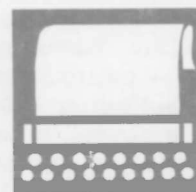


Журналістыка



Я.Ф. КОНЕУ

ЗАМЕЖНАЯ ЖУРНАЛІСЦКАЯ ЭЛІТА: КАМЕРЦЫЯЛІЗАЦЫЯ І ЗАЛЕЖНАСЦЬ

Сучаснае становішча замежнай журналісцкай эліты, тэндэнцыі яе фарміравання і развіцця дазваляюць зрабіць выснову пра новыя істотныя працэсы ў міжнароднай інфармацыйнай прасторы. Сутнасць гэтых працэсаў заключаецца ў імклівай камерцыялізацыі журналістыкі, у яе пераходзе з пазіцыі "чацвёртай улады" ў грамадстве да яўнага супрацоўніцтва з кіруючай элітай.

Пра гэта сведчаць не толькі асабістыя якасці папулярных тэлеведучых і журналістаў, якія маюць вялікія ганарары, не толькі характар газет і часопісаў, якія карыстаюцца вялікім попытам, але і характар тых цяжжасцей, з якімі ўвесь час даводзіцца сутыкацца гэтым суб'ектам інфармацыйнай прасторы.

На чале журналісцкіх эліт у розных краінах знаходзяцца тыя ўплывовыя магнаты, каліталы якіх складаюць фінансавую аснову сістэм СМІ. Журналістыка для іх з'яўляецца не толькі бізнесам, у якім за пэўныя ўкладанні можна атрымаць добры прыбытак, але і сродкам маніпуліравання грамадскай свядомасцю, магчымасцю ствараць для сваіх краін своеасаблівую навакольную "рэальнасць" – рэальнасць, у якой свет падаецца грамадзянам такім чынам, каб гэта адпавядала інтарэсам кіруючай эліты.

Самым уплывовым магнатам канца XX ст. у сістэме СМІ прызнаны Рупэрт Мэрдак, старшыня Савета дырэктараў карпарацыі "Ньюз Карпарэйшн Лімітэд" і "Фокс Бродкастынг Компані". Фінансавая магутнасць яго "імперыі", згодна дадзеным часопіса "Форбс", складае прыблізна 26 млрд дол.

Мэрдак мае прамы і ўскосны кантроль над сотнямі газет, часопісаў, радыё- і тэлеканалаў ва ўсім свеце. Яшчэ трыццаць гадоў таму, калі ён быў толькі першым магнатам у роднай Аўстраліі, Рупэрт Мэрдак мог дзякуючы падкантрольным СМІ прывесці да ўлады ці адправіць у адстаўку ўрад.

Так, урадавы крызіс напрыканцы 70-х гадоў быў справакаваны Мэрдакам з-за таго, што прэм'ер-міністр адмовіўся прызначыць яго Надзвычайным і Паўнамоцным Паслом Аўстраліі ў Злучаных Штатах Амерыкі. Наступны прэм'ер-міністр страціў пасаду пасля таго, як адмовіўся змяніць некаторыя артыкулы Канстытуцыі на карысць Мэрдаку.

Заваяваўшы трывалыя пазіцыі ў СМІ Вялікабрытаніі, а потым і ЗША, Рупэрт Мэрдак зрабіў стаўку на Рэспубліканскую партыю і падтрымліваў яе на працягу амаль двух дзесяцігоддзяў. Перамога на прэзідэнцкіх выбарах Рональда Рэйгана і Джорджа Буша ў пэўнай ступені з'явілася асабістай перамогай Мэрдака.

Рэспубліканцы аддзячылі яму ў сярэдзіне 90-х гадоў, калі Камісія па антыманапольнай дзейнасці, створаная Адміністрацыяй Біла Клінтана, паспрабавала разбурыць "імперыю Мэрдака", намагаючыся падзяліць і распадаць яе.

На дапамогу Мэрдаку паспяшыла моцнае рэспубліканскае лобі ў Сенаце – яно націснула на членаў камісіі. У выніку слуханне скончылася на карысць Мэрдаку, "імперыя" якога засталася непахіснай. Яго сына – Лэчлена Мэрдака – разглядаюць як пераемніка, наступнага ўладальніка "Ньюз Карпараэйшн Лімітэд" і "Фокс Бродкастынг Компані".

На другой "прыступцы" ў гэтай элітнай "пірамідзе" знаходзяцца тыя журналісты, перадачы якіх карыстаюцца найбольшай папулярнасцю. Вялікая ўвага гледачоў дазваляе істотна павышаць кошт на рэкламу, якая прагучыць падчас такой перадачы, і гэта адпаведна адбіваецца на ганарарах саміх вядучых.

