

Značilnosti razvoja britanskega tiska

Začetki tiska v Veliki Britaniji

Začetke britanskega tiska zaznamujejo razni periodično objavljeni almanahi, pamfleti in novičarska pisma (newsletter), katerim je distribucijo omogočila vzpostavitev javne pošte leta 1637. Prvi časopis je bil uradni vladni Oxford Gazette, ki je začel izhajati leta 1665. Na začetku je vlada poskušala obdržati nadzor nad tiskom; leta 1662 je bil sprejet »Licensing act«, ki je določal, da lahko v Britaniji tiska le 20 pooblaščenih tiskarjev, ki jih nadzoruje »Surveyor of the Press«. Vendar že leta 1695 parlament ni hotel več obnoviti tega zakona. V naslednjih tridesetih letih je prišlo do prvega razcveta britanskega tiska. Prvi dnevnik, Daily Courant, se je pojavil leta 1702.

Tisk je bil institucija meščanstva, vzpenjajočega razreda, ki si je najprej pridobil bogastvo in družbeno veljavo z novim načinom poslovanja na liberaliziranem nacionalnem trgu in v prekomorski trgovini, prek tiska pa je začel posegati v politiko. Dnevnik so bili najprej usmerjeni na posredovanje osnovnih informacij, ki so bile pomembne za tržno poslovanje – od zunanje političnih novic do nihanja cen in delnic. Žanr komentarjev se je najprej pojavil v periodičnem tisku. Prvi politično usmerjeni tednik je bil Weekly Review (1704), ki ga je ustanovil Daniel Defoe, znan kot avtor romana Robinson Crusoe, nekaj kasneje pa se je pojavil Examiner (1711), ki ga je vodil Johnatan Swift, avtor Gulliverjevih potovanj. To kaže na tesno povezavo med literaturo in političnim angažmajem, na zvezo med literarno in politično javnostjo. Družbeni in družabni komentar ter poročanje o gledališčih in umetnosti je začel znani Tatler. Sledila mu je cela vrsta periodičnih publikacij, ki so služile različnim interesom in okusom, npr. Genetlmas Magazine, Female Tatler, Town and Country Magazine itd. Že leta 1730 pa se je pojavil Advertiser, ki je bil najprej v celoti posvečen objavljanju oglasov, kasneje pa se je razširil tudi na splošno poročanje. Obseg oglaševanja se je začel širiti že v sredini 18. st., zato uspešen časopis takrat ni bil več za lastnika predvsem prestižno podjetje, temveč mu je prinašal tudi znaten dobiček. Pojavil se je nov tip lastništva. Na začetku so bili lastniki listov često tiskarji, ki so vodili časopis zato, da bi izkoristili kapacitete svoje tiskarne. Z naraščanjem komercialne funkcije tiska pa so lastništvo prevzeli tisti, katerih prva poslovna dejavnost je bila vodenje časopisa. Uveljavil se je tip »lastnika-urednika«, človeka, ki je list hkrati posedoval in urejal. A. J. Lee navaja, da je v prvem obdobju obstajala določena ambivalenca med poslovnimi, političnimi in prestižnimi motivi za posedovanje in vodenje časopisa. (Lee, 1980) Kot bomo pokazali, so kasneje prevladali poslovni interesi.

Da bi omejila to eksplozijo tiska, je vlada v prvi polovici 18. st. uvedla davke na tisk¹ in na oglaševanje. Kljub temu je letna naklada časopisov naraščala: 2,25 milijonov izvodov leta 1711, 7 milijonov leta 1753 in 24,5 milijonov leta 1811. (Williams, 1962) Hkrati je skušala vlada s finančnimi podporami nekaterim listom

* mag. Andrej Škerlep, asistent na katedri za novinarstvo FSPN.

¹ Davek na tisk je bil opredeljen kot »Stamp Duty«; vsak izvod časopisa je moral imeti nalepljeno davčno znamkico.

in s podkupovanjem novinarjev vplivati na politično poročanje. V drugi polovici 18. st. se je položaj tiska okrepil z ustanovitvijo pomembnih časopisov: Mornig Cronicle (1769), Mornig Post (1772) in Times (1785). Leta 1779 se je pojavil Sunday Monitor, prvi nedeljski tednik, leta 1791 mu je sledil Observer. Izboljšava poštne sistema je omogočila, da se je leta 1788 pojavil prvi večernik, Star. Na prelomu stoletja se je tisk finančno in politično toliko okrepil, da je lahko nastopal povsem samostojno, brez občasnih vladnih podkupovanj.

Že v drugi polovici 18. st. se je začela ostra borba za politično neodvisnost časopisov. Wilkes je leta 1762 v prvi številki North Briton-a zapisal: »Svoboda tiska je rojstna pravica vsakega Britanca in upravičeno jo ocenjujejo kot najbolj trdno oporo svoboščin te dežele.« (citirano po Williams, 1962) V 18. st. je potekal boj za to, da bi tisk lahko svobodno poročal o parlamentarnih debatah in jih komentiral – po prvih previdnih začetkih na začetku 18. st. in po ostrih zakonskih protiukrepih parlamenta, ki so to izrecno prepovedali kot »breach of privilege«, si je tisk to pravico postopno izboril šele v drugi polovici 18. st.. Habermas, ki obravnava zgodnji razvoj tiska v Britaniji kot primer nastajanja moderne javnosti, ga interpretira takole: »Stalno komentiranje in stalna kritika ukrepov krone in sklepov parlamenta sta tako prerasla v institucijo in spremenila javno oblast, ki je bila odslej klicana na odgovornost pred forum javnosti.« (Habermas, 1989)

