

Поточні дебати в соціології журналістики за книгою Брайана МакНейра «Новини і журналістика Об'єднаного Королівства»

Здійснено аналіз трьох підходів до проведення дебатів у соціології журналістики, які визначає Брайан МакНейр у книзі «Новини і журналістика Об'єднаного Королівства». Окреслено суть інформаційної підтримки та впливу політики на журналістику Великої Британії.

Ключові слова: журналістика, соціологія журналістики, преса, телебачення, медіавидання.

Брайан МакНейр – професор журналістики та комунікацій в Університеті Стерлінгу (Глазго, Шотландія), багато своїх наукових праць присвятив дослідженню історії, розвитку та становленню британської журналістики. Є автором багатьох книг з журналістики і ЗМІ, включаючи «Зображення Ворога» (1988), «Гласність», «Перебудова радянських засобів масової інформації» (1991), «Вступ у політичну комунікацію» (1995), «Журналістика і демократія» (2000) тощо.

Друге видання Брайана МакНейра «Новини і журналістика Об'єднаного Королівства» [1] написано спеціально для майбутніх журналістів. У третьому розділі автор робить спробу проаналізувати, які дебати відбуваються у соціології журналістики, визначає та обґрунтовує три підходи: економічний, організаційний, культурологічний. Впевнена, що є необхідність розглянути детально напрацювання Брайана МакНейра для розуміння сутності національної журналістики, особливо у період її комерціалізації.

Медіасоціологи переконані, що для журналістики немає і ніколи не може бути нейтральних завдань. Щоб істотно пояснити домінуюче значення ЗМІ у суспільстві, соціологи проводять спостереження, яке є необхідним початковим пунктом для подальшої об'єктивної критики. Головне питання, на яке медіасоціологи прагнуть дати відповідь: Як ЗМІ повинні виконувати поставлені перед ними завдання? Розроблено різні підходи і теоретичні структури, які соціологи використовують, щоб пояснити медіазміст. Ці підходи можуть групуватися в три великі категорії: *по-перше*, економічні, які пояснюють вплив економічних і політичних чинників на журналістику; *по-друге*, організаційні підходи, зосереджені на професійних обмеженнях, що впливають на роботу журналістів; і *по-третьє*, культурологічні підходи, які розкривають взаємодію між виробниками новин – журналістами – та аудиторією, яка приймає новини і на їх основі формує свій світогляд.

Економічний підхід до соціології журналістики обґрунтовує, що випуск журналістських новин, головним чином, визначений економічною структурою

організацій, що їх створюють. Цей підхід відповідає матеріалістичному виду суспільства.

У капіталістичному суспільстві, яке існує, наприклад, у Великій Британії, ЗМІ – це комерційні підприємства, які конфіденційно перебувають у приватній власності. Вони, подібно до інших форм капіталістичної власності, прагнуть бути сконцентрованими в руках невеликої елітної меншини населення. Суть економічного підходу полягає в тому, що журналістика цих організацій схильна будь-яким чином обслуговувати інтереси цієї меншини, тобто відтворювати її ідеї, значення і шляхи бачення світу, як частини процесу розвитку суспільства.

Надто очевидно, ті, хто має у власності й управляє капіталістичними засобами масової інформації, більше всього схильні до реакційних кроків; і у низці газет можна спостерігати зіткнення їхніх поглядів і упереджень. Адже власники газет не тільки володіють газетами, але й близькі до політичних кіл, тому мають можливість втручатися у щоденне життя.

Щоб оцінити значущість економічного підходу в британській журналістиці, ми повинні розглядати дві окремі проблеми: по-перше, це істина, яка полягає в тому, що власність і контроль за ЗМІ сконцентровані в руках кількох корпорацій та індивідуумів. І по-друге, власники медіакорпорацій використовують свою владу, щоб впливати на випуск новин, які несуть для них пряму вигоду.

Оскільки чотири компанії управляють близько 80 % британських друкованих видань, лише кілька корпорацій управляють комерційними радіомовними організаціями, стає зрозуміло, що власники використовують економічну владу як ідеологічну зброю. Це доказові факти, які мають соціологічне значення.

Хоча часто можна почути, що у капіталістичній економічній системі, як правило, один власник корпорації і він не має достатнього впливу на будь-яке специфічне медіавидання, тому не може вплинути на його редакційний напрям. У наш час це ще більше підтверджується, адже більшістю акцій компаній володіють пенсійні, інвестиційні фонди тощо. Починаючи з Уряду Тетчер, який ввів «популяр-



ний капіталізм» і «демократію», стало можливим часткове володіння акціями навіть населенням.

