

БРИТАНСКИЙ КОНСЕРВАТИЗМ И БРИТАНСКИЙ РАДИКАЛИЗМ: ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА ПЕЧАТИ КАК ОТРАЖЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ БРИТАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Средства массовой информации (СМИ) традиционно накладывают серьезный отпечаток на все сферы жизни общества. Развитые в политическом, экономическом, социальном отношении страны сегодня, как правило, имеют и широко разветвленную сеть СМИ. Охватывая самые различные темы, они не только информируют людей, но и создают общественное мнение по тем или иным важнейшим вопросам.

На фоне других средств информирования (радио, телевидение) печать не утратила своего политического влияния на различные слои населения, не снизились и свои тиражи. Во многих европейских странах – Франции, Италии, Германии и других каждый день выходят сотни названий газет. Не составляет исключение и Великобритания. Интерес британцев к своей печати, можно сказать, традиционен, он во многом сформировался под воздействием того исключительного положения, которое занимало это государство на протяжении столетий. Журналист и исследователь английской прессы Ф. Уильямс свыше сорока лет назад подчеркивал, что «никакой народ на земле не является столь ревностным читателем газет, как британский»¹. Это суждение вряд ли кто будет оспаривать сегодня, с учетом того, что по тиражам многих столичных изданий (ежедневно печатающихся в миллионах экземпляров) Британия занимает ведущее место в мире.

Закономерно, что вопросы, связанные с темой СМИ, традиционно находятся в центре внимания политических институтов страны: они присутствуют в официальных документах, принимаемых на заседаниях Британского парламента, в материалах Королевских комиссий по прессе, трижды собиравшейся по этому поводу после; второй мировой войны, в резолюциях съездов, конференций политических партий и организаций.

Обобщая содержание различных документов, следует отметить два принципиальных момента. С одной стороны, речь в них всякий раз идет об идейно-политической ориентации британских средств информации и, в частности, прессы, а с другой, сама идейная позиция изданий всякий раз соотносится, а чаще всего ставится в зависимость от их экономического положения.

Оба затронутых момента, тесно увязанные друг с другом, в совокупности дают ключ к пониманию исторических особенностей развития и современного положения британской печати. На это же указывают и видные западные исследователи журналистики. Так, британский историк О.Бойд-Барретт пишет, что идейно-тематическое своеобразие средств информации может быть по-настоящему понято лишь с учетом экономической структуры, в рамках которой они существуют².

¹ Williams F. *Dangerous Estate: The Anatomy of Newspapers*. L.: Longmans Green and Co, 1957. P. 1

² Boyd-Barret O. *The Political Economy Approach* (in) Boyd-Barret O. and Newbold C. (ed.) *Approaches to Media*. L.: Arnold, 1995. P. 188-189

Это положение не бесспорно: как показывает современная практика в нашем государстве, СМИ, работающие примерно в одинаковых экономических условиях, выражают различные, порою даже полярные, политические взгляды. Вместе с тем, если рассматривать сами условия не в широком социальном смысле, а применительно к деятельности отдельных организаций или общественных групп, то, очевидно, что они более целенаправленно воздействуют на средства информации и определяют им свои «правила игры». Не случайно в целом ряде работ по масс-медиа вопрос ставится так: содержание британских СМИ находится в полном соответствии с политико-экономической ориентацией тех организаций, которые их выпускают³.

Предваряя тему этих взаимоотношений, следует отметить, что идейно-содержательный уровень современной британской печати вряд ли можно осмыслить без учета исторического опыта. Применительно к английской действительности он имеет особую ценность в виду эволюционного, без каких-либо революционных катаклизмов, развития этой страны уже на протяжении трехсот с лишним лет. Осмысление долгого эволюционного пути, пройденного ее прессой, дает ключ к пониманию политической экономики национальных СМИ – основы их функционирования.

Политическая экономика традиционно рассматривается многими британскими историками и теоретиками журналистики главным образом применительно к формам собственности и контроля в средствах информации⁴. На наш взгляд, данный термин вбирает в себя не только чисто линейные взаимоотношения между владельцами СМИ и их собственностью в информационной сфере (которые строятся по известному принципу «кто платит, тот и заказывает музыку»). Применительно к британскому обществу, длительное время развивавшемуся по пути либеральной ориентации, политическая экономика прессы наполняется более объемным содержанием. Это происходит прежде всего по причине многолетнего и равного развития всех ветвей власти, накладывающих отпечаток на положение СМИ.

