заезжий торговец плюшем из Коннектикута (по слухам – абсолютная сволочь), отказался заплатить по счёту, проведя с одной из девушек, 38-летней миссис Джекки Ноланд, два с половиной часа у неё в комнате, в обстановке интимной близости. Джекки свидетельствует, что обслужила клиента на высоком уровне, как всегда, но эта образина посчитала, что у него есть шанс сэкономить. Двумя ударами стулом Джекки уложила скупердя на пол, а затем разбила об его голову пять тарелок и две чашки из оказавшегося под рукой столового сервиза. На крики постра-

давшего сбежали все клиенты и милашки мадам Жаклин. Они отбили торговца от рук разъярённой девушки.

Среди сбежавшихся на шум находился наш корреспондент, который обнаружил в толпе спустившихся со второго этажа одного из чиновников мэрии, всеми уважаемого и давно женатого человека. Мы не считаем нужным называть здесь его имя, но если кто-то заинтересован в том, чтобы разъяснить этот вопрос, обращайтесь ко мне в любое время. О цене со мной легко договориться»⁴³.

Придававший чрезвычайно большое общественное значение периодической печати и всегда желавший, чтобы газеты выражали оппозиционные правительству настроения, один из отцов-основателей США Томас Джефферсон в 1807 году, на шестом году своего президентства, с горечью отмечал: «Теперь нельзя верить ничему, что видишь в газетах. Сама правда становится подозрительной, когда она преподносится на этих запачканных страницах... Я смотрю с печальным сочувствием на многих моих сограждан, которые, читая газеты, живут и умирают в убеждении, что в какой-то мере знают, что происходит в этом мире... Основные факты из газет всё-таки можно получить, но на детали нельзя положиться. Добавлю, что человек, который никогда не заглядывает в газеты, обладает лучшими знаниями, чем тот, кто газеты читает, поскольку не знающий ничего всё же ближе к истине, чем тот, чей ум наполнен ложными и ошибочными сведениями. Тот, кто не читает газет, всё ещё знает основные факты, а все подробности в газетах являются ложью»⁴⁴.

Именно в этот период в американском политическом лексиконе впервые появилось выражение «подрывная деятельность», которое применялось по отношению к иностранцам, иммигрировавшим в Америку от преследований своих правительств и критиковавшим американские власти.

В стране выходили десятки негритянских газет, имели успех издания аболиционистов – сторонников отмены рабства, издавались расистские газеты, активно развивалась еврейская пресса, в первую

⁴³ Цит. по: Roberts T. Myths of New York: A Story with Geography. New York: Greenwood Press, 2019, p. 115.

⁴⁴ MacInnes M. Versions of Censorship. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017, p. 129.

очередь на языке идиш. Разделённые на два сектора – северный, промышленный, и южный, аграрный, – Соединённые Штаты Америки всё явственнее готовились не только к социально-политическому и экономическому противостоянию, но и к вооружённому. И гражданская война 1861–1865 годов между Союзом двадцати нерабовладельческих штатов и четырёх пограничных рабовладельческих штатов Севера, с одной стороны, и Конфедерацией одиннадцати рабовладельческих штатов Юга вспыхнула, подогреваемая журналистами. Собственно, конфликт разгорелся из-за тарифной политики: Юг импортировал промышленные товары и требовал свободной торговли, Север стремился с помощью тарифов оградить свою развивающуюся промышленность от конкурентов. Но символично то, что честь первого выстрела, развязавшего войну, досталась известному виргинскому плантатору и журналисту шестидесятилетнему Эдмунду Раффину. Последний выстрел войны после поражения Юга был тоже за ним: журналист набросил себе на плечи флаг Конфедерации и выстрелил в сердце.

Газеты мнений, сложившиеся в этот непростой период, уже отражали взгляды не одного человека, а группы единомышленников. И в американской журналистике ключевые позиции заняла великая семёрка журналистов.

Уильям Каллен Брайан (1794–1878) стал известен как защитник религиозных меньшинств и иммигрантов. Будучи редактором *The New York Post* – одной из наиболее уважаемых нью-йоркских газет того времени, где он неустанно ратовал за свободу торговли и против рабства, – он не переставал выступать против тлетворного влияния банкиров, несмотря на их усилия сломать твёрдость его позиции. В 1856 году Уильям Брайан стал одним из инициаторов создания республиканской партии США. Историки пишут, что это был серьёзный учёный, который считал, что его основной долг как редактора – выражать своё суждение о событиях дня и быть лидером для аудитории своей газеты. В 1836 году он написал передовицу под названием «Право рабочих на забастовку», в которой он подтвердил право работника на ведение коллективных переговоров и высмеивал преследование профсоюзов. «Может ли быть что-либо более отвратительное, чем закон, развязывающий руки богатым юридическим правом

управлять заработной платой бедняков? Если это не рабство, то мы забыли его определение»⁴⁵.

Хорейс Грили (1811–1872) считается наиболее ярким образцом американского идеала. Он был очень своеобразной личностью, известной своим эксцентричным поведением, всегда носил с собой зонт и даже в самую жаркую погоду надевал пальто, а ещё он увлекался спиритизмом и френологией. С детских лет он знал, что такое нужда, может быть именно поэтому он стал социалистом, борясь за отмену рабовладения, против власти капитала и за обеспечение всем трудящимся права на труд. Руководимая им газета *The New York Tribune* с самого начала зарекомендовала себя в качестве стража гражданской добродетели. С 1851 по 1862 год в его газете сотрудничали Карл Маркс и Фридрих Энгельс. Хорейс Грили без устали повторял: «Я хочу, чтобы каждый квалифицированный рабочий представлял себе, что он может стать предпринимателем, а каждый предприниматель помнил, что он был квалифицированным рабочим». А придуманный им лозунг: «Иди на Запад, молодой человек, там ты найдёшь свою судьбу» украшает сейчас одну из стен Капитолия в Вашингтоне.

Самым первым магнатом американской прессы считается Чарльз Андерсон Дана (1819–1897). Он был блистательным интеллектуалом, готовым любого подцепить острым словцом и язвительным стилем. Он познал тайну искусства изготовления хорошей ежедневной газеты. *The New York Sun*, которую он приобрёл в 1868 году, отличалась лёгкостью подачи информации. Позиция Чарльза Даны заключена в одном предложении: «Отражать мир в самой яркой и живой манере». До сих пор широко цитируется его определение новости: «Когда собака кусает человека, это не новость, но когда человек кусает собаку, это новость». Но у него есть ещё одно оригинальное определение: «Новость – это всё, что заставляет людей беседовать друг с другом...» Он считал, что достойны публикации лишь те сообщения, которые апеллируют к эмоциям, к ощущениям людей, и даже в новостях делал упор на настроение, экспрессию, заложив основы сенсационной прессы. Кстати, Карл Маркс был одним из ве-

⁴⁵ Bryant W.C. The Right of Workmen to Strike // The New York Post, 1 June 1836.

дущих авторов *New York Daily Tribune* именно тогда, когда главным редактором этой газеты был Чарльз Дана.

Самюэль Боулс (1826–1878). Нам достаточно часто твердят, что «журналистика – вторая древнейшая профессия». А вот Боулс считал, что «журналистика пришла, чтобы быть первой державой на земле». Его стиль был простым, прямым и чистым. Не будучи вульгарным, хотя и с острым чувством юмора, Боулс был наделён природной культурой и служил своего рода моделью современной рабочей журналистики. Самюэль был образцом трудолюбия и бесстрашия, а его газета *The Springfield Republican* – самой влиятельной в стране. Биографы Самюэля Боулса отмечали: «Большим его достижением стало то, что он создал газету, которая выражала личное мнение редактора, не связанное ни с одной партией. Он так хорошо редактировал газету, что люди жаждали её покупать. Своим мастерством он добился возможности быть независимым»⁴⁶.

Выходец из Ирландии Эдвин Лоуренс Годкин (1831–1902). В 1865 году он основал влиятельный еженедельник *The Nation* – социально-политическое издание, рассчитанное на интеллигенцию, а в 1883 году стал главным редактором газеты *New York Evening Post*. Враг сентиментализма, язвительный и интеллектуальный, он приобрёл репутацию независимого и неподкупного газетчика. Специализируясь в области внутренней и внешней политики США, Эдвин Годкин пытался разобраться в сущности американской нации: первые переселенцы на этот континент, по мнению журналиста, вынуждены были упорно трудиться для достижения благополучия и успеха и преодолевать многочисленные сложности, результатом этого, по мнению Годкина, становится выработка огромной энергии, отваги и уверенности в себе, переходящей порой в тщеславие.

Генри Уотерсона (1840–1921) называли последним из великих представителей авторской журналистики. Он писал яркие дискуссионные статьи на многие темы в газете *The Louisville Courier-Journal*, которую сам же и создал в 1868 году. К его голосу прислушивалась вся Америка. Но он был больше, чем просто журналист. Он сделал всё, как политик, для примирения Севера и Юга в самой кровопро-

⁴⁶ Merriam G.S. *The Life and Times of Samuel Bowles*. Vol.1. New York: The Century Company, 1885, p. 107.

литной американской войне. А ещё Генри Уотерсон придавал огромное значение подготовке журналиста, повторяя: «Существует лишь одна школа журналистики, и это хорошая редакция, но лучше, если этому предшествует изучение таких предметов, как политэкономия и беллетристика»⁴⁷.

Адольфу Саймону Оксу (1858–1935) с одиннадцати лет пришлось оставить среднюю школу и наняться типографским рабочим в местную газету *The Knoxville Chronicle*, которая, по словам самого Окса, стала его школой и университетом. Адольф работал там репортёром, типографским рабочим и простым офисным клерком. Через восемь лет он перешёл в газету *The Chattanooga Times*. Тут Окс выработал свои профессиональные и этические принципы, благодаря которым его будут считать самым влиятельным редактором в истории американского журнализма. Ещё через девять лет он приобрёл газету *The New York Times* и провозгласил своими принципами отказ от вмешательства в частную жизнь, от низкопробных сюжетов и рекламы, сомнительных методов добывания информации, а также от публикации непроверенных новостей ради создания сенсации. Окс впервые ввёл практику постоянного освещения в ежедневной газете финансовых новостей и придумал слоган, который и до сих пор выражает дух, суть и издательское кредо *The New York Times*: «Все новости, которые годятся в печать».

Обширные изменения, эксперименты и инновации в американской журналистике привели к тому, что некоторые издатели стали описывать свою деятельность второй половины 1890-х годов как практику нового журнализма. Однако этот термин, придуманный в Великобритании в 1887 году Мэтью Арнольдом, чтобы охарактеризовать журналистику Уильяма Томаса Стэда и его газету *The Pall Mall Gazette*, был ещё очень туманным в своём определении.

Уильям Томас Стэд (1849–1912) был заметной фигурой в английской журналистике и политической жизни на рубеже XIX–XX веков в поздне-викторианскую и эдвардианскую эпоху. Он был не просто крупным профессионалом-новатором, но и в сущности одним из отцов современной журналистики. «У нас была возможность наблю-

⁴⁷ Цит. по: Walker S. City Editor. Baltimore and London: Johns Hopkins University Press, 1999, p. 207.

дать за новой журналистикой, которую недавно изобрёл умный и энергичный человек. Это может многое порекомендовать; он полон способностей, новизны, разнообразия, ощущения, симпатии, щедрых инстинктов; его единственный большой недостаток в том, что он сумасшедший»⁴⁸, – охарактеризовал его Мэтью Арнольд.

В 1883 году Уильям Томас Стэд повёл мощнейшее наступление на лондонские трущобы, добиваясь принятия нового закона. На следующий год он развернул кампанию под названием «Правда о военно-морском флоте» и так пристыдил правительство, что оно нашло три с половиной миллиона фунтов на модернизацию военных кораблей. В 1885 году его *The Pall Mall Gazette* обнародовала голую правду о проституции викторианского Лондона.

Критик элит, защитник униженных и оскорблённых, Уильям Томас Стэд стал родоначальником провокационных журналистских расследований, вызвав на себя гнев приверженцев благопристойной прессы. Его считали скандалистом, выносящим «сор из избы». Тогда даже развернулась борьба старого и нового журнализма, нацеленная на то, чтобы искоренить «распущенность, пошлость и преступный дух, который проявился в этих бесстыдных газетах с бесцеремонностью, почти без примера в истории журналистики»⁴⁹.

«Я чувствовал святость власти, которая была в моих руках, – писал Уильям Томас Стэд, – чтобы использовать её в интересах бедных, изгоев и угнетённых»⁵⁰. С этого осознания и начался новый журнализм.

Три «кита» нового журнализма

Перерастание капитализма в монополистическую стадию подготовило американскую печать к дальнейшим переменам, связанным с созданием первых газетных концернов. Эти новые веяния в американской журналистике, несомненно, с наибольшими полнотой и последовательностью аккумулировал в себе Джозеф Пулитцер, один из многочисленных эмигрантов, которые помогали в строительстве новой Америки в период после Гражданской войны.

⁴⁸ Arnold M. Up to Easter // *The Nineteenth Century* No. CXXIII. (May, 1887), p. 638.

⁴⁹ The End is Approaching // *The New York Sun*, 10 March 1897.

⁵⁰ Цит. по: Scott J.W.R. *The Life and Death of a Newspaper*. London: Methuen, 1952, p. 103.

Как отмечают исследователи американской печати, «основанные им две газеты завоевали для него честь стать ведущим американским редактором нового времени, а также создали ему состояние в 20 миллионов долларов, одно из крупнейших в области печати»⁵¹. И впрямь, его *The New York World* стала моделью того журнализма, который основан на «человеческом интересе» и освещении происшествий. Он совмещал на страницах своей газеты статьи о политической коррупции, журналистские расследования, сенсации в различных областях жизни, юмористические истории, спортивные новости, рубрики, адресованные женщинам, яркие иллюстрации и рекламу. В *The New York World* попадало всё, что отличалось необычностью, сенсационностью.

Джозеф Пулитцер родился 10 апреля 1847 года в Венгрии, в городе Мако, в семье торговца зерном.

В семнадцать лет, обладая буйным нравом, попытался поступить на службу в австрийскую армию. Но ему отказали из-за слабого зрения. По счастливой для него случайности в Гамбурге судьба свела его с вербовщиком из США. И в 1864 году он покинул Европу в качестве наёмника союзной армии для участия в гражданской войне Севера и Юга.

Прослужив год в кавалерии Авраама Линкольна, он переехал в Сент-Луис, где стал репортёром немецкой ежедневной газеты *Westliche Post*. В 1872 году, почти обанкротившиеся владельцы молодого Джозефа Пулитцера, который к тому времени приобрёл репутацию неутомимого предприимчивого журналиста, предложили ему приобрести контрольный пакет акций газеты.

В возрасте двадцати пяти лет Джозеф Пулитцер стал издателем. Предприняв ряд хитроумных коммерческих сделок, он перепродал свою долю, получив от этой сделки значительную выгоду, и, став владельцем сент-луисской *The Post-Dispatch*, занял видное место на журналистской сцене.

Джеймс Уайман Барретт в монографии «Джозеф Пулитцер и его мир» пишет, как он «работал за своим столом с раннего утра до полуночи, вникая в каждую деталь издания. Его газета начала публико-

⁵¹ Emery M., Emery E. *The press and America: An interpretive history of the mass media*. New Jersey, 1997, p. 203.

вать статьи о расследованиях, направленных против коррупции в правительстве, и разоблачала капиталистов, уклоняющихся от налогов. Тираж резко возрос»⁵².

Джозеф Пулитцер заплатил немалую цену за свою безжалостно строгую работу: его здоровье было окончательно подорвано. В 1883 году он вместе с женой отправляется в Нью-Йорк, чтобы оправиться в Европу на поиски врача, который мог бы помочь ему приостановить надвигающуюся слепоту. Но вместо того, чтобы сесть на корабль, он неожиданно для всех приобретает утреннюю газету *The New York World*.

Отложив в сторону свои серьёзные проблемы со здоровьем, Джозеф Пулитцер решает применить опробованную им в *The Post-Dispatch* модель к нью-йоркскому изданию. Его формула увеличения тиража довольно проста: политический скандал + расследование + разнообразные сенсации + спорт + женские рубрики + иллюстрации + юмор + реклама. И формула эта сработала настолько хорошо, что в следующем десятилетии *The New York World* стала самой крупной по тиражу и влиянию на общественное мнение газетой Америки.

И тогда Чарльз Андерсон Дана, издатель *The New York Sun*, разочарованный успехом *The New York World*, начинает жестокие личные атаки на Джозефа Пулитцера как на еврея, который предал свою расу и религию. Этого испытания здоровье Джозефа Пулитцера не выдержало, и в 1890 году, в возрасте сорока трёх лет, он уходит из редакции. Практически слепой и болезненно чувствительный к шуму, Джозеф Пулитцер следующие два десятилетия своей жизни проводит в звукоизолированных бункерах на своей яхте «Свобода», в «Башне молчания» в Бар-Харборе и в своём нью-йоркском особняке.

Он умер на борту своей яхты в гавани в Чарльстоне 29 октября 1911 года. В своём завещании он распорядился выделить два миллиона долларов на создание Высшей школы журналистики в Колумбийском университете в Нью-Йорке. Занятия в ней начались 30 сентября 1912 года. Согласно воле Джозефа Пулитцера, в 1915 году были учреждены ежегодные премии, носящие его имя, в честь достижений в области журналистики, литературы и музыки. Первое вручение престижной награды состоялось 4 июня 1917 года. Победители были

⁵² Barrett J.W. Joseph Pulitzer and His World. New York: Vanguard Press, 1941, p. 67.

выбраны попечителями Колумбийского университета. Ими стали французский посол Жан Адриан Антуан Жюль Жюссеран, написавший лучшую книгу об американской истории, и Герберт Байярд Своуп за серию статей «Внутри германской империи».

«Современная газета, насколько нам известно, была изобретением Джеймса Гордона Беннета-старшего, – утверждал Генри Уотерсон, политик и редактор *Louisville Courier-Journal*. – До него были журналы, а не газеты. Это он разработал новостную схему, хотя и не столь изощрённую как сейчас. Мистер Беннет вёл бродячую и разнообразную жизнь. Он много чего делал, но ничего очень удачного или долговременного. В конце концов он натолкнулся на центральную идею своей жизни – действительно отличную, оригинальную идею – идею печатать новости дня, включающие в себя историю “вчера”»⁵³.

В те времена, когда журналистика была зависима от власти, «Джеймс Гордон Беннет-старший, а затем его сын, Джеймс Гордон Беннет-младший, бросили вызов такому виду рабства. <...> Мистер Линкольн предложил ему французскую миссию, а мистер Беннет-старший отказался. Другому это могло показаться своего рода венцом славы. Ему это показалось только падением – знаком рабства – опусканием флага независимой журналистики, под которым и только под ним одним он боролся всю свою жизнь»⁵⁴.

Джеймс Гордон Беннет-старший родился 1 сентября 1795 года в деревне Ньюмилл, где его отец был фермером. После окончания школы он немало поездил по стране, работая то корректором, то продавцом книг, и, наконец, в 1823 году добрался до Нью-Йорка.

Джеймс Гордон Беннет-старший сделал несколько попыток создать собственную газету, прежде чем в мае 1835 года запустил в производство *The New York Herald*. В апреле 1836 года она потрясла читателей публикацией на первой полосе журналистского расследования убийства проститутки Хелен Джеветт. Тогда корреспондент

⁵³ Watterson H. Marse Henry: An Autobiography. Vol. 2. New York: George H. Doran Company, 1919, p. 231.

⁵⁴ Watterson H. Marse Henry: An Autobiography. Vol. 2. New York: George H. Doran Company, 1919, p. 237.

The New York Herald провёл, как говорят, первое в мире газетное интервью.

Как владелец газеты, Джеймс Гордон Беннет-старший оставил последующим поколениям ряд удачных нововведений, таких, например, как требование от рекламодателей предоплаты. В его издании появились иллюстрации, напечатанные с гравюр на дереве. А в 1839 году Джеймс Гордон Беннет-старший опубликовал первое эксклюзивное интервью с восьмым президентом США Мартином Ван Бюреном.

Джеймс Гордон Беннет-старший умер 1 июня 1872 года, оставив газетному миру после себя сына с таким же именем, которому ещё при жизни отца досталась весьма прибыльная *The New York Herald*.

Джеймс Гордон Беннет-младший родился 10 мая 1841 года в Нью-Йорке, но был воспитан в Европе. Отец всячески оберегал его от снобизма и незаслуженного осознания собственного величия по праву рождения в семье журналиста, повлиявшего на умы американцев. Высокий, прямой, с фирменной квадратной челюстью командора яхт-клуба, Джеймс Гордон Беннет-младший всю жизнь сохранял интерес к парусному спорту и игре в поло.

Легенда гласит, что однажды ночью крик совы разбудил спящего Джеймса Гордона Беннета-младшего и не позволил его роскошной яхте сесть на мель. Независимо от того, правдива эта история или нет, но пожизненная одержимость совами стала ещё одной отличительной чертой Джеймса Гордона Беннета-младшего. Он инициировал борьбу за сохранение видов, публиковал научные статьи в своих газетах и собирал сов – живых и скульптурных – на протяжении всей своей жизни.

У него даже появилась мысль построить на вашингтонских высотах мавзолей высотой чуть более шестидесяти метров в форме совы. Внутри здания винтовая лестница вела бы посетителей к птичьим глазам, из окон которых открывался бы потрясающий вид на город. А в самом центре должен был свисать на цепях саркофаг – место его последнего упокоения. Не случилось сбыться мечте Беннета-младшего.

В 1867 году отец назначил его главой редакционного отдела *The New York Herald*. Но молодой человек тут же создал собственную газету *The New York Evening Telegram* как вечернее приложение

к *The New York Herald*, в котором публиковались только сенсационные новости.

9 ноября 1874 года на первой странице газеты вышла статья под названием «Шокирующий субботний карнавал смерти». В ней рассказывалось, что из Нью-Йоркского зоопарка сбежали белый медведь, пантера, бенгальский тигр, гиены и ещё несколько диких зверей и приводились ужасающие подробности о том, что льва видели в церкви, носорог упал в канализационный люк и что уже сорок девять человек погибло. Статья было очень и очень длинная, а в самом низу её было мелкими буквочками написано: «Вся эта история является выдуманной. Всё это неправда». Но кто читает мелкий шрифт?

Джеймс Гордон Беннет-младший считал, что газета должна не только и не столько сообщать про новости, сколько создавать их.

«Младший Джеймс Гордон Беннет попросил меня писать дважды в неделю для *The New York Herald* и сказал, что если я соглашусь, у меня будет карт-бланш ругать кого угодно и так, как я захочу»⁵⁵, – вспоминал Сэмюэл Ленгхорн Клеменс, известный всему миру под псевдонимом Марк Твен. Он принял соблазнительное предложение. Точно так же как приняли предложение юного предпринимателя о сотрудничестве Стивен Крейн и Уолт Уитмен.

«Чем больше я узнаю об этом человеке, тем больше я очаровываюсь его скандальной жизнью и мифологией, которую он оставил после себя. Сегодняшние элитные миллиардеры по сравнению с ним мучительно скучны»⁵⁶, – пишет Джейми Джонсон о Джеймсе Гордоне Беннете-младшем.

В 1877 году Джеймс Гордон Беннет-младший покинул Нью-Йорк после скандального инцидента, случившегося на вечеринке у Кэрлайн Мэй, с которой он был помолвлен. То ли перебрав горячительных напитков, то ли просто решив покуражиться над уважаемым обществом, тридцатилетний потенциальный жених справил малую нужду прямо в гостиной, полной людей, не то в камин,

⁵⁵ Mark Twain. Letter to Jane Lampton Clemens and Pamela A. Moffett, 24 January 1868 // Mark Twain's Letters. University California Press, 1990. Vol. 2, p. 160.

⁵⁶ Johnson J. Gilded Age publishing heir puts today's Rich Boys to shame // Vanity Fair, 4 August 2009.

не то в рояль. Помолвка, разумеется, расстроилась, а наш герой отправился во Францию.

Кстати, он женится лишь в семьдесят четыре года. И его брак с Мод Поттер, баронессой де Рейтер, вдовой Джорджа де Рейтера, владельца британского мирового информационного агентства, окажется больше похожим на бизнес.

Для Джеймса Гордона Беннета-младшего жизнь была постоянным приключением, проверкой на вшивость, бравурным маршем. Ему нравилось быстро ходить, быстро плавать, быстро ездить, быстро знакомиться с женщинами, быстро принимать решения, быстро связываться с другими людьми. Ему были по нраву любые новые изобретения и разработки, которые обещали ускорить сердцебиение.

Обосновавшись в Париже, 4 октября 1887 года Джеймс Гордон Беннет-младший начал выпуск европейской версии *The New York Herald*, названной им *The Paris Herald*, 22 мая 1967 года превратившейся в *International Herald Tribune*, а с 15 октября 2013 года получившей название *International New York Times*.

Проверенный метод американской журналистики – делать новости, ещё раз новости, как можно больше новостей, – не подвёл и в Европе. В то время как большинство изданий Старого света тратило силы на изложение мнений и споры о вкусах, *The Paris Herald* закладывала основы новой информационной эры.

Неутомимый новатор, Джеймс Гордон Беннет-младший внедрил в европейской журналистике линотип и цветные комиксы, фоторепортажи с места событий в образе полутонных гравюр, предоставил спорту возможность выйти на первые полосы газет и уделял самое серьёзное внимание открытиям в науке, технике и медицине. Он, например, нанял итальянца Гульельмо Маркони, чтобы использовать изобретённое им радио для передачи результатов гонок яхт на Кубок Америки в редакцию газеты.

Авантюризм Джеймс Гордон Беннета-младшего и его склонность к экспериментам нашли своё отражение и в выборе журналистских тем для газеты. Он в обмен на эксклюзивное освещение обеспечивал финансовую поддержку экспедициям Джорджа де Лонга к Северному полюсу и Генри Мортон Стэнли на африканский континент, гонкам на яхтах, автомобилях, воздушных шарах и самолётах. Беннет-

младший первым стал освещать те события, которые другие газеты считали малосущественными – новые театральные постановки, выставки, спортивные соревнования.

Убеждённый в том, что он умрёт в свой семьдесят седьмой день рождения, Джеймс Гордон Беннет-младший впал в кому 10 мая 1918 года и умер четыре дня спустя на Лазурном побережье в маленьком французском городке Больё-сюр-Мер, расположенном где-то между Ниццей и Монако. Но местом последнего его приюта стал парижский элитный холмистый район Пасси, где рядом с экстравагантным журналистом покоятся известнейшие артисты, музыканты, композиторы, художники и поэты.

После Джеймса Гордона Беннета-младшего в английском языке осталось идиоматическое выражение, состоящее из его собственного имени. Сегодня произнести «Gordon Bennett!» действительно легче, чем, скажем, объяснить человеку, как тебя достало его поведение. Смысл этого восклицания может трактоваться по-разному – от изумлённо-негодующего «невероятно» до грубовато-просторечного «что за чёрт». Но вот Авеню, на которой расположен знаменитый на весь мир стадион *Roland Garros*, носит имя его отца.

Однако самым удачливым из этих трёх «китов» нового журнализма стал выходец из обеспеченной калифорнийской семьи Уильям Рэндолф Хёрст.

Он родился 29 апреля 1863 года в Сан-Франциско. Его отец, могущественный шахтёр и владелец ранчо в западной части Соединённых Штатов, миллионер, сделавший себя сам, дал юному Уильяму возможность увидеть и ощутить мир так, как это делают немногие. В возрасте десяти лет Уильям Рэндолф Хёрст вместе со своей матерью совершил поездку по Европе. Его дальнейшее вдохновение выросло из величия и масштаба увиденных им замков, произведений искусства и артефактов истории. С тех пор Уильям Рэндолф Хёрст возжелал воссоздать это величие на американской земле.

Яркий, капризный и вредный, всегда готовый к злым шуткам, Уильям быстро приобрёл плохую репутацию. В годы обучения в Гарварде он стал исполнительным редактором журнала *Harvard Lampoon*.

Основанный в 1876 году Джоном Тайлером Уилрайтом и шестью его сокурсниками по образцу английского юмористического журнала *The Punch*, *The Harvard Lampoon* является наиболее старым в мире непрерывно издающимся англоязычным юмористическим журналом. В 2006 году *The Harvard Lampoon* начал регулярно размещать материалы на своём веб-сайте.

Уильям Рэндолф Хёрст всячески третировал тех рекламодателей, которые давали рекламу не в его издание. Его недолюбливали, но терпели. Но когда незадолго до окончания он написал оскорбительную для преподавателей заметку, то их терпение лопнуло, и Уильям был исключён из университета.

В 1885-1887 годах Уильям Рэндолф Хёрст прошёл школу репортёрской работы в газете Джозефа Пулитцера *The New York World* и затем, с помощью отца, занимавшего крупный пост в Сенате США, всё-таки добился гарвардского диплома.

Между тем, его отец Джордж Хёрст в 1880 году получил газету *The San Francisco Examiner* в качестве оплаты долга по карточной игре. Молодой Хёрст буквально умолял своего отца передать ему газету, и через семь лет старший Хёрст уступил амбициозному сыну. Вскоре после этого Уильям Рэндолф Хёрст покупает ещё и *The New York Journal*, которая станет второй в длинном списке газетных владений, приобретённых им в следующее десятилетие своей жизни. На пике своей жизни он владел более чем двумя дюжинами газет по всей стране. Фактически каждый четвёртый американец получал новости из газеты Уильяма Рэндолфа Хёрста.

Став поборником нового журнализма, он практиковал в своём издании предельно упрощённый английский язык, рисунки, комиксы и тягу к сенсационным материалам. Скандально-безумные идеи Уильяма Рэндолфа Хёрста помогли ему стать главным конкурентом Джозефа Пулитцера в Нью-Йорке и на Среднем Западе.

Пулитцер ввёл в *The New York World* редакторскую колонку; Хёрст ввёл в *The New York Journal* колонки с брачными объявлениями. Пулитцер публиковал сенсационные материалы; Хёрст резко снизил цену на газету, чем положил начало такому явлению как ценовые войны; на первые полосы газеты Хёрста вышли преступления и катастрофы; на первые полосы газеты Пулитцера – истории спасений

и подвигов. Но и тот, и другой особое место отводили историям из жизни знаменитостей, светским сплетням и иллюстрациям. Хёрст вёл себя агрессивно, переманивая сотрудников у Пулитцера и ворюя его идеи. Борьба за прибыльность издания стала основой бизнес-модели массовой газеты, для которой характерна сенсационность и агрессивный маркетинг.

Вот правила, которые Уильям Рэндолф Хёрст выработал в эти годы:

«Читатель интересуется, прежде всего, событиями, которые содержат элементы его собственной примитивной природы. Таковыми являются:

- 1) самосохранение,
- 2) любовь и размножение,
- 3) тщеславие.

Материалы, содержащие один этот элемент, хороши. Если они содержат два этих элемента, то они лучше. Но если они содержат все три элемента, то это первоклассный информационный материал.

Элемент самосохранения содержится во всех информациях об убийствах, самоубийствах, несчастных случаях, драках, а также в сообщениях о здравоохранении, о продуктах питания, об алкоголе.

К теме “любовь и размножение” следует отнести описание свадеб, сексуальные скандалы, разводы, любовь втроём, романтические истории об исключительных успехах, достигнутых на почве любви, драмы на почве ревности – короче, всё интересное в вопросах пола.

Тщеславие вызывается таинственным во всей этой истории...

Мы отвергаем все сообщения, которые не содержат ни одного из трех названных элементов. Мы пренебрегаем всем, либо совершенно обходим молчанием всё, что является только важным, но не интересным.

Мы признаем тот же принцип при подаче заголовка, а также при выборе телеграфных сообщений и развлекательного материала»⁵⁷.

Для Уильяма Рэндолфа Хёрста не существовало барьера благопристойности, он поощрял даже ложь, если она могла принести выгоду его изданию.

⁵⁷ Цит. по: Спиру Б. Отравители: К истории развития современной буржуазной журналистики. М.: Институт международных отношений, 1962. С. 146.

Он умел приспособливаться к меняющимся временам. Интуиция и деловая хватка подсказали ему необходимость создания газетного концерна. В 1911 году он основал информационное агентство *International News Service*, вошедшее в тройку ведущих американских информационных агентств наряду с *Associated Press* и *United Press*. В 1920-х годах корпорация Хёрста включала в себя два десятка ежедневных газет, одиннадцать воскресных изданий, две радиостанции, компанию по производству хроникально-документальных фильмов и кинокомпанию. Его *King Features Syndicate* и сегодня является крупнейшим в мире дистрибьютором комиксов. А в 1940-х годах Уильям Рэндолф Хёрст оказался в числе тех, кто развивал телевидение.

В 1934 году он совершил путешествие в Германию, где был принят Гитлером как гость и друг. После поездки в газетах этого американского медиамагната появилась серия статей против социализма, против Советского Союза и лично против Сталина, Хёрст пытался использовать свои газеты и для неприкрытой фашистской пропаганды, публикуя статьи преемника фюрера рейхсминистра Имперского министерства авиации Германа Гёринга.

В 1941 году в прокат вышла картина абсолютного дебютанта, которую с тех пор не раз называли лучшим голливудским фильмом всех времён. Создателем этого потрясающего шедевра был двадцатипятилетний Орсон Уэллс, а называлось его творение «Гражданин Кейн». Кто именно предложил ему снять фильм о газетном магнате и положить в основу фильма события из жизни Уильяма Рэндолфа Хёрста – до сих пор не выяснено. Орсон Уэллс создал в фильме не столько документально воспроизведённый портрет Хёрста, сколько обобщённую картину финансового взлёта и духовного падения человека, который начинает как защитник простых людей, но быстро становится худшим представителем оторванной от жизни элиты.

Пытаясь не допустить выхода фильма на экран, Хёрст бросил всю свою медиаимперию на ожесточенную войну с Уэллсом. В итоге «Гражданина Кейна» посмотрели только в главных городах Америки, но в провинции, особенно на Юге, сила была на стороне газет Хёрста. В итоге в прокате фильм успеха не имел, но остался в истории кинематографии как один из лучших фильмов XX века.

Всю свою жизнь Уильям Рэндолф Хёрст не расставался со своей детской мечтой воссоздать величие Европы на американской земле. Он собрал обширную и впечатляющую коллекцию произведений искусства, в которую вошли картины и скульптуры американских и европейских старых мастеров, гобелены, восточные ковры, греческие, римские и египетские древности, серебро, мебель, украшения интерьера и многое, многое другое. Большая часть этой коллекции находилась в строящемся по европейским образцам Замке Хёрста и пяти других его роскошных владениях.

Сегодня его Замок, напоминающий чем-то испанский собор эпохи платереско, – национальный исторический памятник на тихоокеанском побережье Калифорнии, примерно на полпути между Лос-Анджелесом и Сан-Франциско. А на его огромнейшей территории в сто тысяч гектар – гостевые здания в греческом и древнеримском стиле.

Уильям Рэндолф Хёрст умер 14 августа 1951 года в Беверли-Хиллз.

Принципы, разработанные им, стали ключевыми для массовых изданий, специализирующихся на слухах, сенсациях и скандалах:

1. Привлекательность для грубоватого неинтеллектуального читателя, в том числе и по стилистике изложения.
2. Взрывной характер подачи материалов, в основе которых лежит конфликт (преступление, война, коррупция и так далее).
3. Захватывающая история, способная «щекотать» нервы читателя, публикация иллюстраций сцен насилия, оружия, схем готовившихся террористических актов и тому подобного.
4. Титульный лист издания должен быть посвящён одному событию, концентрируя внимание аудитории и на подсознательном уровне приводя её к выводу, что это главное событие.
5. Идентификация читателя с обиженным, простым человеком, являющимся жертвой или свидетелем недостойных действий «плохих» людей, должна проходить через все или почти все материалы.
6. Очень важно обращение к традиционным ценностям как к главным аргументам в пользу своей точки зрения.
7. Развёртывание событий в журналистских материалах должно напоминать мелодраматический сериал, где зло бросает вызов

невинности и чистоте и, в конечном итоге, проигрывает, будучи разоблачено.

Так три «кита» нового журнализма – Джозеф Пулитцер, Джеймс Гордон Беннет-младший и Уильм Рэндолф Хёрст – определили главные сущностные черты профессиональной журналистики более, чем на столетие.

Основные черты нового журнализма

Если суммировать те руководящие идеи, которые были приняты на вооружение «отцами» нового журнализма и их предшественниками, то можно выделить ряд нормативных принципов.

Главный из них – идеология социального служения журналистики. Вот как её сформулировал, например, Уильм Рэндолф Хёрст: «Свобода слова – это не только благо, но и основа демократии – не только дар, но и гарантия свободы и безопасности – не только привилегия, но и защита свободных людей»⁵⁸. Джозеф Пулитцер считал, что «будущее Республики будет в руках журналистов будущих поколений»⁵⁹. А Джеймс Гордон Беннет-младший был уверен, что «газета может быть самым важным, самым мощным органом цивилизации, о котором когда-либо мечтал человеческий гений»⁶⁰. И он был не одинок в своих мечтаниях. Крупнейший американский историк бизнеса и финансов Джон Стил Гордон сообщает: «*The North American Review* в 1866 году заявил, что “ежедневная газета является одной из тех вещей, которые коренятся в потребностях современной цивилизации. Паровой двигатель для нас не более важен, чем ежедневное издание. Газета – это то, что связывает каждого человека с общей жизнью человечества”»⁶¹.

⁵⁸ Цит. по: Kanu A.M., Durham S.S. Processing Public Speaking: Perspectives in Information Production and Consumption. Xlibris LLC, 2014, p. 183.

⁵⁹ Pulitzer J. The College of Journalism // *The North American Review*, Vol. 178, No. 570 (May, 1904), p. 680.

⁶⁰ Цит. по: Wiener J.H. The Americanization of the British Press, 1830s–1914: Speed in the Age of Transatlantic Journalism. New York: Palgrave Macmillan, 2011, p. 51.

⁶¹ Gordon J.S. An Empire of Wealth: The Epic History of American Economic Power. New York: HarperCollins Publishers, 2004, p. 161.

Новый журнализм ставит во главу своей деятельности стремление поделиться знаниями, образами, впечатлениями, заинтересовать аудиторию непознанным. В этом варианте журналист находится рядом с аудиторией, рассматривая её как партнёра по общению, а не как объект манипуляции.