На початку 80-х рр. XX ст. у Британії – в період концентрації ЗМІ у власності кількох власників – будується медіаімперія на чолі з Робертом Максвеллом, а News International очолює Руперт Мердок. У комерційному телебаченні великі гравці мають «частку» в кількох «медіапірогах» (Scottish Television, наприклад, має головну частку в GMTV).

Уряд Тетчер хоча і вводить деякі обмеження на медіавласність, все ж відмовляється від безпосереднього впливу на них, як того вимагає політична ситуація.

Це призводить до надмірної концентрації власності в руках ЗМІ, але зовсім не означає, що журналісти можуть насолоджуватися незалежністю. Згадаймо, як довго тривала боротьба лідерів Консервативної Сторони в листопаді 1990 р. – редактора Ендрю Нейла, журналіста Робіна Моргана, котрих підтримував Майкл Хезелтіно, які виступили проти власника компанії Руперта Мердока. Такі приклади доводять, що журналісти були здатні відстоювати правду, а власники хоча й допускали значну кількість незалежних редакторів, все ж інвестували мільйони у розвиток ЗМІ за однієї умови – можливість звертатися до народу і впливати на формування його свідомості. Є ще багато прикладів, які доводять протилежність думок власників медіаструктур і журналістів, що в них працюють.

Руперт Мердок, а пізніше й Роберт Максвелл прискіпливо стежили за роботою власних медіаструктур. Часто втручаючись безпосередньо, виробляли вигідну для власних інтересів редакційну лінію. Зрозуміло, такий стан справ негативно позначився на роботі журналістів, адже вони були змушені лише виконувати замовлення. Інколи навіть спостерігалася стилістична неадекватність роботи. Причина цього одна – відсутність свободи. Такі втручання мали на меті захист політичних або ділових інтересів власника.

В інтерв'ю Максвелл незадовго до смерті розповідав, що володіння національними газетами принесло йому владу, а отже, допомагало фактично вирішувати будь-які проблеми. А ось Ентоні Бевінс, політичний редактор Independent, вважав, що репортери, які пропонують недостовірну, замовлену власником інформацію, надають «неякісну продукцію», переносять професійну смерть. Таких журналістів називають виконавцями «задньої лави». Найгірша для них форма покарання – «другий план сприйняття».

Головний механізм, завдяки якому власники контролюють роботу власної медіаструктури, – це їхня влада. Вони призначають головний персонал, особливо старших редакторів, ті стають «голосом» власника в межах газетного видання, а гарантія журналістської «незалежності» узгоджується з редакційною лінією, якій надається перевага.

Заяви про спроби деяких коментаторів довести існування журналістської незалежності та її роль в обслуговуванні «вільної преси» продовжуються. Навіть кілька теперішніх власників стверджують, що вони використовують свої медіаінтереси не тільки, щоб заробити гроші, але й щоб вплинути на громадську думку і політичне навколишнє середовище. Щось подібне заявляв Роберт Максвелл. Інші власники, наприклад, Лорд Бівербрук, зробивши подібні заяви, показали, що готові заборонити або спотворити матеріал, який міг би впливати на їхні ділові інтереси безпосередньо. Можливо, через це журналісти і редактори намагалися чинити опір такому втручання впродовж багатьох років і домогалися гарантій редакційної незалежності в угодах-контрактах між власником і журналістом.

Хоча й досі у газеті Times, викупленій Рупертом Мердоком у 1981 р., найголовнішим детермінантом редакційної лінії виходу новин залишаються економічні інтереси і політичні переваги власника. Навіть є свідчення, що деякі компанії погрожують не оплачувати ті публікації, яких вони не схвалюють. Але комерційна логіка змушувала власників надавати інформацію і рекламувати її в популярних медіа не звертаючи уваги на політичний аспект матеріалу.

Згадане вище має стосунок лише до ЗМІ, які конфіденційно перебувають у приватній власності. Система телерадіомовлення суспільного обслуговування, яка остаточно сформована, аби уникнути можливості зловживання комерційними або політичними інтересами, знаходиться у власності держави, а фінансується за рахунок суспільного оподаткування, тому має політичну незалежність від уряду (ця незалежність гарантована Конституцією). Хоча диктори й працюють на комерційних основах, а телерадіопрограми в змозі приносити прибутки акціонерам, все ж робота медіапрацівників посилено регулюється, аби перешкоджати необ'єктивності, яка доволі часто трапляється у журналістиці.