Vzpon papverskega tiska in represivne strategije vlade

Leta 1801 je uvodničar v torijevskem Anti-Jacobin Review zapisal: »Že dolgo smo imeli etabliranje časopisov v tej deželi za nesrečo, ki jo je treba obžalovati. Toda od kar je z večanjem naklad njihov vpliv postal prevladujoč, vidimo v tem pravo katastrofo.« (citirano po Williams, 1962) V nemirnem času po francoski revoluciji se je vlada bala, da se bodo radikalne revolucionarne ideje prek tiska prenesle tudi v Britanijo. Zaradi preproste tehnologije je bilo tedaj mogoče izdajati časopis z relativno nizkimi stroški, zato se je na prelomu stoletja lahko pojavil tudi radikalni tisk, ki je zastopal ideje nastajajočega delavskega gibanja. Williams piše, da je tedaj prišlo do delitve na »respektabilni« in »papverski tisk«. Ker je bil »papverski tisk« napisan v jeziku, ki je bil nižjim slojem razumljiv in ker je izražal njihove interese, se je v prvi polovici 19. st. silno razmahnil. Leta 1816 je bila npr. naklada Cobbetovega radikalnega Twopenny Trash nekajkrat višja od etabliranih in spoštovanih meščanskih časopisov. Leta 1836 je imel npr. levo radikalni Weekly Police Gazette dvakrat večjo naklado kot konzervativni Sunday Times. (Curran, Seaton, 1988)

Vlada je poskušala zajeziiti vpliv politično radikalnega tiska s poostrojitvijo zakonov o »bogokletnem in puntarskem klevetanju« (blasphemous and seditious libels), kar ji je omogočilo inkriminacijo radikalne kritike. Kljub temu pa represivni posegi vlade niso bili posebno uspešni, saj je že Foxov zakon o klevetništvu (1792) prepustil odločitev o krivdi ali nedolžnosti neodvisni poroti, v katero se vlada ni mogla vmešavati. Moč porote je 1843 nadalje okrepil Zakon o klevetništvu lorda Campbella, ki je opredelil, da je javno izražanje resnice v javnem interesu, s čemer je kriterij resničnosti postal legitimna obramba pred obtožbami o puntarskem klevetništvu. Vlada je končno prišla do zaključka, da je pravna inkriminacija radikalnih urednikov in novinarjev kontraproduktivna. Ko so npr. leta 1819 sodili uredniku časopisa The Republican, je njegova naklada narasla za 50%. Leta 1849 je vrhovni javni tožilec izjavil: »Klevetnik si ne želi ničesar bolj kot

pomembne publicitete javnega sojenja na sodišču.« (citirano po Curran, Seaton, 1988)

Druga represivna strategija vlade je bilo močno zvišanje davkov na tisk – v obdobju 1789–1815 so se realno povišali za 266%. Te tako imenovane »taxes on knowledge« so močno zvišale stroške izdajanja časopisov, kar naj bi omejilo lastništvo časopisov samo na premožne predstavnike višjih razredov, ter z dvigom cen preprečilo dostop do časopisov nižjim slojem. V dvajsetih letih 18. st. je to res zmanjšalo število radikalno usmerjenih časopisov, v tridesetih pa se je pojavil »neodvisni ilegalni radikalni tisk«. V obdobju 1830–1836 so npr. samo v Londonu sodno preganjali 1130 odkritih primerov časopisov brez davčne znamkice. Vlada je morala priznati poraz, njen predstavnik pa je v parlamentu izjavil, da »je vlada uporabila vsa zakonska sredstva preganjanja, vendar pa je obstoječi zakon neučinkovit za preprečevanje neobdavčenega tiska«. (citirano po Curran, Seaton, 1988) Zares učinkovito je bilo strateško popuščanje vlade s 75% znižanjem davkov na tisk, kar je povzročilo, da so leta 1837 povsem izginili ilegalni časopisi brez davčnih znamkic, vendar pa se je istočasno povečevalo število legalnih radikalnih časopisov. Zaton radikalnega pauperskega tiska v drugi polovici 19. st. sta povzročila dva dejavnika: propad čartističnega gibanja leta 1848 in, paradoksalno, ukinitve davkov na tisk.

Liberalna teorija tiska

Novo kampanjo za reformo tiska so leta 1848 sprožili liberalni industrialci in njihov whigovski parlamentarni lobi. Zahtevali so liberalizacijo zakonske regulacije tiska s ciljem, da bi ukinili vse davke na tisk. Njihova argumentacija je bila, da svobodno izražanje mnenja v demokraciji ne sme biti cenzurirano, niti obdavčeno. Ukinitve »davkov na vednost« bo pritegnila nove investicije v časopisno in revialno založništvo, kar bo povečalo konkurenco, ta pa bo zvišala kvaliteto tiska in spodbudila tehnološki razvoj. Liberalci so politični radikalizem obravnavali kot problem neizobraženosti nižjih slojev, ki jih je treba razsvetliti. Sklepali so, da bo tisk z reformo prišel v roke odgovornim ljudem meščanskega razreda, ki bodo lahko s svojo izobrazbo in političnim prepričanjem razsvetlili nižje sloje. V tistem času se je razvila tako imenovana »liberalna teorija tiska«. ² Ker še danes nastopa kot nadvse vplivna »teorija« svobode tiska, navajamo na tem mestu nekaj njenih temeljnih postavk. Svoboda tiska je zakoreninjena v svobodi, da lahko vsakdo izdaja časopis, ne da bi bil podrejen državni cenzuri pred objavo. V bistvu »liberalne teorije« je predpostavka, da je svoboda tiska svoboda lastnikov. Lastnik ima pravico upravljati s svojim medijem tako, kot se mu zdi primerno. »Skrita roka« svobodnega trga bo poskrbela, da lastniško zasledovanje lastnih egoističnih interesov služi javnemu dobru. Svoboda objavljanja in tekmovanja na trgu, ki ni omejen z zakonsko regulativo, spodbuja raznovrstnost, odgovornost in javnomnenjsko reprezentativnost tiska. Svobodna konkurenca sama od sebe izrine slabe publikacije in povzdigne dobre. Resnica se lahko pojavi le prek igre svobodnega trga idej. Ker se po načelu svobodnega trga ponudba prilagaja povpraševanju, je