«Революции в журналистике были совершены несколькими лидерами, работавшими с невежественным населением, осознававшим лишь смутное чувство недовольства. Сейчас массы читают. Они знают свои обиды и свою силу. И жители Нью-Йорка обсуждают положение рабочих в Берлине и в Сиднее. Но ведь и капиталисты развивают своё мировое классовое чувство. Они тоже узнали силу сотрудничества.

Каково будет состояние общества и политики, скажем, через семьдесят лет, когда дети, которые сейчас учатся в школе, начнут жить полной жизнью? Должны ли мы сохранить власть Конституции, равенство всех граждан перед законом и чистоту справедливости? Или у нас будут властвовать деньги и мафия?

Ответы на эти вопросы будут во многом зависеть от того, какие идеи люди извлекут из газетных новостей»⁶².

Это строки из программной статьи Джозефа Пулитцера как нельзя лучше отражают основные идеи нового журнализма.

В основе любого материала должен лежать конфликт. Читателя нужно держать в постоянном напряжении. Будет ли его удивление вызвано чем-то чрезвычайно необычным или его интерес будет основываться на простом сочувствии к героям, попавшим в ситуацию, знакомую читателю по личному опыту, материал как говорится «выстрелит». Столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений, взглядов – всё это вызывает неподдельный интерес. Заставь человека переживать – эмоции всегда главенствуют над разумом.

Для завоевания внимания широкой аудитории адептами нового журнализма задействуются материалы человеческого интереса, призванные привлечь всеобщее внимание – спорт, отдых и развлечения, межполовые отношения, здоровье, стиль жизни и тому подобные, изложенные в облегчённой подаче включённые в сферу развлече-

⁶² Pulitzer J. The College of Journalism // The North American Review, Vol. 178, No. 570 (May, 1904), p. 679.

ний. Как отмечали современники зарождающегося нового журнализма, эти издания «обладают настолько ненормальным зрением, что иногда могут видеть то, чего не существует. Их желания и стремления иногда преодолевают холодность рассудка, и то, что они хотят увидеть, обнаруживается именно там, где они хотят это найти. Они хотят, чтобы это было так, но находят желаемое в такой нематериальной форме, которую не может обнаружить ни один другой глаз, ни один другой разум не находит оснований подозревать её присутствия»⁶³.

Человеческий интерес – это эмоциональный фон любого повествования. Понять потребности и предпочтения местной аудитории – значит, добиться внимания с её стороны. Ещё Джеймс Гордон Беннет-старший это понял, уточнив: «Газеты – простые распространители знаний – должны будут подчиниться судьбе и исчезнуть. Оригинальный журналист будет иметь значительно большую и вдумчивую аудиторию, чем когда-либо»⁶⁴. Телеграф убьёт газеты или, по крайней мере, положит начало дарвиновской борьбе за их выживание, поскольку станет более эффективным способом передачи информации, – считал он. И его сын принял на вооружение мысль Джеймса Гордона Беннета-старшего, возведя в принцип идею человеческого интереса. Для этого-то он и привлёк к сотрудничеству со своей газетой выдающихся американских писателей, способных превратить информационное сообщение в захватывающую историю.

«Если газета должна приносить реальную пользу населению, то она должна иметь большой тираж: во-первых, потому что её новости и комментарии должны прочесть как можно большее число людей; во-вторых, потому что тираж означает рекламу, реклама – деньги, а деньги – независимость»⁶⁵, – любил повторять Джозеф Пулицер. Важнейшими составляющими успеха у читателей, а, следовательно, и высокой тиражности, он считал краткость, юмор, сатириче-

⁶³ Seeing Nonexistent Things // The Washington Post, 18 June 1899.

⁶⁴ Цит. по: Blondheim M. News Over the Wires: The Telegraph and the Flow of Public Information in America, 1844-1897. Cambridge: Harvard University Press, 1994, p. 37.

⁶⁵ Цит. по: Juergens G. Joseph Pulitzer and the New York World. Princeton: Princeton University Press, 1966, p. 16.

скую направленность, оригинальность, литературизацию новости, хороший стиль, рассудительность и точность. Ещё один принцип нового журнализма, выведенный им как непреложный закон, – «возродить идею сенсационности, приданием первостепенного значения и необычных заголовков материалу. Важна, в конце концов, загадочная история, а не серьёзный вопрос»⁶⁶.

И, конечно же, близость рассказываемой журналистом истории читательской аудитории. Это, разумеется, и местная проблематика, но это и близость на эмоциональном уровне. Люди жаждут историй, к героям которых они могут отнести себя. И даже если журналист ошибается в интерпретации фактов и событий или даже в их изложении, то это лишь сближает его с аудиторией. Как говорил Уильям Рэндолф Хёрст: «Не бойтесь ошибиться, это может понравиться вашим читателям»⁶⁷.

«Причина, по которой старая журналистика не любит новую, в том, что мы получаем новости, независимо от того, сколько они нам стоят»⁶⁸, – злорадствовала *The New York Journal*. Купив эту газету в ноябре 1895 года, потратив большие деньги на улучшение её производства и, особенно, на приобретение талантливых редакторов и репортёров, главным образом у своего главного конкурента Джозефа Пулитцера, Уильям Рэндолф Хёрст искренне полагал, что деньги способны сотворить чудеса и в мире журналистики.

Не бояться не только ошибок в поиске истины, но и фейковости, – ещё один его принцип, который разделяют все, кто исповедует новый журнализм. Фейковыми принято называть новости или истории, созданные для того, чтобы преднамеренно дезинформировать читателей. А дезинформация нужна, чтобы вызвать живой интерес читателей. Идеальная газета, по мнению Уильяма Рэндолфа Хёрста, вызывает следующую реакцию: «Когда читатель смотрит на первую страницу, то удивляется: “Ну и дела”». Когда он переходит на вторую

⁶⁶ Цит. по: Juergens G. Joseph Pulitzer and the New York World. Princeton: Princeton University Press, 1966, p. 45.

⁶⁷ Цит. по: Fay J. City of Flickering Light. New York: Gallery Books, 2019, p. 292.

⁶⁸ Truth's about the Old Journalism // *The New York Journal*, 2 February 1897.

страницу, то шепчет: “Святой Моисей”. И когда он добирается до середины газеты, то восклицает: “Бог Всемогущий”»⁶⁹.

Для этого требуются пугающие заголовки огромными буквами, за которыми скрывается незначительная новость, щедрое использование фотографий или рисунков, псевдонаучность и обилие комментариев от так называемых экспертов, подача информации через комиксы и инфографику и, конечно же, драматическое сочувствие «неудачнику», который идёт против системы⁷⁰. Этот тип изданий «оказался бесстрашным и эффективным инструментом для разоблачения социальных правонарушений»⁷¹, публикуя наряду с вымышленными историями реальные разоблачения коррумпированных градоправителей.

Война за аудиторию породила ещё один термин, прочно вошедший в дальнейшие журналистиковедческие исследования.

Жёлтую журналистику *The New York Press* сначала назвала «обнажённой журналистикой», поскольку «газеты Хёрста и Пулитцера не имеют ни стыда, ни совести»⁷². Первое употребление термина «жёлтая журналистика» зафиксировано тоже в *The New York Press* 31 января 1897 года. Авторство принадлежит её строгому и привередливому редактору Эрвину Вардману, многократно заявлявшему о своих правах на это словосочетание, но всякий раз обходившемуся без объяснений, что именно этот термин означает: «Мы назвали их жёлтыми, потому что они жёлтые»⁷³.

Уильям Рэндолф Хёрст, принявший этот термин, попытался охарактеризовать жёлтую журналистику как «правдивую журналистику агрессивного, а не негативного характера»⁷⁴. А Артур Брисбен, один

⁶⁹ Цит. по: Ramirez S.A. *A Clash of Titans*. San Luis Rey: The Tentacled Press, 2010, p. 20.

⁷⁰ См.: Mott F.L. *American Journalism: A History: 1690-1960*. New York: The Macmillan Company, 1962, 901 p.

⁷¹ Brooks S. *The American Yellow Press* // *Fortnightly Review* 96 (December 1911), pp. 1136–1137.

⁷² Untitled editorial page comment // *The New York Press*, 21 January 1897.

⁷³ *On the Tip of the Tongue: Where ‘Yellow Journalism’ Came From* // *The New York Press*, 1 March 1898; *Cowardice as a Philosophy* // *The New York Press*, 14 March 1898.

⁷⁴ *Hearst Defends So-called Yellow Journals* // *Fourth Estate*, 13 September 1902.

из лучших редакторов Уильяма Рэндолафа Хёрста, иронично заметил, что «всё, что является новаторским и успешным журналистике можно отнести к жёлтой прессе»⁷⁵.

Но, хотя *The New York Press* по своим принципам работы с информацией мало отличалась от ругаемых ею изданий, она, тем не менее, была убеждена, что жёлтая журналистика скоро «практически исчезнет из газетных киосков. До свидания, и никаких сожалений!»⁷⁶.

«И солнце на небесах жёлтое – солнце, которое является для этой земли тем же, чем *The New York Journal* для американской журналистики»⁷⁷, – парировал Уильям Рэндолаф Хёрст. И в этом его утверждении просматривается ещё один значимый для всего нового журнализма принцип: знай себе цену, гордись своим изданием и сообщай об этом читателям при каждом удобном случае. Ведь, как цинично заявлял Уильям Рэндолаф Хёрст, «выпускать газету без раскрутки – всё равно что подмигивать девушке в темноте – дело хорошее, но безрезультатное»⁷⁸.

Целевая аудитория у каждого издания своя, она может отличаться по возрастному, половому, географическому и социальному признакам. Необходимо определиться, для кого пишут журналисты, чьи интересы они отстаивают в своих материалах.

В соответствии с революционной концепцией Джозефа Пулитцера, газеты должны быть дешёвыми, должны быть написаны чётко и кратко, и должны активно продвигаться в интересах общества. Журналистика шла вперёд, движимая стремлением охватить растущее население технологическими инновациями, которые улучшили способы получения и распространения новостей – печатная машинка, телефон, полутонная гравировка иллюстраций, печатные станки... Но этого было мало, чтобы заинтересовать широкую аудиторию. «На Пауэлл-стрит есть водитель – он заводит свою машину в три часа ночи и, ожидая сигнала к началу рабочего дня, открывает утреннюю газету. Думай о нём, когда пишешь историю. Не пиши ни одной стро-

⁷⁵ Yellow Journalism's Defined // Editor and Publisher, 20 January 1917.

⁷⁶ Fall of Yellow Journalism // The New York Press, 28 March 1897.

⁷⁷ A Large Observer of a Large Thing // The New York Journal, 13 May 1898.

⁷⁸ Цит. по: Traxel D. 1898: The Birth of the American Century. New York: Vintage, 1999, p. 7.

ки, которую он не сможет понять, а потому и не прочитает»⁷⁹, – поучал своих сотрудников Уильям Рэндоф Хёрст.

Но не менее важна для читателя и стилистика, в которой написан материал. «Ни в одной профессии искусство письма не является более важным, чем в журналистике, которая ежедневно выпускает литературу – эфемерную, правда, и в значительной степени плохую, но всё же литературу миллионов. Тем не менее, один стиль не будет отвечать многочисленным требованиям газеты. Для каждого вида работ должен быть свой – полемический, описательный, аналитический, литературный, сатирический, критический, повествовательный – и разум редактора, как обученное музыкальное ухо, должен уметь распознавать каждую ноту газетной симфонии»⁸⁰.

Профессиональный рост может обеспечить только специализация, каждую тему должен освещать тот, кто хорошо знает её. Значит, должны быть соответствующие учебные заведения, готовящие таких специалистов. «Единственная позиция, приходящая мне в голову, которую человек в нашей Республике может успешно занять благодаря простому факту рождения, – это идиот. Есть ли какое-либо другое положение, для которого человек не получает образования – обучение ли на дому, обучение ли в школах и колледжах, обучение ли у мастеров или обучение на горьком опыте – через ожоги, которые заставляют ребёнка бояться огня, через грубые ошибки, дорого обходящиеся нам?»⁸¹ – размышляет Джозеф Пулитцер, обосновывая свою идею создания Колледжа профессиональной журналистской подготовки.

И, конечно же, начинающим свой путь в профессии требуется наставничество, позволяющее подготовить свежие кадры для работы в печатных изданиях. «Если бы двадцать самых способных редакторов в стране согласились поочередно один или два раза в год анализировать и критиковать газету, выпущенную студентами Колледжа,

⁷⁹ Цит. по: DeFleur M.L., Dennis E.E. Understanding mass communication. Boston: Houghton Mifflin, 1988, p. 50.

⁸⁰ Pulitzer J. The College of Journalism // The North American Review, Vol. 178, No. 570 (May, 1904), p. 664.

⁸¹ Pulitzer J. The College of Journalism // The North American Review, Vol. 178, No. 570 (May, 1904), p. 642.

делясь своими мыслями и опытом, то учащиеся получили бы пользу не от одного наставляющего их ума, а от двадцати, и это лучшее, что может быть в профессиональном становлении. При такой практике и под такой экспертной критикой журналист будет подготовлен к работе так же, как молодой офицер готовится к сражениям с помощью военных маневров»⁸².

Джозеф Пулитцер был уверен, что Колледж поднимет журналистику до уровня науки и разовьёт классовое чутьё среди журналистов. Он надеялся, что школы журналистики будут общепринятыми мировыми практиками как особенность специализированного высшего образования, такого как юридические или медицинские школы, и что журналистские элиты объединятся, чтобы изгнать «чёрную овцу» из профессии.

Итак, вот основные принципы нового журнализма.

1. Журналистика должна служить общественным интересам.
2. Издание должно иметь большой тираж.
3. Журналист видит в читателях друга, а не объект манипуляции.
4. В основе любого материала должен лежать конфликт.
5. Не бойся ошибок в поиске истины.
6. Эмоции всегда главенствуют над разумом.
7. Фейковая новость – это тоже новость.
8. Когда пишешь историю, думай о том, чтобы быть понятым самым малограмотным читателем.
9. Люди жаждут историй, к героям которых они могут отнести себя.
10. Обращайся к традиционным ценностям как к главным аргументам в пользу своей точки зрения.
11. Развёртывание событий в журналистских материалах должно напоминать мелодраматический сериал.
12. Журналист должен писать так, чтобы его произведение читалось как хорошая литература.
13. Издание газеты – дело слаженного коллектива профессионалов, специализирующихся каждый в своей области.

⁸² Pulitzer J. The College of Journalism // The North American Review, Vol. 178, No. 570 (May, 1904), p. 677.

14. Журналист должен иметь прочную научную и образовательную базу.

15. Знай себе цену, гордись своим изданием и сообщай об этом читателям при каждом удобном случае.

2. Приёмы нового журнализма

Трансформация отношения к аудитории

Идея создания общедоступной газеты возникла в середине XIX века. Среди тех, кто был в числе первых экспериментаторов, – *The Hawk and Buzzard* (1826–1833), удерживавший свою аудиторию в течение шести лет публикацией сплетен, *The Spirit of the Times* (1831–1856), двадцать пять лет писавший под девизом «покажи миру, что такое глупость» о ландшафтном дизайне, рыбалке, бейсболе, крикете, боксе, охоте на лис, скачках, гребле, яхтинге, литературе и сценическом искусстве.

Смерть Хораса Грили в 1872 году, Чарльза Даны в 1897 году и Эдвина Лоуренса Годкина в 1902 году ознаменовала конец личной журналистики, отражавшей характер и политику её редакторов и часто игнорировавшей проблемы тиража. Теперь газетчики экспериментировали с первой полосой – подачей сенсационной информации, многоколоночными заголовками, иллюстрациями и множеством других приёмов, чтобы привлечь новых читателей, но они понимали, что их успех или неудача будут в значительной степени зависеть также и от содержимого внутренних страниц. Можно очень привлекательно оформить первую полосу, но пока люди больше интересуются спортом, модой, комиксами, советами для влюблённых и тому подобным, привлекательная главная полоса с жёсткими новостями сама по себе только начало. Необходимо было газету для всех превратить в газету для каждого.

Бенджамин Генри Дэй (1810–1889) во время экономической депрессии 1833 года начал выпускать *The New York Sun*. Он полагал, что дешёвое издание – penny press – окажется популярным в трудные времена среди тех иммигрантов, которые не могут позволить себе платить шесть центов за номер. Он оказался прав, и его газета обрела мгновенный успех.

Его нововведения коснулись подачи новостей, рекламы и распространения *The New York Sun*.

Бенджамин Дэй расширил определение новостей, введя новый смысл сенсаций, который стал определяться как зависимость от человеческих историй. Всё – и мясник, и пекарь, и сапожник, и любовница, и проститутка – были для него новостями. Он сделал акцент на жизни простого человека, не находившем отражение в политической, образовательной и социальной информационной повестке солидных изданий. Его формула состояла в том, чтобы смешать истории убийств, катастроф и любви с элементами пафоса и приоткрыть «человеческую» сторону новостей.

В девяти случаях из десяти истории были связаны с преступностью, опиравшейся на людские слабости и ошибки. *The New York Sun* превращала их в повод обсудить социальные проблемы.

В воскресенье 25 июля 1841 года мисс Мэри Сесилия Роджерс, работавшая сексуальной приманкой для покупателей в табачной лавке Джона Андерсона, исчезла из дома. Наутро её мать дала в *The New York Sun* объявление с просьбой, чтобы тот, кто видел Мэри, связался с ней. Через несколько дней тело пропавшей девушки было найдено в реке Гудзон: её изнасиловали и задушили полоской ткани, оторванной от её же платья.

Хотя убийца так и не был задержан, история, рассказанная *The New York Sun*, превратилась в сенсационное таинственное преступление, ставшее основой для «Загадки Марии Родже» Эдгара Аллана По. А сам Бенджамин Дэй воспользовался гибелью мисс Мэри, чтобы осудить использование девушек в качестве секс-аттракционов в розничных магазинах.

Он произвёл настоящую революцию и в рекламе, во-первых, внедрив политику авансовых платежей, а во-вторых, создав рубрику «Требуется помощь» для объявлений рабочих.

И, наконец, он наполнил атмосферу города пронзительными криками мальчишек, разносящих свои газеты по улицам. 4 сентября 1833 года десятилетний Барни Флаэрти отвечает на объявление в *The New York Sun* – «Поможем безработным найти работу» – и становится одним из первых распространителей газеты. Газетчики не были сотрудниками редакций. Они приобретали газеты у оптови-

ков и продавали их в розницу. Непроданные экземпляры назад не принимались. Дэй брал с газетчиков шестьдесят семь центов за сотню экземпляров, если они платили наличными, и семьдесят пять центов, если они брали газеты в кредит.

Новости стали краеугольным камнем нового журнализма: газеты предоставляли людям голые факты, необходимые для принятия самостоятельных решений, поскольку мнения американских журналистов для общества мало ценны; читатели готовы составить своё собственное мнение о мире, а потому газеты делают добро, когда они передают новости, и наносят вред, когда они комментируют их⁸³.

Эти смелые трансформации в информационном пространстве и позволили поборникам нового журнализма изменить своё отношение к читательской аудитории. Для них новостью, достойной печати, становилась «любое до сих пор незавершённое событие, которое включает в себя нарушение какой-либо одной из Десяти заповедей, а если оно включает в себя нарушение V, VI, VII, VIII или IX заповедей и тех людей, чьи имена люди слышали и чьи поступки их особенно интересуют, поскольку их официальное и социальное положение вознесло их на самую вершину общества, тогда это хорошая новость»⁸⁴.

Вот эти заповеди: V. Почитай отца твоего и мать твою, чтобы продлились дни твои на земле; VI. Не убивай; VII. Не прелюбодействуй; VIII. Не кради; IX. Не произноси ложного свидетельства на ближнего твоего.

Джон Элберт Кокрил (1845–1896), редактор газеты *The New York Morning*, давший столь яркое определение новости, также объяснил Америке, что «местные новости – это основа журналистского успеха»⁸⁵.

⁸³ См.: Balch A. English and American Newspapers // Lippincott's Monthly Magazine No.48 (July), 1891, pp. 87–93; Parton J. American Newspaper Press // North American Review No.102 (April), 1866, pp. 373–419.

⁸⁴ Cockerill J.A. Some Phrases of Contemporary Journalism // Cosmopolitan Magazine, No.13 (October), 1892, p. 699.

⁸⁵ Cockerill J.A. How to Conduct a Local Newspaper // Lippincott's Monthly Magazine, No.58 (September) 1896, p. 397.

Сын бригадного генерала, он мальчишкой прошёл Гражданскую войну, в восемнадцать лет стал редактором *The Dayton Daily Ledger*; в 1876 году корреспондентом *The Enquirer* отправился на русско-турецкую войну, затем стал редактором *Saint Louis Post-Dispatch*, принадлежавшей Джозефу Пулитцеру. Его газетная карьера продолжилась в пулитцеровской *The New York World* и в *The New York Herald* Джеймса Гордона Беннета. Одно из его последних назначений было в 1891 году – на Дальнем Востоке Джон Элберт Кокрил стал специальным редактором *The New York Advertiser*. Его письма из Японии, где он работал репортёром *The New York Herald*, – один из лучших образцов англоязычной публицистики. За вклад в культурную жизнь своего государства и пропаганду духовного наследия император Японии присвоил ему Орден Священного Сокровища.

Он был уверен, что «газеты будут развивать своё совершенство, станут более смелыми, усердными, влиятельными и преданными делу улучшения своей профессии и общества»⁸⁶.

Между тем, читательская аудитория из адресата информационного потока быстро превращалась в источник информационного потока: газеты начали рассказывать людям о них же самих, их тайных страстях и пороках. И общество приняло это, поскольку эмоциональный накал новостей резко возрос, тогда как зарождающееся индустриальное общество превращало жизнь каждого работника в монотонный рутинный процесс, лишаящий человека возможности получать новые переживания.

Изменяющая среда, – скрупулёзно фиксирует ситуацию в очерках о трущобниках рубежа веков Джек Лондон, – «создаёт отупляющую атмосферу апатии, которая засасывает людей и гасит в них всё живое»⁸⁷. К этому добавляется «полная неуверенность в завтрашнем дне и страх перед будущим, – надо сказать, весьма обоснованный. Человек чувствуя себя несчастным, ищет облегчения своим мукам»⁸⁸.

Профессионалы среднего класса, в том числе журналисты, были уверены в своей способности решить проблемы эпохи, создать иде-

⁸⁶ Cockerill J.A. The Newspaper of the Future // Lippincott's Monthly Magazine 50 (August), 1892, pp. 222.

⁸⁷ Лондон Д. Люди бездны // Собр. соч.: в 14 т. Т. 3. М.: Правда, 1961. С. 32.

⁸⁸ Лондон Д. Люди бездны // Собр. соч.: в 14 т. Т. 3. М.: Правда, 1961. С. 179.

альное общество, в котором преобладают справедливость, благополучие и добродетель, и вселяли эту уверенность в своих читателей. Пресса предлагала материалы «направленные на то, чтобы повлиять на поведение аудитории, рассказывая о личных распутствах и используя сенсационные приёмы, и в этом была их целесообразность отвлечения внимания или успокоения возникающих в обществе волнений»⁸⁹. Уильям Мортон Пейн, которому принадлежат эти слова, был американским педагогом, литературным критиком и исследователем общественных отношений, знавшим ситуацию в новом журнализме не понаслышке: на рубеже XIX-XX веков он работал на руководящих должностях в *The Chicago Morning News*, *The Chicago Evening Journal*, *The Dial* и писал для *The Forum*, *The Bookman*, *The Harper's Weekly*, *The Atlantic Monthly*, *The Music*, *The New England Magazine* и *The International Monthly*.

Продавая свою рабочую силу, человек начинает ощущать свою уязвимость в обществе. Ведь как отмечал немецкий социолог, психолог и философ Эрих Фромм: «Если качества, которые может предложить человек, не используются и не пользуются спросом, то у него нет вообще никаких качеств: точно также и товар, который нельзя продать, ничего не стоит, хотя и обладает стоимостью»⁹⁰. И тогда, по мысли российского философа Всеволода Давидовича, «разобщённость людей порождает внутренний разлад в самой личности, её разорванность, дисгармоничность, ощущение утраты своего “Я” и личной свободы»⁹¹.

Эпиграфом к своей работе «Бегство от свободы», анализирующей причины возникновения в обществе чувства неуверенности, тревоги и отчужденности, Эрих Фромм ставит слова: «Если я не стою за себя, то кто встанет за меня?»⁹².

Именно такой подход становится базовым для нового журнализма. Дифференцировав свою аудиторию на мужчин и женщин,

⁸⁹ Payne W.M. What a Daily Newspaper Might Be Made // *The Forum* 16 (November) 1893, p. 364.

⁹⁰ Фромм Э. Бегство от свободы. М.: Прогресс, 1989. С. 107.

⁹¹ Давидович В.Е. Проблемы человеческой свободы. Львов: Львовский ун-т, 1967. С. 63.

⁹² Фромм Э. Бегство от свободы. М.: Прогресс, 1989. С. 3.

на богатых и бедных, на коренных жителей Америки и иммигрантов, на представителей различных социальных групп и маргиналов пресса стала искать подход к каждому в отдельности, убеждая в том, что его не оставят в беде.

И всем вместе журналисты уверенно внушали, что «Республика Соединённых Штатов станет величайшей нацией земли уже в недалёком будущем, – великой в широкой демократии своего правительства, в простоте своих институтов, в возможностях, которые она предлагает одинаково богатым и бедным, своим и иностранцам, отличной от всех государств среднестатистическим умом, образованием, утончённостью и нравственностью своего народа, а также величайшей своей газетной прессой; вне сомнений, американская газетная пресса будет стоять во главе журналистики всех стран мира»⁹³.

И это были не пустые рекламные обещания, а твёрдая уверенность в изменяющейся функции печати. Америка в этот период уже воспринимала газету как специфический и очень эффективный инструмент для улучшения общества и исправления недугов. А среди профессионалов всё чаще разворачивались дискуссии о том, является ли журналистика лишь бизнесом, который направлен на получение прибыли, или это профессия, которая стремится служить обществу и продвигать демократию.

Подчёркивая возросшую роль прессы в обществе конца XIX века, Чарльз Дана писал: «Посмотрите на священнослужителя. Он проповедует два или три раза в неделю, и у него в собрании двести, триста, пятьсот, или, если он очень популярный оратор в большом городе, может быть даже тысяча слушателей; но газетчик сильнее, потому что его слушает полмиллиона или миллион человек; и его проповедь звучит не только по воскресеньям, но и каждый день. Он повторяет и повторяет свои идеи снова и снова, пока, наконец, это не закрепляется в сознании людей от простой привычки слышать это не критикуя, не спрашивая, действительно ли это так. Газетное изречение утвер-

⁹³ Cockerill J.A. The Newspaper of the Future // Lippincott's Monthly Magazine 50 (August), 1892, p. 224.

ждается в их сознании как Истина и принимается за Евангелие; хотя, возможно, это вовсе и не Евангелие»⁹⁴.

Согласно исследованиям доктора философии Ясмин Даббоус⁹⁵, тридцать процентов журналистов на исходе 1890-х годов склонялись к тому, что главная миссия газет – сообщать новости, тридцать семь процентов полагали что журналистика должна бороться с коррупцией и/или служить обществу, а ещё тридцать три процента уверяли, что единственная цель журналистики – зарабатывать деньги. Но несмотря на такое разделение представлений о роли прессы, все служители нового журнализма принялись активно воздействовать на общественное мнение, применяя сходные приёмы.

Структурируя итоговые результаты сложившегося на рубеже XIX–XX веков отношения к формированию информационного потока, российский исследователь современного медиапространства Роман Баканов вычленяет в качестве критериев отбора событий для медиа новизну, свежесть, пространственную близость, масштаб события, известность упоминаемой персоны, наличие конфликта, необычность произошедшего и человеческий интерес, а в параметры новостной ценности включает актуальность, оперативность, важность, общезначимость, близость аудитории, яркость и необычность события, его персонифицированность, «звёздность», драматизм и экзистенциальность⁹⁶.

Спорт

«Характер взаимоотношений спорта со СМИ был с 1830-х годов отчётливо очерчен формирующимися контурами американского капитализма. С одной стороны, большая часть спорта и практически все средства массовой информации были организованы как коммерческие предприятия. Многие в отношениях спорта с прессой может быть понято только через постоянное осознание того, что каждое

⁹⁴ Dana C. Journalism: A Lecture Delivered to the Students of Union College // The McClure's Magazine, No.4, 1895, p. 556.

⁹⁵ Dabbous Y.T. "Blessed be the Critics of Newspapers": Journalistic Criticism of Journalism 1865-1930. Baton Rouge: Louisiana State University, 2010, pp. 77–78.

⁹⁶ См.: Баканов Р.П. Making news: искусство создания медиамира. Казань: Казан. ун-т, 2020. С. 50.

из этих учреждений в первую очередь стремится к экономической выгоде и состоит в конкуренции друг с другом. С другой стороны, спорт становится институтом, особенно хорошо подходящим в культурном и идеологическом отношении, во-первых, для зарождающегося капитализма, а во-вторых – и это гораздо значимее – для зрелого корпоративного капиталистического общества двадцатого века»⁹⁷, – отмечает американский теоретик медиакультуры и массовых коммуникаций Роберт МакЧесни.

Разумеется, и до 1830-х годов спорт попадал на страницы печати, но тогда специализированные журналы освещали главным образом скачки и бокс, а газетные материалы о спорте носили эпизодический характер и, как правило, были сосредоточены на событиях с более широким социальным контекстом. В поле зрения журналистов попадали такие состязания, как гонка между лошадьми с Севера и Юга или боксерский поединок между американскими и британскими бойцами.

В этом, вне всякого сомнения, сказалось историческое наследие: только в 1783 году Британия признала Соединённые Штаты Америки самостоятельным, независимым государством, а до этого они были в колониальной зависимости от англичан. Между тем, как указывают российские исследователи Константин Алексеев и Сергей Ильченко, «один из первых в мире спортивных репортажей был опубликован в январском номере английской газеты “Протестантский Меркурий” за 1681 год. Это был небольшой информационный отчёт о боксёрском поединке между грумом герцога Альбемаровского и мясником»⁹⁸.

Но только в середине XIX века происходит массовое рождение различных видов спорта. Список лидеров в этой сфере, по подсчётам исследователя теории и технологии спортивной подготовки Виктора Якимовича, возглавили Англия, Франция, Германия и США⁹⁹. Рост общественного интереса к спортивным состязаниям стимулирует по-

⁹⁷ McChesney R.W. Media Made Sport: A History of Sports Coverage in the USA // Media Sport and Society. London: Sage, 1989, pp. 49–50.

⁹⁸ Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Спортивная журналистика. М.: Юрайт, 2013. С. 19.

⁹⁹ См.: Якимович В.С. Культура в мире спорта. М.: Советский спорт, 2006. 164 с.

явление не только узкоспециальных изданий, но и возникновение рубрикаций на страницах массовых изданий. В России, кстати, «первое отечественное спортивное издание – “Еженедельник для охотников до лошадей” стало выходить в Москве с 1823 года. С 1842 года там же начал выпускаться журнал “Коневодство и конный спорт”, а с 1859 года в Петербурге – “Шахматный листок”. В конце XIX века спортивные издания появились и в других городах – Киеве, Одессе, Риге, Саратове, Туле»¹⁰⁰.

Издатели искали такой контент, который был бы популярен в массах. Спорт идеально подходил для этого. *The New York Herald* Джеймса Гордона Беннета одним из первых начал освещать на своих страницах спортивные состязания. *The New York World*, принадлежащая Джозефу Пулитцеру, стала первой американской газетой с собственным спортивным редактором. Это случилось в 1883 году. В 1895 году *The New York Journal*, принадлежащий Уильяму Рэндолфу Хёрсту, открыл специальный спортивный раздел на своих страницах.

6 апреля 1896 года были возрождены Олимпийские игры, в которых приняли участие 241 спортсмен-мужчина из 14 стран. 80 000 зрителей собралось на церемонии открытия олимпиады в Афинах, которая проходила на Панафинейском стадионе. Накануне *The Los Angeles Herald* сообщала: «Большинство людей в спортивных кругах США слышали о плане возрождения древнегреческих олимпийских соревнований, обнаруженном энергичным французом бароном Пьером де Кубертенем. Миниатюрный 34-летний барон верит в интеграцию интеллектуальной дисциплины со спортивной деятельностью. Он задумался о том, чтобы объединить мир с помощью спорта и лёгкой атлетики»¹⁰¹. Бостонские газеты гордились своей командой, которая приняла участие в состязаниях. А канадская *The Manitoba Morning Free Press* со ссылкой на лондонскую газету сообщала о дальнейшей судьбе игр: «Президент международного комитета Олимпийских игр Кубертен рассказал *The Times*, что игры 1900 года пройдут в Париже, а в 1904 году комитет будет выбирать между Нью-

¹⁰⁰ Михайлов С.А., Мостов А.Г. Спортивная журналистика. СПб.: Михайлов В.А., 2005. С. 11.

¹⁰¹ The Olympic Games // The Los Angeles Herald, 4 April 1896.

Йорком, Берлином и Стокгольмом. По его словам, первоначальный план доставки игр в разные точки мира будет соблюден»¹⁰².

Однако журналисты на исходе XIX века не только освещали события в мире спорта, но и становились инициаторами их проведения.

В 1894 году самый популярный в те времена парижский журнал *Le Petit Journal* по инициативе его редактора Пьера Жиффара организовал первую в истории гонку автомобилей от Парижа до Руана. Объявление об этом издание поместило за год до состязаний¹⁰³. Мало кто тогда надеялся, что машины доедут до конечной цели, поэтому гонки эти называли «Проверка надёжности».

Спортивные мероприятия к тому времени уже были опробованной и проверенной формой рекламного трюка и стимулятора для повышения тиража. В 1867 году в английском Манчестере пара «самоходных дорожных вагонов», как тогда называли автомобили, выясняли, кто из них быстрее. В 1887 году *La Vélocipède* проводил автомобильные гонки на берегу реки Сены в Париже. Эта гонка была длиной около 2 км и в ней участвовал всего один автомобиль фирмы *De Dion-Bouton*. Жорж Бутон, первый в истории гонщик, разумеется, выиграл. Да и *Le Petit Journal* уже организовывал велосипедные гонки. Но всё это было на небольшие расстояния. А тут предполагался автопробег на 126 километров.

Газета рекламировала гонки как «конкурс журнала *Le Petit* для лошадиных экипажей без лошадей», которые были «не опасны, просты в управлении и дешёвы во время путешествия». Главный приз должен был получить «участник, автомобиль которого ближе всего к идеалу». И, разумеется, всё предпринималось исключительно «для наших читателей, которые хотят видеть автомобили на дорогах вокруг Парижа».

Бензиновые автомобили в то время пребывали в совершенно младенческом возрасте: их первые экземпляры построили в 1886 году два немца – Карл Бенц и Готлиб Даймлер, независимо друг от друга.

О желании участвовать в этой проверке заявили 102 гонщика, но на старт 22 июля 1894 года вышел лишь 21 участник. Выдержали ис-

¹⁰² The Olympic Games // The Manitoba Morning Free Press, 30 April, 1896.

¹⁰³ Terre J. Le concours du «Petit Journal» en 1894 // Le Petit Journal, 19 December 1893.

питание лишь 17 автомашин. Первым до Руана доехал паровой трактор фирмы *De Dion-Bouton*. Он прибыл в Руан через 6 часов и 48 минут (в настоящее время достаточно 1 часа и 15 минут) со средней приблизительной скоростью 19 км/ч. Но жюри не стало рассматривать его успех и победу, поскольку он нарушил правила, будучи двухместным и паровым, и первый приз присудили прибывшим к финишу следом за *De Dion-Bouton* автомобилям *Peugeot*, использующему двигатель компании Даймлера, и *Panhard & Levassor*.

Следующее французское состязание состоялось год спустя по инициативе *Automobile Club de France*. Участники проехали уже 1000 километров от Парижа до Бордо и обратно. Хотя первым приехал в автомобиле собственного изобретения Эмиль Левассор, его успех не признали, потому что он ехал на двухместном автомобиле. Тогдашние автомобилисты такой агрегат автомобилем не считали, и победу опять присудили *Peugeot*.

Джеймс Гордон Беннет переехал в Париж в 1887 году и почти сразу же выступил с идеей организации международного конкурса между представителями национальных автомобильных клубов. Он заказал трофей, который передал в распоряжение *Automobile Club de France* и поручил ему разработать технические правила для соревнований и организовать первое мероприятие.

В июне 1900 года был намечен старт первой международной автомобильной гонки Париж-Лион, которая должна была дать ответ на простой вопрос: в какой стране делают автомобили мощнее, быстрее и надежнее?¹⁰⁴ Идея была такой: каждая страна должна представить свои лучшие автомобили, которые должны были быть изготовлены в полном объёме в стране, которую они представляли. Именно тогда автомобили выкрасили в национальные «гоночные» цвета. Французские машины были ярко-синими, английские – зелёными, немецкие – белыми, американские машины почему-то решили выкрасить в красный цвет, а итальянские – в чёрный.

Правда, для того, чтобы гонка всё же состоялась, потребовалось приложить немало усилий. За пару месяцев до намеченной для старта даты была проведена гонка на мотоциклах из Парижа в Рубе. Это состязание было омрачено многими инцидентами, в том числе

¹⁰⁴ См.: Handicap Golf at Lakewood // The New York Times, 25 March 1900.

столкновением двух участников, в результате которого два зрителя получили ранения. Одним из них была жена заместителя Департамента Сены. Сразу же после этого в Департаменте Сена был введён запрет на автоспорт, который Министерство внутренних дел Франции тут же распространило на всю страну. Только за два дня до начала международной автомобильной гонки организаторам удалось убедить все местные власти разрешить гонке проходить через их территорию.

Британский журнал *Autocar* предложил проложить трассу по прямой линии, чтобы ускорить процесс получения разрешений и минимизировать вероятность потери иностранных участников. И всё же проблемы остались: гонщикам не была предоставлена карта с подробным описанием точного маршрута, на трассе не было указателей, толпа зрителей и домашний скот выбегали на дорогу, неожиданные препятствия в виде жёлоба, пересекающего дорогу, или своры собак, на бегу врезающихся в машины, серьёзно ломали автомобили¹⁰⁵ ...

В состязаниях приняли участие пять автомобилистов: три представляли Францию, один – Бельгию и один – Соединённые Штаты Америки. Ещё двое – представители Германии и США – сняли свои кандидатуры перед самым стартом¹⁰⁶. Первым пришёл француз на *Panhard*, а американский *Winton* оказался самым медленным и сошёл с дистанции.