В історії британських ЗМІ є приклади, коли журналісти зуміли відстоювати свої інтереси, вступаючи у конфлікт із державою або з урядом. Так, журналісти-диктори BBC ще у 1926 р. під час загального страйку, офіційно домоглися дозволу від парламенту розміщувати інформацію про страйкарів. З цього моменту BBC стає частиною Британської держави, виконуючи ті ролі і функції, якими уповноважує радіокомпанію парламент. Висвітлення журналістами на радіо подій мюнхенської кризи у 1938 р., суецької кризи, війни Falklands і конфлікту в Північній Ірландії впливало на рішення політиків, привертаючи таким чином їхню увагу до проблем.

У Putting Reality Together Селенджер перекоонує, що диктори суспільного телебачення відіграють особливу роль в ідеологічній політиці. Їхня формальна незалежність і неупередженість стають кри-



тичними елементами впливу на думки аудиторії. BBC у 1926 р. виступила каналом пропаганди, подаючи «фактичні» новини. Під час страйку Черчіль Вінстон, тоді міністр внутрішніх справ, прагнув отримати прямий контроль над BBC і використовувати її як інструмент пропаганди. Хоча уряд не дозволив цього зробити, переконавши політиків, що це підірве авторитет BBC, яка на той час стала цінною ідеологічною зброєю. Так компанія відстояла свою політичну незалежність у Британії.

Джон Хатлей впевнено переконує, що «неупередженість, об'єктивність, нейтралітет» є необхідними умовами для журналістики. А от Ральф Мілібенд вважав, що така неупередженість і об'єктивність є вельми штучними.

Все ж радіо і телебачення в таких країнах, як Британія, зуміли зберегти неупередженість щодо консервативних, ліберальних і трудових, республіканських і демократичних партій. Неупередженість і об'єктивність – ось головне завдання ЗМІ, коли політична згода порушується і назріває радикальна незгода.

Організаційні підходи у журналістиці містять пояснення щодо особливостей випуску новин: головним чином, ті обмеження, які накладає форма подачі новин; здатність журналістів збирати новини.

Брахн Дженсен зазначає, що «форма новин – певним чином, це мінімальна, але й основна, функція інформаційної комунікації». Тоді як Поль Роск підкреслює, що «новини – це результат відповіді журналістів на шаблонні бюрократичні проблеми, тому необхідно подавати матеріал у відповідності з часом та простором». Простір згідно з цим поясненням – один із основних організаційних чинників, який, можливо, пояснює краще, ніж будь-яка презумпція схильності, чому одна подія, яка гідна висвітлення у ЗМІ, відсутня в інформаційній програмі або на шпальті газети. Час – також важливий організаційний чинник. Адже актуальність щоденного інформаційного блоку новин на телебаченні, радіо чи в газеті залежить від того, як вчасно журналісти зуміли проаналізувати події дня, вибрати серед всіх найбільш важливі для висвітлення. Усі інші, які не ввійшли до інформаційного блоку, можуть мати місце в контексті щотижневих програм або в документальних фільмах, або в періодичних виданнях. Наприклад, новина про голод в Африці була проігнорована багатьма ЗМІ, тільки репортаж Майкла В'юка про табори біженців в Ефіопії в 1984 р. привернув увагу суспільства до цієї новини, а тому був актуальним і вчасним.

Звичайно, журналісти повинні подавати свої новини відповідно до планування і вимог тієї організації, в якій вони працюють. Організаційний підхід містить вимоги до професії, які часто можна порівняти із професійними методами. Гай Тучман переконує, що практику об'єктивності найкраще розглядати як «стратегічний ритуал», який пови-

нен виконуватися журналістами, які, своєю чергою, повинні бути об'єктивними щодо побаченого.

Селенджер розвинув культурологічну структуру, вказавши, що ця модель дуже близька до поняття домінуючої ідеології. Взагалі культурологічний підхід оптимістичніший, ніж економічний. Відносна автономія журналістики означає, що хоча політичні діячі й окреслюють перебіг подій дня, але впливати на аудиторію не можуть доти, поки журналісти не повідомлять про ці події. Це є доказом того, що боротьба має місце, але вже безпосередньо за межами медіаорганізацій.

