

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОБ'ЄКТИВНІСТЬ У ДОСЛІДЖЕННЯХ МАЙКЛА ШАДСОНА

Нині принцип об'єктивності в журналістиці не викликає сумніву в нікого, бо об'єктивність є важливим складником професіоналізму журналіста. Втім, так було не завжди. Ще 200 років тому газетні статті американської преси у великій кількості містили спотворену інформацію та неправдиві факти. Лише у 1830-х рр., з легкої руки Волтера Ліпмана, цей принцип почав прокладати свій шлях на журналістський олімп.

Метою цієї статті є вивчення на основі праць Майкла Шадсона специфіки витоків об'єктивності у журналістиці Сполучених Штатів Америки на початку XIX століття.

Сьогодні численні західні науковці велику увагу приділяють питанню об'єктивності та суб'єктивності у журналістиці. Так, різним аспектам журналістської об'єктивності присвячені праці В. Бленкенбері, Р. Вальдена, Дж. Боєра, К. Макрорі, С. Репо, Г. Тачмен. Проблему відображення реальності у новинах розкрито Б. Кеннетом та Н. Мірімановою. Г. Ганс приділяє увагу випускам новин у Сполучених Штатах Америки. Історичний аспект об'єктивності проаналізовано Д. Міллером, Д. Шоу, В. Кестертоном та Ф. Хадсоном. Утім, головними дослідниками цієї проблеми вважаються американські науковці В. Ліпман, Ч. Мерц та М. Шадсон. Саме вони заклали основи теорії об'єктивності в журналістиці США. На жаль, українських досліджень на цю тематику в Україні практично немає.

Першим науковцем, який розпочав систематичне дослідження витоків журналістської об'єктивності, був американець Майкл Шадсон. Свої погляди він виклав у книзі «Discovering the News: A Social History of American Newspapers» (1987), у якій відстежив історичний розвиток журналістики у Сполучених Штатах Америки з 1830-х до 1970-х рр.

Теорія Шадсона базується на зв'язку інституту сучасної журналістики і загальних течій в економічному, політичному, соціальному та культурному житті суспільства.

На думку М. Шадсона, поняття новин у теперішньому його розумінні з'явилося на початку 1830-х рр. як наслідок економічних та політичних змін, що ознаменували собою зародження демократичного ринкового суспільства. Головними його ознаками були: перехід політичних привілеїв до нових соціальних груп та поява конкурентноздатної ринкової економіки, яка поступово звільнялася від тотального урядового контролю. Також нове суспільство характеризувалося переходом від сільської громади, де всі її члени були тісно пов'язані один з одним, до міської, основною рисою якої була анонімність [7, 58].

Демократичне ринкове суспільство сприяло зародженню журналістських поглядів і переконань, найвагомішим з яких на той час стала віра у факти і недовіра до реальності, об'єктивності та цінностей [7, 60]. М. Шадсон вважає, що така віра набула ще більшої сили наприкінці XIX століття, з розвитком науки та появою літературного реалізму. У 1890-х рр. журналісти були переконані, що факти говорять самі за себе, і тому вважали себе своєрідними науковцями, які розкривають економічні та політичні факти тогочасного життя ще сміливіше, ще точніше і ще реалістичніше, ніж будь-хто з учених. Утім, М. Шадсон називав такі твердження «найвимпирізмом» [9, 107].

Уже на початку XX століття журналісти втратили віру в демократичне ринкове суспільство та в незаперечність фактів. Вони зрозуміли, що повинні бути вірними не видавцям чи певним політичним партіям, а своїй аудиторії та самим собі [1, 256]. Така раптова зміна була спричинена двома факторами. По-перше, впливові державні інститути та групи людей нав'язували журналістам «свою правду»: спотворені або неправдиві факти. По-друге, під час Першої та Другої світових воєн репортери стали свідками воєнної пропаганди, за допомогою якої відбувалося маніпулювання громадською думкою, а журналісти були безсилі цьому протистояти [7, 120].