На сённяшні дзень першай па заробках тэлеведучай у свеце з'яўляецца 46-гадовая Опра Уінфры. Толькі ў 1997 г. яна зарабіла 104 млн дол.

Ток-шоу Опры Уінфры, у якім з 1986 г. вядучая сустракаецца са знакамітацямі ды задае ім нечаканыя пытанні, было прызнана лепшым на працягу 11 сезонаў і ўзнагароджана 30 прэміямі "Эмі"².

Другое месца ў сусветным рэйтынгу папулярнасці сярод журналістаў займае 62-гадовы Джэры Спрынгер. Да таго як заняцца журналістыкай, Спрынгер спрабаваў стаць прафесійным палітыкам. Ён прымаў удзел у палітычных кампаніях сенатара Роберта Фіццджэралда Кенэдзі. У 1971 г. ва ўзросце 33 гадоў Спрынгер стаў самым маладым у ЗША мэрэм. Але сапраўдную папулярнасць яму прынесла толькі тэлебачанне. "Джэры Спрынгер-шоу" выходзіць у эфір з 1991 г. двойчы на тыдзень і дэманструецца ў 30 краінах. Сакрэт поспеху ток-шоу заключаецца ў тым, што кожная другая перадача заканчваецца бойкай паміж запрошанымі ўдзельнікамі (звычайна гэта "трохкутнік": муж – жонка – каханка) або прысутнымі ў студыі гледачамі. Таму на здымках кожнага эпизода заўсёды прысутнічаюць ахоўнікі. Госці праграмы падпісваюць дамову, абавязваючыся ў тым выпадку, калі падмануць, аплаціць кошт выпуска (80 тыс. дол.)³.

З карэспандэнтаў самы высокі заробак у свеце мае Крысціян Эманпур. Яна зарабіла сабе "імя" на рэпартажах з "гарачых кропак" падчас вайны ў Пярсідскай затоцы, а таксама ў Босніі. У 1998 г. Эманпур падпісала кантракт на 2 млн дол. з Эн-Бі-Сі, на 1,5 млн дол. – з Сі-Эн-Эн і на 500 тыс. дол. – з праграмай Сі-Бі-Эс "60 хвілін".

Трэцюю "прыступку" ў так званай "пірамідзе" займаюць журналісты, якія саступаюць па ганарарах такім "зоркам", як Уінфры ці Спрынгер, але з'яўляюцца самымі папулярнымі ў сваіх краінах. Яны працуюць пераважна на тэлебачанні.

Так, самым папулярным тэлеведучым у Германіі на сённяшні дзень з'яўляецца Томас Готшальк. Ягонае ток-шоу "Паспрачаемся, што...", у якім прапануюць запрошаным знакамітацям заключыць заклад з ахвотнікамі паставіць той ці іншы рэкорд, глядзяць каля 71 млн чалавек.

Самы папулярны тэлеведучы Нідэрландаў – Хені Гюйсман, які ў сваім "Шоу сюрпрызаў" распавядае пра тое, як здзяйсняюцца чалавечыя мары.

У Францыі самым папулярным сярод журналістаў лічаць вядучага навін Патрыка Пуавра д'Арвора. Яго перадачы глядзяць амаль 15 млн чалавек. У красавіку 1996 г. д'Арвор стаў ахвярай бельгійскага крытыка грамадскага парадку Наэля Гадэна па мянушцы "Пірожнік", вядомага тым, што закідвае тартамі знакамітаццей. Гадэн запусціў у д'Арвора тортам (а ў 1998 г. паўтарыў той жа фокус з мільярдэрам Білі Гейтсам).

Самая папулярная тэлеведучая Вялікабрытаніі – Сілу Блэк, якая з 1984 г. вядзе праграму "Спатканне ўсялякую". Кожнае шоу глядзяць звыш 9 млн чалавек. Тры гады таму за вялікі ўкпад у індустрыю забаў Сілу Блэк атрымала з рук каралевы Елізаветы II ордэн Брытанскай імперыі. А самым папулярным брытанскім тэлеведучым лічаць Майкла Эспела. Яго праграму "Гэта ваша жыццё", прысвечаную кар'ерам знакамітаццей, глядзяць 10 млн чалавек.

У Японіі самы папулярны тэлеведучы – Джордж Токара, які рэгулярна з'яўляецца ў двух шоу. У першым – "Іцюкінін но Дайцумон" ("Шоу на колах") – Токара і яго госці каштуюць знакамітыя мясцовыя стравы з розных япон-

скіх вёсак. Другое – "Токара-сан но Кайтайсінасо" – прысвечана апісанню гістарычных славунасцей. Акрамя таго, Джордж Токара выступае як спявак і камічны акцёр, здымаецца ў рэкламных кліпах.