² Ne gre za teorijo v ožjem pomenu besede, saj ni bila nikdar sistematično obdelana, temveč za argumentacijo, ki so jo v parlamentu in časopisnih polemikah razvili liberalci. Povzemam jo po rekonstrukciji J. A. Leeja in J. Currana. Glej Lee, 1980; Curran, 1979; Curran, J., Seaton, 1988. O tem, zakaj so si danes v Veliki Britaniji »liberalno teorijo« tiska prisvojili konzervativci, glej Kean, 1990.

tisk reprezentativen glas ljudstva, ki zrcali široko pahljačo družbenih mnenj in interesov. Po »liberalni teoriji tiska« vzpostavi tržna konkurenca tisk, ki reflektira javno mnenje, kritično nadzoruje vlado in opravlja občo funkcijo družbene kontrole.

Industrializacija tiska

Ko so v obdobju 1853–1869 odpravili vse glavne davke na tisk, se je del napovedi liberalnih reformistov uresničil. Prišlo je do velikega preloma v razvoju britanskega tiska, ki ga zaznamuje hitra industrializacija založništva in širjenje vseh vrst publikacij. Odprava davkov je sprožila nove investicije, te pa so spodbudile tehnološke inovacije – v naslednjih tridesetih letih so uvedli rotacijski tisk, linotype, nove grafične tehnike, za zbiranje novic so začeli uporabljati telegraf, za distribucijo pa železnico. Uvajanje nove tehnologije je imelo za posledico ogromen porast fiksnega kapitala, ki je bil potreben za časopisno založništvo. To je zavrlo dostop na trg vsem tistim, ki so imeli omejena finančna sredstva. Leta 1837 je npr. radikalni Northern Star začel prinašati dobiček pri stroških manj kot 1000 funtov in pri nakladi 6200 izvodov. Leta 1918 so v Sunday Express vložili 2 milijona funtov, ki je pri nakladi 250.000 izvodov pokrtil zagonske stroške in začel prinašati dobiček. (Curran, Seaton, 1988)

Število časopisov, letno kupljenih na prebivalca, je naraslo od 6 izvodov 1850 na 182 izvodov 1920, letna prodaja časopisov pa je narasla od 85 milijonov leta 1851 na 5604 milijonov leta 1920. K temu je prispevala rast pismenosti – narasla je od 69% leta 1850 na 97% leta 1900. Porast fiksnih stroškov izdajanja je deloval kot prednost za tiste, ki so tiskali velike naklade oz. več časopisov v isti tiskarni, ker je bila njihova proizvodna cena na izvod časopisa manjša. Šele pri velikih nakladah je zaradi nove tehnologije in bolj kompleksne organizacije proizvodna cena posameznega izvoda padla. To je sprožilo vertikalno integracijo tiska, kar pomeni, da je imela velika založniška organizacija svojo papirnico, tiskarno in več časopisov in revij. Začenja se moderno obdobje tako imenovanega »verižnega lastništva« časopisov in revij. Ker so imele velike založniške organizacije manjše proizvodne stroške na izvod časopisa, so lahko bodisi zmanjšale prodajno ceno, bodisi povečale dobiček ter ga vložile v nadaljnje širjenje in dviganje kvalitete, kar je še bolj povečalo njihovo prednost pred manjšimi založniškimi hišami. Pavperski tisk, ki so ga vodili ljudje s političnimi motivi in skromnimi sredstvi, v procesu industrializacije ni mogel vzdržati konkurence velikih založniških hiš, ki so se z založništvom ukvarjale v prvi vrsti iz poslovnih razlogov.

Industrializacija tiska je povzročila spremembo tipa lastništva. V zgodnjem obdobju je prevladovalo individualno oz. družinsko lastništvo časopisov ali poslovno partnerstvo. Po zakonski reformi v petdesetih letih pa se je začel uveljavljati model delniške družbe (joint stock company), ki je omogočil pridobitev potrebne kapitala za tehnično posodabljanje in širitev poslovanja. Čeprav je model družinskega podjetja nudil popoln nadzor nad časopisom, se je mnogo starejših družinskih podjetij zaradi konkurenčnega boja za naklade, ki je potekal z nižanjem cen, spremenilo v drugi polovici 19. st. v delniške družbe. V 20. st. je postal model delniške družbe dominanten, vendar se je individualno oz. družinsko lastništvo obdržalo v formi delniških družb, v katerih ima posameznik (oz. člani rodbine) kontrolni delež delnic. V obdobju industrializacije so postali »mainstream« komercialni časopisi dobičkonosnejši, zato so začeli vanje investirati industrijalci in ban-

kirji, za katere je bilo založništvo sekundarna poslovna dejavnost. Tako nastali tisk je minimaliziral socialne razlike in konflikte ter slikal družbo kot idealizirano skupnost industrialcev in delavcev. Curran to imenuje »konsenzualno novinarstvo«, ki gradi družbeni konsenz vseh razredov in ustvarja pozitivno identifikacijo bralcev z družbenim redom. Hkrati se je v drugi polovici 19. st. večina časopisov strankarsko opredelila. V obdobju od reforme v petdesetih letih do leta 1890 je po številu časopisov najprej vodil liberalni tisk pred konzervativnim, še posebno v provinciah, nato se je tisk nagnil na stran konzervativcev, nazadnje pa je izgubil neposredno vez s strankarsko politiko. Kot dokazuje Lee, je strankarski tisk igral pomembno vlogo v transformaciji aristokratskih frakcij v parlamentu v stranke kot moderne množične organizacije. Opredelitev med liberalno in konzervativno stranko pa ni bila v nasprotju z »konsenzualnim novinarstvom«, saj je šlo za dve politični usmeritvi v okviru istega temeljnega konsenza. Indikativno je, da so se laburistični dnevnikarji pojavili šele leta 1912 (Daily Citizen, Daily Herald), vendar niso nikoli uspeli utrditi svojega položaja.