У той же час зароджується теорія суб'єктивності самих журналістів. Волтер Ліпман та Чарльз Мерц, колеги-редактори з «Нью Йорк Ворлд», написали впливовий та дошкульний звіт про те, наскільки суб'єктивно журналісти висвітлювали російську революцію 1917 р. Вони довели, що

новини великою мірою залежать від працівників, що їх готують. Самі оглядачі тогочасних політичних колонок відкрито визнавали, що матеріал не був простим переліком фактів, а радше індивідуальною авторською інтерпретацією. Іві Лі, один із перших PR-менеджерів, вважав, що оскільки просто факти розповісти людям неможливо, все що можна зробити, це подати їх власну інтерпретацію [2, 592]. Таким чином, саме внаслідок сумніву в правдивості фактів та доведення суб'єктивності журналістів і виникла теорія об'єктивності як професійної ідеології у журналістиці.

Основоположник цієї ідеї В. Липман вважається головним прихильником теорії об'єктивності початку ХХ століття. Він наголосив на визнанні підроблених документів незаконними, ідентифікації джерел інформації у випусках новин, створенні незалежних журналістських дослідницьких інститутів та відкритті міжнародних незалежних служб новин. Також цей науковець увів у журналістику принцип професіоналізму [5, 88].

Тоді ж виникли і перші журналістські принципи. У 1922-1923 рр. редактори газет створили національну професійну асоціацію під назвою «Американська спілка редакторів газет». На своєму першому засіданні вони прийняли «Етичний кодекс або канони журналістики», які включали принципи «чесності, правдивості та точності», а також принцип «неупередженості». Редактори заявили, що журналісти повинні робити все можливе для того, щоб випуски новин були точними, неупередженими і чесними. Передовиці, аналітичні статті та коментарі мають також відповідати цим вимогам [11].

Репортери всіляко намагалися позбутися впливу піар-менеджерів та пропагандистів, які оточували їх зі всіх боків. Так, на зміну партійному контролю прийшли наймані агенти, що працювали на урядовців, бізнесменів та політиків, які платили їм за піар у друкованих виданнях. Скажімо, у 1920 р. лише у Вашингтоні працювало близько тисячі так званих бюро пропаганди. Їхня активна робота яскраво відображена у тогочасних газетах. Наприклад, у газеті «Нью Йорк Таймс» 50-60% статей були написані на замовлення.

Із заснуванням журналу «Тайм» у 1923 р. суб'єктивність у репортерстві набула надзвичайних форм. Генрі Люс, засновник журналу, відкрито засуджував об'єктивність: «Покажіть мені людину, яка думає, що вона об'єктивна... і я покажу Вам людину, яка обманює себе» [3, 127]. Люс рекомендував газетярям уникати поділу передовиці на редакторську колонку та розділ новин і друкувати лише публіцистичні статті.

Журналісти усвідомлювали, як легко відбувається маніпулювання інформацією в час складних політичних та економічних ситуацій. Тому вони вирішили відкрито протистояти найманим агентам пера. Джозеф Пулітцер, засновник Пулітцерівської школи журналістики у штаті Колумбія, заявив, що прагне підняти журналістику до рівня наукової професії, а це означало скрупульозне дотримання наукових ідеалів, найважливішим з яких була об'єктивність [6, 202]. Адже на той час об'єктивність як ідеологія була надто меркантильною.

Проте, попри прагнення поєднати журналістику з наукою, продуктивністю і прогресивними реформами, а також незважаючи на заходи, які проводилися проти замовної пропаганди, журналісти все ж не змогли виграти битву з піар-менеджерами та платними агентами преси. Навіть Пулітцерівська школа, головними засадами роботи якої були об'єктивність та неупередженість, випускала більше спеціалістів із зв'язків з громадськістю, ніж професійних журналістів.

Загалом, теорія журналістської об'єктивності М. Шадсона має багато прихильників у наукових колах. Утім, на нашу думку, їй притаманні і деякі недоліки. Перш за все, науковець розглядає журналістську об'єктивність лише у її зв'язку з розвитком американського суспільства загалом, не беручи до уваги проміжну соціальну структуру – журналістські організації. Таким чином, справжня діяльність журналіста губиться в загальному історичному аспекті. Аналізуючи об'єктивність як ідеологію, М. Шадсон ігнорує вимоги, що висувують до журналістів організації, в яких вони працюють. Як наслідок, об'єктивність аналізується лише як психологічне явище, як пасивна реакція журналістів на суспільні зміни.