Нарэшце, чацвёртую "прыступку" ў элітарнай "пірамідзе" займаюць тыя журналісты, якія лічацца "зоркамі" пэўных радыёстудый, тэлеканалаў, рэдакцый. Іх ганарары і папулярнасць значна меншыя, чым у вышэйпрыганданых прадстаўнікоў журналісцкай эліты. І менавіта ў гэтым, найбольш масавым элітарным асяроддзі, назіраецца адна з найвялікшых праблем сучасных СМІ ў свеце. Гэтую шматгранную праблему сцісла можна сфармуляваць наступным чынам – празмерная камерцыялізацыя няўмольна вядзе да збыднення зместу паведамленняў.

Прасцей кажучы, для многіх папулярных журналістаў іх прафесія стала не столькі жыццёвым прызначэннем і службай грамадскаму абавязку, колькі сродкам зарабляць грошы. А ў выніку СМІ адлюстроўваюць не сапраўдную карціну рэчаіснасці, а ствараюць, каб дагadzіць кіруючай эліце, яе дэфармаваны вобраз, аднаўляючы, часта з дапамогай сродкаў мастацкай творчасці, своеасаблівую "паралельную рэальнасць". Гэта дае магчымасць эліце прыўладзе фарміраваць грамадскую думку ў карысным для сябе накірунку.

Нездарма знакаміты журналіст Боб Вудварт, які ў 1974 г. разам з сябрам і калегам Карлам Бернстайнам стварыў "Уотэргейцкі скандал", заявіў у адной са сваіх апошніх кніг "Удар па прэсе", што сучасная журналістыка пераўтварылася ў частку кіруючай эліты і, як вынік, "прытупіла пер'е".

Трывожным сімптомам, на думку даследчыкаў праблем СМІ ў свеце, з'яўляецца і той факт, што чатыры дзесяцігоддзі таму журналістамі становіліся дзеці паліцэйскіх і водаправодчыкаў, а зараз – дзеці адвакатаў і ўрачоў. Слушнай здаецца занепакоенасць, што такія журналісты, улічваючы іх выхаванне і даніну сямейным традыцыям, наўрад ці будуць непрадузята асвятляць праблемы, звязаныя, напрыклад, са злоўжываннямі ў вышэйшых колах улады.

Знаходжанне ў журналісцкай эліце і жаданне любымі намаганнямі ўтрымацца ў гэтым коле часта вядуць да выкарыстання незвычайных з маральнага пункту гледжання прыёмаў.

Характэрным у сувязі з гэтым з'яўляецца прыклад колішняга каментатара газеты "Вашынгтон пост" Джорджа Уіла. Падчас прэзідэнцкай кампаніі 1980 г. Уіл дапамог падрыхтавацца Рональду Рэйгану да тэледабатаў, добра ведаючы, што грунтуецца на дакументах, якія былі выкрадзены з перадавыбарчага штаба Джымі Картэра. Сам Уіл выступіў у тэлеэфіры адразу ж пасля трансляцыі дабатаў у якасці "аб'ектыўнага аналітыка" і прызнаў безумоўную перамогу Рэйгана.

Папулярнасць такіх амерыканскіх тэлеперадач, як, напрыклад, "Група Мак-Лафліна" ці "Капітал", грунтуецца на бурных дэбатах, якія адбываюцца ў прамым эфіры. За выступленне ў гэтых перадачах такія журналісты, як Джэк Джэрман або Кларэнс Пэйдж, атрымліваюць ганарары ў 5 тыс. дол⁴.

На самай жа справе "спантанныя" дэбаты ў гэтых шоу дасканала рэпетыруюцца, а "вострыя" пытанні абгаворваюцца загадзя. Удзельнікі праграм "Група Мак-Лафліна" і "Пагутарым з Лары Кінгам" задоўга да эфіра ўзгадняюць свае адказы і рэакцыю на "нечаканыя" запыты. У выніку ж атрымліваецца, што падчас трансляцыі ўдзельнікі праяўляюць свае акцёрскія, не журналісцкія здольнасці. Тэлеглядач жа назірае тэатральнае дзеянне, а не аналітычную перадачу, пра што, зрэшты, і не здагадваецца.

Часта ўдзел у ток-шоу не ўяўляе для журналіста відавочнай карысці – ён можа зарабіць усяго колькі сот долараў. Але ўдалае выступленне на тэлебачанні можа павярнуцца ў хуткім часе запрашэннем выступіць, напрыклад, на з'ездзе Асацыяцыі вытворцаў бакалейных вырабаў – і тут ганарар будзе налічваць тысячы долараў.

