

КОНВЕРГЕНЦІЯ ЯКІСНОЇ ТА МАСОВОЇ ПРЕСИ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ: ЄДНАННЯ ПРОТИЛЕЖНОСТЕЙ

Стаття присвячена аналізу конвергенції загальнонаціональної якісної та масової преси Великобританії наприкінці XX – на початку XXI століття. Аргументовано, що головним фактором, який вплинув на зближення двох категорій преси, була дослідження якісної преси як наслідок комерціалізації журналістики. Дослідження доводить, що сьогодні у взаємовідносинах якісних та масових часописів домінує симбіоз, а не чітка дихотомія. Результатом цього симбіозу є гомогенізація змістово-тематичної структури національної щоденної британської преси.

Ключові терміни: якісна преса, масова преса, видання, газета, конвергенція, дискурс, таблоїд, прийом, читачька аудиторія.

Ідея конвергенції (лат. *convergere* – зближуватись, зустрічатись, бути подібним) зародилась у середині минулого століття у контексті біологічних мутацій. Суть цього процесу полягає у поступовій регресії та в кінцевому результаті елімінації відмінностей між діаметрально протилежними поняттями. Саме поняття нині має міждисциплінарний характер і активно застосовується як у природничих, так і гуманітарних науках [3, 37].

Сьогодні поняття конвергенції не менш актуальне, ніж півстоліття тому. І це стосується не тільки взаємодії, симбіозу різних політико-економічних чи соціально-виробничих систем, але й зближення різних типів медіа. При цьому, це відбувається не тільки на технічному рівні (поява мультимедійних поліфункціональних пристроїв, які поєднують у собі атрибути декількох платформ медіа), а й на рівні формально-змістових ознак друкованих засобів масової інформації. У цьому контексті ми не можемо погодитися з точкою зору Вікторії Золяк, що конвергенція завжди пропонує синтез

технологічних елементів [4, 313]. На нашу думку, конвергенція, зокрема, у журналістиці передбачає й синтез, зближення нетехнологічних складових (стилістики, контенту, змістово-тематичної структури, принципів відображення дійсності etc). Зокрема, процес зближення стилістики якісної та масової преси Великобританії був аргументований у попередніх розвідках [1, 147–148].

Актуальність конвергенції у журналістикознавстві підтверджує й поява спеціалізованих наукових журналів (*“Convergence: A journal of inquiry into new types of media”*). У цьому дослідженні ми використовуємо ідею конвергенції як ілюстрацію зближення змістово-тематичної та формальної моделей двох категорій преси – якісних та масових видань Великобританії наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття. При цьому конвергенція загальнонаціональної якісної та масової преси розглядається нами крізь призму принципу єдності протилежностей гегелівської діалектики. Обраний науковий підхід до цієї проблеми детермінований тим, що такі категорії журналістики, як якісна та масова преса за своєю теоретичною сутністю є протилежними поняттями, які у сукупності дають нам цілісне уявлення про систему преси тієї чи іншої країни. При цьому кожне з цих понять можна розкрити через протилежність, протиставивши перше другому (*omnis determination est negatio*). Наприклад, концепт якісної преси можна розкрити через протиставлення її масовій і *vice versa*. Понад те, принцип єдності та боротьби протилежностей надзвичайно конструктивний тим, що він дозволяє продемонструвати взаємозалежність якісної та масової преси, а, відтак, їх діалектику, взаємоперехід та взаєморух. Отже, об’єктом дослідження є взаємовідносини сучасної загальнонаціональної якісної та масової преси Великобританії.

Якщо наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття у взаємовідносинах якісної та масової преси Великобританії домінував принцип боротьби протилежностей (чітка концептуальна дихотомія), то наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття превалує принцип єдності протилежностей. Іншими словами, якщо раніше новинний дискурс якісної та масової преси нагадували паралельні прямі, то за останні два десятиліття намітилися певні точки дотику, перехрещення новинних цінностей якісних та масових часописів та їх дискурсивних парадигм.