Подводя итоги соревнований, американский журнал *The Horseless Age* сообщил, что «в США создаётся впечатление, что гонка была очень плохо организована, что к ней недостаточно подготовлены и что её следует рассматривать как провал»¹⁰⁷.

Потом будут организованные Джеймсом Гордоном Беннетом и его европейским изданием *The New York Herald – The Paris Herald* – международные гонки на воздушных шарах и гоночных самолётах, чемпионат США по теннису и кубки Франции по футболу, гольфу и яхтингу. И всё же самым популярным долгожителем окажется именно

¹⁰⁵ См.: «Autos» Death to Dogs // Boston Evening Transcript, 14 July 1900.

¹⁰⁶ См.: La Coupe Bennett // La Petit Parisien, 15 June 1900.

¹⁰⁷ Heldt P.M. The Gordon Bennett International Cup Race // The Horseless Age, No.14 (4 July 1900), p. 14.

мотоспорт. Международные автомобильные гонки до 1905 года проводились ежегодно на различных трассах Франции, Австрии, Ирландии и Германии, после чего *Automobile Club de France* организовала первый заезд на автомобильный гран-при, эволюционировавший с 1950 года в соревнования болидов «Формулы-1».

В США автомобильная промышленность зародилась в 1890-е годы и уже в середине 1900-х американский автопром стал крупнейшим в мире по объёму производства.

Самая первая американская автогонка была организована в 1895 году в Чикаго по инициативе газеты *Chicago Times-Herald*. О желании выйти на трассу, протяжённостью 90 километров – от Чикаго до Эванстона и обратно, заявили 83 экипажа, но 76 из них так и не смогли добраться до старта. Да и те, что приехали в этот город, столкнулись с непредвиденными сложностями: полицейские останавливали участников гонки ещё на въезде в город, поскольку местными правилами запрещалось автомобилям ездить по городским улицам. Дело удалось уладить только после того, как в автомобили были впряжены лошади, которые и доставили автомобили на старт. Но в итоге на стартовой линии стояли лишь три трёхколёсные машины *Mercedes-Benz* фирмы Карла Фридриха Бенца и четырёхколесный «моторный вагон» Чарльза Дюруа из компании *Duryea Motor Wagon Company*. Он и выиграл гонки.

Во многом заслуга в том, что спорт стал «социальным клеем», связывающим весь мир, принадлежит средствам массовой информации. По подсчётам исследователя роли города в американской культуре Артура Шлезингера, если в 1880 году американские газеты отдавали только 0,04 процента своего пространства спортивному освещению, то к 1910-м годам это соотношение уже составляло 20 процентов¹⁰⁸.

Причём зачастую спортивная тематика перетекала в обсуждение социально-политических проблем. Так случилось с массовым увлечением велосипедами.

Изобретённый в 1814 году в примитивном виде бароном Фрайхерром фон Дрейсом, прусским лесником, деревянный двухколесный велосипед мало привлекал к себе внимание в США до тех пор,

¹⁰⁸ См.: Schlesinger A.M. *The Rise of the City*. Columbus: Ohio State University Press, 1999, 494 p.

пока в Филадельфии в 1876 году не было выставлено несколько усовершенствованных французских машин. Тогда-то и пришло повальное увлечение им.

Официальной датой начала участия велосипеда в соревнованиях считается 31 мая 1868 года. В этот день в одном из парков пригорода Парижа Сен-Клу стартовала первая в мире велосипедная гонка на 2 000 метров с международным участием. В 1893 году состоялся первый чемпионат мира для любителей велоспорта в Чикаго. В 1896 году в Америке организовали первую шестидневную велогонку.

Журнал *Scribner's Magazine* назвал велосипед «шагом к освобождению женщины от её обычно слишком малоподвижной жизни в помещении». Автор статьи особо отметил влияние велосипеда на раскрепощение духа: «Несколько лет назад ни одна женщина не осмелилась бы выйти на улицу в юбке, которая была задрана выше лодыжек, и леггинсах. Велосипед дал всем американским женщинам свободу одежды, о которой реформаторы вздыхали в течение многих поколений, и свободу нравов»¹⁰⁹.

Рождение дерби в Кентукки и «экспорт» бокса из Англии, первая Гарвард-Йельская футбольная игра и основание Национальной лиги бейсбола, появление поло и рэгби, основание Американской ассоциации каноэ и Национальной ассоциации стрельбы из лука, заимствование хоккея с шайбой из Канады и первые состязания на Кубок Дэвиса, – всё это находило живой отклик на страницах массовых изданий, способствуя привлечению всё новых и новых читателей и, соответственно, росту тиража и прибылей владельцев газет и журналов.

Эта тематика до сих пор занимает первое место в мировом рейтинге читательских интересов.

Героизация

Другим распространённым методом привлечения аудитории стало обращение к эмоциям. Погружение в эмоциональную среду достигается двумя способами. Первый называется героизация – наделение персонажа храбростью, доблестью, самоотверженностью, готовностью совершать подвиги. Второй получил название демони-

¹⁰⁹ Hubert P.G., Jr. The Wheel of Today // Scribner's Magazine, No 17 (18 June 1895), p. 702.

зация – технология создания образа человека, представляющего собой угрозу для общества и преследующего только разрушительные цели.

Романтичный образ бродячего ковбоя, искателя или стрелка с конца XIX века занял прочное место на страницах печати. «Первым шоуменом Америки» стал Уильям Фредерик Коди, в разное время бывший охотником, шахтёром, гонцом почтовой службы, разведчиком, распорядителем фургонов, водителем дилижанса, законодателем и даже солдатом в Гражданской войне. Он заработал своё прозвище Баффало Билл, или Билл-Бизон, благодаря своей изворотливости в поставке бизоньего мяса для рабочих Канзасской тихоокеанской железной дороги, когда за 18 месяцев он убил более четырёх с половиной тысяч бизонов.

Медиа-мифизация Уильяма Фредерика Коди в Буффало Билла началась с публикации с 1869 года сериализованного сюжета «Баффало Билл, король пограничников» в *The New York Weekly*, позже оформленного в книжном варианте¹¹⁰. Его автором был популярный в те времена американский журналист и писатель Нед Бантлайн. В 1872 году он и Джеймс Гордон Беннет пригласили Коди в Нью-Йорк и создали для него спектакль «Скауты прерии».

В 1883 году Уильям Фредерик Коди открыл шоу «"На Диком Западе" Баффало Билла» в Омахе, штат Небраска, используя цирковых артистов и настоящих индейцев для постановки красочных сцен из так называемой жизни Запада. Новое яркое шоу пришлось по вкусу зрителям: сначала все артисты выезжали на парад на лошадях, затем шли короткие сценки – спасение прекрасных леди от жестоких «охотников за скальпами», ограбления поездов, героические битвы ковбоев и танцы коренных индейцев, любимые публике со всего мира. Шоу отправилось в Европу, где пользовалось большим успехом. Это было основным вкладом Америки в празднование золотого юбилея королевы Виктории в 1887 году, и королева лично посетила частное представление, показывавшее «реальную» жизнь Дикого Запада.

¹¹⁰ Buntline N. Buffalo Bill, the King of Border Men. New York: J.S. Ogilvie & Co., Publishers, 1881. 64 p.

Газетчики писали: «Его успех в Лондоне был развитием успеха на равнинах. В этом не было ничего феноменального. Он заработал это хорошей, тяжелой, честной работой. Когда он прибыл в Лондон со своим шоу “На Диком Западе”, у него там было около 800 влиятельных друзей, богатых англичан. Они верили в “Билла” и смогли поверить в его шоу; они были в восторге от того, что называли “хорошей выправкой”. Но наблюдая за ним в течение часа, они так и не смогли поверить, что это частное, а не национальное предприятие»¹¹¹.

В таком шоу никак не могло обойтись без пестроты, без красочных головных уборов, боевой раскраски и т. д. Всё это во многом позволяло складываться, так сказать, общему образу американского индейца. Да и ковбои свой облик получили благодаря Баффало Биллу – широкополые шляпы, джинсы с бахромой, кольты на поясе... На самом же, деле как утверждают историки, перестрелки были тогда очень редким явлением, так как пули были очень ценными – во-первых, они дорого стоили, а во-вторых, их было мало. Но всё это было не так уж и важно, когда перед публикой появлялся Уильям Фредерик Коди.

«Это красивый мужчина, смелый человек, идеальный наездник, и если кто-нибудь из лондонских крутых парней отведёт его в темное место и слишком сильно надавит, то обнаружит, что он блестящий боец. Если он будет оставаться трезвым, он не опозорит свою страну, потому что он достаточно проницателен, чтобы знать свои недостатки, и он великолепно скрывает их. Если ему случится повеселиться, мы не уверены, что он опозорит свою страну даже тогда. И он подарит Лондону такое потрясение, которого у того не было в течение долгого времени. “Баффало Билл” – умный человек, прирождённый генерал. То, что он может держать под контролем такую организацию, является доказательством его великолепной административной способности»¹¹².

Образ Баффало Билла стал визитной карточкой Уильяма Фредерика Коди, а выдуманная биография с помощью газетчиков заменила подлинную историю этого американского солдата, создавшего красивый миф об истории освоения Запада США, ставший при помощи

¹¹¹ «Buffalo Bill» // Springfield Daily Republic, 26 May 1888.

¹¹² «Buffalo Bill» in England // Salt Lake Tribune, 5 May 1887.

средств массовой информации и кинофильмов реальностью в сознании потомков.

«Объявление о том, что Уильям Ф. Коди (“Баффало Билл”) планирует воспроизвести в кинофильмах ранние западные сцены, приветствуется восторженной американской публикой, которая никогда не устаёт рассказывать о захватывающих событиях, составляющих историю о том, что когда-то было известно как Дикий Запад.

Введение движущихся картинок в исторические записи означает, что яркое понимание того, что действительно произошло, будет передано будущим поколениям. То, что видит глаз, мозг сохраняет в большей степени, чем могут передать слова, – восторженно писала *Denver Weekly Post*, владельцы которой и организовали производство кинофильмов. – Эти картины будут жить вечно как самые замечательные исторические записи всех времён»¹¹³.

Приём героизации применим не только к мифологическим персонажам, каковым стал «охотник за скальпами» Баффало Билл, но и к возвеличиванию реальных персонажей.

Так, например, в книге очерков «Настоящие солдаты удачи»¹¹⁴ Ричард Хардинг Дэвис среди прочих рассказывает об американском разведчике Фредерике Расселе Бёрнхеме: «Его приключения столь же замечательны, как приключение всякого мальчика, который ищет клад, закопанный за сараем, или выслеживает индейцев в своём саду. Но, помимо приключений, он привлекает наше внимание потому, что он не знал провалов, потому, что он принадлежит к нашему народу, к раннему и лучшему типу американцев, и потому, что до сих пор избежал смерти и сейчас, в добром здравии, занят в Мексике исследованием затерянного города. А вперемежку с этим он гоняется за индейцами яки, или они за ним гоняются»¹¹⁵.

Первый же абзац очерка настраивает на восприятие его героя как исключительной и одновременно типичной личности – «он при-

¹¹³ «Buffalo Bill» to Feature in Historical Moving Pictures // *Denver Weekly Post*, 18 August 1910.

¹¹⁴ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // *Real Soldiers of Fortune*. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, pp. 189–228.

¹¹⁵ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // *Real Soldiers of Fortune*. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 191.

надлежит к нашему народу». Биография Фредерика Рассела Бёрнхема и впрямь удивительна. В двухлетнем возрасте он оказался в гуще войны за Дакоту, свою первую перестрелку с врагами пережил в 10 лет, а в 13 лет работал конным посланником в телеграфной компании *Western Union*, чтобы обеспечить свою семью после смерти отца, к своему восемнадцатилетию он уже знал, как выживать в лесных пожарах и наводнениях, находить воду в пустыне, как отступая, скрывать свои следы, научился переносить психическое напряжение, которое приходит с месяцами изоляции и как найти пищу практически в любой ситуации. Но при этом, как бы вскользь замечает публицист, «Бёрнхем совершенно не похож на вымышленных скаутов из “Шоу Дикого Запада”»¹¹⁶. Сравнение с персонажами представления Уильяма Фредерика Коди здесь не случайно: Ричарду Хардингу Дэвису важно подчеркнуть реальность своего героя.

В годы Второй англо-бурской войны, разыгравшейся с 1899 по 1902 годы, Фредерик Рассел Бёрнхем стал начальником разведчиков.

«2 июня 1901 года, когда он ночью пытался взорвать линию между Преторией и заливом Делагоа, его окружила группа буров, и он мог спастись только немедленным бегством. Он по-индейски запрыгнул на спину лошади и чуть было не ушёл, но тут пуля попала в лошадь, и лошадь просто рухнула на землю, придавив Бёрнхема, который от удара лишился сознания. Он лежал без сознания двадцать четыре часа, а когда пришёл в себя, и друзья, и враги уже отступили. Самым жестоким образом страдая от травм, но желая выполнить приказ, он подполз к железной дороге и уничтожил её. Зная, что взрыв скоро привлечёт буров, он на четвереньках заполз в пустой крааль, где лежал без чувств два дня и две ночи. В конце он понял, что совсем ослабел и что умрёт, если не найдёт помощи.

Поэтому всё так же на четвереньках он пополз на звуки далёкой стрельбы. Ему было безразлично, свои там или чужие, но, на его удачу, ему попался патруль из бригады генерала Диксона. Патруль отвёз его в Преторию, где хирурги обнаружили, что при падении у него разорвался желудок. Они сообщили ему, что он выжил только пото-

¹¹⁶ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // *Real Soldiers of Fortune*. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 193.

му, что эти три дня ничего не ел. Если бы проглотил хоть кусочек съестного, он бы наверняка умер»¹¹⁷.

Его подвиг заключается в том, что он остался верен своей присяге. Это означает, что любой из читающих этот очерк, может стать точно таким же героем, достаточно лишь помнить о своём долге перед страной, её народом и правительством.

«Последнее, что я знаю о Бёрнхеме, рассказал мне снимок, приложенный к этой статье, где Бёрнхем сидит босиком на берегу реки Яки и, может быть, скрывается от индейцев. Снимок пришёл месяц назад вместе с письмом, в котором коротко говорилось, что он был сделан тогда, когда участники экспедиции “хотели охладиться”. На этом рассказ заканчивался. Сейчас за ним, может быть, охотятся индейцы. Но мы не будем за него волноваться. Мы знаем, что они его никогда не поймут»¹¹⁸, – завершает свой очерк Ричард Хардинг Дэвис.

Объясняя смысл названия своей книги, он пишет: «В точном смысле, “солдат удачи” – это человек, который воюет под флагом какой-либо страны ради денег или ради любви к приключениям.

В более широком смысле, это тип человека, который шагает по жизни в поисках удачи, который, завидев её, бросается к ней и обращает в свою пользу»¹¹⁹.

Таковы для Ричарда Хардинга Дэвиса и один из вдохновителей скаутского движения Фредерик Рассел Бёрнхем, и Генри Рональд Дуглас Макивер – «прапорщик во время восстания сипаев в Индии, лейтенант у Гарибальди в Италии, капитан у Дона Карлоса в Испании, майор в армии Конфедерации в нашу Гражданскую войну, подполковник у императора Максимилиана в Мексике, полковник у Наполеона III, инспектор кавалерии у египетского хедива, глава кавалерии

¹¹⁷ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // Real Soldiers of Fortune. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 222–223.

¹¹⁸ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // Real Soldiers of Fortune. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 228.

¹¹⁹ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // Real Soldiers of Fortune. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 77.

и бригадный генерал в армии сербского короля Милана»¹²⁰, и Уинстон Спенсер Черчилль – будущий премьер-министр Великобритании, совершивший головокружительную карьеру – «он наполовину американец, что даёт нам возможность считать, что это и наш успех»¹²¹, уточняет Ричард Хардинг Дэвис, и Фило Нортон Макгиффин – «молодой выпускник американской военно-морской академии», во время Японо-китайской войны командовавший «одной китайской эскадрой, которая противостояла таким же кораблям, что позднее выметут Россию из моря»¹²², и Уильям Уокер – «единственный из своих соотечественников, кто в одиночку добился самых высоких результатов»¹²³ и стал президентом Никарагуа, и даже флибустьер Джеймс Харден-Хикки, провозгласивший себя правителем Тринидада.

Но искатели приключений – это всё же не предел возможностей приёма героизации. Адепты нового журнализма стремились отыскать героическое в поведении обычных людей, оказавшихся в экстремальных ситуациях.

В ночь с 14-го на 15 апреля 1912 года в 2 часа 20 минут, столкнувшись с айсбергом, ушёл ко дну считающийся непотопляемым лайнер *Titanic*. Инновационный графический дизайн, эмоциональные редакционные статьи и драматические фотографии, о роли которых в системе методов и приёмов нового журнализма мы поговорим несколько позже, в полном объёме воссоздают это трагическое событие.

Аншлаговый заголовок *The New York Herald* от 15 апреля 1912 года сообщал: «*Titanic* тонет с 1800 на борту; спасено только 675, в основном женщины и дети»¹²⁴. Это было первое сообщение о происходящем в северной части Атлантического океана. Только на следующий день к рассказам о случившемся присоединились другие газеты. Зачастую репортёры использовали любые слухи, лишь бы

¹²⁰ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // *Real Soldiers of Fortune*. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 3.

¹²¹ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // *Real Soldiers of Fortune*. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 117.

¹²² Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // *Real Soldiers of Fortune*. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 121.

¹²³ Davis R.H. Major Burnham, chief of scouts // *Real Soldiers of Fortune*. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, p. 147.

¹²⁴ *The Titanic Sinks* // *The New York Herald*, 15 April 1912.

дать хоть какую-нибудь информацию. Возникла путаница. 16 апреля 1912 года лондонская газета *Daily Mail* вышла с заголовком «*Titanic* утонул. Потерянных жизней нет. Столкновение с айсбергом. Самый большой корабль в мире. 2356 жизней в опасности»¹²⁵. «*Titanic* утонул» – сообщили о трагедии *The Boston Daily Globe*, *The London Herald*, *The Baltimore American*, *The Globe*, *The New York Times*...

Ужас, охвативший общество после катастрофы, вызвал потребность найти что-то героическое, даже искупительное в этом событии.

«Теперь, когда первый шок катастрофы *Titanic*, сопровождаемый чередой диких слухов, прошёл, настало время детального рассказа о том, что произошло в ту страшную ночь, когда гигантский лайнер ушёл на дно моря. Роковой вояж длился всего пять дней и закончился в двух милях от поверхности Атлантики»¹²⁶, – писала *Evening star* через две недели после трагедии.

Более поздние исследования учёных так и не смогли обосновать появившиеся тогда на страницах газет рассказы о чести и смелости, о которых широко сообщалось ошеломлённой публике. Например, нет веских доказательств того, что погибший в катастрофе майор Арчибальд Уиллингем Батт, военный помощник президента США Уильяма Говарда Тафта, отказавшись от места в шлюпке, до последних минут спасал женщин и детей с тонущего корабля. Между тем, заголовков газеты *Los Angeles Times* от 19 апреля 1912 года, например, недвусмысленно сообщал: «Майор Батт с оружием в руках. Задержанные взбешённые мужчины. Спасённые женщины»¹²⁷.

Другая история повествует о герое-телеграфисте Джоне Джордже Филипсе, до конца, до последней возможности работавшем своим аппаратом и успевшем подать весть о гибели *Titanic* нескольким пароходам. Он погиб в воде от изнеможения и холода и был вытаскен на спасательный пароход уже мёртвым.

«Филлипс был у аппарата, когда корабль врезался в айсберг. Через минуту после аварии к нему вошёл капитан Смит. “Мы ударили бортом по льду, – сказал он. – Возможно, вам придётся отправлять сообщения о помощи”. И вышел. Через десять минут капитан вернулся. Он приказал

¹²⁵ *Titanic Sunk // Daily Mail*, 16 April 1912.

¹²⁶ *Full story Titanic disaster // Evening star*, 28 April 1912.

¹²⁷ *Maj. Butt with Gun in Hand // Los Angeles Times*, 19 April 1912.

отправить Международный код вызова помощи. Два оператора беспроводной связи посмеялись, но отправили его. Они понятия не имели, что существует реальная опасность. Беспроводная связь становилась всё слабее и слабее, так как вода уже заполняла машинные отделения и корабль опускался в воду. Но Филлипс оставался у ключа передатчика. Вода быстро наполняла комнату вокруг его, но он всё ещё оставался на посту, хотя капитан приказал ему покинуть судно. Последнее сообщение он отбил за пару минут до того, когда корабль полностью погрузился в океан. Это был героизм, а не простое исполнение долга»¹²⁸, – писала *The day book*.

Героизации на страницах газет удостоились и музыканты судового оркестра под руководством Уоллеса Хартли, продолжавшие играть на верхней палубе корабля до последних минут катастрофы: «В страшной катастрофе на *Titanic*, в которой было совершено так много подвигов героизма, может показаться оскорбительным выделение одной группы людей из многих. Но для музыкантов станет предметом гордости то, что оркестр *Titanic* оставался на своём посту на палубе быстро тонущего корабля, играя весёлую музыку. Это, должно быть, немало помогло в смятении паники, в поддержании порядка и в поднятии настроения обречённых пассажиров и членов экипажа»¹²⁹.

Среди участников оркестра выживших не оказалось...

Использование в пропаганде определённых значимых для общества ценностей, особенно патриотических, апеллирует, прежде всего, к эмоциям читателей. Этот приём лучше всего работает в случае необходимости популяризации образа типичного представителя американской нации: свободного, смелого, обладающего высоким профессионализмом, отстаивающего американские гражданские ценности, находчивого, стойкого к невзгодам, предприимчивого, умного, благородного, в чём-то даже авантюрного, защищающего слабых, прежде всего, женщин и детей, белого мужчины. Как мы видим, пресса нового журнализма в полной мере задействовала героизацию при создании публицистических образов, что было особенно важно в эпоху созидания государственности Соединённых Штатов Америки.

¹²⁸ The death of Phillips – «heroism, not duty» // *The day book*, 19 April 1912.

¹²⁹ Services for Titanic's dead set for today // *The San Francisco call*, 21 April 1912.

Авантюризм

В XIX веке журналистика как личное приключение становится вызовом растущей степени механизации производства, превращавшей и человека в деталь огромного механизма. Упорный, изнуряющий труд на производстве не оставлял места романтическому началу в повседневной жизни. И тут оказалось, что женщины любят риск и приключения не меньше, а, может быть, даже больше мужчин, именно потому, что приключения позволяли уйти от бездушного мира машин в иной, придуманный мир. Опасные похождения, неожиданные происшествия, стремление уйти от мещанской повседневности в мир экзотики и героизма носит название авантюра, что в переводе с французского – приключение.

В газетных материалах рубежа веков возникает двоемирие: жестокая реальность, наполненная страданиями и стрессами, и условная модель романтической вселенной, в которой реальность не так уж далека от идеала, а мечта кажется вполне осуществимой. Часто связующим звеном между этими мирами становится внутренний мир человека, в котором живёт стремление от унылого «здесь» к прекрасному «там». Когда их конфликт неразрешим, звучит мотив бегства: уход от несовершенной действительности в инобытие мыслится как спасение. Вера в возможность осуществления чуда живёт и в том, что однажды жестокая социальная реальность изменится – и количество жаждущих перемен обязательно перейдёт в качество жизни.

15 января 1885 года в газете *The Pittsburg Dispatch*, в колонке «Спокойные заметки», появилась статья под заголовком «На что годятся девушки». Её автор – Эразм Уилсон – утверждал: «Мужчина – наивысшее творение Бога, и он призван господствовать над всеми. Женщина имеет такое же отношение к мужчине, как Ева к Адаму – она подруга, партнёрша, помощница и жена.

Когда она выходит за пределы своей сферы, когда она занимает место мужчины и делает его своим дополнением, это уже ненормальность. Женщина-мужик, то есть женщина, которая игнорирует своё предназначение, отрицает свой статус и узурпирует место мужчины, – чудовище, ненормальное существо, игра природы»¹³⁰.

¹³⁰ Wilson E. What Girls are Good For // *The Pittsburg Dispatch*, 15 January 1885.

Это возмутило совсем ещё юную Элизабет Кокрейн: «Могут ли те, у кого полно и много добра в этом мире, понять, что такое быть бедной работающей женщиной, живущей в одной или двух голых комнатах без огня, достаточного для того, чтобы согреться, а её изношенная одежда отказывается защищать её от ветра и холода; она отказывает себе в необходимой пище, чтобы её дети не голодали; опасаясь недовольства хозяина и угрозы выгнать её, она выполняет работу любого рода, за которую она может заработать достаточно, чтобы заплатить за пустые комнаты, которые она называет домом; никто никогда не говорил с ней доброжелательно, не поощрял её, ничего для неё сделал, чтоб жизнь её стала достойной называться жизнью? Если грех в форме человека выходит с хитрой улыбкой и говорит ей: “Не бойся больше, твои долги будут оплачены”, она не может позволить своим детям замерзнуть или умереть с голоду и становится падшей женщиной»¹³¹.

Из-за боязни потерять работу, она подписала письмо редактору «Одинокая сирота». И несколько дней спустя прочитала в газете *The Pittsburg Dispatch* в рубрике «Наша почтовая сумка» загадочное обращение: «Если автор письма в редакцию, подписавшаяся “Одинокая сирота”, сообщит своё имя и адрес, что будет расценено как проявление честности, она может рассчитывать на внимание к себе и получение интересующей её информации».

Она пришла в редакцию. Так появилась журналистка, писавшая под псевдонимом Нелли Блай.

В 1887 году она, уже будучи сотрудником пулитцеровской *The New York World*, провела десять дней в женском сумасшедшем доме в Нью-Йорке, проводя журналистское расследование. По заданию редакции притворившись обезумевшей, Блай смогла обмануть всех: окружающих, полицию, врачей. «С того момента, как я попала в психиатрическую больницу на острове, я не пыталась сохранить предполагаемую роль безумия. Я говорила и действовала так же, как и в обычной жизни. Но как ни странно, чем более разумно я говорила или действовала, тем более безумной меня считали»¹³², – признавалась она в своих репортажах из больницы.

¹³¹ Bly N. The Girl Puzzle // *The Pittsburg Dispatch*, 25 January 1885.

¹³² Bly N. Ten Days in a Mad-House. New York: Ian L. Munro, 1887, p. 2.

В то время все газеты Нью-Йорка были полны страшных историй о жестокости и плохом обращении с пациентами в разных психиатрических лечебницах города. И двадцатидвухлетняя Нелли Блай решила создать себе образ настоящей сумасшедшей, чтобы проверить: насколько достоверны все эти истории. Она оделась в рваную подержанную одежду, прекратила купаться и чистить зубы. И в течение нескольких часов практиковалась перед зеркалом, чтобы стать похожей на душевнобольного человека. А затем она начала бродить по улицам изображая оцепенение.

Выдавая себя за кубинскую иммигрантку, она проверила себя в приюте для бездомных женщин. Её двадцатичетырехчасовая бессвязная болтовня заставила всех остальных жителей заведения опасаться за свою жизнь и полиция, забрав Блай, через несколько дней поместила в изолятор психиатрической клиники Бельвью. Когда она во всеуслышание заявила, что не помнит, как оказалась в Нью-Йорке, главный врач поставил ей диагноз как «помешанная и, несомненно, душевнобольная». Так она оказалась на острове Блэкуэлл.

Блай так описывала эту страшную лечебницу: «Сумасшедший дом на острове Блэкуэлл – это настоящая ловушка для людей. Туда легко войти, но оказавшись там, невозможно выйти»¹³³.

Способ лечения был больше похож на пытки в тюрьме: «Мои зубы стучали, а мои конечности покрылись гусиной кожей и посинели от холода. Внезапно на мою голову один за другим вылилось три ведра воды, ледяная вода попала мне в глаза уши, нос и рот. Я думаю, я испытала чувства тонущего человека, поскольку они вытащили меня из ванны задыхающейся, дрожащей и трепещущей. На этот раз я действительно выглядела безумной»¹³⁴.

Но хуже всего, по её мнению, была бесконечная, вынужденная изоляция: «Что, кроме пыток, может привести к безумию быстрее, чем это лечение? <...> Возьмите совершенно нормальную и здоровую женщину, закройте её и заставьте сидеть на скамейке с 6 утра до 8 вечера с прямой спиной. И при этом не позволяйте ей говорить и двигаться, не давайте ей читать, пусть она ничего не знает о том, что происходит в мире, дайте ей плохую еду и обеспечьте жестокое обращение, а после

¹³³ Bly N. Ten Days in a Mad-House. New York: Ian L. Munro, 1887, p. 37.

¹³⁴ Bly N. Ten Days in a Mad-House. New York: Ian L. Munro, 1887, p. 47.

этого посмотрите, сколько времени потребуется, чтобы свести её с ума. Два месяца хватит для того, чтобы полностью уничтожить её умственное и физическое здоровье»¹³⁵.

Через десять дней Нелли забрали из больницы сотрудники газеты *The New York World*, как и обещал ей перед началом эксперимента Джозеф Пулитцер.

«Я покинула остров с удовольствием и сожалением – радостью, что я снова наслаждалась свободным дыханием небес; но было жаль, что я не могла взять с собой некоторых несчастных женщин, которые жили и страдали со мной, и которые, я убеждена, так же здоровомыслящи, как и я»¹³⁶.

Публикация серии материалов в *The New York World* стала сенсацией. Желающих прочесть историю Нелли Блай было так много, что пришлось выпустить книгу «Десять дней в сумасшедшем доме», куда вошли газетные статьи. В том же 1887 году было произведено судебное разбирательство, в больницу были направлены полицейские, а Нелли Блай выступила главным свидетелем по делу об издевательствах над больными. Это был переломный момент. После окончания скандала – расследование затронуло целый ряд психбольниц, – на психиатрию стали выделять значительно больше средств, больницы начали инспектировать, а методы «излечения» стали стремительно меняться. По сути, Нелли инициировала революцию, переход от средневековой «медицины» к современной, проложив границу между двумя эпохами.

В ноябре 1889 года «леди сенсация», как теперь называли Нелли Блай, задалась целью побить рекорд героя романа Жюль Верна «Вокруг света за 80 дней».

«Эта идея пришла ко мне в воскресенье. Я провела большую часть дня и полночи, напрасно пытаюсь придумать какую-нибудь идею для газетной статьи. У меня был обычай придумывать идеи в воскресенье и представлять их моему редактору для одобрения или неодобрения в понедельник. Но идеи не приходили в тот день, и в три часа ночи я почувствовала усталость и головную боль. Тогда, раздосадованная моей неспособностью родить что-то для работы на неделю, я с досадой подумала: “Хотела бы я оказаться на другом

¹³⁵ Bly N. Ten Days in a Mad-House. New York: Ian L. Munro, 1887, p. 55.

¹³⁶ Bly N. Ten Days in a Mad-House. New York: Ian L. Munro, 1887, p. 2.

конце земли!” А почему бы нет? Мне нужен отпуск; почему бы не совершить кругосветное путешествие?

Одна мысль следовала за другой. Идея кругосветного путешествия меня порадовала, и я вздохнула: “Если бы я могла объехать мир так же быстро, как это сделал Филеас Фогг”.

“Это невозможно для вас, – таков был ужасный приговор редактора. – Во-первых, вы женщина и вам нужен защитник, и даже если бы вы могли путешествовать в одиночку, вам нужно было бы нести столько багажа, что это задержало бы вас надолго. Кроме того, вы говорите только на английском. Так что говорить об этом бесполезно”»¹³⁷.

Убедив Джозефа Пулитцера довериться ей, Нелли Блай, посетив Англию, Францию, где встретила с французским писателем, подавшим ей идею увлекательного материала, Италию, Суэцкий канал, Цейлон, Сингапур, Гонконг и Японию, создала серию эффектных репортажей, составивших затем книгу «В 72 дня вокруг света», доказав, что реальная жизнь может быть не менее яркой и захватывающей, чем вымышленная.

Почти одновременно с ней в кругосветную гонку отправилась ещё одна журналистка. Но Элизабет Бисланд, литературный редактор журнала *The Cosmopolitan*, оказалась втянутой в соревнование с Нелли Блай и героем верновского романа «Вокруг света за 80 дней» против своей воли.

Джон Брисбен Уокер, владелец *The Cosmopolitan*, прочтя в *The New York World* известие о старте Нелли Блай, сразу же осознал ценность такой схемы для рекламы своего издания, и сразу возникла идея: *The Cosmopolitan* будет спонсировать своего журналиста в кругосветной гонке. Вот только путешествовать корреспондент должен будет в противоположном направлении. И, конечно же, он должен был быть, как и Блай, молодой женщиной – публика не поймёт, если против женщины будет бороться мужчина.

«Я не спеша листала газеты, совершая неспешный туалет, когда в половине одиннадцатого пришло первое предупреждение о приближающемся ударе молнии из безмятежного неба моего существо-

¹³⁷ Bly N. *Around the World in Seventy-Two Days*. New York City: The Pictorial Weeklies Company, 1890, p. 3–4.

вания. Оно было поспешным и таинственным требованием, чтобы я явилась как можно скорее в офис журнала. Мой аппетит к тайне в это время дня всегда плачевно слаб, было почти одиннадцать, когда я нашла время, чтобы пойти в редакцию, хотя офис находился всего в нескольких минутах ходьбы от моего дома. Редактор и владелец журнала без предисловий спросил, поеду ли я немедленно из Нью-Йорка в Сан-Франциско с тем, чтобы продолжить оттуда гонку вокруг мира, пытаюсь завершить путешествие в какое-то нелепо неадекватное время.

Если уж мой аппетит к тайнам в этот час не сильный, то в одиннадцать утра мой аппетит даже к самым уморительно смешным шуткам и вовсе отсутствует. Прошло не менее получаса, прежде чем я убедилась, что редактор действительно хочет, чтобы я совершила безумную попытку. Я искренне пыталась убедить его, что вовсе не собираюсь делать ничего подобного. Начнём с того, что я не хотела ехать. Во-вторых, на следующий день гости должны были прийти ко мне домой на чай. В-третьих, я не была подготовлена в отношении подходящей одежды для такого резкого отъезда. И, наконец, что наиболее важно, я предвидела, что попытка превзойти подвиг героя Жюль Верна, вероятнее всего, навлечёт на меня странную славу, и вот против этого я наиболее серьёзно возражала»¹³⁸.

Джон Брисбен Уокер не любил уступать. Шесть часов спустя Элизабет Бисланд уже ехала в поезде нью-йоркской центральной линии по направлению к Сан-Франциско.

Она написала семь статей для *The Cosmopolitan*, которые в 1890 году были собраны в книгу «Семь этапов: полёт вокруг света». Все её рассказы о своих впечатлениях изложены в весьма лирическом, импрессионистском стиле. Литературный редактор и несостоявшийся поэт, она уделяла особое внимание постоянно меняющимся пейзажам суши и моря.

«В течение следующих четырех дней моё единственное воспоминание о Тихом океане – вспенивающийся изумрудный поток, который ревет у моего иллюминатора, создавая тускло-зелёные сумерки внутри. Я вижу только это и планки верхнего причала. Есть шесть

¹³⁸ Bisland E. In *Seven Stages: A Flying Trip Around the World*. New York: Harper and Brothers, 1891, p. 3.

таких планок. В этом я не сомневаюсь – хотя я обычно не совсем уверена в цифрах – потому что я пересчитала их несколько тысяч раз. Это был единственный умственный процесс, на который я была способна в течение долгих ночей, пока я лежала и слушала громкий бой грохочущей канонады снаружи. Каждая доска на корабле скрипела, стонала и визжала, ни разу не останавливаясь, чтобы перевести дыхание, и я с презрительным безразличием рассматривала безумное катание моих самых дорогих вещей по всей каюте.

Но вот море становится очень синим.

Изумруд исчезает, а синий становится всё глубже и глубже, у меня не найдется ни слова, чтобы выразить, ни аналогии, чтобы передать интенсивность его горячей лазури. Сапфиры были бы бледными и холодными рядом с этим морем – сердцебиение с волнистыми тенями, глубокими как фиалки, но не фиолетовыми, и без какого-либо оттенка, портящего идеальный оттенок. Это пламя с невыразимым, многогранным блеском»¹³⁹.

Стиль материалов Нелли Блай – лаконичный, репортажный, ироничный. Она скрупулёзно фиксирует детали того, что видит и слышит вокруг себя.

«Мы поднялись по мраморным ступенькам на плиточный пол красивой маленькой оранжереи, которая не была заполнена цветами, но представляла собой экспозицию, достаточно щедрую, чтобы можно было увидеть и оценить красоту различных растений. Мадам Верн повела меня в большую гостиную, которая была сумрачной с ранним оттенком зимнего вечера. Там она прикоснулась спичкой к куче сухого дерева, лежащего в широко открытом камине.

Тем временем г-н Верн призвал нас снять нашу верхнюю одежду. К этому времени яркий огонь уже потрескивал в камине, проливая мягкий, тёплый свет на тёмную комнату. Мадам Верн подвела меня к стулу рядом с камином, и когда я села, она заняла кресло напротив. Воодушевлённая теплом, я спокойно смотрела на комнату перед собой.

Комната была большой; занавесы, картины и мягкий бархатный ковёр были освещены. Все стулья, художественно обитые в парчовых

¹³⁹ Bisland E. In *Seven Stages: A Flying Trip Around the World*. New York: Harper and Brothers, 1891, p. 34.

шелках, были роскошно лёгкими. Они были размещены в полукруге вокруг огня, в центре полукруга – маленький столик с несколькими высокими серебряными подсвечниками.

Прекрасный белый ангорский кот подошёл к моему колену, затем, увидев свою очаровательную хозяйку с противоположной стороны, подошёл к ней и смело пополз на её колени, словно уверенный в сердечном приёме»¹⁴⁰.

Элизабет Бисланд уступила Нелли Блай, финишировав на четыре дня позже неё. Но всё же вернулась она – как и боялась – знаменитой: гонка подробно освещалась в газетах по всей территории Соединённых Штатов Америки, и в игорных домах страны было зафиксировано наибольшее количество ставок на результат, чем в каких-либо других соревнованиях.

Нелли Блай по возвращении в Нью-Йорк сразу же отправилась в лекционный тур по сорока городам, сделав всё возможное, чтобы ярко прорекламирровать и себя, и *The New York World*. А вот Элизабет Бисланд до конца своих дней строго соблюдала обещание, которое она дала себе в конце гонки: жить так, чтобы ни один журналист никогда не счёл нужным поставить её имя в заголовок.