В отличие от «чистой» экономики, которая в общественном сознании воспринимается как отдельная наука, изучающая, в частности, специфическую сторону производственных отношений в определенной области или сфере общественного производства и обмена, под политической экономикой можно понимать общественные или социальные отношения, и в частности отношения в сфере власти, влияющие на развитие производства, распределение и потребление всех ресурсов, включая коммуникационные⁵. Таким образом, политическая экономика – это самостоятельная область знаний, которая акцентирует внимание не только на вопросах собственности и контроля в той

³ Curran J., Gurevitch M., Woollacott J. The Study of the Media: Theoretical Approaches (in) Gurevitch M., Bennett T. et al. (ed.) Culture, Society, and the Media. L.: 1992. P. 18

⁴ Smith A. The British Press Since the War. L.: Vancouver: David and Charles, 1974; Harrison S. Poor Men's Guardians. L.: Lawrence and Wishart, 1974; Baistow T. Fourth-Rate Estate. L.: Comedia, 1985; Edward R. Good-bye Fleet Street. L.: Cape, 1988; McNair S. News and Journalism in the UK. L.: Routledge, 1993

⁵ Цит. по: Boyd-Barret O. The Political Economy Approach (in) Boyd-Barret O., Newbold C. Approaches to Media. L.-N.Y.: Arnold, 1995. P. 186

или иной области деятельности, но и определяет их в соответствии с уровнем идейной ориентации бизнеса – с учетом того, что сам бизнес никогда не остается нейтральным по отношению к системе власти. Политическая экономика усматривает в развитии производственных отношений не только коммерческий интерес, но и политический, что создает ей особую нишу при осмыслении эволюции материальной и духовной жизни.

Как любая область общественных знаний, политическая экономика обладает рядом специфических черт, совокупность которых позволяет точнее представить особенности ее практического использования. Во-первых, она осмысливает закономерности исторической трансформации. Во-вторых, политическая экономика исследует историю и сегодняшние условия существования общественных отношений, которые формируют политические, экономические, социальные, культурные и другие «поля» (среды), перекрещивающиеся между собой. В третьих, она, так или иначе, вовлекает в свою орбиту изучение моральных принципов политического управления. Наконец, в сферу рассмотрения политической экономики входит изучение того, насколько сохраняется баланс между интересами собственника предприятия и возможностью воздействия на его решения со стороны государства, политических институтов и широкой общественности⁶.

Таким образом, обозначенная нами сфера общественной деятельности находится на стыке многих исследовательских дисциплин: с одной стороны, она дополняет их, а с другой, сама вбирает в себя основные принципы политологии, истории, культурологии.

Особенности британской прессы, существующей в частных условиях, также не могут быть осмыслены без влияния экономического фактора. Он вступает в силу уже тогда, когда осуществляется купля-продажа даже одного экземпляра издания, с учетом того, что большая часть этой минимальной суммы поступает производителям СМИ. Вместе с тем, общественная роль прессы (как и роль радио и телевидения) несравненно выше, чем у любого даже самого мощного по своим финансовым и экономическим возможностям промышленного концерна, поскольку она формирует постоянную информационно-содержательную и культурологическую взаимосвязь между людьми и СМИ в окружающем мире. «Приобретая газету, – отмечает профессор Школы массовых коммуникаций одного из лондонских университетов Н.Гэрнем, – мы одновременно... демонстрируем свои пристрастия или негативную реакцию относительно идеологической формации, раскрывая свое мировоззрение или демонстрируя более открытую приверженность политическим принципам»⁷. При этом политическая направленность отдельно взятых СМИ не всегда бывает заметна сходу, поскольку последние предпочитают говорить как о «балансировании» между политическими группами, интересами, так и подчеркивают свою информационную объективность.

⁶ Boyd-Barret O. Ibid.

⁷ Garnham N. Contribution to a Political Economy of Mass Communication (in) Boyd-Barret O., Newbold C. (eds)) Approaches to Media. L.- N.Y.: Arnold, 1995. P. 219

Именно в силу этого исследование политической экономики печати приобретает серьезный познавательный и исследовательский интерес. Выражая особенности социально-политического и экономического мировоззрения общества, пресса невольно аккумулирует в себе его устойчивые тенденции, но одновременно позволяет в какой-то мере предвосхитить возможные перспективы развития.

Примечательно, что в англоязычной историографии по отношению к СМИ эта область знаний долгое время вообще не рассматривалась. Во всяком случае, собирая материал для этой статьи в ряде университетских библиотек Великобритании, автору не удалось обнаружить ни одного источника, относящегося к периоду 1930-1960-х гг., где бы положение прессы анализировалось применительно к термину "политическая экономика". Данную тенденцию нельзя отнести лишь к давлению понятийных стандартов, которые присутствуют в любой исследовательской сфере, включая журналистику. Появление названного термина относительно недавно видится, прежде всего, в новом витке развития британских СМИ, начавшемся около четверти века назад: резко усилившейся монополизации британской печати, ее дальнейшей концентрации в руках и без того узкого круга собственников и, как следствие, уменьшения политического плюрализма в СМИ. Соответственно и внимание исследователей оказалось больше приковано к этим проблемам. Так или иначе, но по большей части именно в последние годы политическая экономика оформилась как отдельное понятие в общем спектре историко-теоретических вопросов существования журналистики.