Moč oglaševanja

Ker je reforma tiska v petdesetih letih ukinila tudi davke na oglaševanje, je sledila nagla rast oglaševanja. Zaradi povečanih potreb za kapitalom in konkurenčnega nižanja prodajnih cen so časopisi postali odvisni od oglaševanja kot finančnega vira. Curran dokazuje, da se je oglaševanje pojavilo kot bistven faktor v transformaciji britanskega tiska. (Curran, 1981) Kapital od oglaševanja namreč ni bil porazdeljen vsem časopisom enako. Oglaševalci so bili industrijalci, ki so ostro nasprotovali radikalnim političnim prepričanjem, zato so oglaševali le v časopisih, ki so zastopali konzervativna ali liberalna politična stališča. V drugi polovici 19. st. je prevladoval predsodek, da nižji sloji nimajo denarja, da bi reklamirane izdelke kupovali, zato so oglaševali v časopisih s premožno publiko. Če je hotel radikalni tisk pritegniti oglaševalce, je moral omiliti svoja radikalna politična stališča in pritegniti premožnejšo publiko. Primer takšnega »komercialnega oportunizma« je tednik Reynolds News, ki je bil v prvi polovici 19. st. ekstremno radikalen, kasneje pa je izgubil svojo kritično ost in se je začel naslanjati na kombinacijo publike tako delavskega kot srednjega razreda, svoja stališča pa je prilagodil liberalni in individualistični meščanski kritiki. Druga možnost preživetja radikalnih časopisov je bila, da so se omejili na zelo majhno publiko, na delavski geto, ter tako obdržali izgube na tako nizki ravni, da so jih lahko pokrivali z donacijami premožnejših istomišljenikov. Tretja možnost pa je bila podreitev institucionaliziranemu političnemu patronatu. Delavski Daily Herald je imel velikanske izgube, kljub temu, da je imel naklado 250.000 in je lahko preživel le tako, da ga je leta 1922 prevzela laburistična stranka kot svoj uradni strankarski časopis. Če časopis ni imel zadosti virov od oglaševanja, je večanje naklade hkrati pomenilo večanje izgube. (Curran, Seaton, 1988)

Med starim in novim novinarstvom

Reforma pravne regulacije tiska v petdesetih letih 19. st. je izboljšala pogoje respektabilnega tiska, ki je doživel nov vzpon. The Times, ki mu je naklada poskočila od 7000 izvodov v letu 1820 na 60.000 leta 1860, je z uvajanjem tehnolo-

skih inovacij in z dviganjem kvalitete novinarstva utrdil svoj položaj in postal osrednje glasilo konzervativno naravnane srednjega razreda. Uredniški format Timesa, ki je kot najuglednejši londonski dnevnik dajal ton tudi drugim, je bil v sredini 19. st. za današnja pojmovanja zelo okoren. Temeljlil je na dolgih uvodnih, »intelektualistično-tutorskih« komentarjih, obširnem povzemanju političnih govorov ter na borznih in drugih poslovnih informacijah. Njegovo občinstvo je ostalo omejeno na višji srednji razred nenazadnje tudi zato, ker je bila njegova cena 5 penijev.

Industrializacija tiska v petdesetih letih je omogočila nov fenomen – poceni časopise. Leta 1855 je začel izhajati Daily Telegraph, katerega cena je bila samo 1 peni. Spremenil je tradicionalni uredniški format: omejil je uvodnike in komentarje, uvedel krajše, udarne novice in vznemirljive naslove, kot prvi dnevnik je začel objavljati ilustracije, mnogo več prostora pa je namenil poročanju o kriminalu in škandalih ter tako imenovanim »human interest stories«. S takšnim »bolj berljivim« pristopom je ustvaril novo publiko, ki prej ni brala časopisov. Hitro je dosegel rekordno naklado, ki se je povzpela od 140.000 leta 1860 na 300.000 leta 1890. Drugi časopisi, posebno tedniki, tako imenovani »halfpenny papers«, pa niso bili samo poceni, temveč tudi ceneni. Še bolj so poudarili senzacionalistično komponento »novega novinarstva« in mu dodali novo, bolj privlačno tipografijo in grafično obdelavo. Tako je nekdanjo delitev na respektabilni meščanski in radikalni pavperski tisk nadomestila nova delitev, ki se je v 20. st. še poglobila – delitev na »quality press«, ki goji visokokvalitetno novinarstvo namenjeno eliti, ter »popular press«, ki najširšim množicam posreduje vsakovrstne senzacionalistične trivijalnosti. Kot se je 1887 ironično izrazil eden tedaj najbolj uglednih kulturnih kritikov, Matthew Arnold: »Novi žurnalizem ima mnogo takega kar ga priporoča; je poln sposobnosti, novosti, raznolikosti, senzacij, simpatij, velikodušnih instinktov; njegova velika napaka pa je, da ima pernate možgane (it is feather-brained). Stresa drzne trditve, ker želi, da bi bile resnične; če se izkaže, da so lažne, ne popravlja niti njih niti sebe; in zdi se, da ne čuti nobene potrebe, da bi se prebil do dejanskega stanja stvari.« (citirano po Lee, 1980)