Варто зауважити, що взаємоперехід цих протилежностей можна простежити ще до початку ХХ століття (поява тематичних секцій

у широкоформатних газетах, спрощення стилістики, поява світлин, великих заголовків, підзаголовків та абзаців). Конвергенція якісної та масової преси Великобританії мала також місце у 1915, 1940 та 1941 рр. [15, 35]. У ці роки відбувалося перехрещення новинних цінностей якісної та масової преси, зближення двох полюсів преси. Причиною цього були Перша і Друга світові війни, коли на першому місці у редакційному порядку денному як масових, так і якісних часописів Великобританії були політичні, військові та міжнародні новини. Відтак, можна висунути припущення, що у кризові періоди для нації відбувається кардинальна конвергенція новинного дискурсу якісної та масової преси. Підтвердженням цієї гіпотези можуть бути події 11 вересня 2001 року, після яких новинний дискурс і якісної преси США (“Washington Post”, “New York Times”, “Christian Science Monitor”), і масової (“National Enquirer”) кардинально зблизився. Іншим аргументом на користь цього припущення може бути висвітлення терактів у Лондоні у липні 2005 року якісними та масовими часописами Великобританії, перехрещення новинних цінностей якісної та масової преси Іспанії після терористичних актів у Мадриді у березні 2004 року.

Таким чином, можна зробити логічний умовивід, що в умовах соціальних криз (революцій, масових страйків та мітингів) і кризових явищ у міжнародних відносинах (приміром, світова війна чи регіональний конфлікт) серйозна якісна преса може розраховувати на зростання своєї цільової аудиторії за рахунок збільшення інформаційного інтересу комунікатів з інших читацьких груп до висвітлення політико-економічних та міжнародних новин. Як наслідок, цей підвищений інтерес реципієнтів інформації якісні видання будуть змушені задовольняти через розширення традиційного газетного новинного дискурсу та збільшення накладу.

З іншого боку, в умовах соціальної стабільності, економічного добробуту та розчарування більшості народу у політичному процесі якісна преса постає перед викликами зі сторони різних видів масових видань (як *mid-market*, так і *down-market*). Саме це наразі відбувається у Великобританії, і наслідком цієї політичної стабілізації та соціально-економічного добробуту з середини 1980-х років (становлення “*affluent society*”) є конвергенція якісної та масової преси, таблоїдизація та посилення конкуренції всередині самого сегменту якісних видань унаслідок появи нових конкурентів (“*The Independent*”).

При цьому відправною точкою такого „притягання“ діаметрально протилежних „полюсів“ преси варто розглядати середину 1980-х років. З цим частково погоджується у своїй статті і британський журналіст Метью Енджел (Matthew Engel). Зближення якісної та масової преси Великобританії наприкінці 1980-х було закономірним наслідком руйнації „замкнених династій лордової преси“ та приходу на британський ринок друкованих ЗМІ міжнародних транснаціональних медіа-корпорацій. Промовистий приклад – News International Руперта Мердока, яка володіє таблоїдами “The Sun”, “News of the World” і якісними газетами “The Times” та “The Sunday Times”. Іншою яскравою ілюстрацією може бути корпорація Hollinger International канадського медіа-магната Конрада Блека, який свого часу контролював як якісну (“The Daily Telegraph”, “Sunday Telegraph”), так і масову пресу у Великобританії. Ще одним прикладом „публічних корпорацій“ може бути Independent News & Media (“The Independent”) ірландського медіа-магната Ентоні О’Рейлі. Відтак, виникає припущення, що конвергенція якісної та масової британської преси може бути зумовлена факторами медіа-економіки (транснаціоналізація – концентрація – монополізація), а не об’єктивними тенденціями соціокультурного розвитку медіа. Такий підхід до діалектики розвитку якісних та масових видань дискусійний, оскільки він нівелює об’єктивні чинники. Саме першопричини, процес та наслідки конвергенції якісної та масової преси є предметом цього дослідження.