Вважаємо, що є помилковим твердження М. Шадсона, що розповідь вважається правдивою, якщо вона слідує правилам, установленим певною професійною громадою. Таке поняття об'єктивності є занадто вузьким. Адже журналістська об'єктивність є своєрідним містком між журналістами, з одного боку, і джерелом інформації, редакторами, видавцями та владою, з іншого.

Один із видатних дослідників ЗМІ Герберт Ганс вважає, що об'єктивність, з точки зору менеджменту, матеріалізувалася у цілий ряд організаційних механізмів, таких як система нагород і постійна зміна робочих завдань [4, 30]. Зокрема, журналісти, які працюють над цілим випуском новин, так швидко переходять від одного сюжету до іншого, що

не встигають зацікавитись кимось більше. В той же час, репортерів, які працюють над емоційно забарвленими сюжетами, такими, як воєнні події та виборчі кампанії, часто замінюють новими, щоб уникнути суб'єктивності у їхній діяльності. Така ж мета досягається і розподілом праці. Працівники, котрі відбирають сюжети для новин, рідко залишають свої робочі місця. Це сприяє їхній незалежності та об'єктивності, адже відсторонення від реальних подій є їхнім обов'язком [4, 32]. Таким чином, об'єктивність не є індивідуальним витвором журналістів, а є імперативом журналістських організацій.

Варто звернути увагу і на аналіз М. Шадсоном зв'язку між «наївним емпіризмом» кінця ХІХ ст. і концепцією журналістської об'єктивності ХХ ст. Дослідник вважає, що віра у факти, характерна для позаминулого століття, стала передумовою зародження ідеї об'єктивності у столітті наступному. Отже, об'єктивність не була продовженням «наївного емпіризму», а радше реакцією на розчарування в ньому [9, 114]. Таким чином, це два окремі поняття, які базуються на різних суспільних засадах: «наївний емпіризм» є свідомістю демократичного ринкового суспільства, а об'єктивність є ідеологією ХХ століття, коли журналісти в ньому розчарувалися.

Насправді ж, «наївний емпіризм» і журналістська об'єктивність мають багато спільних рис. По-перше, віра у факти, притаманна для ХІХ століття, зародилася саме в журналістських організаціях, адже об'єктивність залежала не лише від журналістів, а й від таких установ. Саме видавці газет першими заявили про те, що будуть працювати лише з «голими» фактами. Незабаром цю віру перейняли і рядові журналісти. Таким чином, об'єктивність, на думку самих журналістів, стала лише новою назвою «наївного емпіризму», який у 1890-х рр. називали реалізмом [7, 155]. Новітня ідея об'єктивності не мала майже ніякого впливу на щоденну репортерську діяльність, оскільки на практиці об'єктивність існувала вже давно, лише терміну такого ще не було, і правила об'єктивності поки були не прописані.

По-друге, на думку М. Шадсона, об'єктивність, як група методів, виникла в 1920-30-х рр. завдяки В. Ліпману, найбільшому їх прихильнику. Однак, Ліпмановські пропозиції не були чимось новим. Як зазначає Шадсон, ще до їх появи преса впродовж декількох десятиліть сприяла запровадженню в життя ідей професіоналізму і журналістської

об'єктивності [12]. Це стосується і пропозицій Ліпмана щодо ідентифікації джерел новин та їх публікації. Така практика існувала в журналістських колах давно. Заслуга ж В. Ліпмана полягає в тому, що він, як практик і теоретик журналістики, сформулював, теоретизував і систематизував ці неписані журналістські правила.

В. Ліпман описав 4 етапи розвитку преси будь-якої країни. На першому етапі преса підконтрольна владі і є інструментом впливу владних структур на суспільство. Будь-яка критика на адресу влади виключається. Другий етап передбачає контроль преси політичними партіями. Газети належать партіям і залежать від їх фінансової підтримки. Така преса характеризується спотворенням фактів та наданням недостовірної інформації, публікацією матеріалів, які вигідні партійним бонзам.