Но эффектная или, как её принято называть в американских исследованиях, трюковая журналистика – *stunt journalism* – в это время уже заняла центральное место в печати. Сама жизнь подсказывала темы для материалов.

Когда шотландский исследователь Дэвид Ливингстон, отправившийся на поиски истоков реки Нил, пропал без вести, издатель газеты *The New York Herald* Джеймс Гордон Беннет решил организовать экспедицию в Центральную Африку на поиски затерявшегося там известного путешественника. Так издатель газеты надеялся привлечь читателей и поднять тираж газеты.

Генри Мортон Стенли, отправившись в январе 1871 года в экспедицию, честно признавался, что «охотно отказался бы от возложенного на меня поручения; но приказ гласил, “отправляйтесь и отыщите Ливингстона”. Как мне ни неприятно было явиться непрошеным гостем в область его открытий и навлечь тем на себя его не-

¹⁴⁰ Bly N. *Around the World in Seventy-Two Days*. New York City: The Pictorial Weeklies Company, 1890, p. 27–28.

удовольствие – но разве мне не было приказано найти его? Итак, если он ещё жив, я его отыщу, а нет, так соберу все возможные сведения о нём и его открытиях»¹⁴¹.

Удача сопутствовала ему. В конце октября 1871 года он смог отыскать исследователя Центральной Африки.

«Сохраняя внешнее спокойствие перед арабами, которое трудно смоделировать, мистер Стэнли произнёс: “Доктор Ливингстон, я полагаю?” Улыбка осветила лицо белого мужчины: “Да, это моё имя”. Встреча была очень сердечной»¹⁴².

Позже о своём путешествии Генри Мортон Стенли написал книгу «Как я отыскал Ливингстона», в которой, кстати, нарисовав привлекательную картину неисчерпаемых богатств, призывал европейские державы к усилению колонизации Восточной Африки. Описывая свои путешествия, журналист сильно преувеличивал жестокость своих стычек с местными племенами и число жертв ради драматизации повествования. Одновременно он создавал положительный имидж заносчивого и грубого в реальности Дэвида Ливингстона.

После смерти Дэвида Ливингстона в мае 1873 года, журналист решает продолжить исследования великого путешественника. Теперь финансировали экспедицию уже сразу две газеты – американская *The New York Herald* и британская *The Daily Telegraph*. Обогащённый опытом первой экспедиции, Генри Мортон Стенли в конце 1874 года вновь отправился в трансафриканское путешествие.

Он решил идти через непроходимые тропические леса: сюда не проникал ещё ни один европеец. Экспедиция пересекла Африку с востока на запад почти за 2 года и 9 месяцев. Из 369 её участников выжило только 109 человек.

В последний раз Генри Мортон Стенли отправился в Африку в 1887 году. Это трансафриканское путешествие журналист совершил в обратном направлении – с запада на восток. Книга «В джунглях Африки» содержит захватывающее описание этой последней экспедиции Стенли.

¹⁴¹ Stanley H.M. *How I Found Livingstone*. New York: Scribner, Armstrong & Co., 1872, 736 p.

¹⁴² Livingstone // *The New York Herald*, 02 July 1872.

А в начале 1880-х годов главной мировой новостью стала судьба американского парохода *Jeannette*.

Корабль был приобретён в 1878 году Джеймсом Гордоном Беннетом. В июле 1879 года эта паровая яхта вышла из Сан-Франциско в поисках Северного прохода.

«Этим утром небо всё ещё было пасмурным, но с приближением часов к полудню появились признаки улучшения, и солнце начало время от времени проблескивать сквозь мутные облака. Лёгкий ветер с юго-запада был попутным ветром для *Jeannette*. Природа уступила нашим желанием и приветствовала уход экспедиции»¹⁴³, – писала *The New York Herald*.

Jeannette взяла курс на Остров Врангеля. После этого её больше никто не видел. В сентябре 1879 года в районе острова Геральда корабль был затёрт льдами и начал вынужденный полярный дрейф. Это путешествие во льдах продлилось 21 месяц. В конце концов, корабль был полностью заблокирован льдом и раздавлен.

«Стало очевидно, что *Jeannette* должна утонуть. Экипаж покинул судно, капитан Де Лонг последним сошёл с *Jeannette*. Они начали падать духом, потеряв надежду добраться до Северного полюса. У них было три лодки для перевозки груза по глубокому, мокрому снегу, в котором они иногда утопали до пояса. Путь в пятьсот миль лежал перед ними, и пайки оставались только на шестьдесят дней»¹⁴⁴.

История исчезнувшего в Северном Ледовитом океане корабля в течение долгих месяцев держала в напряжённом волнении читателей *The New York Herald*. Только тринадцать из тридцати трёх членов экипажа выжили, достигнув берегов Сибири пешком, волоча за собой остатки снаряжения.

Для подробного рассказа приключений экипажа *Jeannette* газета направила в Сибирь своего корреспондента. Чтобы избежать обычного недостатка ярких новостей, этот специальный корреспондент добавлял в свою колонку яркие наброски о сибирской истории и культуре, такие как «Нравы кочевых якутов», «Иркутск – город церквей», «Загадки озера Байкал» или «Как поддерживается жизнь в деревнях сибирских местных жителей».

¹⁴³ Off to the Pole // *The New York Herald*, 9 July 1879.

¹⁴⁴ Siberian Sledgings // *The New York Herald*, 17 April 1882.

Иммерсивная журналистика, журналистика с эффектом присутствия или журналистика «погружения» – модный в последнее время в журналистиковедческих кругах термин, по сути, используется для описания таких форм подачи материала, которые были опробованы Нелли Блай, Генри Муртоном Стенли и рядом других газетчиков ещё на заре становления нового журнализма. Они включали личные размышления о своей истории, чтобы эмоционально вовлечь читателей, сделав для них посредством погружения в повествование «неличные» переживания «личными». Сериальность подачи – развитие истории в прессе от номера к номеру – создавала у читателя полное ощущение проживания такой «неличной» истории.

При этом эмоциональное равновесие аудитории всё время нарушалось как в сторону позитивных переживаний, так и в сторону негативных. Эмоциональная потребность является базовой человеческой потребностью, такой же важной и несколько не менее значимой, чем, например, потребность в пище. Человек испытывает нужду не только в ярких положительных переживаниях, но и в не менее ярких отрицательных, вызывающих у нас страдание. И новый журнализм в полной мере удовлетворял эту потребность.

Защита прав обездоленных

Отождествление себя с героем публикации происходит у аудитории и при использовании следующего приёма. Журналисты рубежа XIX–XX веков в своих материалах стали давать нравственную оценку событиям, поступкам, высказываниям, морально поддерживать людей и помогать им преодолевать чувство одиночества и безысходности, рассказывать об опыте других людей и напоминать, что всегда есть возможность помочь другому. Помимо погружения в эмоциональную среду, как это было у Нелли Блай в случае с психиатрической лечебницей¹⁴⁵, о котором мы уже говорили, с городским диспансером, где малоимущим предоставляется бесплатная медицинская помощь¹⁴⁶, с агентством по трудоустройству¹⁴⁷ или исследовани-

¹⁴⁵ Bly N. Behind Asylum Bars // The New York World, 9 October, 1887; Bly N. Inside the Madhouse // The New York World, 16 October, 1887; Bly N. UnTruths in Every Line // The New York World, 17 October, 1887.

¹⁴⁶ Bly N. Visiting the Dispensaries // The New York World, 2 December, 1888.

ем рынка продажи детей, рождённых вне брака¹⁴⁸ и рядом других, у Нелл Нельсон, рассказавшей об условиях труда на чикагских фабриках для женщин и девочек¹⁴⁹, у Евы Гэй в расследованиях систематической эксплуатации женского труда на предприятиях Миннеаполиса¹⁵⁰ и множества подобных журналистских проникновений в мир лжи и преступлений по всей стране, издания организовывали газетные кампании, разоблачающие магнатов.

Первой крупной корпорацией в США стала компания *Standard Oil*, созданная Джоном Дэвисоном Рокфеллером в 1870 году. Уже в 1879 году она распоряжалась 90-95% очищенной нефти. Рокфеллеру удалось договориться с владельцами железных дорог об установлении низких тарифов на перевозку грузов его компании, и это облегчило борьбу с конкурентами. Если же они пытались сопротивляться, то нанятые Рокфеллером банды разрушали их нефтепроводы, взрывали нефтяные скважины. Монопольное положение в промышленности обеспечивало его владельцу сказочные прибыли.

Появились тресты-монополии и в других отраслях промышленности: угольной, газовой, медной, сталелитейной, электротехнической... Всемирно известными стали в металлургической промышленности тресты *Carnegie Steel Company* и *Morgan Steel Company*, с 1901 года объединённые в *United States Steel Corporation*, в автомобильной – *Ford* и *General Motors*.

Положение рабочих в этих трестах было тяжёлым, они работали по 10-14 часов в сутки, трудового законодательства, которое бы их защитило, не существовало. У них не было ни голоса, ни прав, пока группа бесстрашных журналистов не встала на их защиту.

Период 1900–1914 годов американские историки называли «прогрессивной эрой», и связано это было с движением против монополий, развившимся под лозунгом «Прогрессивные преобразования!».

¹⁴⁷ Bly N. Trying to Be a Servant // *The New York World*, 30 October, 1887.

¹⁴⁸ Bly N. What becomes of babies // *The New York World*, 6 November, 1887.

¹⁴⁹ Nelson N. City Slave Girls // *The Chicago Daily Times*, 30–31 July, 1888; 1–19, 26–27 August, 1888.

¹⁵⁰ Gay E. The Toiling Women // *St. Paul Globe*, 1 April, 1888; Gay E. Song of the Shirt // *St. Paul Globe*, 8 April, 1888; Gay E. Working in the Wet // *St. Paul Globe*, 15 April, 1888; Gay E. Eva Gay's Travels // *St. Paul Globe*, 22 April, 1888.

Росту движения способствовала деятельность группы писателей и журналистов, разоблачавших махинации трестов и коррупцию государственного аппарата. Их так и называли – muckrakers, в переводе с английского – разгребатели грязи.

Движение макрейкерства возникает на рубеже XIX и XX веков. Макрейкеры, близкие к доктрине натурализма, исходили из принципа фактографии и документализации, широко использовали «разоблачительную» технику, стремились к сенсационности, броскости материала.

Предшественниками этого направления традиционно называются Марк Твен («Позолоченный век», 1873), Генри Джордж («Прогресс и бедность», 1879), Эдвард Беллами («Взгляд назад», 1888), Генри Демарест Ллойд («Богатство против общества», 1894) Джекоб Риис («Битва с трущобами», 1902) и Джордж Линкольн Стеффенс («Времена Твида в Сент-Луисе», 1902). Но сам термин возник только в 1906 году, когда президент США Теодор Рузвельт, говоря о журналистах, сравнил их с персонажем книги Джона Беньяна «Путь Пилигрима» (1678), который возится в грязи, не замечая неба над головой.

Статья Джорджа Линкольна Стеффенса «Времена Твида в Сент-Луисе», написанная в соавторстве с Клодом Уэтмором, о взяточничестве и мошенничестве членов муниципалитета появившаяся в октябрьской книжке *The McClure's Magazine* за 1902 год, стала одной из причин недовольного высказывания Теодора Рузвельта о журналистах: «Люди с грязными граблями часто необходимы для благополучия общества; но только если они знают, когда прекратить разгребать грязь»¹⁵¹.

Стиль изложения был хлестким, выражения достаточно резкими, Джордж Линкольн Стеффенс бил наотмашь ненавистное ему поведение властей: «Коррупция в Сент-Луисе пошла сверху... Начиная примерно с 1890 года, общественные привилегии и льготы стали предоставляться не только для законной прибыли и общего блага, но для незаконных доходов... Подонки, учуявшие запах коррупции, прорвались в муниципальную ассамблею, выгнали из её рядов оставшихся приличных людей, и продали город – его улицы, его пристани, его рынки, всё, что в нём было, – нынешним жадным бизнесменам

¹⁵¹ Roosevelt T. The Man with the Muckrake // The Quad-City Times, 15 April 1906.

и взяточникам. Другими словами, когда руководители стали пожирать свой собственный город, стадо не преминуло прорваться к этой кормушке»¹⁵².

Успех статьи был огромным. Номер журнала раскупили в один день, газеты кричали о сенсации и требовали дальнейших разоблачений. Сэмюэль Макклур, а вслед за ним и другие издатели, понимавшие, что сенсация приносит деньги, предоставили журналистам возможность заняться расследованиями и публикацией разоблачительных материалов.

Джордж Линкольн Стеффенс был приглашён на должность главного редактора *The McClure's Magazine* и оставался на этом посту до 1906 года. При нём в журнале работала плеяда талантливых журналистов-макрейкеров, публикации которых собирали миллионную аудиторию читателей.

После статьи «Времена Твида в Сент-Луисе» в *The McClure's Magazine* последовали новые разоблачения Джорджа Линкольна Стеффенса – «Позор Миннеаполиса», «Питсбург – опозоренный город» и многие другие, составившие в итоге книгу «Позор городов». Однако, как и другие «разгребатели грязи», Джордж Линкольн Стеффенс был убеждён в том, что вскрываемые им преступления – являются лишь частными случаями, которые обусловлены действиями отдельных непорядочных людей. Система буржуазных ценностей долгое время не подвергалась ими сомнению, но когда набралось достаточно большое количество разоблачающих материалов, стало ясно, что здесь виноваты отнюдь не отдельные представители человечества.

«Люди не невинны, – писал Джордж Линкольн Стеффенс. – Это единственная “новость” этих статей. Вероятно, это не было новостью для многих наблюдателей. Это стало новостью для меня. Когда я намеревался описать коррумпированные системы некоторых типичных городов, я просто хотел показать, как люди были обмануты и преданы. Но в самом первом исследовании – Сент-Луис – поразительная истина обнажила, что коррупция была не просто политикой; это и финансы, и коммерция, и социальное... Последствия оказались

¹⁵² Steffens J.L., Wetmore C.M. Tweed Days in St. Louis // McClure's, No.XIX (October), 1902, p. 578.

настолько сложными, разнообразными и далеко идущими, что их едва мог охватить мой разум»¹⁵³.

Когда писалась первая статья, Джордж Линкольн Стеффенс уже столкнулся с непредвиденной сложностью: его соавтор Клод Уэтмор был честным репортёром, но он, как оказалось, жил в Сент-Луисе, и он хотел продолжить жить там... Одним словом, Джордж Линкольн Стеффенс переписал тогда всю статью с нуля.

Шумный успех разоблачительных выступлений *The McClure's Magazine* подстёгивал издателей, конкурирующих между собой в борьбе за читательский спрос. На путь макрейнкерства вступили *The Arena*, *Everybody's Magazine*, *The American Magazine*, *The Collier's Magazine*, *The Cosmopolitan Magazine* и некоторые другие. Но не следует думать, что их издатели отличались радикальными взглядами. Они просто погнались за сенсацией и преследовали цель повысить доходность журналов. Журналы щедро финансировали своих сотрудников в расчёте на будущие прибыли.

Журналисты откровенно рассказывали о гетто иммигрантов и плохих жилищных условиях многоквартирного жилья, выявляли большое количество несчастных случаев на производстве и выступали за ужесточение стандартов безопасности и гигиены труда, обнаруживали факты эксплуатации детского труда и торговли белыми рабами среди женщин, страхового мошенничества и опасности махинаций в области медицины и изготовления лекарств.

Их публикации всерьёз меняли восприятие власти обществом. В 1910 году *The Detroit Times* со ссылкой на *The New York World* признавалась: «Теперь мистер Тафт в центре внимания во многом благодаря тому общественному настроению, которое Линкольн Стеффенс вызвал своими статьями о недозволенном господстве боссов в американских городах. Возможно, президент думает, что страна имеет столь добродетельный характер, что больше не за что критиковать правительство или бизнес; но ему потребуются некоторое время, чтобы доказать это. На посту президента США он имеет большую чем кто-либо возможность через газеты поговорить с практически всеми

¹⁵³ Steffens J.L. Shame of the Cities. New York: McClure, Phillips & Co., 1904, p. 14.

грамотными избирателями в стране. Но мистер Тафт гораздо больше боится самого себя, чем преступников»¹⁵⁴.

Уильям Говард Тафт, двадцать седьмой президент США, был озабочен в это время ситуацией, сложившейся вокруг *Standard Oil Company*. Предыдущий глава государства Теодор Рузвельт, оказавшись под влиянием книги Иды Минервы Тарбел «История *Standard Oil Company*», начал против могущественной нефтяной компании сразу несколько резонансных дел, и когда он уступил пост президента лояльному к компании Рокфеллера Тафту, антимонопольное расследование не прекратилось.

Иду Минерву Тарбелл обычно именуют королевой разоблачений. В историю Америки и американской журналистики она вошла благодаря своему расследованию деятельности *Standard Oil*, которая монополизировала нефтяную индустрию штата Пенсильвания и северо-востока США. Как раз именно Ида Минерва Тарбелл расследовала и обнародовала факт тайного долговременного соглашения между нефтяным гигантом и местной железной дорогой, в соответствии с которым *Standard Oil* получала значительные скидки на грузоперевозки, разоряя конкурентов. С 1901 по 1904 год в *The McClure's Magazine* была опубликована серия из шестнадцати статей на эту тему, которые потом и вышли двухтомником под названием «История *Standard Oil Company*». Они стали сенсационным обвинением для всей нефтяной индустрии.

Едва расследование было завершено, газеты Соединённых Штатов Америки наперебой стали говорить о самой Иде Минерве Тарбелл.

«В течение многих лет в её мозгу кипела идея написания истории о компании *Standard Oil*; так долго, что кажется, именно для этого она и родилась. Когда ей было тринадцать лет, её отец переехал в Титус-Вилль, штат Пенсильвания, в сердце нефтяного региона, и сам занялся нефтяной промышленностью. В то время, когда она была ещё школьницей, разразилась война нефтяников со *Standard Oil*, бушевали самые жестокие и горячие страсти. Знаменитая серия статей возникла в результате споров в редакции журнала о том, как лучше

¹⁵⁴ Mr. Taft and the Muckrakers // The Detroit Times, 8 June 1910.

всего разоблачить трасты, и мисс Тарбелл предложила начать со своей истории о компании *Standard Oil*.

Ида Тарбелл обладает яркой и привлекательной внешностью. Она по-королевски высокая, величественная и достойная, отточенная и приятная в своих манерах, но немного сдержанная. Вы абсолютно уверены в том, что она никогда не говорит всё, что она знает или думает. У неё тёмные волосы и темные, красивые глаза. В летнее время она много ходит по горам. Ходьба – её любимое развлечение, однако она с нетерпением ждёт времени, когда сможет иметь свой дом и сад.

Дело *Standard Oil* потребовало исследования 300 томов свидетельств почти по 1000 страниц каждый. “Я просто выполняла свою работу”, – говорит она¹⁵⁵.

Судебное разбирательство, в котором *Standard Oil* обвинялась, в частности, в нарушении антимонопольного законодательства, приковало к себе внимание американской общественности и стало новым судебным прецедентом. К концу 1911 года *Standard Oil* прекратила своё существование.

Но Ида Минерва Тарбелл не останавливается лишь на конкретном случае. Её тревожит повторяемость преступлений в мире бизнеса: «Одной из самых удручающих черт этической стороны дела является то, что такими методами более или менее открыто восхищаются. И это логично. Канон – “успех в бизнесе”, люди, добившиеся успеха, подобного успеху *Standard Oil Trust*, становятся национальными героями! История организации изучается как практический урок зарабатывания денег.

Это самое поразительное для того, кто хотел бы почувствовать, что возможно быть коммерческим человеком и при этом оставаться джентльменом.

Конечно, такие практики исключают мужчин из ранга джентльменов, так же как такие практики исключают мужчин из спортивного мира. На всей планете нет такого игрового стола, в котором допускаются кости со смещённым центром тяжести, нет такой спортивной площадки, на которой мужчины не должны играть честно. Но мистер Рокфеллер систематически играл шулерскими кубиками. Играемый

¹⁵⁵ Ida M. Tarbell // The Topeka state journal, 11 June 1904.

таким образом бизнес теряет все свои спортивные качества и подходит только для обманщиков»¹⁵⁶.

Созданная Идой Минервой Тарбелл репутация в той области, где до сих пор доминируют мужчины, вовсе не отразилась на её взглядах на роль женщины в семье: она не призывала к равноправию с мужчинами, она не боролась против дискриминации женщин в целом в политической и экономической жизни. Она просто выполняла работу «разгребателя грязи» в обществе.

Она изучала историю *Standard Oil* и лично Рокфеллера, используя документы, – сотни тысяч страниц, разбросанных по всей стране, – проводя интервью с руководителями *Standard Oil* и конкурирующих с ней корпораций, с главами регулирующих органов и научными экспертами. Другими словами, она впервые стала практиковать то, что сегодня называется «журналистское расследование» и которого не существовало ещё в 1900 году. Она и впрямь изобрела новый вид журналистики.

В 2000 году она была введена в Национальный зал славы женщин в Сенека-Фолз в Нью-Йорке. А в 2002 году удостоилась чести быть выпущенной на почтовой марке. Кстати, кроме неё только ещё три женщины-журналистки удостоились такой чести от Почтового ведомства США: Нелли Блай, Этель Луи Пэйн – первая афроамериканская журналистка на национальном телевидении, которая в 1960-1970-е годы боролась против расовой дискриминации и заработала репутацию агрессивного журналиста, который задаёт жёсткие вопросы, и Маргарита Хиггинс – первая женщина военный корреспондент, прошедшая Вторую мировую войну, войну в Корее и войну во Вьетнаме.

Большинство макрейкеров были талантливыми, искренними и сравнительно молодыми людьми. Они не останавливались перед опасностью оказаться жертвой физической расправы. В своих статьях они затрагивали все или почти все стороны жизни США. Они писали о политической коррупции, разъедающей органы власти, и связи последних с бизнесом. Они обнажали бесчестные методы финансистов и промышленников; разоблачали преступные действия владельцев заводов мясных консервов и медицинских препаратов, отравляющих

¹⁵⁶ Tarbell I.M. The History of the Standard Oil Company. Volume Two. New York: McClure, Phillips & Co., 1904, p. 288.

население недоброкачественной продукцией. Они обрисовали злостную эксплуатацию иммигрантов и бесчеловечное отношение к цветному населению США, обогащение предпринимателей на жестокой эксплуатации труда детей, на проституции и торговле девушками. Они вскрывали не богоугодные источники доходов церкви. Они рассказали о зависимости прессы от монополий, показав, что многие издательства, в том числе и макрейнкерские, существовали главным образом за счёт рекламных объявлений, предоставляемых ими различным фирмам.

Поняв силу и беспощадность макрейнкеров, предприниматели объявили им войну. В ход шло всё – от подкупов издателей до покупки изданий. Тем, кто отказывался продавать финансисты называли свои банковские кредиты. Бойкот рекламодателей привёл к банкротству ряд журналов, а начало Первой мировой войны окончательно отвлекло внимание общества от корпоративных махинаций. Ряд федеральных и местных законов, которые фактически криминализировали любое выражение оппозиции войне, особенно после апреля 1917 года, когда США вступили в войну, привёл к запрету любой критики промышленников, обеспечивающих поставки продукции для военных действий.

В 1912 году *The McClure's Magazine* с большими долгами был продан группе финансистов и в 1929 году прекратил своё существование.

Авторы публицистической литературы были, безусловно, важны во время кампаний «прогрессивной эры» за реформы, какими бы ограниченными они ни были. Но именно тогда, когда «со всем существенным оптимизмом своего времени, они активно перешли от журналистики к выдумке»¹⁵⁷, макрейнкерство поднялось на новый уровень – моральную философию и переродилось в художественную публицистику. У перенявших макрейнкерскую методику исследования общества Теодора Драйзера, Стивена Крейна, Фрэнка Норриса, Эптона Синклера главные герои всегда являются жертвами социальных сил, находящихся вне их контроля.

¹⁵⁷ Kazin A. On Native Grounds: An Interpretation of Modern American Prose Literature. New York: Harcourt, Brace & World, 1942, 541 p.

Большинство макрейтеков «были реформаторами лишь случайно, и лишь немногие из них были вдохновлены идеалами или поддержаны убеждениями»¹⁵⁸, поэтому у них не было ответа на вопрос «что дальше?». Их миссия завершилась на стадии накопления фактов. Тем не менее, американскими журналистиковедами отмечается, что практически все стандарты, заложенные деятельностью *The McClure's Magazine*, стали неотъемлемой частью современного журналистского расследования¹⁵⁹.

Репортажи из горячих точек

Во второй половине XIX века чрезвычайно резкое обострение двух социальных систем – системы рабства и системы свободного труда – привело сначала к росту социальной напряжённости в стране, а затем и к революционной по своему характеру войне между Севером и Югом. Между регионами возник конфликт из-за тарифной политики: Юг импортировал промышленные товары и требовал свободной торговли, Север стремился с помощью тарифов оградить свою развивающуюся промышленность от конкурентов.

Американские учёные считают время Гражданской войны «фундаментальным» этапом в истории журналистики этой страны. Огромное общественное любопытство, вызванное её событиями, привело к значительному росту газетных тиражей. Война высветила особо выдающееся значение периодической печати в жизни страны, особо важную общественную роль телеграфных депеш и сделала из репортажей военных корреспондентов чрезвычайно информационное поле. К тому же война изменила стиль подачи новостей в газетах. А сама журналистская профессия стала опасной и требующей отваги.

По сути дела, война началась ещё при президенте Джеймсе Макгилле Бьюкенене, которого характеризовали как человека без твердой и ясной политической позиции. Он пропагандировал продолжение территориальной экспансии и был за прекращения агитации против рабства, поэтому его поддерживали все южные штаты.

¹⁵⁸ Literary History of the United States. Volume II. New York: MacMillan Co., 1948, p. 1111.

¹⁵⁹ Sloan W.D., Parcell L.M. American Journalism: History, Principles, Practices. NC: McFarland & Company, Inc., 2002, pp. 211–213.

Когда в октябре 1859 года фанатичный противник рабства Джон Браун захватил государственное оружие в Харперс-Фери (штат Вирджиния) и поднял восстание рабов, то Бьюкенен растерялся и принял решение не участвовать в следующих президентских выборах.

Сменивший его кандидат в президенты на выборах 1860 года – Авраам Линкольн – был противником распространения рабства, и его победа на выборах ещё больше разделила американский народ. Линкольн ещё даже не прибыл в столицу на свою инаугурацию, а семь южных штатов (Южная Каролина, Миссисипи, Флорида, Алабама, Джорджия, Луизиана, Техас) объявили о своём выходе из состава США и образовали Конфедерацию во главе с президентом Джефферсоном Дэвисом.

В соответствии с решением Конгресса США Дэвис назначил Мирную комиссию, которая в марте отправилась в Вашингтон с предложением выкупить всю федеральную собственность на территории Юга. Но эта акция не возымела успеха у северян, которые готовы были развязать братоубийственную войну ради сохранения целостности страны.

Нация разделилась. Южане были настолько враждебны Линкольну, напомнившему в речи «Дом разделённый» стих 25 из 12 главы Евангелия от Матфея – «дом, разделившийся сам в себе, не устоит», что в южных газетах появились сообщения, об отсутствии какой бы то ни было возможности союза при исполнении им обязанностей президента. Линкольн не ставил вопрос о рабстве на первое место; он считал, что важнее всего сохранить союз всех штатов¹⁶⁰. И даже в речи на инаугурации он заявил, что у него «нет никаких намерений прямо или косвенно вмешиваться в функционирование института рабства в тех штатах, где оно существует».

Кроме того, в письме Хорейсу Грили, отвечая на его статью в *The New York Tribune*, где самый влиятельный журналист того времени называл попытки Президента США подавить восстание, в то же время поддерживая рабство, нелепыми и бесполезными¹⁶¹, Авраам Линкольн оправдывался: «Если бы я смог сохранить союз [Соединённые

¹⁶⁰ См.: Foner E. *The Fiery Trial: Abraham Lincoln and American Slavery*. New York: W.W. Norton & Company, 2010, pp. 99–100.

¹⁶¹ Greeley H. *A Prayer for Twenty Millions* // *The New York Tribune*, 20 August 1862.

Штаты Америки], не освободив ни одного раба, я бы это сделал. И если бы я смог сохранить союз, освободив некоторых рабов и не освободив других, я бы так и поступил. Всё, что я делаю в отношении рабства и цветной расы, я предпринимаю, потому что верю, что это может помочь спасти Соединённые Штаты»¹⁶².

Стремление предотвратить раскол страны и не допустить отделения южных штатов от союза – вот главная и единственная причина начала войны Севера с Югом.

Боевые действия начались 12 апреля 1861 года нападением южан на форт Самтер. Честь первого выстрела досталась известному виргинскому плантатору и журналисту – 67-летнему Эдмунду Раффину. Он заявлял: «Одно из величайших преимуществ африканского рабства для южных штатов в том, что оно огораживает наши земли и направляет на север и северозапад орды эмигрантов, нахлынувшие из Европы»¹⁶³.

В Гражданскую войну оказались вовлечены не только войска, но и широкие народные массы. Такого американцы никогда не испытывали и не видели прежде.

Телеграф, железная дорога и новейшие печатные станки позволяли газетам ежедневно публиковать новости о битвах и оперативно доставлять информацию до читателей. В 1861 году ежедневный тираж, например, *The New York Herald* превысил 100 000 экземпляров, а *The New York Tribune* составил даже более 200 000 экземпляров.

И у северян, и у южан в журналистской среде были сторонники, на которых они могли рассчитывать. *The Chicago Tribune*, *The New York Times*, *The Washington Morning Chronicle*, *The Philadelphia Inquirer*, *The Springfield Republican* поддерживали Авраама Линкольна. Главу Конфедерации Джефферсона Дэвиса поддерживали *The Richmond Enquirer*, *The Charleston Courier*, *The Augusta Constitutionalist*, *The Mobile Advertiser and Register*.

Но на Севере имелось и свыше сотни газет, открыто помогавших противнику – южанам: *The New York World*, *The Chicago Times*,

¹⁶² A Letter from the President Abraham Lincoln to Horace Greeley, 22 August 1862 // *Daily National Intelligencer*, 23 August 1862.

¹⁶³ Цит. по: Genovese E.D. *The Political Economy of Slavery*. New York: Pantheon Books, 1965, p. 231.

The Cleveland Plain Dealer, The Detroit Free Press, The Dayton Empire, The Dubuque Herald, The Columbus Crisis и другие. Хотя правительство время от времени прибегало к репрессиям, эти меры не приняли систематический характер. Когда в мае 1864 года *The New York World* и *The Journal of Commerce* с целью вызвать волнения опубликовали заведомо ложную информацию о якобы готовившемся призыве под ружьё 400 тысяч человек, правительство запретило их выход. Правда запрет этот был всего лишь на два дня. Северяне скорее готовы были проиграть войну, чем потерять свободу печати.

The New York Times подчёркивала: «Хотя мы категорически отказываемся признавать какое-либо право журналиста или другого лица подстрекать, поддерживать или оправдывать измену или мятеж, мы уважительно, но твёрдо поддерживаем право прессы свободно и бесстрашно критиковать действия лиц, стоящих у власти, а также их гражданских и военных подчинённых»¹⁶⁴.

И журналисты подвергали убийственной критике промахи правительства. В первые годы войны у читателей даже складывалось представление о полной неспособности и бездарности военного командования и высоких, неоправданных потерях. Разумеется, это не поднимало боевой дух населения.

Трудно переоценить и тот вред, который наносила пресса армии, публикуя секретную информацию. Не одно сражение было проиграно по этой причине. Вездесущие и неутомимые газетчики смогли раздобыть и опубликовать план действий северян перед сражением при Булл-Ране, сообщить заранее о готовившейся атаке флотом форта Уилмингтона, о тайных перемещениях 11-го и 12-го корпусов на помощь армии Розенкранса и многом другом. Эта утечка информации стоила армии десятков тысяч жизней. Южане могли особенно не тратиться на разведку, а просто читать северные газеты.

Для борьбы с этим злом правительство ввело цензуру на телеграфе. Но когда военный министр в бессильной злобе приказал упрясть за решётку одного из журналистов, разгласивших секретный план, в американском праве даже не нашлось закона, по которому его могли судить – и журналист был выпущен на свободу.

¹⁶⁴ Declaration of the journalists of New York // *The New York Times*, 9 June 1863.

К тому же надо добавить, что газетчики не удовлетворились получением сведений от командования армией и выступили в военный поход. Вместе с солдатами шли корреспонденты, фоторепортёры и художники, по рисункам которых в газетах печатались ксилографические батальные сцены. Одна только *The New York Herald* отправила на фронт более шестидесяти журналистов, оснащённых по последнему слову техники.

Их материалы воссоздавали ситуацию на фронте так, что читатели могли в полной мере почувствовать происходящее: «Люди сражаются лицом к лицу. Всюду штыковые и сабельные удары, выстрелы из пистолетов, клятвы, вопли, проклятия, крики “ура”; люди падают на четвереньки, выбрасывают руки, глотают кровь; всё смешалось – безногий, безрукий, безголовый. Горы мертвецов. Секунды делятся как века»¹⁶⁵.

Но читатели хотели ещё и увидеть те события, о которых они читали. Никогда прежде ни одно событие не было визуально запечатлено столь подробно. Тысячи рисованных иллюстраций появились в журналах и газетах, было сделано более миллиона фотографий, продававшихся в редакциях как приложения к печатным изданиям. Большинство художников и фотографов считали себя репортёрами, которые вместо слов используют изображение.

В гораздо более сложном положении во время гражданской войны оказалась журналистика Юга. Почти не уступая Северу по числу газет в пропорции к населению, Юг всегда сильно проигрывал в тиражах, а также в точности и оперативности прессы.

Важнейшую роль в журналистике Юга играла *The Charleston Mercury* Роберта Барнвелла Ретта. Он ставил целью национальное обособление южан. В одном из своих произведений Ретт писал: «Всё Правительство Соединённых Штатов находится во власти денег. Оно представляет собой широкую коалицию Производителей-Банкиров-Держателей государственных облигаций и капиталистов всех мастей. Подобное правительство, чтобы сохранить все свои привилегии, естественным путём придёт к деспотизму. Но в одном мы уверены. Если они [северяне] когда-либо решат восстановить свои свободы,

¹⁶⁵ Цит. по: Andrews J.C. *The North Reports the Civil War*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1955, pp. 429–430.

то это произойдет при помощи того же, что пытались предотвратить создание этого Правительства, то есть при помощи Юга»¹⁶⁶.

Когда началась Гражданская война, Южная пресса оказалась в неравных условиях с печатью Севера.

Во-первых, здесь была практически невозможна оппозиция, так как в рабовладельческих штатах издавна существовали законы, карававшие за критику рабства. Военная цензура здесь была намного строже.

Во-вторых, 95% бумаги производилось в северных штатах. Уже одно это должно было нанести чувствительный удар по журналистике Юга. Иногда газеты печатались на бумаге для обоев, но и её не хватало.

Если сюда прибавить, что почти всё типографское оборудование и краска производились на Севере, что с моря Юг был блокирован северным флотом, что эта блокада вызвала общий экономический кризис, усугублявшийся разрушительными последствиями военных действий, которые велись преимущественно на территории южных штатов, что, наконец, оккупационные власти северян здесь могли не считаться с общественным мнением и закрывать газеты по своему произволу, то становится понятным отчаянное положение газет Юга в годы гражданской войны.

Как известно, эта война Севера с Югом закончилась поражением Юга, единство страны было сохранено, и Эдмунд Раффин, сделавший когда-то первый выстрел Гражданской войны, 18 июня 1865 года набросил на плечи флаг Конфедерации и выстрелил себе в сердце.

Гражданская война стала самым кровопролитным военным конфликтом в истории Соединённых Штатов Америки. В военной прессе работали как профессиональные журналисты, так и военные, осваивавшие журналистское мастерство прямо на фронте.

Для американской прессы главным итогом этого периода стал новый импульс, данный развитию печати северных штатов. В годы войны резко возросли тиражи, усовершенствовался сбор информации, повысилась оперативность, окрепло финансовое положение се-

¹⁶⁶ Rhett R.B. Conversation occurring during the war, 1862-1866 // Davis W.C. Look Away!: A History of the Confederate States of America. New York: The Free Press, 2002, p. 47.

верных газет. Теперь газеты всё чаще учитывали в своих публикациях грубоватый менталитет новых американцев и стремились подать любую новость доходчиво и живо.

И ещё. Издатели поняли, что яркие, образные рассказы о событиях в горячих точках могут способствовать увеличению читательской аудитории. «Хлеб и газета. Это новая версия “хлеба и зрелищ” древних римлян. Это наш ультиматум. Им нужно было что-нибудь поесть и посмотреть цирковые представления. Нам надо что-нибудь поесть и газеты почитать. От всего остального мы можем отказаться»¹⁶⁷, – констатировал произошедшие в общественном сознании перемены эссеист Оливер Вендалл Холмс.

Формирование имперской идеологии США в конце XIX века тесно связано с бурным развитием экономики, для которой внутренний рынок Соединённых Штатов становился недостаточным для реализации своих амбиций и возможностей. Правительство страны стало смотреть за пределы собственных территорий, активно наращивая военно-морской потенциал.

Взрывной характер подачи материалов, в основе которых лежит конфликт – преступление, коррупция и тому подобное, стал активно формироваться статьями, в которых главной мыслью проходило ожидание скорой войны, которую готовят демократическому государству внешние враги. Захватывающая история, способная «щекотать» нервы читателя, публикация иллюстраций сцен насилия, оружия, схем готовившихся террористических актов стали выходить на первые полосы газет.

17 августа 1897 года *The New York Journal* Уильяма Рэндолфа Хёрста сообщает: «Эванхелина Сиснерос, красивая семнадцатилетняя девушка, приговорена к ссылке в Африку за участие в мятеже кубинских военнопленных»¹⁶⁸. Газета собирает двести тысяч подписей американских женщин в защиту «нежной, воспитывавшейся в монастыре, невинной девушки, которую похотливые испанские палачи обрекли на судьбу страшнее смерти»¹⁶⁹. Протест, подписи под кото-

¹⁶⁷ Holmes O.W. Bread and the Newspaper // *The Atlantic Monthly*, No.8 (September), 1861, p. 349.

¹⁶⁸ Kendrick M. The Cuban Girl Martyr // *The New York Journal*, 17 August 1897.

¹⁶⁹ De Lome's Defense and Confession // *The New York Journal*, 27 August 1897.

рым заняли в *The New York Journal* двенадцать колонок, направляется испанской королеве.