Однією з причин зближення новинних цінностей загальнонаціональної якісної та масової преси були зміни у регіональній пресі Об’єднаного Королівства. У 1970–1980-х роках якісні регіональні видання Великобританії перебували у занепаді через гостру конкуренцію з загальнонаціональними виданнями та локальним радіо і телебаченням. Для того, щоб врятувати свої видання, редактори регіональних якісних газет (зокрема, “News Scotsman”, “Evening Argus”) були змушені інкорпорувати у концепцію своїх видань специфічні елементи таблоїдної журналістики (зокрема, скорочення та спрощення контенту, поява спеціальних секцій з тематикою „образу життя“ (lifestyle), подорожей, персональних фінансів та заощаджень, жіночих рубрик). Усе це призвело, з одного боку, до фінансового оздоровлення цього сегменту британських друкованих видань, а з іншого – до таблоїдизації газетної справи, остаточного перетворення якісної преси з „четвертої влади“ у високоефективний бізнес

„інфогедонізму“ (infotainment), покликаний „інформувати та розважати“ читачів.

Зауважимо, що з самого початку національні якісні видання Великобританії цілком ігнорували субстанційні новинні цінності масової преси. Згодом (зокрема, на початку 1990-х рр..) “The Times”, “The Guardian”, “The Independent”, “The Daily Telegraph” почали критикувати таблоїди (“The Sun”, “Daily Mirror”, “Daily Mail”) за втручання у приватне життя політиків та знаменитостей, надмірну персоналізацію матеріалів, заикленість на скандалах, сенсаціях, спорті, сексі. Хрестоматійним прикладом останнього може бути критика якісними часописами кавериджу смерті принцеси Діани у 1997 році на шпальтах британських таблоїдів.

Таким чином, якісна преса (а також телебачення і радіо) почали систематично висвітлювати поведінку таблоїдної преси, що призвело до перехресного висвітлення змістово-тематичних детермінантів таблоїдів (SSSS – sport, sex, scandal, sensation). Зрештою якісні часописи почали публікувати матеріали, які з’являлись раніше лише у масовій пресі. Тому не можна не погодитися з Метью Енджелом у його оцінці взаємовідносин якісних та масових видань Великобританії: *„Надто часто широкоформатні видання дозволяли таблоїдам задавати темп, і рабськи наслідувати їх. Можна уявити ситуацію, у якій якісні газети виглядають чи звучать більш чи менш ідентично...Правда у тому, що якісні газети дають читачам те, що вони хочуть, таким чином, що ніколи не траплялось раніше. Логічним кінцем цього процесу повинне бути зникнення межі між якісними та масовими виданнями“* (Matthew Engel).

Простежити конвергенцію якісної та масової преси можна також за допомогою статистичного аналізу накладів видань із середини XX століття до 1987 року. У 1957 році сукупний наклад якісних видань Великобританії становив 4 млн. 580 тис. примірників (8,8% усіх друкованих видань). У 1972 році цей наклад збільшився до 6 млн. 468 тис. примірників. У 1982 році він становив 6 млн. 347 000 тис. примірників (13,4%), а у 1987 році він виріс до 7 млн. 112 тис. (16,3%). При цьому загальний наклад друкованих видань з 1982 до 1987 зменшився з 47,3 млн. до 43 млн. За п’ять років (1982–1987 рр.) наклад якісних видань (“The Times”, “The Guardian”, “The Daily Telegraph”, “The Financial Times”) виріс майже на 1 млн. примірників, що яскраво свідчить про позитивну динаміку розвитку якісної преси у цей

період. Пояснення цього варто шукати у динаміці розвою масової преси у той час. Наклад проміжних таблоїдів для середнього класу (mid-market) у 1957 році становив 22 млн. 840 тис. (44%). У 1982 році він зменшився до 11 млн. 155 тис. (23,6%). У 1987 році сукупний наклад усіх видань для середнього класу становив лише 9 млн. 897 тис. (22,7%). Характерно, що за період 1957–1987 рр. наклад таблоїдних видань (down-market tabloids) збільшився на 13%. У 1957 році він становив 24 млн. 541 тис. (47,2%), у 1982 році – 29 млн. 529 тис. (63%), у 1987 році – 26 млн. 529 тис. (60,9%) (Guy Costerdine).