Преса третього етапу, на думку В. Ліпмана, позбувається впливу як влади, так і партії, отримуючи комерційний прибуток від великої кількості читачів [6, 64]. У США третій етап розпочався з «копійчаної преси» («преси за пенні»). Першою такою газетою стала «Нью Йорк Сан», заснована у 1833 р. Успіх її був шалений, і вже через декілька років у Нью Йорку друкувалися 35 газет такого формату.

«Преса за пенні» характеризувалася кількома головними рисами. Насамперед, матеріал був несерйозним і тривіальним. Наголос робився на місцевих подіях та жорстоких злочинах. По-друге, основний дохід такі газети отримували від реклами. Вони не залежали від матеріальної підтримки економічної чи політичної еліт [10, 46]. По-третє, на відміну від попередніх типів газет, які зазвичай розповсюджувалися за передплатою, газети нового формату продавалися на кожній вулиці і коштували лише одне пенні. Таким чином, уперше за все існування ЗМІ друковане слово стало доступне робочому та середньому класам, яких приваблювали новини про власну громаду, кримінальні злочини та життєві історії. Окрім того, газети звільнилися від впливу політичних партій та урядових організацій. Редактори самі вирішували, що друкувати, а що ні. Загалом, «копійчана преса» стала прототипом сучасних комерційних ЗМІ і ознаменувала собою початок нової ери в журналістиці.

Ліпман також передбачив четвертий етап розвитку періодики, який і повинен бути яскравим прикладом справжньої журналістської об'єктивності. На думку автора, газетярі таких видань добросовісно займатимуться подачею матеріалу «наближеного до об'єктивного факту», і будуть невіддільні мінливим смакам і упередженому ставленню аудиторії [6, 65].

М. Шадсон охоче підтримує В. Липмана. Він стверджує: «Не всі журналісти можуть писати публіцистику, висловлювати власну думку. Прості кореспонденти і далі повинні вірити у потрібність власної праці, яка полягає у збиранні та оприлюдненні фактів. Вони мають серйозно ставитися до своєї роботи і заохочувати читачів та критиків до такого ж серйозного ставлення. Ось що таке об'єктивність, поняття, яке розвинулась у 20-30-ті роки» [8, 151].

Таким чином, хоча об'єктивність, як її розумів М. Шадсон, не є кінцевою сліпою вірою у факти, але вона є логічним наслідком первинного поклоніння фактам під впливом певних історичних умов. А катализатором такого розвитку є усвідомлення неминучості репортажного суб'єктивізму.

Отже, у 1920-х рр. норма об'єктивності у журналістиці була повністю сформованим ідеалом, так би мовити, частиною професійного проекту чи місії. Теорія об'єктивності була включена у підручники з журналістики та етичні кодекси професійних асоціацій. Вона досягнула свого апогею і стала провідним принципом щоденної репортерської діяльності.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Bennett W. L.* News: The Politics of Illusion. – London, 2002.
2. *Blankenbury W. B., Walten R.* Objectivity, Interpretation and Economy in Reporting // *Journalism Quarterly*. – 1977. – № 54. – P. 591-595.
3. *Cater D.* The Fourth Branch of Government. – Boston, 1959.
4. *Gans H.* Are U. S. Reporters Dangerously Liberal? // *Columbia Journalism Review*. – 1985. – № 24. – P. 29-33.
5. *Lippman W.* Liberty and the News. – Princeton: Princeton University Press, 2007.
6. *Lippman W.* Public Opinion. – Sioux Falls.: NuVision Publications, 2007.
7. *Schudson M.* Discovering the News: A Social History of American Newspapers. – N. Y.: Basic Books, 1981.
8. *Schudson M.* The Power of News. – Harvard: Harvard University Press, 1996.
9. *Schudson M.* The Sociology of News. – N. Y.: W.W. Norton, 2003.
10. *Sigal L. V.* Reporters and Officials. – Lexington: D.C. Health and Company, 1973.
11. <http://www.jstudies.com/nacaf/lectures/schudson3/htm>
12. <http://www.thenation.com/docprint.mhtml?i=20071231&s=schudson>