Так, папулярныя журналісты Сэм Дональдсан ці Кокі Робертс атрымліваюць за такія выступленні да 30 тыс. дол. Прынамсі, Кокі Робертс здабыла ў свой час папулярнасць аб'ектыўнымі тэлерапартажамі, якія вяла з пася-

дзённаў Сената ЗША. Пра яе пісалі, што Робертс расчысціла шлях жанчынам-журналістам туды, дзе раней працавалі толькі мужчыны⁵.

Аднак у грамадстве пашыраецца занепакоенасць, што гэтыя выступленні, знешне бяскрыўныя, могуць выкарыстоўвацца лабістамі тых ці іншых прамысловых груп у сваіх мэтах. Маўляў, папулярны журналіст, атрымаўшы вялікі ганарар ад той жа Асацыяцыі бакалейшчыкаў, можа ў будучым пачаць адстойваць іх інтарэсы праз сродкі масавай інфармацыі. Нездарма ў 1999 г., каб пазбегнуць такіх абвінавачванняў у свой адрас, карпарацыя Эй-Бі-Сі забараніла сваім карэспандэнтам выступаць на з'ездах і сімпозіумах такога кшталту.

Можна не сумнявацца, што і надалей гэтыя тэндэнцыі супрацьстаяння – імкненне да камерцыялізацыі і адстойванне прынцыпаў незалежнасці СМІ – будуць захоўвацца ў асяроддзі замежнай журналісцкай эліты.

Гэтым супрацьстаяннем будуць прасякнуты не толькі розныя групы на тых ці іншых "прыступках" элітарнай "піраміды", але і свядомасць канкрэтных журналістаў, бо пераадоўваць такія негатыўныя тэндэнцыі спачатку трэба ў свядомасці кожнага журналіста. І толькі на падставе свядомага выбару журналісты, якія будуць па-ранейшаму шанаваць прынцып "свабоды слова і сацыяльнай адказнасці", здолеюць супольнымі намаганнямі дыстанцыраваць СМІ ад фінансавых эліт, каб захаваць пазіцыі аб'ектыўнай і непрадузятай "чацвёртай улады".

¹ Гл.: Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 1999. № 2. С. 29.

² Гл.: Демократический журналист. 1999. № 4. С. 65.

³ Гл.: Mark A.D. International Power and International Communication. Oxford: Macmillan, 1995. P. 61.

⁴ Гл.: Beyond National Sovereignty: International Communication in the 1990 s / Ed. by K. Nordenstreng, H.I. Shiller. 2 nd. Norwood: New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1995. P. 38.

⁵ Гл.: Impact of Mass Media: Current issues / Ed. R.E. Hiebert, F.C. Reuss. W. P.: Longman, 1995. P. 18.

БІСМІЛАХ АБДУЛ МОХД (Афганістан)

СМІ АФГАНІСТАНА І КРАСАВІЦКАЯ РЭВАЛЮЦЫЯ 1978 г.

Рэвалюцыя, што адбылася ў Афганістане 27 красавіка 1978 г. пад кіраўніцтвам Народна-дэмакратычнай партыі Афганістана (НДПА), стала вынікам паслядоўнага нарастання ў краіне антаганістычных супярэчнасцей паміж сельніцтвам і невялікай эксплуатацыйнай групай, якая сотні гадоў прысвойвала вынікі іх працы.

Больш двух дзесяцігоддзяў працягваецца ўзброены канфлікт у Афганістане. За развіццём унутраных падзей у краіне ўважліва сочыць увесь свет. І гэта невыпадкова. Падзеі, што адбываюцца ў Афганістане, істотна ўплываюць на развіццё сусветнай гісторыі, барацьбу народаў за мір, разрадку міжнароднай напружанасці, супраць мілітарызму, шавінізму і пагрозы ўзнікнення новых узброеных канфліктаў.

Апошнім часам на старонках газет і часопісаў, на тэлебачанні і радыё розных краін істотна павялічылася колькасць матэрыялаў, якія па-рознаму тлумачаць сутнасць таго, што адбылося і адбываецца ў Афганістане. З'яўляюцца артыкулы, у якіх скажаецца як сутнасць праграмы НДПА, мэтай і задач Красавіцкай рэвалюцыі 1978 г., так і намаганні тых, каму ўдалося мабілізаваць мільёны афганцаў і зруйнаваць ідэалагічную, палітычную і ваенную моц урада, які прыкладаў усе намаганні дзеля таго, каб у дзяржаве ўсталяваўся «вечны мір». Пры гэтым сродкі масавай інфармацыі некаторых краін выкарыстоўваюць і ўкараняюць грубыя метады маніпуляцыі грамадскай думкай – фабрыкацыю гістарычных фактаў, апраўдваюць крывавае злачынства як урадавых войск, так і фарміраванняў маджахедаў, абяляюць дактрыны НДПА, якія абанкруціліся, розных грамадскіх саюзаў і аб'яднанняў,