

Сравнительный анализ медиасистем Западной Европы и Северной Америки

Медиасистема является средством распространения общественно значимой информации. Критерием дифференциации любой системы выступает наличие определенных существенных признаков, которые присущи именно этой системе.

Система средств массовой коммуникации представляет собой единство компонентов, возникающих в различные исторические периоды: сначала печать, потом кино и радио, и, наконец, телевидение. Медиасистема, как полагает М.Г. Шилина, «есть системное динамическое единство субъектов (владельцев, менеджеров, журналистов) различных видов медиа (печать, радио, телевидение, интернет-медиа, мобильные медиа), связанных коммуникацией различного уровня и функционирующих с целью предоставления аудитории в публичном пространстве социально значимой информации» [1].

Государство играет важную роль в формировании медиасистемы в любом обществе. Ф. Сиберт, У. Шрамм и Т. Питерсон в книге «Четыре теории прессы» указывают на то, что печать «всегда принимает форму и окраску тех социальных и политических структур, в рамках которых она функционирует» [2]. Исходя из этого, они выделяют четыре модели прессы: авторитарную, советскую, либертарианскую и модель социальной ответственности. Безусловно, доминирующая в государстве политическая культура влияет на формат функционирования средств массовой коммуникации (СМК). Однако следует отметить, что акцент на «идеологию» прессы уводит авторов от объективного анализа медиасистем, поскольку они оперируют только теоретическими выкладками в ущерб проведению эмпирических исследований.

По мнению Дж. Нерона, данная книга игнорирует «материальное существование средств массовой коммуникации» [3]. Помимо этого, их анализ нельзя назвать сравнительным в полной мере, т.к. «четыре теории прессы» не охватывают весь спектр мировых медиасистем. Под воздействием «холодной войны» основное внимание авторов в значительной мере было приковано к различиям между американской и советской медиасистемами. Можно констатировать, что Ф. Сиберт, У. Шрамм и Т. Питерсон провели исследование функционирования СМК фактически только в трех странах, а, именно: 1) в США, для которых они сконструировали теорию свободолюбия и социальной ответственности; 2) в Великобритании, где они предложили одновременно две теории – авто-

ритарную, на этапе зарождения прессы, и либертарианскую; 3) в СССР, где функционировала советская или социалистическая медиасистема.

Д. Холин и П. Манчини, вступая в критическую научную дискуссию с С. Сибертом, У. Шраммом и Т. Питерсоном, разработали свое видение классификации медиасистем. Они предлагают три модели – либеральную, которая присуща Великобритании, Ирландии и Северной Америке, демократическую корпоративную, характерную для северной континентальной Европы (Австрии, Бельгии, Дании, Финляндии, Германии, Нидерландов, Норвегии, Швеции и Швейцарии), и модель поляризованного плюрализма, превалирующую в средиземноморских странах южной Европы (Греции, Италии, Испании, Португалии и Франции) [4].

Д. Холин и П. Манчини разработали четыре параметра, по которым государство можно отнести к той или иной медиасистеме [5]: во-первых, это степень развития журналистской профессионализации. Профессионализацию здесь следует рассматривать как синоним объективности и нейтралитета. В данном случае речь идет о таких показателях, как степень журналистской самостоятельности, наличие профессиональных норм и стандартов, ориентация на потребности аудитории. Профессионализация журналистской деятельности выражается также наличием в стране формальных институтов, таких как профессиональные союзы и ассоциации журналистов.

Высокий уровень профессионализации журналистов означает служение в большей степени общественным, нежели частным интересам; соблюдение журналистами профессиональных норм в своей деятельности, а не следование «повестки дня», навязываемой со стороны; освещение событий с разных точек зрения. В этой связи медиасистемы, где СМК имеют устойчивые связи с политическими и социальными организациями, как правило, обладают низким уровнем журналистской профессионализации.

Ко второму критерию медиасистемы относится политический параллелизм, т.е. природа связей между средствами массовой коммуникации и политическими организациями. По мнению К. Сеймор-Юр, политический параллелизм выражается в трех основных чертах: во владении какими-либо СМК политической партией, в выборе редакцией источников новостей, в принадлежности аудитории к определенным партиям [6]. Б. МакНейр отмечает, что СМИ не просто нейтрально и беспристрастно информируют общество о том, что происходит на политической арене [7]. Сообщения о политических событиях неизменно находятся под воздействием системы ценностей, субъективности и пристрастности.

Согласно Д. Холлину и П. Манчини, политический параллелизм определяется следующими индикаторами: во-первых, имеет значение объем освещения в конкретных СМИ политических новостей и представление своей позиции через комментарии и сопутствующую информацию; во-вторых, значимую роль играет историческая связь между конкретным СМИ и политическим институтом (партией, профсоюзом, церковью и т.п.); в-третьих, активность журналистов конкретного СМИ в политической сфере; в-четвертых, приверженность аудитории СМИ к определенным политическим партиям, которая проявляется через приобретение тех или иных газет, просмотр того или иного телевизионного канала; в-пятых, отношение журналистов к своей профессиональной деятельности, т.е. предоставление только фактов или мнений, стремление воздействовать на аудиторию [8].

