

«ВІЙСЬКОВА» ЖУРНАЛІСТИКА У СИСТЕМІ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Косюк Оксана Михайлівна,

к. ф. н., доцент кафедри соціальних комунікацій
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Україна

ORCIDID: 0000-0001-8093-1961

Так звана «військова» журналістика з'явилася десь наприкінці XVIII ст. (під час Кримської війни 1853-1856 рр.). Перші висвітлення здійснював профільний кореспондент У. Г. Рассел. Щоправда, з погляду сучасності, то були не репортажі, і навіть не нариси, а щось середнє між літописами та оповіданнями. Тому відразу виникла проблема об'єктивності і, незважаючи на позитивні модифікації жанрології – від оповідань, замальовок, нарисів – до оглядів, коментарів, кореспонденцій, статей, репортажів, пресконференцій, насамкінець – токшоу, стала ключовою...

Аж до війни у В'єтнамі (1955-1973рр.) масовокомунікаційна діяльність репрезентувалася й сприймалася виключно у форматі пропаганди. Під час першої світової війни офіційно зареєстровано 13 військових аташе, які працювали на військово-політичний блок Росії, Англії та Франції. Це були не журналісти, а дипломати із навичками кореспондентів, репортерів, оглядачів, фотографів, художників, кінематографістів. Паралельно функціонували пресслужби, які їх обслуговували. Зрозуміло, що витоково медійна сфера працювала не на об'єктивність, а на ідеологічно «правильне» висвітлення. Відповідно довідатись, що насправді відбувається на світовій арені, було практично неможливо.

Під час воєн у Афганістані, Перській затоці вектори кардинально змінилися: журналістика самоорганізувалася, висвітлення подій стало об'єктивнішим – і відразу піднялася хвиля обурень, бо журналісти показували

вже не благородство та відвагу солдат, а весь об'єктивний жах зони бойових дій: звірства, руїни, мародерство, смерть, бруд, маніакальні стани «визволителів». Звісно, це неабияк підкосило моральний дух військових та цивільне ставлення до їх «благородних місій».

Вже після в'єтнамських подій, поразку у яких «списали» саме на засоби масової комунікації, мілітарних кореспондентів почали готувати разом із солдатами для ведення двох «паралельних» воєн: реальної та віртуальної (інформаційної). Так з'явилася «вмонтована журналістика». Однак із спільно набутими знаннями журналісти отримали численні табу (на повідомлення про розташування військ, плановані місії, зброю, інформацію з грифами тощо), за порушення яких можна було потрапити під трибунал. До того ж «вмонтована журналістика» діє виключно на чужій території, щойно театр війни потрапляє на власну – так чи інакше задіюються усі масмедіа.

Найгірші аспекти так званої «військової» журналістики засвідчив наступ військ США, Британії та коаліції на Ірак (що звинувачувався в тероризмі та виробництві «брудної» зброї) 20 березня 2003 р.

Спершу у світових медіа потужно задіювались технології демонізації Саддама Хусейна, з урахуванням нищення курдів, ірано-іракської війни, кувейтської «спецоперації», численних репресій та спроб тотальної криміналізації держави. На іракського диктатора натхненно «вішали» гріхи великих тиранів. Звісно, усе це миттєво фільмувалося (особливо переконливо – в ефірах BBC). Натомість Abu Dhabi й Al Jazeera показували протилежне: зруйновані будівлі й публічні місця, розграбовані музеї. Для коаліційних журналістів все актуальнішою ставала самоцензура й орієнтація на «офіційні» джерела – кому хотілося отримати тавро зрадника. SnoСМІ, покликаючись на Wall Street Journal, повідомляло, що військові не мають права розголошувати свої маршрути, місця дислокації тощо. Пентагон пропонував нову модель взаємодії з масмедіа (яка пізніше стала традиційною): формування груп привілейованих ЗМІ й журналістів, котрим надавалися виняткові права на висвітлення.

Пентагон називав роботу «акредитованих» на війну медійників «новинними серіалами» в режимі реального часу [2, с. 36], що, попри ефективність, виявилися ще й доволі прибутковими: дешеві необроблені репортажі «по вінця» наповнювалися рекламою. На початку «операції» Штаб-квартира Міністерства оборони США уклала контракт з «Рендом Компані» ("Random Company") – корпорацією-фахівцем з інформаційної війни й оперативно (устами нібито об'єктивного незалежного мовника) сформувала в свідомості світової громадськості вигідний образ того, що відбувалося: коаліційні солдати як герої йшли на самопожертву заради людства.

Для «роботи» в Іраку запросили майже 600 (тільки американських) журналістів, що пройшли вишкіл на місцевих військових базах. Поведінка медійників стала строго регламентованою. Окрема «Пам'ятка про порядок погодження сценарію» від 27 січня 20003 р. вимагала надсилати усі мілітарні матеріали на звірку до Атланти – для забезпечення «збалансованості репортажів [1, с. 38]». Проекти «сценаріїв» отримували дозвіл на монтаж та ефір лише після відмітки ROW групи редакторів CNN. Так «прикріплення» й жорстка редакційна цензура створювали можливість комплексного контролю й координації інформаційних потоків. «Неакредитованих» медійників зупиняли на численних блокпостах, влаштовували допити, заарештовували.

Безліч міжнародних медіаорганізацій (серед яких і «Репортери без кордонів») висловлювали протест, однак – безрезультатно. Тотальна пропаганда робила своє...

Так у ході воєнних протистоянь 2003 р. незалежність медіа сходила нанівець: з позиції обмежувача трьох офіційних гілок влади вони опустилися до рівня речників та пропагандистів ідеологій. Паралельно «танула» довіра до й самих ЗМІ та – водночас – міжнародних стандартів. Це був початок великої медійної кризи, яка триває й до сьогодні (особливо – на теренах охопленої війною України).

Так звана «військова» журналістика настільки суперечливе явище, що навіть вчені називають її по-різному: жанром, видом, спеціалізацією тощо. На

наш погляд, така журналістика нічим не відрізняється від загальної й потребує не так особливої підготовки, як виняткового захисту.

Список використаних джерел:

1. Куринкіна Юлія. (2003). Війна в Іраку: боротьба за право володіти інформацією. Медіакритика (Війна в Іраку і медіа): Дайджест електронного журналу. Ч. 3. Львів: ЗУМЦНЖ. С. 38
2. Шпанер Людмила. (2003). Засоби масової інформації у кривавих променях війни. Медіакритика (Війна в Іраку і медіа): Дайджест електронного журналу. Ч. 3. Львів: ЗУМЦНЖ. С. 35