Сошлемся на мнение авторитетного западного культуролога в сфере масс-медиа Д.Маквейла, который пишет о том, что коммуникационный процесс, осуществляемый в различных проявлениях общественного бытия, несет в себе, с одной стороны, социально-политическую, а с другой, экономическую ценность⁸. Было бы неверным, рассматривать эти ценности в отрыве друг от друга. Их существование тесно увязано с повседневной жизнью, где на равных взаимодействуют политика, экономика, культура и другие категории материальной и духовной сферы общества, и в конечном итоге определяет уровень демократизма в той или иной стране. Вместе с тем, очевидно, что стремительное развитие в наше время экономики в значительной степени изменило и общую ориентацию СМИ: из источников преимущественно политического просвещения они все более вовлекаются в сферу массового потребления, выступая, в частности, в качестве информационного посредника о различных и услугах между рекламодателем и потребителем. Кроме того, находясь в условиях частного бизнеса, пресса невольно оказывается сориентированной на выражение определенных и устойчивых интересов, не в последнюю очередь чисто коммерческих.

Важнейшие вопросы, которые встают при этом на повестку дня, можно сформулировать так: насколько отмеченные формы контроля препятствуют потреблению объективной информации? Или данная ситуация, наоборот,

⁸ McQuail D. Media Performance. L.: Sage Publ., 1992. P.2

способствует ее более активному распространению?

По мнению британских аналитиков П.Голдинга и Г.Мэрдока, перу которых принадлежит множество работ по теории и культурологии "четвертой власти", именно эта проблематика составляет основу политической экономики СМИ. На практике, пишут они, это приводит к изучению более конкретных моментов. Первый заключается в исследовании особенностей существования собственности СМИ и последствий того, какое контролирующее влияние оказывает, в частности, экономика прессы на особенности ее информирования. Второй момент сводится к исследованию природы взаимоотношений между государством, регулирующим положение и возможности прессы, и самой прессы как информационного института⁹.

Нельзя не признать, что применительно к журналистике – это сфера деятельности, исследующая совокупные вопросы собственности и социальных отношений, собственности и политической власти и т.д. Уже в этом смысле она становится частью исследования политической культуры общества в целом. Правильно утверждать, что политическая экономика СМИ обращает повышенное внимание на взаимодействие средств информации с политической, социальной и культурной жизнью. Наряду с этим она может рассматриваться и в морально-нравственном аспекте – в смысле того, насколько гуманистично относятся СМИ к показу людей и анализу общественных ситуаций. Приоритетным в данном случае становится изучение идеологии печатных изданий как отражение особенностей их развития и современного положения.

Сегодняшнее существование подавляющего числа СМИ в западных странах, включая Великобританию, нельзя представить оторванными от деятельности больших информационных корпораций, которые, так или иначе, накладывают отпечаток на упомянутую идеологию газет и журналов. Во главе их, как правило, стоят собственники, осуществляющие руководство своих редакционно-издательских предприятий, насчитывающих нередко в общей сложности тысячи работников – журналистов, печатников и т.д.

Само влияние на практике может предположительно осуществляться двояким путем: прямым и косвенным. В первом случае обозревателям и репортерам даются «сверху» четкие указания, о чем и как надо писать. Как показывает практика в западных странах, первый способ управления СМИ встречается не так часто (что, правда, не скажешь применительно к российской ситуации, когда многие новые владельцы средств информации – нередко люди, далекие от журналистики – стремятся полностью контролировать творческий процесс). В случае прямого вмешательства во внутреннюю "кухню" издания оно рискует утратить информационную беспристрастность, стать тенденциозным и поэтому малопривлекательным для широкого читателя. Во втором случае, гораздо более распространенном в зарубежном мире, руководители корпораций более склонны прибегать к обходным маневрам, определяющими стиль гибкого руководства.

⁹ Golding P., Murdock G. Culture, Communication and Political Economy (in) Curran J., Gurevitch M. (eds) Mass Media and Society. L.-N.Y.:Edward Arnold, 1991. P.23

Способны ли при этом собственники масс-медиа обеспечить внешнюю непредвзятость информации, полемичность в постановке проблематики и одновременно гибкую, но достаточно надежную защиту своих политических и экономических интересов? Постановка данного вопроса носит отнюдь не риторический характер. Возрастающий год от года объем журналистской продукции, принадлежащий упомянутым корпорациям, давно является предметом озабоченности в западном обществе: его исследователи видят серьезное противоречие в том, что печатные СМИ, являясь общественно значимым политическим институтом, одновременно находятся в частной форме собственности¹⁰.