Действительно, в некоторых странах СМИ имеют ярко выраженную политическую ориентацию. Так, например, в Германии «Frankfurter Allgemeine» является правоцентристским изданием, а «Süddeutsche Zeitung» – левоцентристским. Однако даже если учитывать тот факт, что подлинно партийная пресса почти исчезла в изучаемых странах, и даже если политические взгляды североамериканских и европейских газет сегодня более разнообразны, чем сто лет назад, отчетливые политические предпочтения остаются достаточно стабильными.

Третьим критерием является развитие медиарынка в стране. Одно из наиболее очевидных различий между медиасистемами в Западной Европе и Северной Америке просматривается в развитии массово тиражируемой прессы. В некоторых странах такая пресса стала появляться еще в конце XIX – начале XX вв., в других же – до сих пор не получила своего развития. Эту историческую особенность в настоящее время можно легко проследить в странах Западной Европы. Так, например, в Норвегии на 1 тысячу взрослого населения приходится 720 экземпляров газет, в то время как в Греции – 78 экземпляров, соответственно [9]. Высокие величины газетных тиражей характерны для Скандинавии и остальной части Северной Европы, а низкие – для стран Южной Европы.

Следует подчеркнуть, что различия здесь не ограничиваются только количественными показателями. Очевидны и качественные расхождения – связь с аудиторией и ее роль в развитии процесса социальной и политической коммуникации, природа печатного издания. Так, газеты Южной Европы адресованы преимущественно малым элитам, т.е. хорошо образованным и политически активным представителям городского населения. В свою очередь, газеты Северной Европы и Северной Аме-

рики имеют тенденцию обращаться к массовой аудитории, необязательно интересующейся политикой.

Газеты Южной Европы с их относительно низкими тиражами исторически не являются выгодными бизнес-предприятиями. Как правило, они финансируются политическими деятелями. Этот факт имеет значение для определения степени присутствия политического параллелизма и журналистского профессионализма. Высокотиражные газетные рынки Северной Европы, с другой стороны, поддерживают сильные коммерческие медиа-предприятия.

Различное развитие массово тиражируемых газет обуславливает и наличие разной степени значимости печатных и электронных СМИ. В странах, где высокие тиражи газет отсутствуют, вся нагрузка на распространение политической информации ложится на электронные СМИ.

Можно указать и другие факторы, влияющие на структуру медиарынка. К такому критерию можно отнести наличие в стране массовой (делающей ставку на сенсационность) и / или качественной прессы (адресованной элите), а также отсутствие подобной классификации, т.е. существование смешанных форм изданий, ориентированных на массовую аудиторию и элиту одновременно.

Газетные рынки изучаемых стран также отличаются по количеству местных, региональных и национальных газет. В Великобритании, Австрии, Италии, Испании доминирует национальная или региональная пресса, в других – США, Канада, Швейцария – местные печатные издания. Как известно, национальные газетные рынки имеют тенденцию к производству более разнообразной политической прессы.

Последним, но немаловажным, критерием выступает степень вмешательства государства в медиасистему. Здесь необходимо подчеркнуть, что существуют значительные различия в степени государственного вмешательства в разных странах так же, как и в формах, которые оно принимает. Наиболее важная форма государственного вмешательства – это Общественная Служба Вещания, которая представлена в любой стране Западной Европы и Северной Америке, за исключением самых маленьких европейских государств. До 1980-х гг. Общественная Служба Вещания являлась единственной или преобладающей формой вещания в этих странах. Помимо этого, во многих странах государство имеет также собственные новостные агентства, газеты и другие, связанные со СМИ, предприятия. К иным способам государственного вмешательства можно отнести дотации, законодательное регулирование деятельности СМИ (законы о клевете, охране тайны, пропаганде ненависти и вражды

и т.п.), цензуру и другие виды политического давления.

Таким образом, медиасистемы Западной Европы и Северной Америки имеют как общие элементы, так и различия. В свою очередь медиасистемы Западной Европы также неоднородны и не могут быть проанализированы вкуче. Хотелось бы подчеркнуть, что четыре представленных критерия позволяют исследовать любую медиасистему, особенно с точки зрения взаимодействия средств массовой коммуникации с политикой. Эти критерии выступают своего рода кластером характеристик медиасистем, имеющих тенденцию изменяться вместе. Эти критерии, возможно, имеют и другие связи, многие из которых могут быть идентифицированы только с помощью дополнительных исследований.

Библиографический список

1. Шилина М.Г. Тенденции развития современных медиасистем и актуальные концепции теории СМК // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 1. С. 11.
2. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Национальный институт прессы, ВАГРИУС, 1998. С. 16.
3. Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press; ed. J.C. Nerone. Illinois, USA: University of Illinois Press, 1995. P. 23.
4. Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2004. P. 11.
5. Там же. P. 21.
6. Seymour-Ure C. Political parties and the media. London, UK: Constable, 1977. P. 15.
7. McNair B. An introduction to political communication. London, UK: Routledge, 2003. P. 12.
8. Большаков С.Н., Бодрунова С.С. Формирование позитивного имиджа страны: политические метафоры, стереотипы и параллелизмы // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2011. № 6. С. 91-92.
9. Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. P. 22.