Прихильники культурологічного підходу визнають, що такий доступ до медіапростору несправедливий: впливовий політик може віддати більші ресурси, щоб привернути увагу журналістів, ніж великі громадські впливові групи або політичні партії. Наприклад, офіс прем'єр-міністра має значно більше влади, щоб сформувати порядок денний новин, ніж лідер опозиції. ЗМІ в ліберальних демократичних капіталістичних суспільствах лише відносно відкриті для опозиційних точок зору.

Створення інформаційних конструкцій для міжнародного користувача обов'язково має відбуватися з урахуванням національних цінностей. Наголошуючи на значущості саме новинної інформації, зауважимо, що новина – саме та субстанція, в ім'я якої насамперед функціонують засоби масової інформації, для якої вивільняється інформаційний простір, про яку найбільше дбають ті, хто опікується свободою слова.

У 1986 р. вийшла праця Германа, в якій він доволі аргументовано критикує журналістику у «вільному» суспільстві. Це справді основна проблема в соціології журналістики. Герман чітко наголошує на одному: журналістика – пропаганда, ключова ідеологічна установа.

Інший американський соціолог Данило Хелін відкидає цю думку, переконуючи, що американські ЗМІ «грають роль демонстрації, засудження», оскільки міжнародну спільноту знайомлять з тими подіями, про які вигідно говорити американській владі: інтерпретація холодної війни, війни у В'єтнамі, приховування інформації про військові звірства в конфлікті тощо. Новина у такому контексті – не пасивне інформаційне повідомлення, це активна комунікаційна взаємодія між авторами та споживачами інформації. Унаслідок цього відбувається обмін не просто інформацією, а знаннями, що втілюють певні ціннісні орієнтації, думки, норми, настанови обох сторін.

Перші британські диктори вважали себе будівельниками національної культури – культури, яка відображала нерівність класів, структуру статусу британського капіталізму.

Деякі коментатори мають різні точки зору щодо того, що в Британії колись був соціал-демократичний консенсус. Але майже всі впевнено стверд-



жують, що Уряд Тетчер, на відміну від минулих урядів, здійснював політичну стратегію завдяки свідомому впливу на роботу суспільних телерадіомовних компаній, що викликало ідеологічну ворожість опонентів. Зазвичай постійно тривала боротьба за зміст інформаційних повідомлень. Відносини між дикторами й урядом були напруженими. Черчіл Вінстон, Ентоні Еден і Гарольд Вілсон переконали, що BBC недостатньо шаноблива до уряду, тому потрібно примусити її підкорятися. Але жоден із них не мав успіху у виконанні цих побажань, оскільки диктори вважали, що єдиний сенс їхньої роботи – демонструвати звеличену незалежність журналістики як для британської аудиторії, так і для слухачів за кордоном. Ворожість між дикторами й Урядом Тетчер швидко набула якісно нового вигляду, що залежав від соціального складу лідерів Консервативної Сторони та їхніх найзавзятіших прихильників. Консервативна Сторона, яка прийшла до влади в 1979 р., захищала інтереси людей, які почували себе певною мірою аутсайдерами в британській класовій системі. Хоча на відміну від британського привілей-класу, який був надзвичайно завзятим прихильником капіталізму, стара Консервативна Сторона підтримувала гуманний капіталізм.

Інформаційна політика дикторів Північної Ірландії залишалася дратівливим більмом на оці Уряду Тетчер. BBC виступала на захист тих передач, які дозволяли британцям бути обізнаними щодо тих, хто брався за зброю проти держави. Сама присутність на екрані воєнізованих дій покликана була підірвати репутацію Британської держави в Північній Ірландії. Під величезним тиском від цілої низки політичних партій Real Lives були нарешті закриті, цей пункт урядової програми був виконаний. Подібне логічне рішення уряду в 1988 р. стосувалося заборони радіомовних північно-ірландських організацій, а їхніх прихильників оголосили поза законом, зокрема демократично вибраних членів політичних партій, як, наприклад, Сінна Фейна. Радіомовна заборона мала на меті призупинити діяльність провідних журналістів, навіть вдавалися до альтернативного засобу, приміром, використання акторів. Тривала радіомовна заборона аж до 1994 р., коли було укладено так зване перемир'я IRA. Драматичні часи для голосів Джері Адамса, Сінна Фейна, Мартіна Макгінеса, Денні Морісона закінчилися, їх знову почули на британському телебаченні і радіо.

А от компанія ITV's у своїй роботі прагнула уникати критики політиків, що допомагало розвивати дослідницьку журналістську традицію в таких програмах, як World in Action та TV Eye. Подані факти в цих програмах суперечили офіційним версіям. Незважаючи на тиск від міністра внутрішніх справ Дугласа Хеда, члени Самостійного Радіомовного Органу (IBA) постійно контролювали і регу-

лювали випуск ITV's, що забезпечувало трансляцію програм.