Obdobje baronov tiska

Od začetka 20. st. do druge svetovne vojne se je okrepilo nekaj tradicionalnih lastnosti britanskega tiska: 1. verižno lastništvo; 2. trg, ki se neprestano širi; 3. tendenca, da nekateri časopisi postanejo na trgu dominantni. Med vojnoma so stroški izdajanja tako narasli, da se ni pojavil niti en novi osrednji nacionalni dnevnik ali tednik. Zgoraj zarisana ekonomska logika, po kateri dodatni dobiček velikim založnikom omogoča nadaljnjo krepitev njihove pozicije na trgu, je povzročila, da so se v obdobju od začetka 20. st. do druge svetovne vojne pojavili takoimenovani baroni tiska, ki so ustvarili moderen množični tisk z milijonskimi nakladami. Najbolj znani so bili bratje Harmsworth, ki so leta 1921 skupno obvladovali dnevno naklado 6 milijonov izvodov: Lord Northcliffe je posedoval The Times, Daily Mail, Weekly Dispatch in London Evening News; njegov brat Lord Rothermere je nadziral Daily Mirror, Sunday Pictorial, Daily Record, Glasgow Evening News in Sunday Mail; njun brat Sir Lester Harmsworth pa je posedoval verigo lokalnih časopisov v južni Angliji; skupaj so posedovali še založniško družbo Amalgamated Press, ki je izdajal celo vrsto revij. Njihov največji tekmeč, Lord Beaverbrook, je imel samo 4 časopise, vendar so imeli ti leta 1937 skupno dnevno

naklado 4,1 milijona izvodov. (Curran, Seaton 1988) Baroni so upravljali s svojimi časopisi povsem avtokratsko in so v njih videli podaljšek svojih političnih stališč. Sicer nobeden ni bil »lastnik-urednik«, vendar so svojim najljubšim časopisom narekovali uredniško politiko do najmanjših detajlov, tja do grafične ureditve vremenskega poročila. Do svojih uslužbencev so bili kruti in so jih odpuščali brez posebnega vzroka. Uredniki in novinarji so izgubili vso svobodo in so se morali slepo podrežati njihovemu diktatu.

V začetku stoletja so imele razne politične asociacije odločilne lastniške deleže časopisov, kar jim je omogočalo, da so vplivale na uredniško politiko. Ker so bili baroni zaradi svoje uspešnosti finančno neodvisni, so v svojih časopisih strankarsko propagando nadomestili z lastnimi konzervativnimi političnimi prepričanji. Prek svojih časopisov so se vtikali v politiko neposredno, brez povezave s strankami. Laburiste, ki so bili vladna stranka že leta 1924, so slikali kot podaljšano roko Moskve, sindikate pa kot uničevalce angleške družbe. Na drugi strani pa je Rothermere leta 1934 sprožil kampanjo v podporo britanskim fašistom. Pred drugo vojno so časopisi Northcliffa in Rothermera širili ekstremni antisemitizem in opravičevali Hitlerjev genocid nad Židi.

Zaradi ostre konkurence so bili baroni pod ekonomskim pritiskom višanja naklad. Zato so začeli privabljati bralce z loterijami, kar je zvečalo konkurenco in povišalo stroške izdajanja. V tridesetih letih se je začelo tržno raziskovanje – raziskovanje strukture in preferenc občinstva. Pokazalo se je, da največ ljudi bere zgodbe o nesrečah, zločinah, ločitvah in »human interest stories«. Na drugi strani pa so ugotovili, da imajo novice o javnih zadevah (public affairs news) podpovprečno malo bralcev. Pritisk za večanje naklad je tako pripeljal do radikalnega zmanjševanja resnih političnih in gospodarskih novic ter komentarjev. Leta 1936 je šest od sedmih časopisov posvečalo več pozornosti športu in »human interest stories« kot pa javnim zadevam. Daily Mail je npr. v letih 1927–1937 povečal pokrivanje športa s 27% na 36% celotne vsebine in znižal domače politične in ekonomske novice od 10% na 6% celotne vsebine! (Curran, Seaton, 1988) Posebno pomembno je, da so zaradi velikih investicij in finančnega tveganja tržne in reklamne agencije, ki raziskujejo interese in okuse ciljnega občinstva, v tem obdobju začele igrati ključno vlogo pri določanju uredniškega formata osrednjih časopisov.

Tisk v obdobju industrijskih konglomeratov

V povojnem obdobju je na britanski tisk močno vplival razcvet novih elektronskih medijev, predvsem televizije. V tem času so podoba britanskega tiska preoblikovali pospešeni cikli rasti in krize, v katerih so se veliki dobički menjavali z velikimi izgubami, kar je povzročilo menjanje lastnikov in izginotje mnogih časopisov. Kot navaja Williams, so se britanski mediji po vojni pod vplivom trga razvili tako, da ponujajo vsebine za vse družbene sloje, ravni izobrazbe, interese in okuse. Na področju tiska se je raznovrstnost razmahnila predvsem v revijalnem tisku. Drugačnja slika se pokaže, če pogledamo tradicionalno osrednji del tiska: dnevnik in tednik. Tu je prišlo do katastrofalnega poglobljanja razlik med kvalitetnim in popularnim tiskom, »sredinski tisk« pa je praktično izginil. Popularni dnevnik in tednik so se spremenili v ekstremno trivialne tabloide, v katerih dominirajo kriminal, škandali, družabno obrekovanje javnih osebnosti (npr. dvora in pop zvezdnikov), vsak dan obvezne »gole prsi« in senzacionalistično obravnavana politika,