Відтак, можна зробити припущення, що збільшення накладу якісної газети Великобританії досягли за рахунок переманювання читачів видань для середнього класу (“Daily Mail”, “Daily Express”, “News Chronicle”). Як писав МакКрістел у 1995 році, „...читацька аудиторія якісної преси Великобританії змінилась, ставши більш схильною до непослідовності та непередбачуваності“ (Chris MacCrystal). Аналогічної думки дотримується Боб Макартур: „Нові читачі походили з трихвилинної культури, оніміння (*dumbing down*) молодого покоління, яке не читає, не цікавиться політикою чи міжнародними відносинами, і не любить важковаговитих статей про НАТО... Це покоління постмодерне, пост-серйозне, пост-грамотне“ (Bob McArthur). Зміна цільової аудиторії якісної преси, відтак, відбувалась за рахунок переорієнтації з класичної читацької аудиторії політико-економічного істеблішменту та інтелігенції Великобританії на нижні прошарки британського середнього класу (C2). Як зауважує з цього приводу С. Беглов, *«серед якісних щоденних газет і проміжних „таблoїдів“ найбільш активно працювали у напрямі завоювання уваги читачів середнього класу “The Guardian”, “Financial Times”, “Daily Mail”, “The Times”, недільні “Observer”, “Mail on Sunday”»* (С. Беглов).

Іншим підтвердженням переорієнтації якісної преси на C1, C2 є дані Національного опитування читачів (National Readership Survey). У 1995 році найбільше читачів, які репрезентували середній клас, мали саме up-market видання (якісна преса) – 87%, у той час як процент середнього класу читацької аудиторії у виданнях, зорієнтованих на середній клас, становив лише 58% [11]. Ситуація змінилась ще більше після 1996 року. Як зазначає Рой Грінслейд: *„дані перепису свідчать, що соціальна шкала Великобританії змінилась наприкінці 90-х років ХХ–*

початку XXI століття – заможні верстви населення, репрезентовані категоріями ABC1, стали численнішими, ніж ті прошарки соціуму, які представлені у нижній частині шкали – C2DE“ (R. Greenslade).

Таким чином, можна стверджувати, що з 1980-их років середній клас, який традиційно був прерогативою “The Daily Mail” та “The Daily Express”, став ареною протистояння між якісними виданнями та таблоїдами проміжного типу. Зменшення цього сегменту ринку преси, який раніше відігравав функцію „зазору“ між двома полюсами британської преси (up-market та down-market), відбувалось за рахунок збільшення сегменту якісної преси.

Конвергенцію якісних та масових часописів наразі яскраво ілюструє таблоїдний формат. Після зміни формату видання з широкого на компактний (формальної таблоїдизації) у 2003 – 2005 pp. “The Independent”, “The Times” та “The Guardian” стали безпосередніми конкурентами „таблоїдів для середнього класу“ або проміжних масових видань. У цьому випадку можна вести мову про конвергенцію якісних та масових видань, детерміновановану технологічними факторами. Відтак, британський медіа-дослідник Філіп Шлезінгер звертає увагу на зникнення формального поділу між широкоформатними та таблоїдними газетами [14].

Англомовний термін “broadloid” (broadsheet+tabloid), винайдений редактором “The Guardian” Аланом Русбріджером у 1995 році, яскраво характеризує це новітнє явище британської журналістики – формальну дифузію концепції якісної та таблоїдної газет у процесі конвергенції. Інший популярний термін, який використовують сьогодні британські журналісти та академіки на позначення конвергенції якісної та масової преси, – це „квалоїд“ (qualoid – quality tabloid). Цей термін більш адекватно відображає сутність сучасної якісної преси у таблоїдному вимірі. Усі ці неологізми відображають, здебільшого, лише позитивні аспекти зближення парадигми якісної та масової преси, відтісняючи негативні нюанси таблоїдної журналістики на задній план.