Якщо Північна Ірландія була лише місцевим джерелом напруженості між «дикторами» й урядом у 1980-х, то зовнішня політика також викликала занепокоєння, особливо для BBC. У 1982 р., коли Маргарет Тетчер була перші три роки прем'єр-міністром, Аргентина вторглася на Фолклендські Острови. У відповідь уряд послав морський загін особливого призначення. Британія вперше після суецької кризи у 1956 р. прийняла найбільший військовий виклик. І ось тут журналісти BBC в умовах повномасштабної війни визначили свою журналістську роль як виконання національного обов'язку, а не просто служіння уряду. BBC охоче реформувала свої інформаційні випуски відповідно до вимог урядової пропаганди, адже Британія перебувала в загрозовій для держави ситуації. Саме таку позицію журналістів BBC можна було спостерігати протягом Другої світової війни. В інші часи журналісти мали можливість законно критикувати урядову політику, але це не означало, що BBC вела антиурядову або антибританську політику.

У лютому 1987 р. Майкл Чекленд, призначений генеральним директором BBC, заявив, що один із безпосередніх пріоритетів у його роботі – покращення організації у випуску новин та інформування про поточні політичні справи. Було повідомлено про істотну модернізацію ролі журналістики. Джон Бот, призначений заступником Чекленда, відповідав за змістове оформлення нещодавно сформованих новин та Current Affairs Directorate. Дотримуючись цієї позиції, він почав обґрунтовувати новий підхід у журналістиці.

Стосовно ITV, найбільшого конкурента BBC, уряд застосував новий законодавчий акт. Аби комерційні телерадіомовні компанії мали змогу отримувати винагороди, уряд позбавляє Казначейство його надмірної частки надприбутків, отриманих комерційним телебаченням. Це розширювало можливості телерадіомовних компаній конкурувати між собою, а головне, була надана змога власникам ліцензій платити реальну ціну за отриманий доступ до дефіцитного і тому цінного ресурсу ефірного часу.

Суспільство розвивається, відповідно і змінюється політичне та технологічне середовище. На початку 90-х рр. швидко збільшується кількість нових каналів, вони передають сигнал через кабельні мережі та супутник. Телебачення залишається головним та найбільш доступним для всього населення засобом суспільної інформаційної комунікації. А споживачі як телебачення, так і, звичайно, радіо повинні бути впевнені, що подані новини підготовлені незалежними і неупередженими журналістами, а тому є об'єктивними.

Завершуючи аналіз британського інформаційного простору кінця 80-х початку 90-х рр. XX ст., впевнено можна констатувати, що в той час бри-



танська аудиторія мала змогу отримувати набагато більше якісніших телевізійних новин, ніж будь-коли раніше. Британські медіа цих років можуть бути прикладом якісної журналістики. Незважаючи як на економічний, так і на політичний тиск, що інколи призводив до цензури роботи великої частини дикторів, журналістика не зникла. Досвід BBC та ITV's став прикладом для багатьох телерадіомовних ком-

паній Британії. І завдяки політиці уряду Маргарет Тетчер усі наступні уряди витримують дистанцію щодо впливу на ЗМІ країни. А дві найбільші компанії Sky News та CNN продовжують конкурувати за інформаційний простір і будуть це робити в XXI ст.

1. *McNeir B.* News and Journalism in the UK / Brian McNeir. – 2-nd edition. – Routledge, 2003. – С. 249.

Подано до редакції 28. 10. 2014 р.

Shalman Tetyana

The current debate in journalism sociology of the book by Brian McNair «News and Journalism in the UK»

This paper analyzes three approaches to conduct of the debates in journalism sociology defined by Brian McNair in his book «News and Journalism in the UK». It outlines the nature of information support and influence of policy on the British journalism.

Keywords: journalism, journalism sociology, newspapers, television, media publication.

Шальман Т. М.

Текущие дебаты в социологии журналистики по книге Брайана МакНейра «Новости и журналистика Объединенного Королевства»

Осуществлен анализ трех подходов к проведению дебатов в социологии журналистики, которые определяет Брайан МакНейр в книге «Новости и журналистика Объединенного Королевства». Определена суть информационной поддержки и влияния политики на журналистику Великобритании.

Ключевые слова: журналистика, социология журналистики, пресса, телевидение, медиаиздания.