večinoma konzervativne usmeritve. Williams razliko med popularnim in kvalitetnim tiskom opredeljuje takole: »Izgleda, da se formule vsebine in prezentacije utrjujejo: množice – kriminal, seks, šport, osebnosti, zabava, slike; elita – tradicionalna politika, tradicionalna umetnost, poročila o družbenih trendih.« (Williams, 1976) Tunstall pa opisuje spremembe takole: »Televizija je postala veliki zabavljač in oskrbovalec (skupaj z radiom) živih povzetkov novic. Resni časopisi so se razvili; popularni časopisi so postali tabloidni dodatki televiziji, saj njihovo jedro vse bolj tvorijo objave TV programov in z njimi povezanih člankov.« (Tunstall, 1983) Tisto, kar zares preseneča, je kontrast med višino naklad trivialnega popularnega tiska in nizkostjo naklad kvalitetnih časopisov.³ Na ključno vprašanje, zakaj toliko ljudi bere tabloide, je najbolj prepričljivo odgovoril C. Sparks z naslednjo hipotezo: na eni strani danes radio in TV posredujeta najširšemu občinstvu temeljne informacije in komentirata aktualne teme; na drugi strani se je v stabilni britanski demokraciji najširša javnost depolitizirala; sfere politike, ekonomije in elitne kulture so preveč oddaljene od vsakdanjega življenja večine prebivalstva, da bi sledili podrobnim informacijam v kvalitetnem tisku; za »plave ovratnike« so informacije, ki jih ponuja kvalitetni tisk, v vsakdanjem življenju praktično neuporabne, zato v tisku iščejo predvsem zabavne vsebine o stvareh, ki jim napolnjujejo domišljijo. (Sparks, 1988)⁴

Kvaliteten tisk, ki ima nizke naklade, a elitno publiko, se financira predvsem iz oglasov, katerih cena je nekajkrat višja kot v popularnem tisku. Prihodki od prodane naklade pa so glavni finančni vir popularnega tiska. Radikalni delavski časopisi so propadli zato, ker niso imeli niti dovolj velikih naklad niti premožne publike, ki bi pritegnila dovolj oglaševalcev. To najlepše ilustrira usoda Daily Heralda. Leta 1912 je nastal kot laburistično usmerjeni časopis, ki se zaradi pomanjkanja oglaševanja kljub veliki nakladi ni mogel obdržati, zato ga je 1922 kot svoje strankarsko glasilo prevzela laburistična stranka. Ker tudi ta ni mogla pokrivati velikih izgub, je leta 1929 korporacija Odhams odkupila 51% njegovih delnic, vložila 3 milijone funtov v njegovo preoblikovanje in novo promocijo, ter v treh letih dvignila naklado s 300.000 na 2 milijona izvodov. Vendar je po vojni kljub nakladi 1,2 milijona izvodov, ki je bila petkrat višja od takratne naklade Timesa, spet zašel v finančno krizo, ker zaradi svoje laburistične usmeritve ni imel dovolj oglasov. Leta 1964 je kontrolni delež delnic kupila International Publishing Co., spremenila ime v The Sun, ter poskušala razširiti občinstvo še na radikalno usmerjeni srednji razred. Ker to ni uspelo, ga je leta 1969 prodala avstralskemu medijskemu magnatu Rupertu Murdochu, ki ga je v nekaj letih spremenil v izjemno dobičkonosen tabloid z najvišjo naklado v Veliki Britaniji. Tržna logika je nekdanji laburistični Daily Herald spremenila v popularni The Sun, ki med golimi prsmi in škandali prodaja konzervativno politiko Margaret Thatcher.

³ Naklade v letu 1985 (v oklepaju je naveden lastnik): *Popularni dnevniki*: Sun (Murdoch) 4.1 milijona, Daily Mirror (Maxwell) 3 m., Daily Express (Stevens) 1.9 m., Daily Mail (Associated Newspapers) 1.8 m., Daily Star (Stevens) 1.4 m. *Kvalitetni dnevniki*: Daily Telegraph (Black) 1.2 m., Guardian (Guardian Newspapers) 487.000, Times (Murdoch) 478.000, Financial Times (Pearson) 234.000.

Popularni tedniki: News of the World (Murdoch) 5.1 m., Sunday Mirror (Maxwell) 3 m., Sunday people (Maxwell) 2.9 m., Sunday Express (Stevens) 2.4 m., Mail on Sunday (Associated Newspapers) 1.6 m.

Kvalitetni tedniki: Sunday Times (Murdoch) 1.2 m., Sunday Telegraph (Black) 736.000, Observer (Rowland).

Povzeto po Time, Stop Press! Revolution on the Fleet Street (cover story), March 17, 1986.

⁴ Treba je dodati, da se je v zadnjih tridesetih letih prepad med nakladami popularnega in kvalitetnega tiska nekoliko zmanjšal: popularni časopisi so svoj vrh dosegli v petdesetih letih, ko je naklada Daily Mirror-ja presežala 5 milijonov; upad naklade popularnega tiska pripisujejo razvoju TV. Na drugi strani se je kvalitetnemu tisku naklada nekoliko zvišala, kar pojasnjujejo s procentualnim širjenjem »belih ovratnikov«. Glej Tunstall, 1983; Sparks 1987.

Tunstall pravi, da je edino revolucijo v povojnem britanskem tisku napravil Rupert Murdoch. Poseduje tabloid Sun, popularni dnevnik z najvišjo naklado, tabloid News of the World, popularni tednik z najvišjo naklado, Sunday Times, kvalitetni tednik z najvišjo naklado in prestižni Times. Poleg tega vodi satelitski Sky Channel (4 kanali), ki se je v oktobru 1990 sicer združil s konkurenčnim konzorcijem British Satellite Broadcasting, vendar je Murdoch obdržal kontrolni delež. V Avstraliji kontrolira 60% tiska, v ZDA pa nadzira holywoodski Twentieth Century Fox, ki se ob filmski produkciji poskuša uveljaviti še kot četrti TV mreža; v ZDA poseduje tudi Triangle Publications, ki med drugim izdaja TV Guide, najpopularnejši TV tednik z naklado 17 milijonov, ter založniško hišo Harper/Collins. Tu je naštetih le nekaj najbolj znanih delov Murdochovega medijskega imperija, ki je po najnovejših podatkih vreden 20,5 milijarde dolarjev, pri čemer ima 8.2 milijarde dolarjev bančnega dolga! Njegov dolg je zaradi recesije v zadnjih mesecih sicer postal kritičen, vendar borzni analitiki napovedujejo, da se bo z reorganizacijo izlekel. (Newsweek, 1990)