История прекрасной узницы появляется и на страницах пулитцеровской *The New York World*. Газета шлёт запрос на Кубу и на её страницах 21 августа 1897 года публикуется ответная телеграмма генерала Валериано Вейлера-и-Николау, командовавшего войсками и подавлением восстания на Кубе в 1895–1897 годах, сообщавшая: «Это дело находится на предварительной стадии и ещё не рассматривалось компетентным судом, и, следовательно, я не вынес и не одобрил ни одного приговора»¹⁷⁰. Таким образом Джозеф Пулитцер пытается объявить Уильяма Рэндолафа Хёрста лжецом, выдумавшим страдания юной кубинки.

Между тем, Эванхелина Сиснерос, заключённая на острове Пинес, была едва не изнасилована командиром исправительной колонии. Она и ряд заключённых, пришедших девушке на помощь, были обвинены в организации мятежа.

The New York World, преследуя своего соперника, изображает Эванхелину Сиснерос как соблазнительницу. *The New York Journal* делает вид, что не замечает этих выпадов со стороны Джозефа Пулитцера. Он понимал, что истории, полные сексуальности, жестокости, опасностей, несправедливости, тайн, добродетелей, преступности, страсти, храбрости и острых ощущений да к тому же происходящие на тропическом острове смотрятся в глазах читателей гораздо привлекательнее.

«В день моего отъезда из Гаваны генерал Вейлер сказал мне, что Эванхелина Сиснерос скоро будет освобождена из тюрьмы, – пересказывала слова генерального консула Соединённых Штатов Америки в Гаване *The New York Journal*. – Он также сказал, что она могла быть освобождена раньше, если бы не американские газеты. Но я уверен, если бы эта девушка предстала перед судом, она была бы осуждена, ведь она считается лидером кубинских повстанцев»¹⁷¹.

Чтобы придать динамику этому сюжету, Уильям Рэндолаф Хёрст поручает своему специальному корреспонденту похитить девушку. И в день прибытия Эванхелины Сиснерос в Нью-Йорк *The New York*

¹⁷⁰ General Weyler to The World // *The New York World*, 21 August 1897.

¹⁷¹ General Lee on the Cisneros Case // *The New York Journal*, 9 September 1897.

Journal вышла с огромным заголовком на первой полосе: «Американская газета одним ударом добивается того, с чем не могла справиться американская дипломатия»¹⁷².

Но началось всё с того, что Фредерик Ремингтон создал рисунок, заполнивший половину первой страницы *The New York Journal*: миловидная обнажённая молодая женщина в окружении зловещих испанцев. Уильям Рэндолф Хёрст утверждал, что три девушки, пассажирки на американском почтовом пароходе, были досмотрены в кубинском порту Гавана, зловеще ухмыляющимися испанскими мужчинами. *The New York Journal* гневно спросила у читателей: где были благородные американские мужчины, которые могли спасти женщин от унижающих рук жестоких, похотливых испанцев¹⁷³.

Затем появилась Эванхелина Сиснерос, «красивая молодая женщина из самой нежной семьи». В истории *The New York Journal* она отправилась на остров Хувентуд ходатайствовать об освобождении своего пожилого отца от испанцев, но сама оказалась в числе заключённых. Газета подробно рассказала, как она сопротивлялась сексуальным домогательствам похотливо глядящего испанского начальника тюрьмы, как она была брошена в запущенную тюрьму для проституток.

Создав свою героиню, Уильям Рэндолф Хёрст тут же бросился спасать её. Его газета потребовала от правительства США направить к берегам Кубы армию для защиты американских интересов.

Информационная война против испанцев, которую развернула *The New York Journal*, поддержанная и другими американскими изданиями с негласного попустительства властей США, была начата не случайно.

В течение всего XIX века Соединённые Штаты Америки пытались приобрести этот остров. Им не удавалось это сделать. За деньги Испания остров не уступала, сил захватить его не хватало, так как против этого были Англия и Франция, не желавшие усиления влияния США

¹⁷² An American Newspaper Accomplishes at a Single Stroke What the Red Tape of Diplomacy Failed Utterly to Bring About in Many Months // *The New York Journal*, 10 October 1897.

¹⁷³ Spaniards Search Women on American Steamers // *The New York Journal*, 12 February 1897.

в Западном полушарии. Тем не менее американский капитал стал проникать в экономику Кубы. Создавая на Кубе достаточно совершенные предприятия по обработке сахарного тростника, что обеспечивало высокую производительность и прибыльность, американцы одновременно лишали кубинскую сахарную промышленность возможности стать конкурентом американской. На Кубе изготовлялся сахар-сырец, рафинирование которого производилось на заводах США.

Вложения капиталов шли и в табачные плантации, и в железные дороги, и в товарооборот, и в постройку судов...

Вот почему во время восстания, начавшегося на острове в 1895 году, американское правительство поддержало антииспанскую кампанию в печати, допустило деятельность кубинских революционеров на территории США, стремясь внушить к себе доверие кубинцев и содействовать расшатыванию испанского господства на Кубе.

25 января 1898 года военный корабль *Maine* отплыл к берегам Кубы. Несколько недель он простоял спокойно на рейде Гаваны и вечером 15 февраля от мощного взрыва взлетел на воздух.

Погибло около трёхсот членов экипажа. *The New York Journal* через два дня после трагедии опубликовала своё резюме: «Чиновники военно-морского флота считают, что *Maine* был уничтожен испанцами. Джордж Юджин Брайсон, наш специальный корреспондент в Гаване, сообщает, что таково мнение многих»¹⁷⁴. Газета опубликовала восемь страниц «убедительных» доказательств со схемами и диаграммами.

«Расследование по гибели *Maine* может занять неделю, но независимость Кубы нужно признать сегодня, – заверяла *The New York Journal*. – Американский флот может сегодня двинуться на Гавану и установить флаг Кубинской Республики на Морро и Кабане. Он всё ещё достаточно силён для этого при отсутствии дальнейших “несчастных случаев”. И если мы предпримем такие действия, крайне маловероятно, что произойдет любая другая авария»¹⁷⁵.

¹⁷⁴ Destruction of the War Ship Maine Was the Work of an Enemy // *The New York Journal*, 17 February 1898.

¹⁷⁵ Spain's Victory of Peace // *The New York Journal*, 17 February 1898.

«Взрыв *Maine* вызван бомбой или торпедой?»¹⁷⁶ – вопрошала с первой страницы *The New York World*. Иллюстрация, занявшая две трети первой полосы газеты, наглядно показывала ужасы взрыва: разламывающийся на фрагменты корабль, тела, взлетающие на воздух, пламя, взметнувшееся до самых небес... В статье подчёркивалось: выжившие моряки убеждены, что это заговор испанцев.

Конечно, среди скоропалительных обвинений звучали и разумные голоса, призывающие к хладнокровию и рассудительности. Среди таких, например, была газета Адольфа Саймона Окса *The New York Times*, девизом которой стал принцип подачи новостей беспристрастно, не оглядываясь на личности, партии и общественные движения.

«Ничего не известно о причине гибели боевого корабля *Maine*. Он – обгоревшая и разбитая развалина, покоящаяся на дне гаванской гавани, и два офицера и 251 моряк погибли. Нет никаких доказательств, чтобы уверенно говорить о предательстве. Единственное, что очевидно, – это то, что именно какая-то взрывчатка уничтожила *Maine*, – писала в тот же день *The New York Times*. – Только глупцы полагают, что *Maine* был разрушен испанцами. Возможно, это дело рук фанатичного сторонника генерал-губернатора Кубы маршала Бланко, которого побудила пойти на преступление его собственная личная ненависть к Соединённым Штатам, но преступление безответственного негодяя не может быть использовано для выдвижения обвинений против его правительства»¹⁷⁷.

Но лозунг Уильяма Рэндолфа Хёрста, до сих пор повторяемый американцами, гласил: «Помни *Maine*!» И звучал он как призыв к мщению: «Теперь всем очевидно, что именно трусливый испанец несёт всю ответственность за гибель *Maine* и убийство более 260 моряков. Мы должны ответить. Помни *Maine*! К чёрту Испанию!»¹⁷⁸

21 апреля 1898 года Соединённые Штаты Америки заблокировали Кубу. Испано-американская война стала для американцев первой империалистической войной за передел колониальных владений.

¹⁷⁶ Maine Explosion Caused by Bomb or Torpedo? // *The New York World*, 17 February 1898.

¹⁷⁷ The Maine Disaster // *The New York Times*, 17 February 1898.

¹⁷⁸ Remember the Maine! // *The New York Journal*, 15 March 1898.

Через три с половиной месяца под власть США перешли острова Гуам и Филиппины, а Куба и Пуэрто-Рико объявлялись «свободными государствами», но находились под контролем США. Война существенно изменила внешнеполитический имидж США. Она продемонстрировала мощь нового государства и превратила его в ключевого игрока на политической арене.

А в структуре американских газет прочно закрепилась позиция «военный корреспондент». С тех пор журналисты в военной форме были во всех горячих точках планеты, освещая египетские восстания, битвы на Мадагаскаре, подвиги британских пехотинцев в Африке, кровопролитные сражения в Судане, освободительные движения греков, англо-бурскую войну.

Издатели подметили тенденцию роста интереса к военной тематике и активно её эксплуатировали в своих газетах и журналах, привлекая талантливых журналистов к созданию специальных репортажей.

Криминальная хроника

Всего за два пенни *The New York World* ежедневно предоставляла своим читателям доступ к секретным мирам – от измен в семьях знаменитостей и скандалов в высшем обществе до ошеломляющих подробностей жизни в подвальных опиумных притонах. Статьи кричали со страниц газет волнующими заголовками – «Крещённые в крови», «Изверг в человеческом обликии», «Дядя убивает племянника ржавым гвоздём». И, конечно же, всё это сопровождалось изображением самих смертельных орудий – гвоздя, крышки гроба, чайника, спичечного коробка, зонта, раскалённой подковы, пропитанной кровью скрабовой щётки... Когда же город содрогнулся, узнав об очередном ужасном убийстве, связанном с расчленением трупа, то *The New York World* тут же напечатала схему расположения бочек на месте преступления, стрелками указав, что голова жертвы содержалась в бочке А, ноги в бочке В, руки в бочке С.

The Journalist, первая успешная американская торговая газета, освещавшая журналистику, так отреагировала на подобные публикации: «Пулитцер сделал *The New York World* канализацией, куда стека-

ет поток порока и грязи, который несётся через наш великий город под поверхностью достойной жизни»¹⁷⁹.

Но *The New York World* не реагировал на подобную критику. Джозеф Пулитцер изначально предупредил своих читателей: «Жалобы на “низкий моральный тон прессы” традиционны, но очень несправедливы. Газета рассказывает о событиях дня. Она не копит свои наблюдения о коррупции и преступлениях, а сообщает о них по мере их совершения. Если бы это не делалось, журналисты были бы скверными летописцами. Ежедневное издание похоже на зеркало – оно отражает то, что находится перед ним. Пусть те, кто шокирован прессой, обвиняют людей, стоящих перед зеркалом, а не зеркало, которое только отражает их черты и действия»¹⁸⁰.

Действительно, его газете не пришлось особо напрягаться, создавая материалы об ужасных условиях жизни. Многие из его репортёров были убеждёнными реалистами, их интересовали лишь точные факты. Улицы Нью-Йорка были грязными – приходилось убирать каждый день свыше миллиона килограммов конского навоза. Город страдал от перенаселения, а жилищный фонд для бедных был чрезвычайно мал и убог. Летом, чтобы избежать удушья в квартирах, многие спали на крышах домов, что неизбежно приводило к несчастным случаям: и взрослые, и уж тем более дети в темноте падали с незагороженных крыш.

Вот лишь несколько событий из хроники происшествий, опубликованной только в одном из номеров вечернего выпуска *The New York World* от 1 ноября 1887 года¹⁸¹.

«Один из самых катастрофических пожаров за последние годы охватил пляж Нантаскот вчера вечером. Общая стоимость потерь составляет от 8000 до 9000 долларов. Ничего не осталось от зданий, а семьи погорельцев спасли только свою ночную одежду, в которой успели выбежать из домов».

«Вчера Марта М. Крокетт была приговорена к пожизненному заключению в тюрьме Стато за убийство своего мужа. Это преступле-

¹⁷⁹ Richardson L. A sewer for the stream of vice // *The Journalist*, 24 May 1885.

¹⁸⁰ Цит. по: Brian D. Pulitzer. *A Life*. N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 2001, pp. 79–80.

¹⁸¹ См.: *The New York World*, 1 November 1887.

ние, совершённое в декабре прошлого года, вызвало большой резонанс в обществе. Она выслушала приговор без эмоций и сожалений».

«Хандольф Гардинер вчера ночью совершил самоубийство в доме своей сестры на Южной Восьмой улице, послав пулю в мозг. Ему было 111 лет, он ощущал признаки безумия и боялся стать бременем для своих друзей».

«Сегодня утром около 2.30 от ужасного взрыва на Четырнадцатой улице рухнули три дома: продуктовый магазин и два смежных двухэтажных здания. Двенадцать человек, в том числе и дети, были похоронены в руинах».

«Этим утром в полицейском суде рынка Джеттерсон разбиралась кража большого количества серебряных игрушек из дома Авраама С. Халла, улица Бедфорд, 53. Уильямс был замечен выползающим из окна подвала и схвачен после оживлённой погони по улицам».

И так далее.

Джозефу Пулитцеру нужна была неумяная энергия Нелли Блай, чтобы разоблачить комиссара полиции Нью-Йорка Теодора Рузвельта, собиравшегося закрыть приют для иммигрантов и бездомных женщин. Чтобы доказать потребность в них, Нелли Блай провела ночь в здании вокзала на Оук-стрит среди пятнадцати ирландских женщин, в основном иммигрантов, «убитых несчастьем и виски». Её полный драматизма рассказ занял всю страницу в воскресном выпуске *The New York World*.

Раздражение Теодора Рузвельта достигло предела, когда Джозеф Пулитцер обвинил его в том, что тот преследует владельцев салунов за мелкие нарушения, в то время как по-настоящему опасные преступления остаются нераскрытыми. В доказательство этого *The New York World* опубликовала длинный список преступников, остающихся на свободе. Теодор Рузвельт со страниц *The New York Times* назвал Джозефа Пулитцера лжецом: «Из сорока пяти ограблений, краж со взломом и тому подобного, о которых сообщала *The New York World*, только четыре действительно были; другими словами, в заявлении *The New York World* содержалось чуть менее девяти процентов правды; и это необычно большой процент правды для *The New York World*, так как большинство его сообщений о кражах, гра-

бежах и тому подобном даже не имеют основания. Газета мистера Пулитцера выпускается им ради собственного сомнительного бизнеса. Но всегда существует риск, когда репортёрам платят за то, что они лгут; в конце концов они поймут, что легче выдумать неправду, чем искать реальные факты»¹⁸².

Джозеф Пулитцер нанёс ответный удар тройным ударом: новыми сообщениями о неблагополучной обстановке в Нью-Йорке в новостных колонках, в карикатуре, изображающей как Теодор Рузвельт уничтожает полицейские отчёты, и в редакционной статье, ставящей под новый удар комиссара полиции: «Сегодня мы представляем простое изложение фактов, которое должно принести нам извинения со стороны комиссара Рузвельта, если он честный человек или тот, кто дорожит чувством собственного достоинства. Он назвал многие из высказываний *The New York World* “подделками”. Но он прекрасно знал, что почти каждый из отчётов, которые он охарактеризовал как “подделки” и фальсификации, был опубликован и другими газетами в Нью-Йорке, в том числе теми, которые поддержали его атаку тяжёлыми заголовками. Рузвельт также знал, что эти сообщения в основном были взяты из официальных регистрационных журналов полицейских участков. Если они были ложными, то ложь эта была официально подтверждена полицией, находящейся под его собственным контролем»¹⁸³.

Через несколько лет комиссар нью-йоркской полиции Теодор Рузвельт станет двадцать шестым Президентом Соединённых Штатов Америки.

Джозеф Пулитцер далеко не первый вынес на страницы изданий всё неприглядные стороны жизни. Иллюстрированная криминальная хроника второй половины XIX века регулярно публиковалась, например, и в американском издании *The National Police Gazette*, основанном Енохом Кемпом и Джорджем Уилксом в 1845 году. Хотя газета формально и являлась чем-то вроде информационного листка по раскрытию тяжких преступлений, на самом деле она быстро превратилась в то, что мы теперь назвали бы успешным таблоидом со специализацией на криминальных новостях. Репортёры *The National Police Gazette*

¹⁸² Цит. по: Brian D. Pulitzer. *A Life*. N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 2001, p. 200.

¹⁸³ Цит. по: Brian D. Pulitzer. *A Life*. N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 2001, p. 201.

не скупилась на описания будоражащих нервы подробностей из жизни опасных преступников, среди которых попадались как обитатели социального дна, так и выходцы из вполне благополучных и даже светских кругов – преимущественно неверные мужья и жёны, застигнутые в момент совершения «преступлений страсти».

В этом американская журналистика унаследовала традиции, сложившиеся в Британии. Там с 1772 года выпускалась аналогичная по содержанию *The Police Gazette*, с 1836 года – *The Cleave's Weekly Police Gazette*, с 1840 года – *The Penny Sunday Times and People's Police Gazette*. Английские таблоиды печатали сенсационные материалы и странные теории о возможных подозреваемых, открыто критиковали работу полиции и изобиловали леденящими кровь подробностями, чем, кстати, стимулировали развитие криминалистики и активной гражданской позиции у своей аудитории.

Чтобы наиболее эффективно контролировать преступность, в полиции создаются новые методы учёта и контроля подозреваемых.

Уильям Гершель, английский врач, служивший в Индии, в 1853 году стал практиковать дактилоскопию при выплачивании пособий местным жителям. Индусы, которые для европейца были все на одно лицо, нередко пользовались этим, пытаясь получить причитающиеся им деньги вторично. И Уильям Гершель решил идентифицировать их по отпечаткам пальцев. А затем, 28 июля 1858 года, Гершель предложил применять дактилоскопию в одной из тюрем округа для опознания преступников.

Но снятие отпечатков пальцев стало практиковаться в английской полиции на постоянной основе намного позже – с 1901 года. До этого времени полиция по-прежнему использовала фотографии и словесные физические описания, на которые она традиционно полагалась, чтобы идентифицировать преступника.

Во второй трети XIX века начало широко практиковаться пешее патрулирование полицейских в форме – «bobbies», прозванных так по имени знаменитого британского премьер-министра, сэра Роберта Пила, стоявшего у истоков создания современной британской полиции. Главная задача органов охраны порядка в викторианской Англии – предупреждение преступности всеми возможными средствами, а не

расследование и задержание преступника, а это, в свою очередь, давало журналистам новый материал для очередных публикаций.

Криминальные новости британской прессы конца XIX века посвящены не только зловещему серийному убийце Джеку Потрошителю, зарезавшему в одиннадцать проституток в период с 1888 по 1891 год. И всё же его личность весьма привлекала многих. Лондонский район Уайтчепел, где совершались преступления, в те времена был пронизан отчаянием и бедностью, что заставляло девушек, живущих в нём, заниматься проституцией, чтобы выжить. Исповедники нового журнализма не могли пройти мимо такой темы, которая была близка широкому кругу их читателей.

Журналисты Соединённых Штатов Америки наравне с лондонской полицией пытались разгадать мотивы уайтчепеловского убийцы: «Можно с уверенностью сказать, что ни одна тема не привлекает так много внимания общественности, даже в таком отдалённом городе, как Сан-Франциско, как Джек Потрошитель в Лондоне. Убийца не является обычным преступником, которого преследует жажда наживы. Было высказано предположение, что его поступки не предполагают более близкого знакомства с человеческим телом, чем у обычного мясника. Но это ошибка. В анатомии человека, коровы или свиньи различия велики и существенны. Было бы неплохо найти мясника, который, в скотобойне или мясной лавке способен был провести вскрытие человеческого тела. Обзор уже совершённых убийств подразумевает настолько гибкую руку и такой быстрый взгляд, что заставляет прийти к выводу, что убийца – хирург или, по крайней мере, студент-медик. Почти очевидно и то, что цель его преступлений – защитить общество от развращённого класса. Никакой другой мотив его действий не может быть предложен»¹⁸⁴.

Журналисты и читатели выдвигали собственные версии того, кто прячется под псевдонимом Джек Потрошитель: «Скорее всего, Джек Потрошитель – сильная женщина, работающая в лондонской бойне. Женщине было бы легко избежать подозрений. Она укрывает платком голову, плечи и спину и прячет под красивым платьем инструмент преступления. Она может пройти мимо полиции, не возбуждая ни малейшего сомнения. Она сама отстирает свою одежду дома,

¹⁸⁴ Jack the Ripper // The Arizona Champion, 27 July 1889.

и соседи по дому не увидят ничего необычного в этом. Всё, что вызвало бы подозрение в отношении мужчины, принадлежит к женской повседневной работе. Надо лишь провести тщательное исследование, узнать, какие женщины работают в этих местах на бойне, и тогда полиция задержит убийцу в течение недели»¹⁸⁵.

Кстати, его имя до сих пор неизвестно. А прозвище, под которым он прославился, взято из письма, присланного в лондонское Центральное агентство новостей. Его автор взял на себя ответственность за зловещие убийства и подписался Джек Потрошитель.

За объявлениями новых преступлений Джека Потрошителя газеты внимательно следили: «Прошлой ночью Скотланд-Ярдом были восстановлены патрули и послан дополнительный рядовой контингент, чтобы наблюдать за районом Уайтчепел. Вновь получено письмо от Джека Потрошителя, идентичное по стилю с предыдущим. В нём он объявляет, что собирается провести ещё одну “операцию”. По словам властей, обязанность полиции – добиться успеха в поимке преступника»¹⁸⁶.

Изменение характера прессы в Британии и Америке во второй половине XIX века стало решающим фактором популяризации криминальной литературы и родственных ей жанров. Литературные журналы *The Strand Magazine*, *The McClure's Magazine*, *The Harper's Magazine* и им подобные, уловив тенденцию привлечения массовой аудитории, стали поставщиками доступных дешёвых иллюстрированных публикаций захватывающих историй: здесь печатались детективы Уилки Коллинза, Чарльза Диккенса, Конан Дойля, основанные на документальной хронике преступлений.

Найти подходящие сюжеты для писателей не составляло особого труда: страницы газет были заполнены историями убийств, произошедших как внутри страны, так и за её рубежами, подробностями нападений и оскорблений, описаниями несчастных случаев и жутких событий.

Когда не было ни одного недавнего убийства, в ход шли различные курьёзы и причудливые истории из животного мира: лебедь съеден удавом; на человека напала яростная сорока; грабителю проти-

¹⁸⁵ Jack the Ripper // Fergus Falls ugeblad, 19 March 1890.

¹⁸⁶ Jack the Ripper's notice // The Evening Herald, 27 June 1891.

востойт орангутанг, владеющий бритвой; старого бродягу защищает от хулиганов большая стая обученных крыс; большие орлы похитили ребёнка и собаку. В хорошо иллюстрированных материалах рассказывалось и о том, как сотрудник похоронной конторы погиб под тяжестью гроба, когда его коллеги не смогли удержать гроб на скользком повороте, и про осьминога, внезапно напавшего на купальщицу, и про обезумевших от голода котов, съедающих под покровом ночи людей, и про коматозника, внезапно пришедшего в себя во время похорон и убитого суеверными крестьянами, принявшими его за вампира...

Вместе с тем, события, привлекающие внимание общественности, становятся информационным поводом для создания эмоционально ярких обложек. Среди них – знаменитая обложка журнала *The New York Daily News*, основанного Джозефом Медиллом Патерсоном в 1919 году. В этом издании впервые в истории американской прессы все сенсационные материалы издания сопровождались столь же сенсационными фотографиями.

Внимание журналистов к рядовому бытовому делу неожиданно превратило его из убийства в маленьком американском городке в сенсационное общенациональное преступление. Как только люди услышали, что казни впервые будет подвержена женщина, многие захотели увидеть это событие.

Рут Снайдер была осуждена за жестокое убийство своего мужа Альберта: его сначала оглушили ударом по голове, потом усыпили хлороформом, после чего задушили стальной проволокой. Перед смертью Альберт по настоянию жены застраховал свою жизнь на крупную сумму – около ста тысяч долларов. Причём, в страховке было указано, что она вступит в силу в случае насильственной смерти застрахованного лица. Слушание в суде продолжалось немногим более месяца, широко освещаясь прессой. В полночь 12 января 1928 года Рут была казнена.

Фотография этой казни, сделанная тайно репортёром *The New York Daily News* Томом Ховардом, стала знаменитой и обошла весь мир. С помощью шнура, пропущенного через штанину и дырку в кармане, он управлял крошечной фотокамерой, установленной на ло-

дыжке. Это был первый снимок, запечатлевший казнь при помощи электрического стула.

Фотография была слегка искажённой. Томас Ховард не мог видеть, что он снимает, используя носок его ботинки в качестве указателя. На следующее утро после казни отредактированная фотография – была применена выкадровка – попала на первую полосу *The New York Daily News* с надписью «DEAD!» – «МЕРТВА!» – именно так, заглавными буквами.

Снимок был тут же признан самой известной бульварной фотографией десятилетия. Как бы туманно ни было изображение, оно было шокирующим и позволило вывести освещение криминальной тематики на новый уровень. Фотофиксация усиливает документальное начало, создавая у аудитории впечатление присутствия на месте события.

Да и в целом иллюстрированные издания приобретали характер документов, могли фиксировать факты, нести информацию о реальных событиях, а дальнейшее развитие событийной фотографии привело к появлению профессиональных фоторепортёров.

Хотя сенсационность криминальной тематики жестока и не скупится на кровавые подробности, но при этом главный герой – жертва обстоятельств, удивительным образом сохраняющий человечность и вызывающий сочувствие. Идея о неизбежности возмездия, когда человек с помощью иллюзии победы справедливости помогает себе преодолеть депрессию страха перед будущим, становится важнейшим началом в публикациях на криминальную тематику. Новый журнализм, обращаясь к проблемам социально уязвимых групп, предполагает непосредственное вмешательство в жизнь и обеспечение победы «добра» над «злом». Журналистские материалы, направленные на выявление «зла», как раз и формируют социальные представления о неизбежности возмездия.

Сексуализация, сплетни и мода

Первая в Соединённых Штатах Америке колонка светских сплетен появилась в 1914 году в *The Chicago Record-Herald*, но новый владелец издания, купивший эту чикагскую газету в 1918 году, не оценил перспектив изобретения своего журналиста.

Хотя писать в этом городе было про что: всем кинозвездам той поры на пути из Нью-Йорка в Лос-Анджелес приходилось делать пересадку в Чикаго с поезда на поезд. И двухчасовое ожидание на вокзале наводило на них такую величайшую скуку, что они были готовы болтать о чём угодно с любопытствующей журналисткой, собиравшей материал для своей колонки.

Однако издатель полагал, что это вряд ли привлечёт большую читательскую аудиторию. Сплетни – это не новости, решил он.

Тогда Луэлла О. Парсонс уволилась из чикагской газеты, переехала в Нью-Йорк и там в *The New York Morning Telegraph* возобновила публикацию волнующих историй из жизни высшего общества.

«Наша встреча была назначена на 11 часов утра. Я пришла к 11:30 и обнаружила, что мистер Дуглас расхаживает по квартире в пальто и шляпе, терпеливо ожидая возможности уйти.

– Вы пойдёте по магазинам со мной? – задал он вопрос прежде, чем я переступила порог.

– Куда? – изумлённо спросила я.

– О, мне нужно несколько галстуков и немного разных мелочей.

И мы пошли в магазин на Пятой авеню, где провели целых тридцать минут, выбирая галстуки для мировой звезды.

– Тебе нравится это? – спросил мистер Фэрбенкс.

Если бы я сказала “да”, то галстук попал бы в его гардероб. И у меня, сознаюсь, появилось великое искушение подобрать ему нечто ужасное, сочетающее оранжевое, красное и фиолетовое.

Наконец мы вновь на улице.

– Это Дуглас, это Дуглас! – заорали с полсотни мальчишек, заметив нас. – Давай, Даг, заберись на телеграфный столб, выпрыгни из окна или сделай что-то особенное, Даг!

Избавиться от них было невозможно. Они преследовали нас как толпа диких индейцев»¹⁸⁷.

В числе героев её публикаций были, как бы сейчас сказали, медийные лица первой величины: киноактёр Дуглас Фэрбенкс, в ближайшем будущем основатель и первый президент Американской академии киноискусства, придумавший премию *Оскар*, величайшие комики Чарли Чаплин и Гарольд Ллойд, прославленный иллюзионист Гарри Гудини, секс-символ эпохи немого кино Рудольфо Валентино и многие, многие другие.

Вот тут-то хозяин *The Chicago Record-Herald* вдруг осознал, чего он лишился и стал уговаривать Луэллу О. Парсонс вернуться к нему.

Переговоры затянулись до 1922 года. Наконец Луэлла О. Парсонс согласилась рассказывать о мире кинозвёзд в *The New York American*, а с 1925 года даже стала голливудским обозревателем синдиката Хёрста.

Да, да, именно. Этим неспохватливым владельцем *The Chicago Record-Herald* был Уильям Рэндольф Хёрст.

Быстро завоевав авторитет, Луэлла О. Парсонс стала цитироваться не только во всех газетах империи Уильяма Рэндольфа Хёрста, но и в других американских изданиях. Её оценка того или иного фильма становилась решающей для прокатного успеха кинокартины, а актёр, о котором журналистка отзывалась с похвалой, привлекал к себе внимание публики. Материалы Луэллы О. Парсонс перепечатывались в более чем шестистах газетах мира с читательской аудиторией более чем двадцать миллионов, и Луэлла О. Парсонс стала одним из самых мощных голосов в кинобизнесе.

Да и сама Луэлла О. Парсонс отныне постоянно была в центре журналистского внимания. За её жизнью следили. О ней сплетничали. Ей завидовали и подражали.

С тех пор сплетни заняли прочное место в системе приёмов и методов нового журнализма.

И хотя Джозеф Пулитцер всячески сторонился пустого трёпа на страницах газет и фейковых новостей, повторяя: «Я не говорю, что мир никогда не ошибается. В США нет и полдюжины газет, которые

¹⁸⁷ Parsons L. Douglas Fairbanks // *The New York Morning Telegraph*, 24 November 1918.

подделывают новости, которые публикуют то, что, как они и сами знают, является ложью. Но если бы я думал, что поступаю так же, мне было бы стыдно иметь газету. Недостаточно воздерживаться от публикации поддельных новостей. Вы должны убедить всех, кто связан с газетой – ваших редакторов, ваших журналистов, ваших корректоров – верить, что точность для газеты то же, что добродетель для женщины»¹⁸⁸, он тоже не смог полностью очистить свою газету от сплетен, хотя и тщательно проверенных на достоверность.

Среди множества публикаций его издания особое место занимает поучительный рассказ о непристойной мужской вечеринке, устроенной в нью-йоркской студии *Artist Breese* архитектором Стэнфордом Уайтом 20 мая 1895 года. На десерт в качестве подарка другу на десятилетнюю годовщину свадьбы была подана шестнадцатилетняя Сьюзи Джонсон, выбравшаяся из папье-маше пирога. Редактор *The New York World* Моррилл Годдард сопроводил статью огромным изображением соблазнительного десерта. И хотя Джозеф Пулитцер обычно возражал против таких диких идей, тут он, повинувшись инстинкту предпринимателя, уступил. И интуиция его не подвела: продажи газеты резко возросли.

Развратный архитектор сегодня больше известен своей смертью, чем своей жизнью, хотя именно он спроектировал многие из самых знаменитых зданий и сооружений Нью-Йорка, от Арки на Вашингтон-сквер и Мэдисон-Сквер-Гарден-II до коттеджей в Ньюпорте и особняков на Золотом побережье Лонг-Айленда и вдоль побережья Атлантического океана. В 1906 году знаменитый, богатый и красивый ловелас был застрелен Гарри К. Тоу, мужем модели и актрисы Эвелин Несбит, изнасилованной Стэнфордом Уайтом.

В номере *The New York World* от 13 октября 1895 года описан обед с мучительными подробностями: от рассказа как выглядели молодые официантки до списка имён гостей и биографии девушки, возникшей из большого пирога.

«Сьюзи Джонсон, одетая только в марлю и в ореоле живых канареек, прорвалась сквозь корку гигантского пирога. Это была десятая годовщина свадьбы игрока в поло Джона Эллиота Коудина,

¹⁸⁸ Цит. по: Juergens G. Joseph Pulitzer and the New York World. Princeton: Princeton University Press, 1966, p. 13.

и обед был щедрым: шестнадцать блюд от моллюсков до кофе, каждое из которых было отмечено шампанским. Две модели развлекали гостей мужского пола. Позже ходили слухи, вероятно, апокрифические, что цвет их волос согласовывался с вином, брюнетки краснели, блондинки были белоснежны.

Бедная Сьюзи Джонсон, ослеплённая щедрыми комплиментами и удивлённая либеральностью её выдающихся покровителей, погрязла в распутстве. Возможно, эта статья вернёт Сьюзи Джонсон домой к её родителям и положит конец полуночным развлечениям в модных студиях Нью-Йорка»¹⁸⁹.

Когда Стэнфорд Уайт погиб, *The New York World* вновь вспомнила этот инцидент с «девушкой из пирога», подчеркнув: «Стэнфорд Уайт мёртв, но большинство гостей того обеда живы и по-прежнему занимают в обществе почётные позиции»¹⁹⁰.

Джозеф Пулитцер и Уильям Рэндольф Хёрст начали соревновательную гонку публикаций о жизни и развлечениях высшего света. Но если Уильяму Рэндольфу Хёрсту было достаточно, что его издания становились источником бульварных сплетен, то для Джозефа Пулитцера всегда был важен социальный контекст его выступлений.

Так, публикуя сенсационную историю Мари Розали Динс, прыгнувшей с Бруклинского моста и оставшейся в живых, *The New York World* сообщала: «Когда она пересекала мост, река выглядела такой спокойной. Там был мир. Именно его она и искала»¹⁹¹.

Женщины представляли особый интерес для создателей нового журнализма и как потенциальная аудитория, для которой требуется информация облегчённого содержания, и как способ привлечения рекламодателей.

Дело в том, что в эпоху индустриализации рекламодатели признали, что женщины являются основными лицами, принимающими решения о покупке товаров для своих домашних хозяйств. Реклама в женских разделах газет публиковалась с акцентом на универмаги. Американский историк новостей профессор Джеральд Дж. Балдасти

¹⁸⁹ The Girl in the Pie // *The New York World*, 13 October 1895.

¹⁹⁰ Stanford White is Dead // *The New York World*, 14 April 1907.

¹⁹¹ Woman Jumps From Brooklin Bridge // *The New York World*, 20 April 1900.

очень точно сказал, что «для газетной индустрии очарование женщины было чисто финансовым»¹⁹².

Ещё в 1835 году Джеймс Гордон Беннет-младший в *The New York Herald* создал первую в истории журналистики специальную женскую страницу. Когда полвека спустя Джозеф Пулитцер начал разрабатывать стратегию привлечения женской аудитории, он вспомнил об этом начинании Джеймса Гордона Беннета-младшего. В 1886 году в *The New York World* появились рубрики, предназначенные для женщин. А в 1891 году в воскресных выпусках Джозефом Пулитцером стали выделяться целые страницы о моде и обществе. И наконец в 1894 году и в ежедневных выпусках появилась страница с заголовком «Для и о женщинах».

В 1896 году Уильям Рэндолф Хёрст в *The New York Evening Journal* тоже ввёл женский контент. Так, сообщая о конном шоу, издание подробно описало наряды, в которых будет щеголять там высший свет: «Миссис Элиша Дайер будет выглядеть необычайно красиво в атласной одежде, которая не является ни розовым, ни лиловым, но кажется счастливым сочетанием обоих цветов. Юбка лишена всякой отделки, короткая куртка украшена только окантовкой соболя рядом с золотым плетением. Талия обшита охотничьим зелёным атласом.

Мисс Эми Бенд будет в стальном сером муаровом велюре. Два ряда серого бархатного шнура украшают низ юбки, а бархатный пояс корсета соединяет его с талией белой муслиновой кожей. Поверх лифа – карман *Benvenuto* синего цвета из вельветового бархата. Шляпа мисс Бенд будет выполнена в той же цветовой гамме из серого фетра»¹⁹³.

И, разумеется, статья, занявшая целую полосу, была хорошо проиллюстрирована.

В общем-то, разделы во всех этих изданиях были похожи друг на друга: они включали в себя материалы о семье, о еде, о мебели и о моде, а также светские новости, советы по ведению домашнего хозяйства и кулинарные рецепты.

Заметим, что популяризация женских страниц совпала с первой волной суфражизма. С середины XIX века образованные женщины

¹⁹² Baldasty G.J. *The Commercialization of News in the Nineteenth Century*. Madison: The University of Wisconsin Press, 1992, p. 126.

¹⁹³ Fashion At The Horse Show // *The New York Evening Journal*, 8 November 1896.

стали активнее участвовать в общественной жизни, требуя политического равноправия. «Вчера Женская Лига политического образования провела свою первую встречу в сезоне. Вице-президент миссис Ранкл рассказала, что на каждой встрече будут прочитаны прекрасные лекции. “Карл Шурц, Теодор Рузвельт и другие должны время от времени обращаться к нам по вопросу реформы государственной службы и другим практическим вопросам”¹⁹⁴, – уточнила она». В 1896 году, когда в *The New York Evening Journal* выходит эта статья, Карл Кристиан Шурц, бывший министр внутренних дел США, – один из самых известных независимых политиков страны, Теодор Рузвельт, готовящийся занять пост заместителя военно-морского министра, – шеф полиции города Нью-Йорк.

Исследователь СМИ и гендерных проблем профессор Дастин Харп пишет, что читательницы рассматривали эти перемены в газетном контенте положительно, поскольку они давали женщинам редкую в конце XIX века возможность для самовыражения. Она также предположила, что феминистки могли рассматривать их как своеобразное доказательство своего равенства в информационном пространстве.

А издатели всего лишь учитывали изменяющиеся характеристики формировавшейся гендерной аудитории и предлагали ей соответствующий информационный продукт. Модная хроника, размещавшаяся в изданиях, информировала не только о модных фасонах одежды, но и о тенденциях культурной и бытовой сферы (модные кулинарные блюда, модные места отдыха, модные подарки и т. п.), формируя представления аудитории о стиле жизни и стиле потребления.