При цьому і якісна, і масова преса були змушені трансформувати свої концепції для адаптації до потреб, запитів та інтересів нової цільової аудиторії. Відбувались протилежні за своєю природою процеси – якісна преса переживала процес „таблоїдизації“, що спричиняв девальвацію її класичних канонів, а масові таблоїди були змушені прогресувати у новинних цінностях, щоб піднятися до рівня інформаційних інтересів

верхніх страт середнього класу (C1). Західноєвропейські фахівці у галузі ЗМІ називають цей процес „квалюїдизація“ (від англ. quality tabloid - qualoidization), вкладаючи у це поняття різний зміст. На нашу думку, варто розрізняти процеси „квалюїдизації“ та таблюїдизації. Квалюїдизація (зокрема, у сучасному британському контексті) – це прогрес, „ревальвація“ таблюїдів у їх наближенні до рівня якісних газет. Таблюїдизація, навпаки, означає популяризацію, „дезонтологізацію“, девальвацію якісної преси. Обидва процеси, відтак, сприяють конвергенції якісної та масової преси.

Конвергенцію якісної та масової преси у 1990-х роках характеризує запозичення якісними виданнями Великобританії у таблюїдів прийомів залучення нових читачів. Приміром, “The Daily Telegraph” та “The Guardian” у 1990-х рр. під впливом „цінової війни“, розпочатої виданнями Мердока у середині 1990-х років, часто вдавались до таких методів залучення читацької аудиторії як роздача призів та різноманітні лотереї. У 1994 році над „шапкою“ перших шпальт усіх газет з’явилися кольорові „ліхтарики“, які рекламують знижку на ціну суботнього та недільного випусків. „Ліхтарики“ в “The Independent” і “The Times” у той час повідомляли про різноманітні конкурси та лотереї й обіцяли відпочинок на найкращих курортах, виграні автомобілі та цінні подарунки у вигляді призів. Сьогодні ця тенденція ще більш актуалізувалася з застосуванням найвитонченіших маркетингових методів просування інформаційного продукту (так, „ліхтарики“ у якісних британських газетах обіцяють кожному потенційному покупцю-читачу-споживачу безкоштовний DVD з класичною музикою чи певним блокбастером, тижневий абонемент на відвідування спортзалу, квиток на кіносеанс чи філіжанку кави Starbucks).

В епоху, яка передувала „революції в Уопінгу“ (1986) та „ціновій війні“ 1993 року такі методи апеляції до читацької аудиторії були неприпустимими у загальнонаціональній якісній пресі Великобританії. У цьому контексті ми не можемо не погодитися з провідним українським медіа-дослідником Б. Потятиником: «... запозичення якісною пресою цілої низки прийомів та рубрик масових видань робить межу між ними доволі умовною» [5, 57].

Британські оглядачі медіа-ринку припускають, що “Daily Mail” може почати у майбутньому переманювати читачів “The Times” за рахунок посилення уваги до міжнародних новин, які завжди вважались сильним місцем останньої. У той же час “The Daily Mail” та “The Daily Express”

переживуть процес „якісної революції“ і гіпотетично перейдуть у категорію якісної преси. Як писав журнал “The Economist” ще у 1998 році, «за “The Daily Mail” міцно закріпилась репутація видання „проміжного типу“, яке все більш наближається до якісних газет, на що завжди претендували також і видавці “Daily Express”» [11, 38]. У цьому контексті можна провести історичну паралель з газетою “The Daily Telegraph”, яка виникла як масове видання, але згодом, у процесі конкурентної боротьби з “The Times”, трансформувалась у якісний часопис.

У майбутньому це може призвести до того, що у Великобританії на ринку друкованих ЗМІ будуть функціонувати незліченна кількість якісних видань („квалітив“) та дві-три масові газети. Симптоматично, що подібний сценарій розвитку британської преси спрогнозував ще у 1961 році британський медіа-дослідник, тодішній віце-президент Міжнародної федерації журналістів (IFJ) Гаріс Бредлі. Деякі симптоми цієї тенденції можна простежити вже сьогодні. Приміром, Аудиторське бюро накладів видань Об’єднаного Королівства (ABC) у 2006 році вперше включило газети “Herald” та “Scotsman” до переліку загальнонаціональних якісних видань Великобританії. І хоча більшість британських журналістикознавців та медіа-дослідників сьогодні не зараховують вищезазначені часописи до категорії „якісних“, не варто виключати того, що через декілька років перелік якісних видань зазнає поповнення.