Rupert Murdoch sodi med najmočnejše akterje na britanskem, avstralskem in severnoameriškem medijskem trgu. Njegov medijski imperij je tipičen primer procesa transnacionalizacije oz. globalizacije medijskih korporacij. Drug proces, ki se po vojni odvija na britanskem in svetovnem medijskem trgu, je močna koncentracija lastništva medijev. Leta 1987 so v Veliki Britaniji trije največji medijski lastniki – Murdoch, Maxwell in Stevens – nadzorovali 73% naklade dnevnega časopisja in 82% naklade tednikov v Veliki Britaniji. Koncentracija lastništva pa ne poteka samo na področju tiska – v sredini osemdesetih let je v Britaniji pet največjih korporacij nadzorovalo 40% prodaje knjig, 45% komercialnih TV programov ter 2/3 prodaje plošč in videokaset. (Curran, Seaton, 1988) Koncentracija lastništva je rezultat prisvajanja manjših podjetij s strani večjih korporacij (acquisition) oz. združevanja korporacij (merger). S transnacionalizacijo in koncentracijo lastništva je povezan še tretji proces, ki ga imenujejo proces konglomeracije korporacij, ki medije posedujejo. Po vojni je prevladala doktrina, da je najboljša strategija za zmanjšanje poslovnega tveganja pri vodenju korporacij ta, da korporacije »diverzificirajo« svoje investicije v povsem različne industrijske panoge in finančne naložbe. V obdobju med 1969 in 1986 je v Veliki Britaniji 9 multinacionalnih kompanij kupilo prek 200 časopisov in revij. En del teh korporacij je bil usmerjen predvsem na aktivnosti izven medijev, njihovi posegi na področje medijev pa so bili v nekaterih primerih prestižnega značaja. Z lastništvom prestižnih medijev, ki so sicer ustvarjali izgubo, so si ustvarile javni imidž – Lord Thomson je npr. v času svojega lastništva dnevnika Times izgubil 8 milijonov funtov. Javni imidž pa ima danes zelo veliko poslovno vrednost, tako da korporacijam pokrivanje izgub medijev prinaša poslovno korist. Tiste korporacije, ki so usmerjene predvsem na medijski trg, npr. Murdoch in Maxwell, pa so se diverzificirale tudi v druge, ne-medijske aktivnosti, npr. v industrijo plina, inženiring, transport in bančništvo. V Britaniji sta trenutno samo dva osrednja dnevnika – Guardian in Independent – ki ju ne vodijo korporacije, katerih dejavnosti so usmerjene tudi na ne-medijske trge.

Koncentracija lastništva ter transnacionalizacija in konglomeracija korporacij, ki medije posedujejo, so sicer posledice običajnih ekonomskih trendov, vendar pa je področje medijev mnogo bolj občutljivo od drugih industrij, saj ima bistvene politične in kulturne implikacije. Britanski komunikolog Graham Murdock je dokazal zmotnost tistih teorij, ki sklepajo, da velikih korporacij zaradi razpršitve lastništva med tisoče delničarjev ne vodijo več lastniki, temveč neodvisni menedžerji, katerih prvi cilj je kompetentno vodenje. V večini medijskih korporacij ima

nekdo kontrolni delež, kar mu omogoča, da prek sveta direktorjev korporacije določa strateške usmeritve ter postavlja takšne vodilne menedžerje in glavne urednike, ki te usmeritve izvajajo. Številne zgodbe o avtokratskem načinu vodenja medijskih mogotcev Ruperta Murdocha in Roberta Maxwella to nazorno dokazujejo. Verodostojnosti tiska škodujejo predvsem tisti primeri, ko vodstvo korporativnega konglomerata prepreči svojemu časopisu kritično poročanje o zadevah, ki se neposredno ali posredno dotikajo korporativnih interesov (Murdock, 1982, 1990; Curran, Seaton 1988). Obstajajo pa tudi nasprotni primeri. Harold Evans, nekdanji glavni urednik uglednega tednika Sunday Times ter kasneje dnevnika Times, v izvrstni knjigi »Good Times, Bad Times« opisuje, kako se Lord Thomson, lastnik teh dveh časopisov v šestdesetih in sedemdesetih letih, ni nikdar vtikal v uredniško politiko. Lastnik Thomson ni popustil npr. niti pred pritiski vlade, ko je urednik Evans v Sunday Timesu s timom raziskovalnih novinarjev odkril in v nadaljevanjih objavljaj resnico o ruskem agentu Kim Philbyju v vrhu britanske obveščevalne službe. Vendar pa Evans opisuje tudi to, da je Rupert Murdoch, ki je Times in Sunday Times kupil leta 1982, prelomil pogodbo o neodvisnosti urednikov, ki mu je omogočila, da je ta dva časopisa sploh lahko kupil, ter da je nazadnje zamenjal vse pomembne urednike in uredniško politiko povsem podredil svojemu diktatu. Evansova knjiga kaže, da je usoda časopisov v okovih korporativnega lastništva ambivalentna – na eni strani imajo lahko povsem neodvisno uredniško politiko, ki prakticira kvalitetno raziskovalno novinarstvo ter se pri tem spopada s političnimi in korporativnimi interesi, na drugi strani pa so lahko podrejeni diktatu interesov korporacije, katere del so.