Иллюстрации и визуализированные истории

Первоначально гравюра на заглавии *The New York World* изображала полушарие с деревянной печатной машиной в центре. Но Джозеф Пулитцер уже через две недели после покупки газеты в 1883 году заменил пресс фигурой Свободы, – её вознесённая рука держала факел. Это случилось более чем за три года до того, как в гавани Нью-Йорка была установлена знаменитая сегодня на весь мир статуя Фредерика Огюста Бартольди.

¹⁹⁴ Political Talks to Women // *The New York Evening Journal*, 8 November 1896.

Идея создания этого символа независимости и демократии родилась в 1865 году. Первый его вариант французский скульптор изготовил в 1870 году. Проект возведения монумента на острове Бедлоу был утверждён Конгрессом США в 1877 году. По взаимной договоренности, Америка должна была построить пьедестал, а Франция – создать статую и установить её в США.

Однако официальное открытие статуи Свободы в Нью-Йорке Президентом США Гровером Кливлендом состоялось лишь 28 октября 1886 года. В торжественной церемонии открытия участвовали только мужчины. В качестве исключения в тот день на острове разрешено было присутствовать только восьмилетней дочери главе комитета по созданию статуи Фердинанда Мари виконта де Лессепа и жене автора статуи Фредерика Огюста Бартольди.

Джозеф Пулитцер впервые увидел работу Фредерика Огюста Бартольди на Парижской выставке в 1878 году и с тех пор обеспечивал редакционную поддержку реализации проекта.

«Мы должны собрать деньги! – писал он в своём издании. – *The New York World* – это газета народа, и теперь она призывает людей проявить сознательность и собрать деньги. 250 000 долларов, которые стоило изготовление Статуи, были оплачены французским народом – рабочими, торговцами, ремесленниками – всеми, независимо от класса или состояния. Давайте ответим таким же образом. Давайте не будем ждать, пока миллионеры дадут нам эти деньги. Это не подарок миллионеров Франции миллионерам Америки, а подарок всего народа Франции всему народу Америки»¹⁹⁵.

Пообещав напечатать имя каждого спонсора, каким бы маленьким ни был его взнос, он создал мощный фонд для сбора средств. На этот призыв откликнулись миллионы американцев и в августе 1885 года газета Пулитцера объявила, что, наконец-то, сбор необходимых для сооружения постаментов средств завершён. Всё это время *The New York World* напоминала читателям как должна выглядеть эта статуя, публикуя её изображение в различных проекциях.

Кстати, полное название статуи Свободы звучит как Свобода, озаряющая мир – Liberty Enlightening the World.

¹⁹⁵ What shall be done with the Great Bartholdi Statue? // *The New York World*, 16 March 1885.

«У меня была маленькая газетёнка, которая была мертва в течение многих лет, и я пытался всеми возможными способами увеличить её тираж, – признавался Джозеф Пулитцер впоследствии. – Что я мог использовать для приманки? Картинки, конечно»¹⁹⁶. Его газета была до предела наполнена красочными произведениями искусства – карикатурами, полностраничными комиксами, изображениями стихийных бедствий, художественными иллюстрациями, типографикой, написанной от руки, полутоновыми фотографиями, картами и многим, многим другим. И каждое изображение наполнялось в *The New York World* особым социальным смыслом.

Так, например, сообщая об открытии Бруклинского моста 24 мая 1883 года, газета опубликовала изображение новой конструкции с призывом: «Пусть мост будет свободен. Пенни – это обед рабочего. Рабочие классы города не пользуются многими привилегиями. Пусть у них, по крайней мере, будут бесплатные школы, бесплатный воздух, свободный дневной свет и свободный мост»¹⁹⁷. И *The New York World* в конечном итоге заставила город отменить плату в одно пенни за пешеходный переход по Бруклинскому мосту. В течение года газета Джозефа Пулитцера стала рупором бедняков, объявив себя «Библией иммигрантов» и «голосом народа».

Разумеется, Джозеф Пулитцер не был первооткрывателем роли изображений в печатных изданиях. Впервые иллюстрация появилась в газетах за два с половиной столетия до того, как он приобрёл *The New York World*. 20 декабря 1638 года *The Weekly News* в Англии напечатали гравюру на целую страницу «Остров Святого Михаила», чтобы оживить рассказ о катастрофическом вулканическом извержении.

Более того, его *The New York Journal* даже не стала первой американской газетой, успешно воспроизведшей фотографию в полутонах – эта честь принадлежит *The New York Daily Graphic* в 1880 году, когда Уильям Рэндолф Хёрст и его редакторы использовали ряд фотомеханических процессов печати для иллюстрации историй. С тех пор его редакция начала нанимать штатных фотографов, приобретать для них новейшие камеры и расходные материалы и даже создала

¹⁹⁶ Цит. по: Juergens G. Joseph Pulitzer and the New York World. Princeton: Princeton University Press, 1966, p. 94.

¹⁹⁷ Let the bridge be free // *The New York World*, 22 May 1883.

фотолабораторию, укомплектованную опытными специалистами, чтобы не более, чем за полтора часа снимок из фотокамеры доходил до печатного станка. Это Уильям Рэндолф Хёрст, а вовсе не Джозеф Пулитцер одним из первых американцев осознал взаимодополняющую связь между словом и фотоиллюстрацией.

Но, вообще-то, первой в мире иллюстрированной газетой была *The Illustrated London News* Герберта Ингрэма, выходившая в столице Великобритании с 1842 по 2003 годы. В начале её истории за шесть пенсов читатель из среднего класса получал шестнадцать страниц с тридцатью двумя гравюрами. Издание охватывало различные аспекты жизни, не только политические, такие как визиты королевских особ, коронации, войны, но и культурные.

В *The Illustrated London News* печатались ноты к новинкам музыки, уделялось внимание шахматным задачам, воспроизводились литографии, сделанные по живописным оригиналам – новинкам с различных выставок Лондона и Европы. Но наибольшую известность изданию принесли многочисленные красочные репортажи со всех уголков планеты, сопровождавшиеся живописными гравюрами пейзажей городов и стран.

Уже в первом номере, вышедшем 14 мая 1842 года, шестнадцать страниц были отданы таким темам, как война в Афганистане, крушение поезда во Франции, обзор программ кандидатов на президентских выборах в США, отчёт о преступности, описание костюмированного бала в Букингемском дворце, театральные и книжные рецензии. Всё это сопровождало тридцать две гравюры, позволявшие глазами иллюстраторов увидеть людей, места и события, которые до тех пор большинство читателей могли только вообразить.

Журналисты *The Illustrated London News* освещали события всех горячих точек XIX века, в том числе и период Крымской войны (1853–1856). Многие журналисты были профессиональными художниками и именно по их зарисовкам с боевых действий печатались знаменитые литографии журнала.

Вот, например, содержание газеты за 15 марта 1856 года. На первой странице – гравюра «Осада Севастополя» и начало материала о Крымской войне, на второй – продолжение материала о сражениях в Крыму, новости из Франции, Австрии и США, на треть-

ей – английская криминальная хроника и метеорологические наблюдения, на четвёртой – рассказ о создании музея естественной истории в Дублине с гравюрой, изображающей закладку первого камня в основание музея, и двумя портретами участников исторического события, на пятой – сообщение о торжественном ужине в честь горняков с гравюрой зала, на шестой – календарь событий на предстоящую неделю, периодов подъёма Темзы у Лондонского моста, на седьмой – городские новости, на восьмой и девятой – две большие гравюры, иллюстрирующие материал с десятой страницы о Парижском конгрессе, на котором должен был быть подписан договор о завершении войны в Крыму, на одиннадцатой – театральная хроника, где среди прочего рассказывалось о пожаре, разрушившем театр Ковент-Гарден, на двенадцатой напечатана гравюра, представлявшая этот пожар, на тринадцатой странице можно увидеть, как выглядел театр Ковент-Гарден изнутри после пожара, на четырнадцатой – биржевые новости и сообщения о заключённых браках, на пятнадцатой – рекламные объявления, на шестнадцатой и семнадцатой – гравюры, иллюстрирующие материалы предыдущих страниц, на восемнадцатой – в основном новости из России, на девятнадцатой – статьи о модных тенденциях в цветоводстве, парикмахерском деле и образовании, на двадцатой и двадцать первой – гравюры, иллюстрирующие материал с двадцать второй страницы о военном совете, состоявшемся в Париже 28 февраля, на двадцать второй странице также напечатаны новости из США, на двадцать третьей и двадцать четвёртой – статьи о литературных новинках, антиквариате и шахматных партиях.

Как видим, на первую страницу вынесена иллюстрация к «гвоздевой» теме номера – противостояние двух коалиций, в одной из которых состояла и Англия. В самой Англии значительная часть общества не понимала смысла Крымской войны, к тому же к 1856 году вскрылась порочность официальной системы продажи офицерских чинов за деньги, сохранившаяся в британской армии со средневековых времён. Даже материал о военном совете перекликался с этим изображением – на нём было принято решение о том, что англо-французский флот должен был атаковать Севастополь. Таким образом, гравюра «Осада Севастополя» с первой страницы сыграла роль

передовой статьи, привлекающей внимание читателей к позиции редакции *The Illustrated London News*.

Первая страница может оказать значительное влияние на читателей, поскольку она отражает политику издания. Анонсы наиболее важных новостей данного выпуска не всегда есть время прочитать. Иное дело – взглянуть на иллюстрацию, вынесенную на первую страницу. Эту специфику формирования не только повестки дня, но и общественного мнения, быстро поняли газетчики периода наступающей на информационное пространство XIX века капитализации.

Но именно *The New York World* смогла стать образцом издания, где страницы наполнились полезной информацией для беднейших слоёв общества – от того, как зарегистрироваться для голосования, до способов ориентироваться в городском общественном транспорте, от того, где охотиться на уток в Нью-Йорке, до того, как подать заявку на работу. И всё это сопровождала заметная, смелая, инновационная графика, для создания которой Джозеф Пулитцер нанимал лучших карикатуристов, иллюстраторов и художников.

Технология изготовления полутонных фотографических клише, появившаяся в Англии в 1850-х годах, долгое время совершенствовалась. Она впервые нашла широкое применение в газетном деле лишь с 1897 года, когда начала использоваться при производстве нью-йоркской газеты *The New York Tribune*. Усовершенствованная технология обеспечивала быстрое и качественное изготовление газетных клише. К тому же изготовление полутонного клише обходилось примерно в пятнадцать раз дешевле, чем подготовка ручной гравюры аналогичного размера, что обеспечивало существенное удешевление производства иллюстрированных изданий и стоимости распродаваемых газет. Это было на руку адептам нового журнализма, стремившихся завоевать как можно большую читательскую аудиторию.

Ключевой идеей визуализированной журналистики становятся ответы на вопросы читателя в максимально доступной и понятной для него форме. Комбинируя слова и изображения, она позволяет кратко, ярко и эмоционально рассказать историю.

Так суфражизм – борьба в конце XIX века за наделение женщин равными с мужчинами политическими правами – обретал в иллюстрациях образы от героического до саркастического оттенка. Всего

лишь одна гравюра способна была передать всю гамму чувств, возникавшую при упоминании о суфражистках. Чтобы передать всё то же в словах, потребовалось бы написать не одну страницу текста.

В мае 1867 года в газете *Frank Leslie's Budget of Fun* в качестве передовой статьи появилась карикатура с подписью: «Когда женщина голосует, она выбирает красивого мужчину»¹⁹⁸. На ней женщины восхищённо несли на некоем подобии паланкина джентльмена глуповатого вида. Это была реакция издания на появление «Национального общества по женскому избирательному праву».

А спустя шесть лет *The Daily Graphic* предлагает своё видение наделения женщин избирательным правом. 5 июня 1873 года газета публикует карикатуру «Женщина, которая осмелилась»¹⁹⁹, изображающую Сьюзен Браунелл Энтони, арестованную год назад за попытку проголосовать на президентских выборах. Сатирический портрет американской феминистки, сыгравшей в XIX веке одну из ключевых ролей в суфражистском движении США, демонстрирует опасения издателей газеты по поводу изменения гендерных ролей: во-первых, Сьюзен носит шляпу «дяди Сэма», а во-вторых, женщины митингуют, а мужчины заняты уходом за детьми.

Против такой смены занятий выступает и гравюра *The Harper's Weekly Magazine* 1909 года, названная автором «День выборов»²⁰⁰: женщина собирается на избирательный участок, оставляя на мужа домашние дела, двоих плачущих детей и голодного кота. «Так быть не должно!» – убеждают читателей анти-суфражисты. Если женщина получит власть над мужчинами, то наступят серьёзные социальные и политические потрясения.

Художниками руководит не просто желание представить персонажей в комической манере, но и стремление сформировать отношение читателей к самой важной для редакции социально-политической теме, вовлечь их в эмоциональное сопереживание.

Как особый приём нового журнализма следует назвать создание комиксов. Серии визуализированных историй появились в 1895 году,

¹⁹⁸ When the ladies have votes // *Frank Leslie's Budget of Fun*, No.110 (May) 1867, p. 1.

¹⁹⁹ The woman who dared // *The Daily Graphic*, 5 June 1873.

²⁰⁰ Election day! // *The Harper's Weekly Magazine*, 21 January 1909.

когда художник Ричард Фелтон Аутколт создал для *The New York World* «Жёлтого ребёнка». Первоначально обритый налысо мальчик по имени Мики Дьюган с торчащими передними зубами в безразмерной ночной рубашке был второстепенным персонажем, но затем вышел на авансцену рисованных историй. Как правило, он проводил время в безделье в одном из мрачных переулков, типичном для трущоб Нью-Йорка. Надписи на его одежде высмеивали стиль написания слоганов на рекламных щитах того времени.

«Когда я хожу по трущобам, выполняя редакционное задание, – говорил Ричард Фелтон Аутколт, – я могу столкнуться с ним в любую минуту. Он готов неожиданно выскочить на меня из дверного проёма или просто сидеть на грязном пороге. Я всегда любил Малыша. Он был добрым и жизнерадостным»²⁰¹. Наверное, такая документальная точность воспроизведения жизни бедняков и привлекала внимание читателей *The New York World*, которые и сами были из простой рабочей среды.

Персонаж настолько понравился американцам, что вскоре стал жить самостоятельной жизнью: появился в театральных представлениях, на эстраде, в сувенирной продукции, в рекламе специализированных магазинов и универмагов, предназначавшихся для потребителей из среднего класса, его костюм был популярен на балах-маскарадах.

Ричард Фелтон Аутколт попытался защитить своё авторское право, но обнаружил, что только название «Жёлтый ребёнок», а не изображение Малыша было защищено авторским правом из-за неправильности оформления заявки. И потому жевательные резинки, булавки, сигарные коробки, ноты, куклы, открытки и прочая продукция, воспроизводящая его рисунки, имели право на автономное от художника существование.

Уильям Рэндолф Хёрст, которому принадлежала конкурирующая с пулитцеровской газетой *The New York Journal American*, решив, что комиксы были ключом к продаже газет, в 1897 году переманил Ричарда Фелтона Аутколта, предложив ему большой гонорар. Джозеф Пулитцер вступил в судебную тяжбу с Уильямом Рэндолфом Хёр-

²⁰¹ Цит. по: R.F. Outcault's *The Yellow Kid: A Centennial Celebration of the Kid Who Started the Comics*. Northampton, MA: Kitchen Sink Press, 1995, p. 135.

стом, в результате которой на протяжении нескольких последующих лет комиксы о «Жёлтом ребёнке», нарисованные разными художниками, выпускались на страницах двух газет параллельно, у Джозефа Пулитцера под названием «Аллея Хогана», а у Уильяма Рэндолфа Хёрста – «Жёлтый ребёнок». И если первый привлекал внимание к проблемам бедняков и иммигрантов, то второй сеял панику среди уважаемых горожан, опасавшихся криминальных элементов из трущоб.

Визуализированная история Ричарда Фелтона Аутколта вызвала гнев цензоров и была названа критиками «вульгарной». Персонаж комикса, по их мнению, развращал молодёжь 1890-х годов своими выходками, сленговыми выражениями и одеждой, особенно короткой ночной рубашкой, которую он носил. В ответ Ричард Фелтон Аутколт издевательски пририсовал Малышу дополнительный кусок ночной рубашки, вытянув её так, что теперь она скрывала фигуру почти до лодыжек.

Став редактором страницы комиксов *The New York Evening Journal*, также принадлежавшей Уильяму Рэндолфу Хёрсту, он некоторое время экспериментировал с различными сериями комиксов, в которых были представлены расистские изображения чернокожих детей. Малыш несколько раз появится в них как лидер преступной банды. Только когда художник осознал, что не может сохранить исключительный контроль над «Жёлтым ребёнком», он оборвал рисованную историю своего Малыша.

Так издания Уильяма Рэндолфа Хёрста стали причиной очередного возмущения общественности: «Не может быть ничего более вредного для общества в целом, чем нынешние жёлтые издания. Они – злобное в ноздрях нашей национальной жизни».²⁰² *The New York Times*, опубликовавшая эти строки, скорее всего, принадлежавшие перу её владельца Адольфа Саймона Окса, призывая журналистов стать спутником читателя, повторяла, что интеллигентному читателю не нужен порочный и развращённый спутник.

Традиции рисованных передовиц нашли своё место и в российской печати. Журнал *Огонёк* на протяжении многих лет существова-

²⁰² Yellow Journalism Nuisances // *The New York Times*. 23 March 1898.

ния выносил на свою обложку самые значимые изображения, отражающие актуальную социально-политическую проблематику.

Декабрьский номер 1899 года открывается целой серией рисунков о постановке сатирической комедии русского писателя, драматурга и журналиста Петра Дмитриевича Боборыкина «Накипь». Это самый плодовитый русский писатель XIX века, незаслуженно забытый сегодня. В этой комедии он подвергает осмеянию новую «эстетскую» культуру и её буржуазных покровителей. И журнал поддерживает его выступление против свободы искусства создавать пустые, а иной раз и садистские зрелища.

Обложку номера, полностью посвящённого началу войны с Германией в 1914 году, занимает рисунок Василия Семёновича Сварога с подписью «Германские варвары. Все очевидцы единогласно подтверждают, что германские отряды с бесцельной жестокостью убивают и мучат беззащитных поселян, обращаясь в постыдное бегство при приближении к занятым немцами деревням наших войск».

А на обложке номера, посвящённого 90-летию со дня гибели Александра Сергеевича Пушкина кадр из фильма Евгения Вениаминовича Червякова и Владимира Ростиславовича Гардина «Поэт и царь», который стал первым историко-биографическим фильмом в истории советского кино и второй картиной о жизни Пушкина после кинопостановки Василия Михайловича Гончарова «Жизнь и смерть А. С. Пушкина» 1910 года.

Журнал *Новый Сатирикон*, выходявший с 1908 года в Санкт-Петербурге, распространялся в России повсеместно и расходился нарасхват во всех слоях образованного общества. Его редактор Аркадий Тимофеевич Аверченко привлёк к сотрудничеству даже скандально известного футуриста Владимира Владимировича Маяковского: его рисованные агитки *Окон РОСТА* времён Гражданской войны многим обязаны *Новому Сатирикону*. Летом 1918 года по личному настоянию Владимира Ильича Ленина журнал был закрыт. Дело в том, что сатириконцы предчувствуют страшные последствия революции и публикуют политические рисованные материалы, через весь журнал проводящие главную мысль: страну ожидает жёсткая диктатура и террор.

Советская власть перенимает опыт создания рисованной публицистики, не ссылаясь на предшественников. Сатирические плакаты, выполненные в острой и доступной манере и снабжённые лаконичными стихотворными текстами, получили название *Окна РОСТА*. РОСТА – это Российское телеграфное агентство. Они возникли в 1919 году и выходили до 1921 года. В своей работе «Грозный смех» Владимир Владимирович Маяковский так писал о них: «Это протокольная запись крупнейшего трёхлетия революционной борьбы, переданная пятнами красок и звоном лозунгов. Это телеграфные вести, моментально переданные в плакат, это декреты, сейчас же распубликованные на частушки, это новая форма, выведенная непосредственно жизнью, это те плакаты, которые перед боем смотрели красноармейцы»²⁰³. О том, что это копирование идей американской печати, поэт, разумеется, умолчал.

Однако поистине национальное признание рисованные сериалы получили в Соединённых Штатах Америки, а затем и в других странах, лишь в годы Великой депрессии – мирового экономического кризиса 1929-1939 годов, наиболее сильно затронувшего США, Канаду, Великобританию, Германию и Францию. Тогда комиксы, рассказывающие об увлекательных приключениях, помогали людям хоть частично отвлечься от тяжёлой повседневной жизни.

Бельгийский художник Жорж Проспер Реми, работавший под псевдонимом Эрже, в 1929 году создал первую такую историю, положившую начало циклу популярнейших в мире документально-публицистических комиксов «Приключения Тинтина». Он появился на свет в самом начале Великой депрессии и с того времени абсолютно не изменился: на протяжении всего повествования он остаётся молодым газетным репортёром. Благодаря своей профессии Тинтин путешествует по всему миру, становясь участником увлекательных и рискованных приключений. Первое своё путешествие он совершил в СССР. Затем были Конго, Америка, Египет, Индия, Китай, Латинская Америка, Англия, Шотландия, Румыния и множество других стран... Приключения репортёра, изображённые в двадцати четырёх альбомах, последний из которых вышел уже после смерти художника в ок-

²⁰³ Маяковский В.В. Грозный смех. М.-Л.: Государственное издательство «Искусство», 1938. С. 3.

тябре 1986 года, всегда соотносились с актуальными международными политическими событиями.

Уже в первой своей командировке Тинтин убеждается в том, что большевики творят в СССР произвол и насилие. Когда ГПУ становится известно о планах репортёра побывать в стране Советов, на него устраивают покушение. Тинтин чудом избегает смерти, но его тут же обвиняют в организации взрыва и берут под стражу. Тинтину удаётся сбежать. Чтобы разоблачить большевиков репортёр идёт на службу в Красную Армию...

В дальнейших своих похождениях Тинтин противостоит проискам чернокожего колдуна Муганге, наркоторговцев, фальшивомонетчиков, спасает балканские страны от врагов монархии...

Эрже стремился сделать свои истории как можно более детальными и правдоподобными. Он практически не бывал за пределами Бельгии, но рисуя, опирался на все доступные ему источники – музеи, книги, газеты, фотографии...

Другой ярчайший автор комиксов Уилл Айснер в 1940 году представил на страницах воскресных выпусков журнала *The Spirit* одного из самых самобытных своих персонажей – Призрака: его супергерой вступил в бой с нацистской Германией. История, получившая название «Реформа диктатора» и опубликованная 22 июня 1941 года, стала одним из ярких антифашистских памфлетов эпохи. Хотя имя диктатора в рассказе не названо, но изображения не оставляли даже капли сомнений. Когда по всей стране покати́лась волна расследований Комиссии по антиамериканской деятельности, и имя сенатора Джозефа Рэймонда Маккарти не сходило с уст сограждан, Уилл Айснер отреагировал графическими рассказами «Комитет Антиестественной Деятельности» и «Дочки американских охотников на ведьм». В разгар холодной войны «Призрак» оказался чуть ли не единственным комиксом, выведившим русских в роли положительных персонажей.

Конечно, борьба с нацистской Германией не прошла мимо других рисованных сериалов: Капитан Америка в первом же выпуске мощным ударом сбивает с ног Адольфа Гитлера. При этом всё это происходит в марте 1941 года, то есть более чем за полгода до официального вступления США во Вторую Мировую войну. Капитан Аме-

рика был создан писателем Джо Саймоном и художником Джеком Кирби. Юноша по имени Стивен Роджерс очень хотел служить в армии, но его тело оказалось слишком хрупким для этого. Во время второй мировой войны по секретной государственной программе на нём испытали экспериментальный препарат, который смог сделать из него суперсолдата, повысив все его характеристики до возможного человеческого максимума. Капитан Америка, так его теперь называли, сражался с нацистами на их территории.

Обращение к политической тематике стало характерной чертой и послевоенных комиксов. Желание США иметь собственные колонии образно представлены в виде борьбы за «освобождение дикарей от предрассудков» или под видом спасения белыми героями беспомощных женщин из лап туземцев. Комикс «Битва за Луну» воссоздаёт глобальный конфликт в рамках гонки вооружения и покорения космоса: в прячущемся за лунным холмом красном астронавте с пистолетом в руке угадываются черты Иосифа Виссарионовича Сталина. На обложке апрельского выпуска *Detective Comics* 1959 года: Бэтман и Робин не знают, как спастись от нового супероружия, форма которого повторяет форму недавно запущенного советского спутника.

Роль комиксов в современной культуре – огромна. Не даром же в Соединённых Штатах Америки два праздничных дня в году отдано визуализированным историям – 25 сентября отмечают Национальный день комиксов, а в первую субботу мая проходит День бесплатных комиксов.

Хотя, если уж совсем честно, то вовсе не Америка является родиной комиксов. Ещё в XVIII веке английский живописец и график Уильям Хогарт (1697–1764) одним из первых облакает драматическое повествование в рисунок. Вот, например, его драматическая история «Карьера проститутки», в начале которой героиня попадает в ловушку сводницы, затем ссорится со своим богатым любовником, оказывается вынужденной воровать, попадает в тюрьму и в конце концов умирает.

Поборники нового журнализма лишь использовали идею Уильяма Хогарта для достижения своих целей. Герои их комиксов пытаются понять, что мешает им жить, одновременно устраняя эти помехи. История комиксов не заканчивается, до сих пор пишутся новые сюжеты, рисуют-

ся новые герои. В современной изобразительной культуре появляются комиксы по истории, литературе, социологии, философии, обыгрывающие содержание этих наук как реалий сегодняшнего дня.

Такие рисованные сериалы, затрагивающие различные стороны человеческого бытия, сами по себе имеют психологический, терапевтический эффект. Их герои попадают в самые нелепые переделки и ненавязчиво, в игровой форме, представляют читателям эталоны поведения в стрессовых ситуациях.

Комикс – это не просто удобная форма передачи информации, а принципиально новый способ и подход к её усвоению. Здесь главным становится внушение определённого строя мыслей, чувств, средство воздействия на подсознание и человеческую психику. Умение автора комикса найти, ухватить, выделить главное помогает спрограммировать восприятие аудиторией сути проблемы, нацелить её на структурирование отношений и сформировать установки и ценности.

Яркое приложение

Впервые термин *serendipity* появился 28 января 1754 года в частном письме английского писателя Хораса Уолпола. Он определил его как «очень выразительное слово, характеризующее открытие, совершённое без преднамеренных действий». Однако в употребление оно вошло лишь на рубеже XIX-XX веков, когда новый журнализм стал искать новые пути для привлечения массовой аудитории.

В древнеперсидском эпосе «Три принца Серендипа» рассказывается о бесцельных путешествиях трёх принцев, в которых они, тем не менее, всегда делали какое-нибудь открытие, происходившее хотя и случайно, но благодаря проницательности и наблюдательности принцев. Серендип – старинное название острова Шри-Ланка.

Такая способность делать удачные открытия «по случаю» стала ещё одним методом «нового журнализма». Во второй половине XIX века печать поистине становится массовой, а потому предстояло бороться за читательскую аудиторию, предлагая ей каждодневные серендипити. Одним удешевлением изданий вопрос решить было нельзя. Поэтому, например, нью-йоркский газетчик Бенджамин Генри Дей, снизив цену на свою *The New York Sun* до одного пенса за штуку, тогда как другие газеты стоили в пять-шесть раз дороже,

выпустил на улицы толпу мальчишек, чтобы продавать свою газету прохожим вразнос. До этого случая все газеты распространялись только по подписке.

Так с осени 1833 года улицы Нью-Йорка заполнили уличные торговцы прессой, выкрикивавшие вызывавшие любопытство новости. Возможность приобрести номер с «сенсационным» материалом, предварительно не подписываясь на газету, разве это не удачное открытие «по случаю»?

Четырёхполосная *The New York Sun* ориентировалась на городские новости о судебных процессах, самоубийствах, пожарах, грабежах, не забывая полторы полосы отводить под платную рекламу. Популярность газеты росла. В 1835 году Бенджамин Генри Дей купил самый совершенный на то время печатный станок с паровым двигателем, что позволило печатать газету до четырёх тысяч экземпляров в час. И тогда ежедневный тираж *The New York Sun* вырос до неслыханной ранее цифры – двадцати тысяч экземпляров.

В борьбе за читательскую аудиторию издатели печатали на страницах газет колонки с брачными объявлениями и пикантные новости из самых интересных книг, журналов и газет мира, вели интерактивное общение с подписчиками.

Вовлечение читателей в число постоянных покупателей издания – всегда ключевой фактор в экономической медиастратегии.

Чарльз Андерсон Дана, желая увеличить интеллектуальную аудиторию своего издания, публиковал в *The New York Tribune* новые произведения таких известных писателей, как сестры Бронте, Чарльз Диккенс и Натаниэль Готорн.

Джозеф Пулитцер в числе первых попытался перевести публикации *The New York World* в трёхмерную реальность. Он ввёл в практику своеобразный вид саморекламы – то, что сегодня называется промоушн – в виде отрезных купонов выигрышных лотерей. Воскресные выпуски его газеты публикуют множество любопытных материалов, среди которых выкройки детских игрушек из бумаги, примитивные устройства для показа движущегося изображения, модели одежды, позволяющие домохозяйкам копировать последние парижские стили, новые произведения популярнейших писателей, ноты популярных мелодий, первые в Америке кроссворды и многое другое.

Уильям Рэндолф Хёрст, ворвавшийся в газетную индустрию на мрачных репортажах о преступлениях, устраивал популистские трюки, такие как найм чемпиона по плаванию для спасения рыбаков в заливе Сан-Франциско, митингуя за избирательное право женщин и всеобщие выборы сенаторов, в образах мистера и миссис Санта-Клаус вместе с женой дарил игрушки и конфеты тысячам детей на вечеринке в канун Рождества 1903 года в Нью-Йорке, юные спортсмены получали *Кубки Хёрста* в городском турнире по баскетболу, а *Кофейные вагоны Хёрста* раздавали бутерброды и горячие напитки бедным. Он не раз пытался прорваться на различные властные посты, включая должность Президента Соединённых Штатов, надеясь, что личная популярность преумножит число подписчиков.

Французский литератор и издатель Эмиль де Жирарден в газете *La Presse* начинает публиковать романы с продолжением, призванные приучить к газете читателей, которые станут покупать следующие номера, желая узнать, как герои вышли из затруднительного положения, в котором автор оставил их накануне. Он сумел привлечь к сотрудничеству выдающихся писателей. Виктор Гюго, Оноре де Бальзак, Альфонс де Ламартин, Франсуа Рене де Шатобриан, Теофиль Готье, Жорж Санд, Александр Дюма-отец, Эжен Сю и многие другие отдавали ему свои произведения для публикации в *La Presse*. И перед зданием редакции с раннего утра стали выстраиваться очереди читателей.

Самый популярный российский журнал XIX века – еженедельный иллюстрированный семейный журнал *Нива* – тоже пошёл по схожему пути. Его издатель, Адольф Фёдорович Маркс, начиная с 1891 года в качестве бесплатного приложения к нему ежемесячно издавал *Сборники Нивы* с полными собраниями сочинений русских и зарубежных авторов и журнал-приложение *Парижские моды* с выкройками, а также календари, художественные альбомы и олеографии. Благодаря высокому уровню печатавшихся произведений и низкой цене на подписку, журнал и обрёл популярность и самый высокий тираж среди российских журналов.

Наряду с доступностью изложения материала и дешевизной, преимуществом *Нивы* как типа журнала являлась его энциклопедичность и разносторонность: полезные советы, шарады, ребусы и юмо-

рески соседствовали со статьями по археологии, естествознанию, астрономии, медицине, литературе и искусству. *Нива* одной из первых в русской журналистике начала печатать фоторепортажи с театра военных действий во время русско-японской войны.

Таким образом, читатель в каждом журнале неожиданно для себя мог найти массу интересных и полезных сведений и подарков.

С тех пор книжные приложения к журналам прочно вошли в практику печатных средств массовой информации. Серендипити ориентируются на вкусы и потребности аудитории, разделяя её на отдельные сектора.

Так, например, старейший женский журнал в России *Работница* в качестве приложений выпускал *Домашнюю Академию по домоводству и рукоделию*, журнал *Лица* – сорокатымное коллекционное издание *Семейная энциклопедия здоровья*, а журнал *Хакер*, помогающий читателю освоить современные компьютерные технологии, программирование, скрытые возможности программ и оборудования, знакомящий своих читателей с компьютерной историей и людьми, повлиявшими на развитие компьютерной индустрии, «дарит» своим читателям приложение, выходящее на DVD, с подборкой лучших инструментов настоящего хакера: сканеры, сниферы, тулзы для поиска и эксплуатации багов, IDS, отладчики, дизассемблеры и тому подобное. Тогда как в приложении к научно-популярному физико-математическому журналу для школьников и студентов *Квант* публикуются материалы вступительных экзаменов по математике и физике в различные вузы страны. До начала 2011 года журнал выходил в печатном виде, теперь выпускается только его электронная версия, а все приложения прошлых лет доступны в PDF-формате.

Изменения в технологии распространения информации привели к тому, что сейчас выходят и электронные приложения к изданиям. Таков, например, *Open Source* – приложение к журналу *Системный администратор*, посвящённое свободному программному обеспечению, которое становится доступным для бесплатного скачивания с сайта издания уже через месяц после появления в продаже.

Несмотря на заявления скептиков, и мир бумажного журнала продолжает развиваться. Использование технологии текстурирования УФ-лаком позволяет создавать удивительные по красоте изобра-

жения, сделав картинку шершавой на ощупь, гладкой как выделанная кожа или блестящей. Метализированная обложка *Esquire*, созданная по случаю двадцатилетия журнала, была декорирована чёрной и белой фольгой и создала особо привлекательный для читателей визуальный эффект.

Аромочернила, микрогранулы которых могут содержать эссенцию с запахом мятного пирога (для издателей кулинарных журналов) или, например, духов (для ценителей парфюмерии), позволяют издателям вызвать неожиданную реакцию на традиционное печатное издание. В одном из выпусков *Bizarre* на обложке красовалась модель Натали Блэр в силиконовом нижнем белье. Надпись гласила: «Понюхай мои трусики. Потри бельё Натали Блэр и почувствуй запах резины!» А июльский выпуск журнала *inStyle* содержал пять ярких кругов, в которых был спрятан «запах лета»: надавив на изображение, читатель мог ощутить ароматы попкорна, арбуза, травы, лосьона для загара и кофе со льдом.

Термочернила, которые реагируют на тепло рук, привнося в журнал интерактивность, используются для внезапного проявления на страницах издания спрятанной фотографии или текстового сообщения: стоит согреть теплом своего тела пустую страницу, на ней проступит изображение. А фотохромированные чернила невидимы при дневном свете или в лучах ультрафиолета: если изображение, напечатанное с их помощью, открыть при солнечном свете, оно постепенно исчезает, создавая красивый эффект.

Не остались без внимания печатных изданий и технологии 3D. Удачным примером «дополненной реальности» в мире глянца можно считать американскую редакцию журнала *Esquire*, на обложке которого изображён актёр, продюсер, певец и музыкант Роберт Дауни-младший: если поднести обложку журнала к веб-камере, то на экране монитора можно увидеть и услышать, как он поёт.

Таким образом, созданные новым журнализмом методы и приёмы оказываются востребованными вот уже почти полтора столетия.

Раздел III. Социологическая рефлексия нового журнализма: на пути к социологии массовых коммуникаций

1. Новый журнализм в контексте теории «естественной истории прессы»

Осмысление процесса исторического развития журналистики в Соединённых Штатах Америки началось, по-видимому, во-первых, в связи с профессионализацией журналистского труда, обретением журналистским сообществом своего этоса и необходимостью разработки кодексов журналистской этики, осознанием прессой своей новой роли в обществе; во-вторых, в связи со становлением в начале XX века журналистского образования. Ответом на эту потребность стало появление целого ряда фундаментальных работ по истории журналистики. Однако их авторы тяготели к биографическому подходу, а не глубокому анализу закономерностей журналистского процесса²⁰⁴.

По сути, первым, кто попытался определить «естественные закономерности» существования прессы, описать её «естественную историю», воспринимая не «непреднамеренным продуктом деятельности какой-либо небольшой группы ныне живущих людей», а как «результат исторического процесса», как социальный феномен, который развивается по своим собственным законам «собственными, неисповедимыми путями»²⁰⁵, то есть с социологической точки зрения, стал Роберт Эзра Парк.

Роберт Эзра Парк (1864–1944), выдающийся американский социолог, один из основателей знаменитой Чикагской школы, ставший её символом, был журналистом до 50 лет. В юности он изучал подпольные запретные места Миннеаполиса, как позже признавался в своей биографии, «выискивая по игорным домам и опиумным притонам»²⁰⁶ своих героев.

²⁰⁴ См.: Виниченко В.М. Эволюция взглядов на историю журналистики в трудах англо-американских исследователей // Учёные записки Казанского университета. Серия гуманитарные науки. Казань, 2017. Т. 159, кн.3. С. 697–698.

²⁰⁵ Парк Р.Э. Избранные очерки. М., 2011. С. 241.

²⁰⁶ Цит. по: Ритцер Дж. Современные социологические теории. СПб.: Питер, 2002. С. 71.

Интеллигент высочайшего уровня, ученик философов Джона Дьюи и Уильяма Джеймса, признанный интеллектуал, он никогда не забывал своё журналистское прошлое. Более того, на наш взгляд, именно оно и определило главное дело всей его жизни – социологическое исследование жизни городского сообщества.

Роберт Эзра Парк родился в городе Харвивилле, штат Пенсильвания, после окончания школы работал на железной дороге, собирая деньги на продолжение образования. Позже учился на филологическом факультете Мичиганского университета, где изучал языки. Там он посещал лекции философа Джона Дьюи, который оказал значительное влияние на его научное мировоззрение.