Отже, можна зробити висновок, що одним із головних наслідків конвергенції якісної та масової преси є гомогенізація загальнонаціональної преси Великобританії, зокрема, її змістово-тематичної моделі. Сучасна модель національної якісної преси Об’єднаного королівства є конвергентна: вона є „змішаною сполукою“ різних якостей. Як наслідок, наразі у взаємовідносинах якісних та масових видань домінує симбіотична, а не дихотомічна модель.

Водночас ми не можемо погодитися з умовиводами Е. Семпсона, Ф. Шлезінгера та низки інших дослідників сучасної британської преси про остаточне зникнення межі між якісними та таблоїдними виданнями. На нашу думку, процес конвергенції якісної та масової преси Великобританії сьогодні виявляється у поєднанні протилежностей. При цьому про кінцеве зникнення відмінностей між цими полюсами друкованих ЗМІ сьогодні робити висновки зарано. Таким чином, завданням наступних розвідок з цієї проблематики є продовження емпіричного та теоретичного аналізу

взаємовідносин якісних газет та таблоїдів, зокрема, на рівні мережових версій, графічного наповнення друкованих варіантів, контенту тощо. Перспективним також вважаємо застосування аналогічних методів під час аналізу сучасних тенденцій у розвитку змістово-тематичних моделей різних типів української преси.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Блавацький С.* Формування комунікаційної моделі якісної преси Великобританії: новини як прототип журналістського дискурсу (кінець XIX – початок XX-го століть // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. Філологія. – 2007. – №. 17.
2. *Беглов С. И.* Печать Великобритании // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. – 2000. – №3.
3. *Вартанова Е.* Конвергенция как неизбежность // От книги до Интернета. Журналистика на рубеже нового тысячелетия: (Сб. Науч. Тр. / МГУ им. Ломоносова). – М., 2000.
4. *Золяк В.* Конвергенція як універсальне виявлення збігу спільних ознак / Вікторія Золяк // Збірник праць науково-дослідного центру періодики ЛНБ імені В. Стефаника НАНУ. – 2007. – №15.
5. *Потятиник Б.* Медіа: ключі до розуміння / Борис Потятиник. – Львів: ПАІС, 2004.
6. *Consterdine G.* Readership patterns from 1957 to 1987 / [Woking]. – London.: Guy Consterdine Associates, 1988.
7. *Engel M.* Papering over the cracks // The Guardian, G2 Supplement. – 1996. – October 3.
8. *Greenslade R.* Press Gang: How newspapers make profit from propaganda. / R. Greenslade. – London: Pan Books. – 2004.
9. *McArthur B.* New Readers, new times / B. MacArthur // The Times. – 1997. – Feb. 5.
10. *MacCrystal C.* The Dream that died / C. McCrystal // Observer Review. – 1995. – Nov. 19.
11. *Mid-markets go up* // The Economist. – 1998. – January, 31.
12. *National Readership Survey.* – Jan.- June 1995.
13. *Sampson A.* The crisis at the heart of our media/ Anthony Sampson // British journalism Review. – 1996. – №7. – Nov. 3. – P. 45.

14. *Schlesinger Philip*. Is there a crisis in British journalism? / Philip Shlesinger // Media, Culture and Society. – 2006. – № 28 (2).
15. *Sparks C*. Introduction: The panic over the tabloid news // *Tabloid Tales: (Global Debates over Media Standards)*: / Colin Sparks. – New York: Rowman and Littlefield Publishers, 2000.

Serhiy Blavatskyy

Convergence of quality and popular press of Great Britain: unification of opposites

The article analyses convergence of national quality and popular press of Great Britain in the late XXth – at the beginning of the XXIst century. The author argues that the main factor influencing convergence of two categories of press was tabloidization as a logical consequence of commercialization of journalism. The paper argues symbiotic model dominates today in relationship between quality and popular editions instead of dichotomy. The result of this symbiosis is homogenization of national British press structure in terms of content and topic.

Key terms: quality press, popular press, newspaper, edition, convergence, discourse, tabloid, readership, method.