Britanski parlament je po vojni oblikoval tri »Kraljeve komisije za tisk«, ki so raziskale probleme tiska. Curran je z podrobno analizo pokazal na notranja protislovja v zaključnih poročilih teh treh komisij. Že v poročilu prve komisije iz leta 1949 piše: na področju tiska je »monopolist s svojo selekcijo novic, z načinom poročanja in s svojim komentiranjem javnih zadev v poziciji, da določa, kaj bodo ljudje brali o dogodkih in temah dneva, s tem pa izvaja močan vpliv na njihovo mnenje.« (citirano po Curran, 1979) Kljub temu, da so se člani teh komisij zavedali problema monopolov, pa parlamentu niso predlagali učinkovitih ukrepov za njihovo odpravo. Curran je izpostavil, da so te komisije izhajale iz načel »liberalne teorije«, ki trdi, da nevidna roka svobodnega trga zagotavlja raznolikost in javnomnenjsko reprezentativnost tiska. Vendar je, kot navaja Curran, imela v volilnem letu 1983 konzervativna stranka podporo 74% tiska, na volitvah pa je dobila samo 43% glasov, kar kaže, da danes britanski tisk v političnem pogledu ne reprezentira proporcionalno mnenj in stališč britanske javnosti. (Curran, Seaton, 1988) Ta podatek kaže tudi to, da danes v Britaniji bralci ne kupujejo časopisov zaradi njihove politične usmeritve. Vendar se zdijo vzroki, zakaj so Kraljeve komisije, ki so vključevale tudi laburiste, zamižale pred konsekvencami monopolnega lastništva, jasni. Britanski tisk je postal tako velika industrija, da jo v sedanjih družbenoekonomskih pogojih lahko vodijo le še korporacije, saj nihče drug, niti država, nima dovolj kapitala. Zato so Kraljeve komisije raje zašle v protislovja, kot da bi s predlogom učinkovitih zakonov, ki bi prepovedovali monopolno lastništvo, porušile sedanjo ekonomsko strukturo britanskega tiska, ki ima dolgo historično genezo. Zaradi koncentracije lastništva bi v sedanjem trenutku uvedba učinkovite protimonopolne zakonodaje povzročila veliko razprodajo britanskega tiska in vprašanje je, koliko časopisov bi se obdržalo. Na drugi strani pa so politične in kulturne konsekvence sedanje strukture britanskega tiska povsem evidentne, in Curran upravičeno trdi, da britanski tisk doživlja vse večjo krizo legitimnosti.

Pozornost britanske politične in strokovne javnosti je trenutno usmerjena predvsem na zakonsko regulacijo TV. BBC je javna institucija, ki se financira iz naročnine, zato morajo biti njeni programi politično nepristranski in javnomnenjsko reprezentativni. Sedanja konzervativna politika M. Thatcher pa poskuša z deregulacijo komercialne TV, katera je bila do oktobra 1990 omejena na 2 kanala, ki ju je strogo nadzirala Independent Broadcasting Authority, razširiti komercialno TV in zmanjšati vpliv na neodvisnost BBC-ja. Zato se polemike okrog zakonske regulacije medijev sučejo predvsem okrog TV.⁵ A to je že druga zgodba. Pregled razvoja britanskega tiska je pomemben zato, ker najbolj jasno kaže logiko razvoja medijev na tržnih principih, ter izpostavlja današnjo neadekvatnost »liberalne teorije tiska«, ki jo nekateri prostodušno zastopajo tudi v sedanjih polemikah okrog reorganizacije slovenskih medijev.

LITERATURA:

- Curran, J., *Capitalism and Control of the Press 1800–1975*, v: *Mass Communication and Society*, ur. Curran, J., et al., London 1975
- Curran, J., *Press Freedom as Property Right: the Crisis of Press Legitimacy*, v: *Media, Culture and Society*, January 1979
- Curran, J., *The Impact of Advertising on the British Mass Media*, v: *Media, Culture and Society*, January 1981
- Curran, J., *Communications, power and social order*, v: *Culture, Society and the Media*, ur. Gurevitch, M., et al., London 1982
- Curran, J., *Culturalist Perspectives of News Organizations: A Reappraisal and a Case Study*, v: *Public Communication: The New Imperatives*, ur. Ferguson, M., London 1990
- Curran, J., Seaton, J., *Power without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*, London 1988
- Evans, H., *Good Times, Bad Times*, London 1984
- Garnham, N., *Capitalism and Communication: Global Culture and Economics of Information*, London 1990
- Habermas, J., *Strukturne spremembe javnosti*, Ljubljana 1989
- Kean, J., *Svoboda tiska v devetdesetih*, v: *Teorija in praksa*, št. 5, 1990
- Lee, J. A., *The Origins of the Popular Press: 1855–1914*, London 1980
- Murdoch, G., *Large Corporations and the Control of the Communication Industries*, v: *Culture, Society and the Media*, ur. Gurevitch, M., et al., London 1982
- Murdoch, G., *Redrawing the Map of the Communication Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatization*, v: *Public Communication: The New Imperatives*, ur. Ferguson, M., London 1990
- Newsweek, Robert Maxwell: *A Raider on the Prowl* (cover story), November 30, 1987
- Newsweek, *Murdoch feels the squeeze*, October 29, 1990
- O'Malley, P., *The Invisible Censor: Civil Law and the State delegation of Press Control 1890–1952*, *Media, Culture and Society*, October 1982
- Robertson, G., Nicol, A., *Media Law*, London 1985
- Sparks, C., *The Working Class Press: Radical and Revolutionary Alternatives*, v: *Media, Culture and Society*, April 1985
- Sparks, C., *The Readership of the British Quality Press*, v: *Media, Culture and Society*, October 1987
- Sparks, C., *The Popular Press and Democracy*, v: *Media, Culture and Society*, April 1988
- Samuelson, P. A., Nordhaus, W., *Economics* (Twelfth Edition), New York 1985
- Time, *Stop Press! Revolution on the Fleet Street* (cover story), March 17, 1986
- Tunstall, J., *The Media in Britain*, London 1983
- Williams, R., *The Long Revolution*, Harmondsworth 1962
- Williams, R., *Communications*, Harmondsworth 1976

⁵ Glej Kean, 1990.