Джон Дьюи (1859–1952) был наследником прагматической традиции в философии, которая способствовала созданию концепции человека как действующего субъекта, а не только объекта, подчиняющегося законам природы. Его подход был ориентирован на создание теории социального действия в социологии. Джон Дьюи критиковал утилитарную модель рационально действующего субъекта, который выбирает средства для достижения целей. Он подчёркивал, что средства и цели в реальной жизни не разделены. «В обычных ситуациях человек действует по привычке и находит цели по ходу дела, когда он видит средства для их достижения. Одна ситуация переходит в другую и рациональная ментальность расчёта обычно не играет такой уж решающей роли»²⁰⁷. Новизна его взгляда на общество заключалась в «перенесении центра тяжести с рассуждений о консенсусе как атрибуте общества на рассуждения о *процессе* возникновения общности мыслей и чувств в ходе интеракции между индивидами. Не общество здесь формирует индивидов, а индивиды формируются сами в процессе своих взаимоотношений, благодаря которым общество существует»²⁰⁸. Джон Дьюи был озабочен воплощением идеалов демократии, поиском научных предпосылок реформы этики, воспитания и даже общества вообще. Именно эту тягу к улучшению

²⁰⁷ Коллинз Р. Четыре социологические традиции. М.: Территория будущего, 2009. С. 271.

²⁰⁸ Шацки Е. История социологической мысли. Т. 2. М.: Новое литературное обозрение, 2018. С. 87–88.

существования общества, к преобразованию общественных отношений и воспринял Роберт Эзра Парк.

По окончании университета в 1887 году Роберт Эзра Парк стал газетным репортёром. Работая для газет в Миннеаполисе, Детройте, Денвере, он постигал не только азы журналистской профессии, но и формировал свой взгляд на её роль в обществе.

К 1892 году он переехал в Нью-Йорк, где работал в *The New York Journal*, публикуя захватывающие истории из жизни города, и сотрудничал в воскресном выпуске газеты Джозефа Пулитцера *The New York World*. Вначале Роберт Эзра Парк наслаждался Нью-Йорком. Здесь он на собственном опыте познакомился с практическими принципами нового журнализма. Но он очень быстро понял, почему репортёры в Нью-Йорке часто меняли работу: читатели и редакторы уставали от их историй и стиля их написания. Газете всегда требовалось что-то новое.

Но, как это обнаружилось позже, его разочарование созданием современной прессы было гораздо глубже. В блестящем эссе «Естественная история газеты», опубликованном в журнале *The American Journal of Sociology* в 1923 году, он характеризует издания Джозефа Пулитцера как «жёлтую» прессу и в двух абзацах своего текста изящно и остроумно передаёт основную суть его подхода к изданию газет.

«Именно в воскресной газете методы жёлтой журналистики были впервые раскручены на полную катушку. Людьями, главным образом за это ответственными, были Моррил Годдард и Артур Брисбен. Годдард стремился сделать газету, которую человек покупал бы, даже если бы не мог её прочитать. Он делал упор на иллюстрации – сначала чёрно-белые, потом цветные. Именно в *Sunday World* была напечатана первая иллюстрация шириной в семь колонок. Потом появились раздел юмора и все прочие известные нам средства, призванные заставить плоско мыслящую и неподатливую публику читать. После того как эти методы были опробованы в воскресной газете, они перекочевали в ежедневную прессу.

Окончательным триумфом жёлтой газеты стали “задушевные передовицы” Брисбена – колонка готовых к употреблению пошлостей и нравоучений с диаграммами и иллюстрациями на полстраницы, подкрепляющими текст. Нигде ещё не воплотилась так полно

максима Герберта Спенсера, что искусство письма состоит в экономии внимания»²⁰⁹.

Можно было бы согласиться с мнением о том, что «для Роберта Эзры Парка термин “жёлтый журнализм” лишён той негативной коннотации, которая появится позднее»²¹⁰ в силу того, что он как бы был закономерным следствием «естественного» развития прессы, если бы не явно язвительный стиль, в котором он описывает его.

Сомневаться в том, что молодой журналист не разделял взглядов противников «жёлтой» прессы, заставляет и ещё одно обстоятельство личной биографии исследователя.

В 1892 году Роберт Эзра Парк уволился из очередной газеты и решил заняться бакалейным бизнесом своего отца. Но по дороге к нему заехал с визитом в Энн Эрбор к Джону Дьюи, который познакомил его с Франклином Фордом – одной из самых интригующих личностей в американской журналистике.

Тридцатилетний Джон Дьюи «испытывал сильное желание вырваться из замкнутой академической рутины, неудивительно, что он оказался чувствительным к схемам Франклина Форда, первого из нескольких чудаков, с которыми Джон Дьюи общался в течение своей жизни.

Франклин Форд (1849–1918), которого лучше всего назвать странствующим журналистом, был редактором нью-йоркской коммерческой газеты *Bradstreet's – A Journal of Trade, Finance, and Economy* в начале 1880-х годов. Позже он уволился с работы и разработал план создания национальной “социологической газеты”, которая заменит разрозненные факты, сообщаемые обычными газетами, анализом более глубоких социальных тенденций, которые придадут этим фактам подлинное понимание и значение»²¹¹.

Развитие и распространение практик нового журнализма, очевидно, не удовлетворяло его. Франклин Форд хотел найти едино-

²⁰⁹ Парк Р.Э. Избранные очерки. М., 2011. С. 255–256.

²¹⁰ Виниченко В.М. Эволюция взглядов на историю журналистики в трудах англо-американских исследователей // Учёные записки Казанского университета. Серия гуманитарные науки. Казань, 2017. Т. 159, кн. 3. С. 700.

²¹¹ Westbrook R.B. John Dewey and American Democracy. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1991, p. 52.

мышленников для воплощения своих новых идей о журналистике и нашёл благодарного слушателя в лице Джона Дьюи. Он уговорил его, вместе с Робертом Эзрой Парком, Джорджем Гербертом Мидом и ещё несколькими университетскими преподавателями, заинтересовавшимися проектом, запустить *Thought News* как издание расследований и записи фактов.

Идея состояла в том, чтобы сделать репортёра человеком науки и тем самым преодолеть разрыв между теорией и практикой. Воодушевлённый современными техническими новинками (телеграфом, телефоном) Франклин Форд и те, кого он ангажировал, «пытались создать своего рода “просветительскую” газету, которая подавала бы текущие события не как фотографические снимки с реальности, но рассматривала бы их в более широком (историческом, философском, научном) контексте. Они стремились соединить возможности прессы воздействовать на общественное сознание с академическим потенциалом университетской науки. Но этот замысел им так и не удалось осуществить»²¹².

Франклин Форд поспешил без согласия Джона Дьюи издать свою утопическую брошюру «Проект действий» (1892), раскрывающую этот замысел, вызвавшую насмешки со стороны журналистов. И Джон Дьюи отказался от участия в проекте. В книге Франклина Форда описывался грандиозный план по реформированию системы новостей путём создания централизованного агентства новостей, чьи новости будет публиковать несколько газет.

Неудача с реализацией проекта, не сломила его. Франклин Форд до конца жизни продолжал работать над своими идеями и совершил несколько гениальных прозрений, смысл которых можно оценить лишь сегодня, несмотря на, по общему признанию, таинственный, извилистый в выражении мысли стиль его текстов. Например, его рассуждения о «научном» расследовании репортёра по смыслу совпадают с содержанием современного расследования в журналистике. Его представления о высокоцентрализованной системе трансляции новостей, которая должна быть подключена к широко распространённой сети связи, уметь тематически классифици-

²¹² Баньковская С.П. Роберт Парк // Современная американская социология / Под ред. В.И. Добренькова. М.: МГУ, 1994. С. 5.

ровать новости и быть доступной для каждого человека, очень напоминает современный *Google* и *Facebook*. И, наконец, его идея о коммодифицированном новостном бизнесе очень напоминает идею агрегации новостей в сети по модели *Spotify*.

Франклин Форд видел две тенденции будущего журналистики: во-первых, развитие тенденции не информирования общества, а скорее «разговора, беседы», которую публика ведёт с собой, поскольку регистрация жизни через газету – это всего лишь большой объём разговоров; во-вторых, распространение «научной» журналистики в отличие от «литературной» журналистики, которая будет призвана проводить демократические расследования и будет интегрирована в общественную жизнь, то есть некий прообраз того, что мы называем сегодня публичной журналистикой.

Эта встреча с Франклином Фордом многое определила в будущем Роберта Эзры Парка. «Этот поворот предопределил, видимо, не только дальнейшие журналистские занятия Р. Парка, но и его особый интерес к развитию социальных процессов в их связи с развитием средств массовой информации»²¹³. Влияние идей Франклина Форда чувствуется и в парковской «Естественной истории газеты» (1923), и в книге Джона Дьюи «Публика и её проблемы» (1927).

«Когда же ждать лекарства от нынешнего состояния газет? Нет такого лекарства. Если говорить простыми словами, сегодняшние газеты хороши примерно настолько, насколько они вообще могут быть хорошими. Если газеты и станут когда-нибудь лучше, то произойдет это благодаря просвещению народа и организации политической информации и интеллекта»²¹⁴.

После Нью-Йорка Роберт Эзра Парк ещё потрудился в газете в Чикаго, но его уже перестала устраивать эта работа, поскольку она не удовлетворяла его бытовые и, что более важно, интеллектуальные потребности. Кроме того, оказалось, что журналист не может способствовать совершенствованию мира, так как ему бы хотелось; а Роберт Эзра Парк был заинтересован в социальных реформах.

²¹³ Баньковская С.П. Роберт Парк // Современная американская социология / Под ред. В.И. Добренькова. М.: МГУ, 1994. С. 5.

²¹⁴ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 256.

Тем не менее, этот выдающийся учёный навсегда сохранил вкус к журналистской работе. Он и социолога определял как «супер-репортёра», который разделяет со своими коллегами, работающими в прессе, тот же вкус к описанию фактов и получению знания из первых рук. Жан-Мишель Шапули в своей книге «Чикагская социологическая традиция» рассказывает, как Роберт Эзра Парк говорил своему ученику Нильсу Андерсону, автору глубокого исследования бездомных в Чикаго: «Описывайте только то, что вы видите, слышите, знаете, как журналист!»²¹⁵ Хотя, разумеется, Роберт Эзра Парк считал, что социологи должны не только фиксировать факты, но и анализировать долгосрочные тенденции; поскольку именно они могут пролить свет на то, что на самом деле происходит, а не просто ухватить то, что лежит поверхности. Скорее всего, учёный видел сходство этих двух профессий в подходах к исследованию повседневной реальной жизни людей.

В 1898 году Роберт Эзра Парк окончательно оставил работу в газете и устроился на философское отделение Гарвардского университета. А затем он переехал в Германию, которая в то время была центром интеллектуальной жизни.

Там он учился у Георга Зиммеля, получил докторскую степень в 1904 году, защитив в Гейдельбергском университете диссертацию под руководством Вильгельма Виндельбанда на тему «Толпа и публика: методологическое и социологическое исследование». Вернувшись из Германии, Роберт Эзра Парк два года преподавал в Гарварде, но это его не удовлетворило. С 1905 года в течение семи лет он проработал в качестве пресс-секретаря у темнокожего общественно-го деятеля Букера Вашингтона, что дало ему богатейший материал для анализа и привило интерес к проблеме расовых отношений и взаимодействию разных культур. Кроме того, эта работа позволила Роберту Эзре Парку приложить свои силы к активному вмешательству в судьбу чернокожих американцев и вносить вклад в реформирова-

²¹⁵ Цит. по: Chapoulie J.-M. *La tradition sociologique de Chicago (1892–1961)*. Paris: Éditions du Seuil, 2018, p. 26.

ние общества. Именно за эту свою деятельность он и удостоился включения в Словарь макрейкеров²¹⁶.

В 1912 году он познакомился с профессором социологии Чикагского университета Уильямом Айзеком Томасом, который пригласил его читать лекции на социологическом факультете. В Чикагском университете начался период его интенсивной преподавательской и исследовательской деятельности, что ознаменовало собой появление Чикагской социологической школы. Основными темами его с коллегами и учениками исследований стали город как социальная среда и расовые отношения.

Прессу Роберт Эзра Парк рассматривал в разных аспектах, с точки зрения её функционального назначения – и как сферу социального взаимодействия в контексте городской жизни, и как способ формирования общественного мнения и мобилизации сообщества для политических действий, и как средство ресоциализации иммигрантов, а также связывал её с ролью журналистики в демократии и местом «публики», отличающейся от «толпы». Он был реформатором, убеждённым, что *«сообщая новости более правдоподобно или актуально, можно значительно ускорить ход истории»*²¹⁷. Будучи журналистом и социологом, Роберт Эзра Парк посвятил несколько научных работ анализу функционирования прессы и роли журналистики в демократическом обществе. Они печатались с 1923 по 1941 год, в основном в *American Journal of sociology*.

В эссе «Естественная история газеты» (1923) Роберт Эзра Парк указывает, что для правильного понимания газеты «мы должны рассматривать её в исторической перспективе»²¹⁸, и выделяет четыре этапа её развития в США:

- 1) первые газеты,
- 2) партийная пресса,
- 3) независимые газеты,
- 4) жёлтая пресса.

²¹⁶ Applegate E. Robert E. Park (1864-1944) // *Muckrakers: A Biographical Dictionary of Writers and Editors*. Lanham: Scarecrow Press, 2008, pp. 128–132.

²¹⁷ Park R.E. An Autobiographical Note // *Park R.E. Race and Culture*. Glencoe: The Free Press, 1950, pp. v–ix.

²¹⁸ Парк Р.Э. Естественная история газеты // *Избранные очерки*. М., 2011. С. 241.

Хотя за прессой к 1880-м годам и закрепились роль борца за общественные интересы, широкие народные массы ею не интересовались. Лишь в 1880 году эта новая политическая сила, которую «лицетворяли не передовые статьи и их авторы, а новости и репортеры»²¹⁹, привела к появлению «жёлтого журнализма». Его целью стало привлечение массовой читательской аудитории, «включающей женщин и иммигрантов, которые вплоть до этого момента вообще не читали газет»²²⁰.

Уже на третьем этапе развития журналистики США передовые её представители, такие как Чарльз Андерсон Дана, сделали открытие, что «тираж газеты можно колоссально увеличить и, если сделать из новостей литературу»²²¹. Так родился «литературный» подход к подаче информации в прессе.

Основатели нового журнализма продолжили развивать её в том же направлении. «Жёлтая пресса выросла в попытках овладеть публикой, для которой единственной литературой были семейные бумаги и дешёвый роман. Надо было писать новости так, чтобы они вызвали к фундаментальным страстям. Формула была такой: женщинам – любовь и романтика; мужчинам – спорт и политика. Следствием применения этой формулы стал необычайный рост газетных тиражей, причем не только в крупных городах, а по всей стране. Эти изменения осуществились в основном под руководством двух людей, Джозефа Пулитцера и Уильяма Рэндолфа Хёрста»²²².

Описывая вклад основоположников нового журнализма Роберт Эзра Парк делает вывод о том, что заслугой Джозефа Пулитцера было изобретение журналистского расследования, что позволило ему сделать *The New York World* самой многотиражной и самой обсуждаемой газетой Нью-Йорка, а Уильяма Рэндолфа Хёрста – «оживляж», создание эмоционально насыщенных, волнующих душу читателя «историй», публикация которых в газете Сан-Франциско *Examiner*, позволило ей стать самой читаемой на Тихоокеанском побережье.

²¹⁹ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 242.

²²⁰ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 255.

²²¹ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 254.

²²² Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 254.

«При Хёрсте вошла в моду “всеобщая болельщица”: женщина-репортёр, пишущая душещипательные очерки»²²³.

Кроме того, ими было сделано ещё одно важное открытие: разницы между «высоколобой» и «невзыскательной» аудиториями практически нет (она проявляется по большей части лишь в словарном запасе). Поэтому «если пресса сможет стать понятной простому человеку, то с тем, чтобы быть понятной интеллектуалу, проблем почти не будет»²²⁴. Именно поэтому Роберт Эзра Парк называет Уильяма Рэндолафа Хёрста «великим американизатором», который смог привить вкус к чтению газет самой широкой публике, включая иммигрантов.

Сформулированная Робертом Эзрой Парком концепция естественной истории прессы через восемь лет получила поддержку со стороны Уолтера Липпмана (1889-1974), американского журналиста, писателя, политического обозревателя, вошедшего в историю социологии как автор оригинальной теории общественного мнения и исследователь механизмов воздействия на него средств массовой информации. Получив в двадцать лет учёную степень в Гарварде, молодой учёный с 1911 года работал политическим обозревателем и активно участвовал в политической жизни США. В 1916 году он даже стал членом выборной команды президента США Вудро Вильсона и Демократической партии. С 1920 года Уолтер Липпман продолжил карьеру во влиятельном издании *The New York World*, в недавнем прошлом принесшем славу Джозефу Пулитцеру, и в 1929 году стал одним из её редакторов. Он написал больше десятка книг и дважды получил Пулитцеровскую премию.

В своём эссе «Две революции в американской прессе», напечатанном в 1931 году на страницах *Yale Review*, он утверждает, что эволюция газет в любой стране проходит в своём развитии несколько естественных этапов.

На первом оно контролируется правительством (например, существовал английский закон, согласно которому запрещалось распространение нелегализованных произведений), но власть прессы

²²³ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 254.

²²⁴ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 242–243.

как агента государства была ограничена низким уровне грамотности и дороговизной газет.

На втором – контроль прессы осуществляется политическими партиями, поскольку она оказывается подотчётной партиям.

На третьем господствует коммерческий контроль, в США это было время господства модели Джозефа Пулитцера и Уильяма Рэндолафа Хёрста, которая не только позволяла, но и требовала свободы от политического контроля. И хотя пресса обретает политическую независимость благодаря способности получать коммерческую выгоду за счёт привлечения значительных масс читателей, она становится зависимой от массового спроса (например, в США – появление в 1830-х годах дешёвой и массовой penny press). «Именно поэтому газеты Джозефа Пулитцера и Уильяма Рэндолафа Хёрста постоянно стимулировали интерес публики, а та интересовалась сексом, скандалами и беспорядками»²²⁵, – подчёркивают американские исследователи нового журнализма.

Как ни странно, Уолтер Липпман «благоволил жёлтой прессе, так как потакание вкусам легковёрной публики освободило газеты от политической зависимости»²²⁶. Жёлтая пресса, по мнению Уолтера Липпмана «оказалась “первой политически независимой прессой, которую узнал мир”. Постоянно шокируя и щекоча нервы читателей, жёлтая пресса с неизбежностью сеяла семена собственного разрушения»²²⁷.

Он так аргументирует это обстоятельство: «Этот приём исчерпывает себя. Если постоянно драматизировать, спустя какое-то время ничего драматического не останется. Когда сильно наперчено, через какое-то время всё делается пресным; если пресса постоянно представляет события как новые и потрясающие, человек перестаёт чему-либо удивляться. Но это ещё не всё. Со временем личная ответственность журналистов возрастает, а читатели испытывают потребность

²²⁵ Бернстайн У. История массмедиа с древнейших времён и до наших дней. М.: АСТ, 2017. С. 301.

²²⁶ Бернстайн У. История массмедиа с древнейших времён и до наших дней. М.: АСТ, 2017. С. 229.

²²⁷ Бернстайн У. История массмедиа с древнейших времён и до наших дней. М.: АСТ, 2017. С. 229.

в правдивой информации, поскольку им надоедают навязываемые сенсации и развлечения»²²⁸.

Таким образом, Уолтер Липпман констатировал, что после Первой мировой войны Уильям Рэндольф Хёрст перестал пользоваться доверием, а американские газеты вступили в четвертую стадию развития, в которой доминировали профессионалы. По его мысли, наступающая «эра профессиональной журналистики» охватит прессу «стремлением к объективным фактам» настолько, что та сможет освободиться даже от диктата переменчивых вкусов и предубеждений общественности²²⁹.

По убеждению Роберта Эзры Парка, современную газету не стоит винить в том, что она представляет собой деловое предприятие, в котором товаром являются новости, которые она продаёт. «Благодаря тому, что газета сделала информацию о нашей общей жизни доступной каждому индивиду за цену ниже цены телефонного звонка, мы получаем ... своего рода работающую демократию»²³⁰.

Таким образом, основным методологическим инструментом как Роберта Эзры Парка, так и Уолтера Липпмана, применённым им к изучению феномена прессы, был концепт «естественной истории».

«Естественная история» – это обобщающее объяснение, построенное на принципах «атомизма» и эволюционизма; типическая последовательность, ведущая к образованию формы, а не к описанию отдельного случая. «Естественная история» прессы указывает, по мысли авторов, на объективность и собственную реальность этого феномена, который движется в своём развитии от хаотичного состояния к оптимальному равновесию. Концепт «естественной истории» позволил этим исследователям увидеть за хаотичным нагромождением подробностей, разнородным и обширным материалом, хранящимся в газетных архивах, определённые закономерности, и представить новый журнализм как следствие индустриальной революции и развития рыночных отношений, свободной конкуренции, с одной

²²⁸ Цит. по: Бернстайн У. История массмедиа с древнейших времён и до наших дней. М.: АСТ, 2017. С. 300–301.

²²⁹ Lippmann W. Two revolutions in the American press // Yale Review. 1931. V. 20, № 3, p. 400.

²³⁰ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 243.

стороны, и совершенствованием механизмов демократии в Америке – с другой.

2. «Новости» как продукт нового журнализма

Оформление «новости» такой, как её представляет себе современная журналистика – пожалуй, главный итог развития нового журнализма. И как только она была «изобретена», начался процесс теоретического осмысления этого журналистского, и шире – социального, феномена. В дискуссии на её начальном этапе приняли участие Джон Дьюи, Уолтер Липпман и Роберт Эзра Парк.

Уолтер Липпман исходил из того, что большая часть мира находится за пределами понимания человека, он не в состоянии переработать сам весь поток информации, поступающий к нему информации, в том числе и через средства массовой информации. Поэтому он пользуется упрощённой моделью восприятия реальности, которую Уолтер Липпман назвал стереотипами, и благодаря им ориентируется в социальном пространстве. Он утверждал, что именно для этого и существуют средства массовой информации, чтобы фильтровать информацию и преподносить её аудитории в переработанном, упрощённом виде. Таким образом, новости не отражают действительность, они формируют своего рода псевдо-окружающую среду, в которой живёт человек. Обычные граждане как правило не имеют доступа к фактам, из которых рождаются новости. Собственно, их задача диагностировать проблемы, а не вмешиваться в процесс управления обществом.

«Новости — это описание явных стадий события, которые представляют интерес»²³¹, – полагает Уолтер Липпман в работе «Общественное мнение» (1922). «Следовательно, новости являются не зеркалом социальных обстоятельств, а сообщением об обозначившемся событии. Из новостей вы не узнаете, *как* в семечке, помещённом во влажную почву, просыпается жизнь, но журналисты сообщат вам, *когда* первый росток пробьётся на поверхность земли. Вы также можете узнать, что сказал какой-нибудь человек о процессе зарождения этой жизни. Вам непременно сообщат, если росток не появился во-

²³¹ Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С. 168.

время. И чем больше моментов, когда могут быть зафиксированы, описаны, измерены и названы какие-то события, тем больше моментов, в которые могут появиться новости»²³².

В «новости» факты никогда не предоставляются полностью и точно, они подаются так, чтобы отразить определённую, субъективную интерпретацию события. Вместе они составляют псевдо-среду, которая должна совпадать со стереотипами публики. Поэтому общественность оказывается очень уязвимой для манипуляции. Уолтер Липпман выделяет несколько характерных черт новости:

1) люди покупают носитель новости (например, газету); поэтому у редакции существует экономическая необходимость быстро заинтересовать читателя, и редактор в таком случае отдаёт предпочтение несомненному факту и такой его трактовке, которую легче всего приспособить к интересу читателя;

2) факты современной жизни облачаются в публичную форму не сами собой, им придают эту форму специалисты;

3) природа новости такова публикуются уже подтвердившиеся новости, то есть новости перепроверяются;

4) чтобы новости были востребованы, требуется возбудить эмоциональную реакцию читателя, создать у него ощущение личного участия в событиях, о которых он читает; новости, не обеспечивающие этой возможности, не могут быть привлекательными для широкой аудитории;

5) существуют различия между новостью и истиной: функцией новости является сигнал о событии, но само событие является следствием редакционного выбора; функция истины — освещать скрытые факты, устанавливать между ними связь и создавать такую картину мира, которая позволяла бы человеку действовать.

«В целом, — заключает Уолтер Липпман, — качество новостей, относящихся к современному миру, является показателем его социальной организации. Чем лучше институты, чем больше интересов разных людей формально представлено, тем больше вопросов открывается для обсуждения, тем больше вводится объективных кри-

²³² Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С. 164.

териев оценки ситуации, тем более адекватно данная ситуация представляется в форме новостей»²³³.

Основатель нового журнализма Джозеф Пулитцер интуитивно уловил специфику момента перехода от традиционного общества к нарождающемуся массовому обществу с его потребностями в лёгком восприятии информации, новизне и разнообразии, а также стремлении аудитории «быть в курсе» без напряжения, без стресса, но с приятно щекочущим нервы «огоньком». С другой стороны, он стремился не слишком снижать планку серьёзности и социального анализа, публикуя материалы, затрагивающие жизненно важные социальные проблемы. Но, к сожалению, более поздние представители нового журнализма эту важную сторону деятельности прессы, связанную с её общественной ролью в совершенствовании общества и социальной ответственностью, игнорировали. На это и обращали внимание в первую очередь исследователи.

В этом отношении заслуживает наше внимание позиция Джона Дьюи, изложенная в его труде «Общество и его проблемы» (1927).

Джон Дьюи рассуждал как типичный представитель американского прогрессизма, пытаясь приспособить, видоизменив, либеральные ценности XIX века, обогатив их прагматизмом, к изменившейся ситуации общественного развития (государственно-монополистическому капитализму).

Он отверг взгляд классического либерализма на общество как на сумму изолированных индивидов, предложив свой вариант концепции «социального организма», члены которого связаны общим интересом.

Все элементы и институты общества должны работать на потребность развития демократии как условия обеспечения возможностей индивидуального развития каждого гражданина. Это касается и прессы.

Для управления обществом и решения его проблем необходимо знание: «Истинно публичная политика возможна лишь в случае, когда она опирается на знание, а знание невозможно добыть иначе как посредством систематического, основательного и хорошо осна-

²³³ Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С. 174.

щённого исследования с тщательной фиксацией результатов»²³⁴. Само же исследование должно проводиться «по горячим следам» события, иначе результаты не смогут быть искажены и не смогут оказать эффективного влияния на формирование общественного мнения. Анализируя современное состояние прессы, Джон Дьюи делает вывод о том, что «внешние» средства сбора информации (телеграф, телефон, а позже и радио), почта, печатная пресса «способны быстро и по низкой цене размножать материалы. Когда же мы обращаемся к вопросу о том, что за материал формируется этими средствами и как обрабатывается этот материал, перед нами открывается совсем иная картина. «Новости» – это нечто только что случившееся, новизна их состоит в отклонении от чего-то прежнего, устоявшегося. Но смысл, который несёт в себе новость, определяется её воздействием, её социальными последствиями. Определить же таковые можно только сравнив новое со старым, с тем, что случилось ранее и превратилось затем в неотъемлемую часть развития. Без установления взаимосвязи и последовательности событий эти последние остаются не более чем случайными помехами, событие же – это нечто такое, из чего берёт начало то или иное явление»²³⁵.

Современная же пресса, по мнению Джона Дьюи не утруждает себя таким социальным анализом, поэтому то, что «принято называть новостями, характеризуется тривиальностью и “сенсационностью”. Различные неурядицы, как то: преступления, несчастные случаи, семейные ссоры, личные столкновения и конфликты – являются наиболее очевидными проявлениями нарушения последовательности; они несут в себе элементы потрясения, составляющего самую суть любой сенсации; чаще всего, они являются для нас чем-то *новым*, даже если о том, случилось ли описанное в этом или в прошлом году, возможно узнать только по дате, проставленной на опубликовавшей их газете – настолько не связаны они с нормальным ходом событий»²³⁶. Между

²³⁴ Дьюи Д. Общество и его проблемы / пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002. С. 130.

²³⁵ Дьюи Д. Общество и его проблемы / пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002. С. 130.

²³⁶ Дьюи Д. Общество и его проблемы / пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002. С. 130–131.

тем исследования, которые способны предоставить обществу знания для его совершенствования «которые одни только способны предоставлять обществу знание, пригодное для формирования адекватных суждений, должны быть ежедневными, идя в ногу со временем»²³⁷.

Кроме того, Джон Дьюи считал неприемлемой ситуацию, когда сбор и обнародование новостей является частью бизнеса действующей системы наживы, а имеющими общественный вес данными торгуют.

Важную роль играет также и презентация результатов исследований. «Газета, дословно повторяющая содержание журнала по философии или политологии, несомненно, будет слабо расходиться и окажет незначительное влияние. Но и такая газета уже самим фактом своего существования, уже самой своей доступностью смогла бы возыметь определённый эффект на состояние дел в обществе»²³⁸. С другой стороны, сам предлагаемый материал должен быть высокого качества, чтобы «возникал непреодолимый соблазн представить его в такой форме, которая была бы привлекательна для масс»²³⁹. Таким образом, Джон Дьюи ставит вопрос о необходимости сформировать неразрывную связь между свободным социальным исследованием в интересах развития демократии и «искусством волнующей и всесторонней коммуникации»²⁴⁰.

Роберт Эзра Парк тоже посвятил проблеме рассмотрения «новости» несколько эссе 1920-1940-х годов²⁴¹. Прежде всего, он указывает на вклад нового журнализма в становление новости как таковой.

По его мнению, новый журнализм вывел прессу на новый уровень тем, что изменил представление о том, что должно печататься в газетах. «До последней четверти XIX века, то есть примерно до 1880 года, большинство газет даже в наших крупных городах руко-

²³⁷ Дьюи Д. Общество и его проблемы / пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002. С. 131.

²³⁸ Дьюи Д. Общество и его проблемы / пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002. С. 133.

²³⁹ Дьюи Д. Общество и его проблемы / пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002. С. 133.

²⁴⁰ Дьюи Д. Общество и его проблемы / пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. М.: Идея-Пресс, 2002. С. 134.

²⁴¹ См.: Парк Р.Э. Избранные очерки. М., 2011. С. 257–304.

водствовались теорией, что лучшая новость, которую может напечатать газета, – это уведомление о кончине или брачное объявление»²⁴². Джозеф Пулитцер и его непосредственные предшественники изменили представление о том, что должно считаться новостью.

Первым, кто изобрёл новость, так как мы её знаем сегодня, был Джеймс Гордон Беннет, основатель *The New York Herald*. Отныне редакторы не писали морализаторских статей, а «становились сборщиками новостей, а газета делала ставку на свою способность собирать, печатать и распространять новости»²⁴³.

На главный вопрос: «Что такое новость?» существует, по мнению Роберта Эзры Парка, множество ответов. Но за точку отсчёта в представлении о ней нового журнализма можно взять позицию Чарлза Андерсона Дана: «Новость – это всё, что заставляет людей говорить». «Это определение, во всяком случае, высвечивает цели новой журналистики. Ее задачей было печатать всё, что побудило бы людей говорить и думать, ведь большинство людей не думает, пока не начнет говорить. Мышление, в конце концов, есть своего рода внутренний разговор»²⁴⁴. И продолжает: «А вот позднейшая версия того же определения: новость – это всё, что заставляет читателя воскликнуть: “Вот это да!”». Такое определение дал Артур Макюэн, один из людей, которые помогли сделать газеты Уильяма Рэндолфа Хёрста. Одновременно это и определение позднейшего и наиболее успешного типа газеты – жёлтой прессы»²⁴⁵. Но не все успешные газеты «нового журнализма» жёлтые, в качестве примера Роберт Эзра Парк называет нетипичную *The New York Times*.

«В сущности, у нас вообще есть газеты в современном смысле этого слова лишь потому, – пишет Роберт Эзра Парк, – что около столетия назад – точнее, в 1835 году, – некоторые издатели газет в Нью-Йорке и Лондоне открыли, (1) что большинству людей, если они вообще умеют читать, проще читать новости, а не мнение редактора, и (2) что обычному человеку хотелось бы, чтобы его развлекали, а не

²⁴² Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 253.

²⁴³ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 252.

²⁴⁴ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 252.

²⁴⁵ Парк Р.Э. Естественная история газеты // Избранные очерки. М., 2011. С. 252–253.

поучали. Для той поры это по характеру и важности было самое настоящее открытие»²⁴⁶. Собственно говоря, с этого момента и начинается процесс переосмысления американскими газетчиками форм и методов своей работы, что позже привело к возникновению нового журнализма в профессиональном плане.

В более поздних работах – «Новость как форма знания» (1940), «Новость и интересная история» (1940) и «Моральный дух и новости» (1941) – Роберт Эзра Парк рассуждает о сущности новости и высказывает ряд интереснейших идей. Его размышления и выводы можно тематизировать в три группы: природа новости, её свойства; её функции; специфика работы журналиста с новостями. Представим их тезисно, без комментариев, так как они, по нашему мнению, излишни.

Природа новости

1. Новость как форма знания относится прежде всего не к прошлому или будущему, а к настоящему. «Новость, как известно издателям коммерческой прессы, очень скоропортящийся товар. Новость остается новостью лишь до тех пор, пока не достигнет лиц, для которых она представляет “новостной интерес”. Как только она оказывается обнародована, а значимость её осознана, то, что было до этого новостью, становится историей»²⁴⁷. Таким образом, основное свойство новости – это её мимолетность и эфемерность.

2. Разные типы новостей имеют разный временной масштаб. Но в любом случае, по мысли Роберта Эзры Парка «событие сразу перестает быть новостью, как только вызванное им напряжение спадает и внимание публики переключается на какой-то другой аспект среды обитания или какое-то другое происшествие»²⁴⁸.

3. «Новость приходит к нам в виде серии независимых инцидентов, так как сознание публики неустойчиво. Когда сознание публики рассеивается, ослабевает, а всё, что обеспечивает передачу новости перестает функционировать, разрушается коммуникация и новость превращается в холодный факт»²⁴⁹.

²⁴⁶ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 277.

²⁴⁷ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 264.

²⁴⁸ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 264.

²⁴⁹ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 265.

4. «Человеческий интерес – универсальный элемент в новостях. Именно он придаёт новостной истории её символический характер»²⁵⁰.

Функции новости

1. Новости поступают к публике в форме небольших самостоятельных сообщений, которые можно легко и быстро понять; они «не столько информируют публику, сколько ориентируют её, давая всем и каждому общее представление о происходящем»²⁵¹. Это утверждение исследователя предвосхищает смену функцию информирования коммуникационной функцией.

2. «Обычная функция новостей состоит в том, чтобы поддерживать в индивидах и обществах ориентацию и удерживать их в контакте с их миром и с реальностью посредством незаметных приспособлений»²⁵².

3. «Новость циркулирует, по-видимому, лишь в обществе, в котором есть некоторый уровень напряжения. Воздействие же новости, поступающей извне круга общественного интереса, состоит в том, что она рассеивает внимание и тем самым стимулирует индивидов действовать по своей инициативе, а не по наущению господствующей партии или личности»²⁵³.

4. Новости в мире политики служат «основой для дискуссий, в которых формируется общественное мнение. Такую же важную роль новости играют в мире экономических отношений, ведь цены товаров – в том числе денег и ценных бумаг, – регистрируемые на мировом рынке и на каждом зависящем от него локальном рынке, основываются на новостях»²⁵⁴.

Специфика работы журналиста с новостями, их значение

1. «Видимо, мы живём в эпоху новостей, и одним из важнейших событий в американской цивилизации было рождение репортёра»²⁵⁵.

²⁵⁰ Парк Р.Э. Новость и интересная история // Избранные очерки. М., 2011. С. 284.

²⁵¹ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 265.

²⁵² Парк Р.Э. Моральный дух и новости // Избранные очерки. М., 2011. С. 301.

²⁵³ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 272.

²⁵⁴ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 273.

²⁵⁵ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 275.

2. «В самой природе новостного сообщения заложено то, что оно не бывает окончательным и что новость анонсирует события, а не интерпретирует их. Истолкование новостей – функция редактора, историка и публики. Как только эти авторитеты заговорили, пусть даже на уровне простого беглого обзора, события перестают быть новостями и становятся историей»²⁵⁶.

3. «Газетчики узнают новость, когда её видят, потому что знают благодаря своего рода инстинкту, что важно в данное время и в данном месте в их мире и для их публики. Чтобы это делать, им нужно хорошо ориентироваться в мире, о делах которого они сообщают, но быть не настолько в него вовлечёнными, чтобы терялась способность глядеть на события с отстранённостью критически мыслящего наблюдателя»²⁵⁷.

4. «Новостное сообщение, как известно каждому газетчику, прочитывается в обратной пропорции к его длине. Обычный читатель будет читать длинное сообщение только, если оно оказывается не просто новостью, а историей, то есть содержит в себе то, что называется в специальном жаргоне “человеческим интересом” (human interest)»²⁵⁸. Заметим, что здесь, по сути, речь идёт уже о таком популярном в XXI веке явлении как storytelling.

5. «Разница между новостью и редакционной статьей относится к числу тех вещей, которые каждый газетчик, когда ему это нужно, знает, даже если не всегда способен сформулировать определение. Сущность, или внутреннее качество, новости ухватить трудно, но новость – не пропаганда и не редакционная статья. В общем плане можно сказать, что новость устанавливает факт, а редакционная статья – истину. Факты могут требовать рефлексии, обдумывания и иногда дополнительных фактов. Истине, в свою очередь, присуща окончательность. Обладая ею, то есть владея всей истиной, человек пре-

²⁵⁶ Парк Р.Э. Новость и интересная история // Избранные очерки. М., 2011. С. 278.

²⁵⁷ Парк Р.Э. Новость и интересная история // Избранные очерки. М., 2011. С. 281.

²⁵⁸ Парк Р.Э. Новость как форма знания // Избранные очерки. М., 2011. С. 265.

кращает исследование, перестает размышлять и либо молчит как растение, либо действует, как это свойственно людям»²⁵⁹.

Значение становления нового журнализма для развития американской и мировой прессы трудно переоценить. Вполне естественно, что не всё, что он предложил для развития СМИ выдержало проверку временем. Многие его приёмы и методы трансформировались и приобрели современные формы, поскольку стали применяться в новых формах массовой коммуникации – радио, телевидение. Но выводы, сделанные социологами по поводу значения нового журнализма для развития средств массовой коммуникации, характеристики «новости» как продукта производства массмедиа не потеряли своей актуальности.

Дискуссия по многим вопросам, начатая исследователями, стоявшими у истоков осмысления истории становления нового журнализма, продолжается и сегодня.

²⁵⁹ Парк Р.Э. Моральный дух и новости // Избранные очерки. М., 2011. С. 290.

Заключение

Зародившись в конце XIX века в США, новый журнализм стал ответом на усложнившиеся условия общественной жизни, связанные с развитием капиталистического общества, изменением и дифференциацией социальной структуры, совершенствованием рыночных механизмов и свободной конкуренции, становлением демократии, ростом культурного уровня населения и формированием гражданского общества. В свою очередь, его становление сопровождалось внедрением технологических новаций, появлением монополии информационных агентств на новости, профессионализацией журналистского труда и внедрением новых стандартов новостной культуры для читающей публики.

В этих условиях новый журнализм нашёл свою формулу успеха, которая «работает» до сих пор: защита интересов читателей плюс сенсационное, лёгкое содержание плюс эмоциональные иллюстрации плюс значительный объём платной рекламы плюс доступная цена плюс недорогое распространение плюс возможность найти неожиданный подарок. Таким образом, новый журнализм во всех его вариациях – от социально ответственной до жёлтой прессы – исходил из одного базового принципа: универсальное измерение «новости» – это человеческий интерес.

Перечислим основные характерные черты нового журнализма.

1. Тематика неизбежности возмездия, построенная на психологии обвинения других в причинах собственного неблагополучия. Человек с помощью иллюзии справедливого мира помогает себе спрятать свои чувства от себя, преодолеть депрессию страха перед будущим. Социальная журналистика, обращаясь к проблемам социально уязвимых групп, предполагает непосредственное вмешательство в жизнь и обеспечение победы «добра» над «злом». Журналистские расследования, направленные на выявление «зла», как раз и опираются на тематику неизбежности возмездия.

2. Эпатирующее освещение табуированной тематики, эксплуатирующее интерес к интимным сторонам жизни человека, аномальным обстоятельствам, к темам любви и смерти. По теории основателя психоанализа Зигмунда Фрейда, в каждом из нас живут неосозна-

ваемые желания и требования их немедленного удовлетворения. С возрастом мы обретаем способность контролировать свои поступки, отделяя «хорошо» и «плохо», «можно» и «нельзя», «прилично» и «неприлично». Между тем, загнанные в рамки общественной морали подсознательные желания пытаются прорваться в повседневное поведение. Поиск компромисса между «хочу» и «надо» вынуждает человека искать легитимированные пути удовлетворения своих неосознанных желаний. И средства массовой информации помогают ему в этом, позволяя эмоционально «прожить» недоступное ему в реальной жизни.

3. Сенсационность, перенаправляющая внимание читателя от созерцания к сопереживанию. При этом эмоциональное равновесие аудитории нарушается как в сторону позитивных переживаний, так и в сторону негативных. Эмоциональная потребность является базовой человеческой потребностью, такой же важной и несколько не менее значимой, чем, например, потребность в пище. Причём мы нуждаемся не только в ярких положительных переживаниях, но и в не менее ярких отрицательных, вызывающих у нас страдание. Зная, что нам не поздоровится, мы всё же опаздываем к назначенному часу, не выполняем вовремя важных поручений и так далее. Сенсация как необычное происшествие, изменяющее эмоциональную картину мира, позволяет аудитории средств массовой информации утолить свой эмоциональный голод.

4. Героизация событий, создающая иллюзию возможности преодоления будничной повседневности, рождает в воображении читателя идеал такой личности, которая по своему могуществу должна превзойти современного человека. Стремление к достижению идеала – это составляющая вечного стремления человека к достижению счастья. Такие стремления укладываются в схему «мифа о герое», характерного для всех первобытных обществ и древних цивилизаций: каждый из нас может стать «героем», если окажется в соответствующей «героической» ситуации.

5. Тематический эклектизм, предполагающий сочетание в информационной подаче важного и избыточного, серьёзного и развлекательного, социально значимого и сенсационного. Публикация развлекательных и банализированных материалов даёт возможность

читателю расслабиться, отвлечься от личных проблем, в том числе получить удовольствие от понимания, что описанная в материале трагедия произошла не с ним. Мозаичная смесь самых разнообразных тем из различных сфер человеческого существования вызывает у аудитории ощущение, что мир полон противоположных по градусу эмоционального накала событий, а следовательно – негатив неизбежно уравновешивается позитивом.

6. Тематическая эффектность информации, привлекающая аудиторию не столько тем **что** сообщается, сколько тем **как** сообщается. Поиск необычного в обычном превращается в особый вид развлечения для журналиста и читателя. Текст насыщается многими смыслами, побуждая аудиторию превратить процесс чтения в своеобразную игру проникновения в информационные пласты. Читатель следит за динамикой развития сюжета, за всевозможными его поворотами, за языковой игрой (формой реальности, воспринимаемой через призму языка), конструируя вслед за автором произведения эпизод за эпизодом.

7. Приоритет визуального над текстовой составляющей номера, дающий читателю возможность зрительно-образно пережить эмоции. Поскольку восприятие зрительных образов в первую очередь идёт на подсознательном уровне, то издания, использующие этот приём, адресуют свой контент к неосознанному инстинктивному влечению человека. Изображение имеет прикладное значение, просто и наглядно представляя информацию и рождая ощущение присутствия на месте события.

Методика создания произведений нового журнализма допускает сочетание в тексте сразу нескольких приёмов. Автор, руководствуясь поставленной целью, комбинирует их, добиваясь максимальной эффективности и эффектности материала. И здесь многое зависит от цели, которую перед собой ставит журналист: помочь своим читателям в решении их насущнейших социальных и политических проблем или обмануть аудиторию, спрятав истину под обилием избыточных развлекательных сюжетов.

Анализируя становление нового направления журналистики социологи исходили из социокультурного и политического подхода к прессе, предполагавшего исследование её в трехсторонних

отношениях с общественным духом и так называемым «демократическим шумом». Для Роберта Эзры Парка это был вопрос понимания механизмов, посредством которых пресса активизирует обмены внутри общества, способствует его консолидации и сохранению динамического равновесия, для Уолтера Липпмана – анализ влияния, которое газеты оказывают на формирование общественного мнения и возможности мобилизации сообщества для политических действий, для Джона Дьюи – поиск путей совершенствования общества посредством СМИ. Но, как остроумно заметил Роберт Эзра Парк, «любопытно, что большинство из нас хотели бы опубликовать не то, что большинство из нас хотят читать»²⁶⁰ ...

Новый журнализм совершенствует свою методику вот уже более века. Меняются политические режимы, перекраивается карта мира, совершенствуются технологии сбора, обработки и распространения информации, но по-прежнему журналист стоит перед выбором: какую позицию по отношению к своей аудитории он должен занять?

Сегодня этот вопрос с неизбывной остротой вновь встаёт перед нами.

²⁶⁰ Парк Р.Э. Новость и интересная история // Избранные очерки. М.: ИНИОН, РАН, 2011. С. 277.

Литература

Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Спортивная журналистика. – М.: Юрайт, 2013. – 427 с.

Баканов Р.П. Making news: искусство создания медиамира. – Казань: Казан. ун-т, 2020. – 240 с.

Баньковская С.П. Роберт Парк // Современная американская социология. – М.: МГУ, 1994. – С. 3–19.

Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. – М.: МарТ, Ростов н/Д: МарТ, 2003. – 432 с.

Бернстайн У. История массмедиа с древнейших времён и до наших дней. – М.: АСТ, 2017. – 512 с.

Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 432 с.

Виниченко В.М. Эволюция взглядов на историю журналистики в трудах англо-американских исследователей // Учёные записки Казанского университета. Серия гуманитарные науки. – Казань, 2017. – Т. 159, кн. 3. – С. 691–711.

Волков Ю.Г., Нечипуренко В.Н., Самыгин С.И. Социология: история и современность. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. – 672 с.

Вулф Т. Новая журналистика и Антология новой журналистики под редакцией Тома Вулфа и Э.У. Джонсона. – СПб.: Амфора, 2008. – 547 с.

Гончаров Л.Н. Школа и педагогика США до второй мировой войны. – М., 1974. – 268 с.

Гринспен А., Вулдридж А. Капитализм в Америке: История. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 560 с.

Губарев В.В. Информатика: фрагменты истории. – Новосибирск: НГТУ, 2007. – 180 с.

Давидович В.Е. Проблемы человеческой свободы. – Львов: Львовский ун-т, 1967. – 246 с.

Данилова М.Н. Спорт как медиакоммуникационный феномен // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 7, № 3. – С. 519–538.

Донская К. От дипломов сомнительной ценности до мировых рейтингов: как развивалось высшее образование в США [Электронный ресурс] // Theory & Practice. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/16358-ot-diplomov-somnitelnoy-tsennosti-do-mirovykh-reytingov-kak-razvivalos-vysshee-obrazovanie-v-ssha>

Дьюи Д. Общество и его проблемы / пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. – М.: Идея-Пресс, 2002. – 160 с.

Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. – М.: РАИПЦ, Вагриус, 1997. – 383 с.

История печати: Антология / сост. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. – Т. 2. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 494 с.

История теоретической социологии. Стабилизационное сознание и социологическая теория в век кризиса. – М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2010. – 308 с.

Йованович Т.Г., Кохташвили Н.И., Маркова О.В. Исторические аспекты становления и развития среднего образования США в конце XIX – начале XX века // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 8 (58): в 3-х ч. – Ч. II. – С. 89–93.

Каспи А. Повседневная жизнь Соединённых Штатов в эпоху процветания и «сухого закона». – М.: Молодая гвардия, 2008. – 336 с.

Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. – М.: ВШЭ, 2017. – 423 с.

Коллинз Р. Четыре социологических традиции. – М.: Территория будущего, 2009. – 17 с.

Липпман У. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

Лондон Д. Люди бездны // Собр. соч.: в 14 т. – Т. 3. – М.: Правда, 1961. – С. 3–188.

Лукьянчикова М.В., Бердникова Э.Н. История рекламы и PR в США. – М., 2018. – 146 с.

МакКуэйл Д. Журналистика и общество. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013. – 368 с.

Маяковский В.В. Грозный смех. – М.-Л.: Государственное издательство «Искусство», 1938. – 230 с.

Михайлов С.А., Мостов А.Г. Спортивная журналистика. – СПб.: Михайлов В.А., 2005. – 224 с.

Несмелова О.О., Коновалова Ж.Г. Новый журнализм: теоретические принципы и их художественное воплощение // Учёные записки Казанского университета. Гуманитарные науки. – 2011. – Т. 153, кн. 2. – С. 245–258.

Парк Р.Э. Избранные очерки. – М.: ИНИОН, РАН, 2011. – 321 с.

Распопова С.С., Богдан Е.Н. Фейковые новости: Информационная мистификация. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 112 с.

Ритцер Дж. Современные социологические теории. – СПб.: Питер, 2002. – 688 с.

Рэндалл Д. Универсальный журналист. – М.: Международный центр журналистики, 1996. – 120 с.

Сазонов Е.А. «Жёлтая» пресса в контексте развития печати XX века: социокультурный аспект. Дисс. на соискание степени канд. филолог наук. – Воронеж, 2004. – 259 с.

Спиру Б. Отравители: К истории развития современной буржуазной журналистики. – М.: Институт международных отношений, 1962. – 336 с.

Социологическая теория: история, современность, перспективы. Альманах журнала «Социологическое обозрение». – СПб.: Владимир Даль, 2008. – 831 с.

Фромм Э. Бегство от свободы. – М.: Прогресс, 1989. – 272 с.

Шацки Е. История социологической мысли. – Т. 2. – М.: Новое литературное обозрение, 2018. – С. 87–88.

Якимович В.С. Культура в мире спорта. – М.: Советский спорт, 2006. – 164 с.

* * *

A Large Observer of a Large Thing // The New York Journal, 13 May 1898.

A Letter from the President Abraham Lincoln to Horace Greeley, 22 August 1862 // Daily National Intelligencer, 23 August 1862.

An American Newspaper Accomplishes at a Single Stroke What the Red Tape of Diplomacy Failed Utterly to Bring About in Many Months // The New York Journal, 10 October 1897.

Andrews J.C. The North Reports the Civil War. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1955, 813 p.

Applegate E. Muckrakers: A Biographical Dictionary of Writers and Editors. Lanham: Scarecrow Press, 2008, 200 p.

Arnold M. Up to Easter // The Nineteenth Century, No.CXXIII (May), 1887, pp. 629–643.

«Autos» Death to Dogs // Boston Evening Transcript, 14 July 1900.

Baker N., Brentano M. The World on Sunday: graphic art in Joseph Pulitzer's newspaper (1898-1911). New York: Bulfinch Press, 2005, 131 p.

Balch A. English and American Newspapers // Lippincott's Monthly Magazine No.48 (July), 1891, pp. 87–93.

Baldasty G.J. E.W. Scripps and the Business of Newspapers. Urbana: The University of Illinois Press, 1999, 217 p.

Baldasty G.J. The Commercialization of News in the Nineteenth Century. Madison: The University of Wisconsin Press, 1992, 240 p.

Barrett J.W. Joseph Pulitzer and His World. New York: Vanguard Press, 1941, 449 p.

Beltz L. Theodore Roosevelt's Man with the Muckrake // Central States Speech Journal, No.20, 1969, pp. 97–103.

Bisland E. In Seven Stages: A Flying Trip Around the World. New York: Harper and Brothers, 1891, 94 p.

Bly N. Around the World in Seventy-Two Days, New York City: The Pictorial Weeklies Company, 1890, 98 p.

Bly N. Behind Asylum Bars // The New York World, 9 October, 1887.

Bly N. Inside the Madhouse // The New York World, 16 October, 1887.

Bly N. Ten Days in a Mad-House. New York: Ian L. Munro, 1887, 96 p.

Bly N. The Girl Puzzle // The Pittsburg Dispatch, 25 January 1885.

Bly N. Trying to Be a Servant // The New York World, 30 October, 1887.

Bly N. UnTruths in Every Line // The New York World, 17 October, 1887.

Bly N. Visiting the Dispensaries // The New York World, 2 December, 1888.

Bly N. What becomes of babies // The New York World, 6 November, 1887.

Blondheim M. News Over the Wires: The Telegraph and the Flow of Public Information in America, 1844-1897. Cambridge: Harvard University Press, 1994, 320 p.

Brian D. Pulitzer. A Life. N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 2001, 464 p.

Brooks S. The American Yellow Press // *Fortnightly Review* 96 (December 1911), pp. 1126–1137.

Bryant J., Holt A.M. Historical overview of sports and media in the United States // *Handbook of sports and media*. N.J.: L. Erlbaum Associates, 2006, pp. 21–44.

Bryant W.C. The Right of Workmen to Strike // *The New York Post*, 1 June 1836.

Buntline N. Buffalo Bill, the King of Border Men. New York: J.S. Ogilvie & Co., Publishers, 1881, 64 p.

Burgan M. The American Newsboy. Minneapolis: Compass Point Books, 2007, 48 p.

«Buffalo Bill» // *Springfield Daily Republic*, 26 May 1888.

«Buffalo Bill» in England // *Salt Lake Tribune*, 5 May 1887.

«Buffalo Bill» to Feature in Historical Moving Pictures // *Denver Weekly Post*, 18 August 1910.

Campbell J.W. Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies. Westport, CT: Praeger, 2001, 248 p.

Chapoulie J.-M. La tradition sociologique de Chicago (1892–1961). Paris: Éditions du Seuil, 2018, 550 p.

Cockerill J.A. How to Conduct a Local Newspaper // *Lippincott's Monthly Magazine*, No.58 (September), 1896, pp. 395–399.

Cockerill J.A. Some Phrases of Contemporary Journalism // *Cosmopolitan Magazine*, No.13 (October), 1892, pp. 695–703.

Cockerill J.A. The Newspaper of the Future // *Lippincott's Monthly Magazine*, No.50 (August), 1892, pp. 220–226.

Cowardice as a Philosophy // *The New York Press*, 14 March 1898.

Dabbous Y.T. "Blessed be the Critics of Newspapers": Journalistic Criticism of Journalism 1865-1930. Baton Rouge: Louisiana State University, 2010, 173 p.

Dana C. Journalism: A Lecture Delivered to the Students of Union College // *The McClure's Magazine*, No.4, 1895, pp. 555–563.

Dauncey H., Hare G. Cosmopolitanism united by electricity and sport: James Gordon Bennett Jr and the Paris Herald as sites of internationalism and cultural mediation in belle époque France // *French Cultural Studie*, Vol. 25(1), 2014, pp. 38–53.

Davis R.H. Real Soldiers of Fortune. New-York: Charles Scribner's sons, 1906, 228 p.

Declaration of the journalists of New York // The New York Times, 9 June 1863.

De Lome's Defense and Confession // The New York Journal, 27 August 1897.

Destruction of the War Ship Maine Was the Work of an Enemy // The New York Journal, 17 February 1898.

DeFleur M.L., Dennis E.E. Understanding mass communication. Boston: Houghton Mifflin, 1988, 568 p.

Douglas G.H. The Golden Age of the Newspaper. Westport, Conn.: Greenwood Press, 1999, 328 p.

Election day! // Harper's Weekly Magazine, 21 January 1909.

Emery M., Emery E. The press and America: An interpretive history of the mass media. New Jersey, 1997, 720 p.

Fall of Yellow Journalism // The New York Press, 28 March 1897.

Fashion At The Horse Show // The New York Evening Journal, 8 November 1896.

Fay J. City of Flickering Light. New York: Gallery Books, 2019, 400 p.

Foner E. The Fiery Trial: Abraham Lincoln and American Slavery. New York: W.W. Norton & Company, 2010, 448 p.

Gay E. Eva Gay's Travels // St. Paul Globe, 22 April, 1888.

Gay E. Song of the Shirt // St. Paul Globe, 8 April, 1888.

Gay E. The Toiling Women // St. Paul Globe, 1 April, 1888.

Gay E. Working in the Wet // St. Paul Globe, 15 April, 1888.

General Lee on the Cisneros Case // The New York Journal, 9 September 1897.

General Weyler to The World // The New York World, 21 August 1897.

Genovese E.D. The Political Economy of Slavery. New York: Pantheon Books, 1965, 304 p.

Gordon J.S. An Empire of Wealth: The Epic History of American Economic Power. New York: HarperCollins Publishers, 2004, 460 p.

Greeley H. A Prayer for Twenty Millions // The New York Tribune, 20 August 1862.

Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: The MIT Press, 1991, 301 p.

Handbook of sports and media. N.J.: L. Erlbaum Associates, 2006, 633 p.

Handicap Golf at Lakewood // The New York Times, 25 March 1900.

Harp D. Desperately Seeking Women Readers. Lanham: Lexington Books, 2007, 124 p.

Hearst Defends So-called Yellow Journals // Fourth Estate, 13 September 1902.

Heldt P.M. The Gordon Bennett International Cup Race // The Horseless Age, No.14 (4 July) 1900, p. 14.

Holmes O.W. Bread and the Newspaper // The Atlantic Monthly, No.8 (September), 1861, pp. 346–352.

Hubert P.G., Jr. The Wheel of Today // Scribner's Magazine, No.17 (18 June) 1895, pp. 692–702.

Ida M. Tarbell // The Topeka state journal, 11 June 1904.

Jack the Ripper // The Arizona Champion, 27 July 1889.

Jack the Ripper // Fergus Falls ugeblad, 19 March 1890.

Jack the Ripper's notice // The Evening Herald, 27 June 1891.

Johnson J. Gilded Age publishing heir puts today's Rich Boys to shame // Vanity Fair, 4 August 2009.

Juergens G. Joseph Pulitzer and the New York World. Princeton: Princeton University Press, 1966, 392 p.

Kanu A.M., Durham S.S. Processing Public Speaking: Perspectives in Information Production and Consumption. Xlibris LLC, 2014, 366 p.

Kazin A. On Native Grounds: An Interpretation of Modern American Prose Literature. New York: Harcourt, Brace & World, 1942, 541 p.

Kendrick M. The Cuban Girl Martyr // The New York Journal, 17 August 1897.

Keyser H. The Story That Launched Nellie Bly's Famed Journalism Career // Mental Floss, 5 May 2015.

Kroeger B. Nellie Bly: Reporter, Daredevil, Feminist. New York: Random House, 1994, 631 pp.

La Coupe Bennett // La Petit Parisien, 15 June 1900.

Let the bridge be free // The New York World, 22 May 1883.

Lippmann W. Two revolutions in the American press // Yale Review. 1931. V. 20, № 3, pp. 433–441.

Literary History of the United States. Two Volumes. New York: MacMillan Co., 1948.

Livingstone // The New York Herald, 02 July 1872.

MacInnes M. Versions of Censorship. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2017, 373 p.

Maine Explosion Caused by Bomb or Torpedo? // The New York World, 17 February 1898.

Mark Twain. Letter to Jane Lampton Clemens and Pamela A. Moffett, 24 January 1868 // Mark Twain's Letters. University California Press, 1990. Vol. 2, p. 60.

McChesney R.W. Media Made Sport: A History of Sports Coverage in the USA // Media Sport and Society. London: Sage, 1989, pp. 49–69.

McChesney R.W. The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas. New York: Monthly Review Press, 2008, 589 p.

Media Sport and Society. London: Sage, 1989, 320 p.

Merriam G.S. The Life and Times of Samuel Bowles. Two Volumes. New York: The Century Company, 1885.

Mott F.L. American Journalism: A History: 1690-1960. New York: The Macmillan Company, 1962, 901 p.

Mr. Taft and the Muckrakers // The Detroit times, 8 June 1910.

Naranjo A.C. The concept of the New Journalism and its adaptation to narrative journalism in Spain // Doxa Comunicación. 2017, No.25, July–December, pp. 43–62.

Nelson N. City Slave Girls // The Chicago Daily Times, 30-31 July, 1888; 1–19, 26–27 August, 1888.

Newspaper Chains [Электронный ресурс]// University of Illinois Library URL: <https://www.library.illinois.edu/hpnl/guides/newspapers/reference/chains/>

On the Tip of the Tongue: Where 'Yellow Journalism' Came From // The New York Press, 1 March 1898.

Off to the Pole // The New York Herald, 9 July 1879.

Park R.E. Race and Culture. Glencoe: The Free Press, 1950, 403 p.

Parsons L. Douglas Fairbanks // The New York Morning Telegraph, 24 November 1918.

Parton J. American Newspaper Press // North American Review, No.102 (April), 1866, pp. 373–419.

Payne W.M. What a Daily Newspaper Might Be Made // The Forum, No.16 (November) 1893, pp. 355–365.

Pederson C.E. The U.S. Constitution & Bill of Rights. Edina: ABDO Pub., 2010, 112 p.

Poindexter P., Meraz S., Weiss A.S. Women, Men and News: Divided and Disconnected in the News Media Landscape. New York: Imprint Routledge, 2010, 370 p.

Political Talks to Women // The New York Evening Journal, 8 November 1896.

Pulitzer J. The College of Journalism // The North American Review, Vol. 178, No.570 (May) 1904, pp. 641–680.

Quinn K.G. Sports and Their Fans: The History, Economics, and Culture of the Relationship Between Spectator and Sport. NC: McFarland & Company, 2009. 271 p.

Ramirez S.A. A Clash of Titans. San Luis Rey: The Tentacled Press, 2010, 402 p.

Remember the Maine! // The New York Journal, 15 March 1898.

R.F. Outcault's The Yellow Kid: A Centennial Celebration of the Kid Who Started the Comics. Northampton, MA: Kitchen Sink Press, 1995, 303 p.

Rhett R.B. Conversation occurring during the war, 1862–1866 // Davis W.C. Look Away!: A History of the Confederate States of America. New York: The Free Press, 2002, p. 44-47.

Richardson L. A sewer for the stream of vice // The Journalist, 24 May 1885.

Risley F. Civil War Journalism. Praeger, 2012, 154 p.

Roberts T. Myths of New York: A Story with Geography. New York: Greenwood Press, 2019, 328 p.

Roosevelt T. The Man with the Muckrake // The Quad-City Times, 15 April 1906.

Sachsman D.B., Bulla D.W. Sensationalism: Murder, Mayhem, Mudslinging, Scandals, and Disasters in 19th-Century Reporting. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 2015, 426 p.

Seeing Nonexistent Things // The Washington Post, 18 June 1899.

Schlesinger A.M. The Rise of the City. Columbus: Ohio State University Press, 1999, 494 p.

Scott J.W.R. The Life and Death of a Newspaper. London: Methuen, 1952, 417 p.

Siberian Sledgings // The New York Herald, 17 April 1882.

Sloan W.D., Parcell L.M. American Journalism: History, Principles, Practices. NC: McFarland & Company, Inc., 2002, 378 p.

Spain's Victory of Peace // The New York Journal, 17 February 1898.

Spaniards Search Women on American Steamers // The New York Journal, 12 February 1897.

Stanley H.M. How I Found Livingstone. New York: Scribner, Armstrong & Co., 1872, 736 p.

Stanford White is Dead // The New York World, 14 April 1907.

Steffens J.L. Shame of the Cities. New York: McClure, Phillips & Co., 1904. 324 p.

Steffens J.L., Wetmore C.M. Tweed Days in St. Louis // McClure's, No.XIX (October), 1902, pp. 577-586.

Stephens M. A History of News: From the Drum to the Satellite. New York: Viking, 1988, 401 p.

Tarbell I.M. The History of the Standard Oil Company. Two Volumes. New York: McClure, Phillips & Co., 1904.

Terre J. Le concours du «Petit Journal» en 1894 // Le Petit Journal, 19 December 1893.

The End is Approaching // The New York Sun, 10 March 1897.

The woman who dared // The Daily Graphic, 5 June 1873.

Traxel D. 1898: The Birth of the American Century. New York: Vintage, 1999, 384 p.

The Maine Disaster // The New York Times, 17 February 1898.

The Titanic Sinks // The New York Herald, 15 April 1912.

Untitled editorial page comment // The New York Press, 21 January 1897.

Walker S. City Editor. Baltimore and London: Johns Hopkins University Press, 1999, 360 p.

Watterson H. Marse Henry: An Autobiography. Two Volumes. New York: George H. Doran Company, 1919.

Westbrook R.B. John Dewey and American Democracy. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1991, 592 p.

What shall be done with the Great Bartholdi Statue? // The New York World, 16 March 1885.

When the ladies have votes // Frank Leslie's Budget of Fun, No. 110 (May) 1867, p. 1.

Wiener J.H. Papers for the Millions: The New Journalism in Britain, 1850s to 1914. New York: Greenwood Press, 1988, 347 p.

Wiener J.H. The Americanization of the British Press, 1830s–1914: Speed in the Age of Transatlantic Journalism. New York: Palgrave Macmillan, 2011, 253 p.

Wilson E. What Girls are Good For // Pittsburgh dispatch, 15 January 1885.

Winfield B.H. Journalism 1908: Birth of a Profession. Columbia: University of Missouri Press, 2008, 356 p.

Woman Jumps From Brooklin Bridge // The New York World, 20 April 1900.

Yellow Journalism's Defined // Editor and Publisher, 20 January 1917.

Yellow Journalism Nuisances // The New York Times, 23 March 1898.

Глоссарий

Авантюра. В переводе с французского *aventure* – приключение. Опасные похождения, неожиданные происшествия, стремление уйти от мещанской повседневности в мир экзотики и героизма. Для создания сильного впечатления на читателя, произведения этого направления используют эффекты (происходит от латинского *effectus* – действие).

Аболиционизм. В переводе с латинского *abolitio* – отмена. Социальное движение за отмену какого-либо установления, закона или социального института по нравственным и/или религиозным мотивам. В Соединённых Штатах Америки в XVIII веке – движение за отмену рабства.

Агрессия. В переводе с латинского *aggressio* – нападение. Это форма проявления враждебности – антагонизма, недружелюбия, неприязненного отношения, ненависти; грубость по отношению к чему либо, проявляющаяся в отборе резких, оскорбительных слов или действий.

Аллюзия. В переводе с латинского *allusio* – намёк, шутка. Сознательный авторский отсыл к общеизвестному литературному или историческому факту.

Бульварная пресса. Доступные по цене печатные издания, которые специализируются на публикации слухов, сенсаций, скандалов и сплетен.

Век Просвещения (Век Разума). Одна из ключевых эпох в истории культуры, связанная с развитием научной, философской и общественной мысли. В основе этого интеллектуального движения лежали рационализм и свободомыслие.

Великая депрессия. Мировой экономический кризис 1929–1939 годов, наиболее сильно затронувший США, Канаду, Великобританию, Германию и Францию.

Вьюспейпер. В переводе с английского *viewspaper* – газета мнений, суждений, взглядов, комментариев.

Гетто. Части крупных городов, отведённые для добровольного или принудительного проживания меньшинств, вытесненных в результате социального, правового или экономического неравенства.

Гипотеза. В переводе с древнегреческого *ὑπόθεσις* – допущение. Предположение, которое не имеет достаточных фактических подтверждений, но представляется вероятным, направляющее поиск решения задачи.

Дактилоскопия. В переводе с древнегреческого *δάκτυλος* – палец, *σκοπέω* – смотрю. Способ опознания человека по следам пальцев рук, основанный на идеях англичанина Уильяма Гершеля и шотландца Генри Фолдса о неизменности папиллярного рисунка ладонных поверхностей кожи человека.

Жёлтая пресса. Доступные по цене печатные издания, которые специализируются на эпатажном освещении табуированной в средствах массовой информации тематики.

Журналистское расследование. Глубокое, всестороннее, объективное рассмотрение, изучение и исследование причин и механизмов развития той или иной общественно значимой проблемы, с учётом действий лиц, их интересов и мотивации, а также последующее изложение результатов сбора и анализа информации в форме журналистского материала. Публикация на важную социальную или политическую тему, которую отдельные лица и организации хотели бы сохранить в тайне.

Иммерсивная журналистика. В переводе с латинского *immersio* – погружение. Разновидность журналистики, при которой с помощью 3D-технологий и технологий виртуальной реальности создаётся эффект присутствия в конкретном месте, описываемом в новостных статьях и репортажах с места событий.

Иммигрант. В переводе с латинского *immigrans* – вселяющийся. Граждане одного государства, поселившиеся на постоянное или длительное время на территории другого государства в поисках заработка, вследствие причин политического или религиозного характера.

Информационная война. Воздействие на формирование общественного мнения путём распространения определённой информации.

Информация. В переводе с латинского *informātiō* – разъяснение. Сведения независимо от формы их представления. Несмотря на широкую распространённость, понятие информации остаётся одним из самых дискуссионных в науке, а термин может иметь различные значения в разных отраслях человеческой деятельности.

Карикатура. В переводе с итальянского *caricare* – нагружать, преувеличивать. Использование средств шаржа и гротеска для критически целенаправленного, тенденциозного преувеличения и подчёркивания негативных сторон жизненных явлений или лиц.

Квазиаллюзия. В переводе с латинского *allusio* – намёк, шутка, *quasi* – якобы, как будто. Шутливый художественный приём, основанный на эффекте обманутого ожидания и имеющий следствием комический эффект.

Комикс. В переводе с английского *comic* – смешной, *strips* – полоса. Цикл рисунков, расположенных в смысловой последовательности.

Коммуникация. В переводе с латинского *communicatio* – сообщение. Сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми и группами. С социальной точки зрения составляет особую область человеческой деятельности, которая возникла и развивается обществом в целях взаимного обмена информацией, взаимопонимания и согласованного действия в различных областях практической жизни и познания.

Космополит. В переводе с древнегреческого *κοσμοπολίτης* – гражданин мира. Идеология мирового гражданства, ставящая интересы всего человечества в целом выше интересов отдельной нации или государства и рассматривающая человека как свободного индивида в рамках Земли.

Магнат. В переводе с латинского *magnatus* – большой человек. Владелец банковского или промышленного капитала, имеющий политическое или экономическое влияние благодаря богатству или господствующему положению в какой-либо отрасли экономики.

Макрейкеры. В переводе с английского *muckrakers* – разгребатели грязи. Распространённое название группы американских писателей и публицистов, выступавших в начале XX века с разоблачением злоупотреблений монополий и коррупции государственного и партийного аппарата в США.

Материалы «человеческого интереса». Так обозначаются события, к которым, изначально, каждый из потенциальной аудитории издания лично неравнодушен, факты, которые имеют особое значение для людей.

Метод. Заданный сопряжённой гипотезой путь исследователя к постижению предмета изучения. Он осуществляется в процедуре – последовательности всех операций, общей системе действий и способов организации исследования действительности.

Новый журнализм. Журналистика, которая характеризуется подчёркнуто субъективной интерпретацией репортёра и часто сопровождается театрализацией вымышленных элементов для подчёркивания личного участия автора в действии. Новый журнализм ставит во главу своей деятельности стремление поделиться знаниями, образами, впечатлениями, заинтересовать аудиторию непознанным. Журналист рассматривает аудиторию как партнёра по общению, а не как объект манипуляции.

Ньюспейпер. В переводе с английского *newspaper* – газета новостей, информационный листок.

Олеография. От латинского *oleum* – масло и древнегреческого *γράφω* – пишу, рисую. Вид цветного полиграфического воспроизведения картин, выполненных масляными красками, самый распространённый во второй половине XIX века способ репродукции живописи.

Памфлет. В переводе с английского *pamphlet* – буклет. Разновидность художественно-публицистического произведения, вид политической литературы, брошюра или статья резко обличительного содержания.

Передовица. Программная статья, помещаемая на первой полосе газеты или журнала и выражающая мнение редакции или учредителя по каким-либо важным социально-политическим вопросам.

Персональный журнализм. Такая форма издания, когда всё в нём целиком и полностью подчинено личным или деловым интересам издателя. Персональный журналист не просто рассказывает историю, – он позволяет читателям узнать о том, кто он, во что он верит, что движет им и что он считают важным.

Прогрессивная эра. Период в истории Соединённых Штатов Америки, для которого характерна высокая политическая активность среднего класса и социальных низов, приведшая к масштабным социальным и политическим реформам. Одной из целей движения прогрессистов была борьба с коррупцией политической верхушки страны.

Промоушн. В переводе со древнефранцузского *promotion* – двигаться вперёд. Комплекс маркетинговых мероприятий, целями которых являются увеличение доли товара, услуги, компании или бренда на рынке для привлечения новых клиентов и повышения эффективности продаж.

Сенсация. В переводе с латинского *sensatio* – ощущение. Необычное происшествие, новое знание, способное изменить картину мира и традиционные представления о возможностях человека. Наиболее известны газетная, научная и литературная сенсация.

Серендипити. Английский термин *serendipity*, не имеющий аналогов в русском языке, означает способность, делая глубокие выводы из случайных наблюдений, находить то, чего не искал намеренно. Употребляется в непосредственной транслитерации.

Синдикат. В переводе с древнегреческого *σύνδικος* – защитник. Крупное монополистическое объединение предпринимателей для совместного сбыта товаров с целью устранения конкуренции и улучшения условий коммерческой деятельности.

Спиритизм. В переводе с латинского *spiritus* – дух. Религиозно-философская доктрина, разработанная во Франции в середине XIX столетия Алланом Кардеком, последователи которой верили в возможность общения с душами умерших и пришельцами из потустороннего мира.

Стереотип. В переводе с древнегреческого *στερεός* – твёрдый и *τύπος* – отпечаток. Термин введён в научный оборот Уолтером Липпманом для объяснения как на поток поступающих извне сообщений влияют уже закрепившиеся образы, предрассудки и убеждения, которые служат интерпретации этих сообщений. Заранее сформированная человеком мыслительная оценка чего-либо, которая может отражаться в соответствующем стереотипном поведении.

Сторителлинг. В переводе с английского *storytelling* – рассказывание истории. Особый приём в журналистике, использующий медиа для передачи информации и транслирования смыслов посредством рассказывания историй.

Суфражизм. В переводе с английского *suffrage* – право голоса. Так называлось общественно-политическое движение женщин за урав-

нение в политических правах с мужчинами, предоставление женщинам избирательных прав, возникшее в середине XIX века в Англии.

Таблоид. В переводе с французского *tableau* – доска. Малоформатная газета со сжатым изложением информации (до тысячи символов), броскими заголовками и большим количеством иллюстраций. Большинство бульварных изданий выходит в формате таблоида, из-за чего происходит смешение понятий: характеристика типа вёрстки часто начинает использоваться как характеристика содержательной части газеты.

Табуированная тематика. Слово табу образовалось из тонганского глагола *ta* (отмечать) и наречия усиления *ru*, что вместе буквально должно означать «выделенный». Строго запрещённая тематика по религиозным, мистическим, моральным, политическим соображениям или для соблюдения хорошего тона в обществе или в каких-то его слоях: интерес к интимным отношениям, чрезмерный интерес к личной жизни людей, оказавшихся в центре общественного внимания, нездоровый интерес к теме смерти, в особенности, когда она сопряжена с аномальными или чрезвычайными обстоятельствами.

Трест. Одна из форм монополистических объединений, в рамках которой участники теряют производственную, коммерческую, а порой даже юридическую самостоятельность. Реальная власть в тресте сосредотачивается в руках правления или главной компании.

Фейк. Фальшивка, заведомо ложная и часто сенсационная информация, которую выдают за подлинную новость.

Френология. В переводе с древнегреческого *φρῆν* – ум, рассудок, *λογος* – слово, наука. Теория, разработанная австрийским врачом и анатомом Францем Йозефом Галлем в начале XIX века, основным положением которой является утверждение о взаимосвязи между психикой человека и строением поверхности его черепа.

Целевая аудитория. Группа людей, объединённых общими признаками, или объединённая ради какой-либо цели или задачи. Совокупность людей, пользующихся и привлекаемых определённым типом средств массовой информации, либо потребители медиапродукции конкретного издания.

Цепочка газет. Группа газет, которые имеют общего владельца. Она может находиться в частном владении и принадлежать одному человеку или группе людей (часто семье) или публичной корпорации.

Для владельца газета в первую очередь – бизнес, он не вмешивается в содержательную сторону, за которую отвечает издатель. В каждой цепочке газеты организованы географически по штатам и городам. Титульные слова, которые указывают место публикации (например, «Лос-Анджелес»), частоту публикации (например, «ежедневная») и время публикации (например, «вечерняя»).

Шоу. Сценическое представление, в котором зрелищная сторона превалирует над содержательной. Мероприятие развлекательного характера.

Эмигрант. В переводе с латинского *emigrans* – выселяющийся. Лицо, покинувшее страну своего гражданства или постоянного проживания и выехавшее на постоянное жительство в другое государство.

Учебное издание

Егорова Лилия Георгиевна

Туманов Дмитрий Валерьевич

НОВЫЙ ЖУРНАЛИЗМ

ИСТОРИКО-СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

И ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ

Учебное пособие

Подписано в печать 25.06.2020 г.
Бумага офсетная. Печать цифровая.
Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Calibri». Усл. печ. л. 11,86.
Уч.-изд. л. 10,5. Тираж 150 экз. Заказ 29/12

Отпечатано в типографии Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужина, 1/37
тел. (843) 233-73-59, 233-73-28