«В этой стране, – писал в первой половине XIX в. о Великобритании лорд Палмерстон, – все преуспевающие газеты являются коммерческими предприятиями и управляются в соответствии с коммерческими принципами; никакие другие издания попросту не смогут долгое время оставаться на плаву»¹¹.

Самого Генри Джона Палмерстона нельзя причислить к числу историков или теоретиков журналистики. Тем не менее, будучи активно вовлеченным в политику того времени (он возглавлял на протяжении долгого периода либеральную партию и неоднократно в 1830-50-е гг. занимал посты премьер-министра и министра иностранных дел страны), Палмерстон сумел достаточно точно оценить положение, в котором пребывала тогда британская пресса, и верно определить одну из основных тенденций ее развития в дальнейшем. К моменту, когда появилось его высказывание, коммерциализация, как политико-экономический процесс, стремительно развивалась в Англии не только применительно к СМИ. Буржуазная революция XVII в. повлекла за собой всеобщий промышленный переворот и обеспечила в дальнейшем становление более прогрессивных по тем временам экономических отношений – капиталистических. Это был период экспансивного развития Британии: захвата ею новых территорий и формирования колониального господства, что, в свою очередь, повлияло на развитие политики, экономики, культуры и многих других составляющих общественного развития страны.

Примечательно, что именно Британия характеризуется в этот период как «первая индустриальная нация»¹². К концу XVIII – началу XIX в. промышленность стала еще более механизированной, обозначились существенные перемены в организации производства, торговли, банковского дела. К 1830-м гг. так называемый средний класс – представители буржуазии, а также ремесленники, рабочие – составляли значительную часть населения страны¹³. В это время Англия занимала уже ведущее место в мировой системе хозяйствования, а в ее индустрии еще более усилился процесс концентрации и централизации капитала, наложивший отпечаток на всю систему общественных отношений. Печать оказалась всецело вовлеченной в эти процессы экономически и политически. С одной стороны, она не могла обойти их молчанием, выполняя свою основную функцию – информирования о происходя-

¹⁰ Ibid

¹¹ Цит по: Smith A. The British Press Since the War. L.: David and Charles, 1974. P.15

¹² Mathias P. The First Industrial Nation. L.: Methuen, 1969

¹³ Norton P. The British Polity. N.Y. –L.: Longman, 1994. P.40

щем; с другой, «четвертая власть» становилась все более коммерциализированной (предметом купли-продажи) и сама оказывалась составной частью совершенствования экономической системы.

Сегодня со времени написания письма лордом Палмерстоном минуло без малого полтора века. За этот срок тема коммерциализации СМИ вставала на повестку дня в английской политической и исследовательской среде, без преувеличения, огромное число раз. Сложно найти хотя бы одну монографию по журналистике, где бы ни шел об этом разговор. Сопоставляя различные мнения, отметим, что подавляющее число авторов во все времена ставят СМИ, и в частности прессу, в жесткую зависимость от большого бизнеса. Так, уже в 1930-х гг. публицист и бывший редактор лондонской газеты «Дэйли мейл» Томас Марлоу (Thomas Marlowe) с некоторой долей патетики заметил, что британская журналистика «была убита газетными собственниками»¹⁴. Если оставить в стороне эмоциональность высказывания, то очевидно: Марлоу имел в виду, что экономический фактор оказал существенное влияние на британскую прессу, серьезно ограничив свободу ее высказываний и самостоятельность в проведении своей информационной политики.

На наш взгляд, независимость средств информации – понятие скорее абстрактно-философское, нежели реально существующее. На практике сложно представить периодическое издание, которое бы имело абсолютно неограниченные возможности в условиях политического и экономического существования. В идеальном случае воздействие на газету или журнал оказывает только читательское мнение, которое накладывает отпечаток на содержание. Однако на практике это мнение чаще всего становится лишь одним из многих других моментов, влияющих на стратегию и тактику отдельно взятого СМИ. В условиях частного бизнеса, в который вовлечена британская печатная журналистика, на особенности информирования влияет ее повседневную подчиненность собственникам, воспринимающих прессу в соответствии со своими политическими и коммерческими интересами. В этом смысле, даже на уровне самых общих предположений, печать трудно представить как нейтральный по своим взглядам общественный институт. По мнению не только Т. Марлоу, но и многих других историков, журналистов, анализирующих положение британской журналистики в первой половине нашего века (К.Уинтоур, Ф.Хирш и Д. Горд он, А.Хезерингтон), к 1930-м гг. английская пресса ощущала всестороннюю зависимость от своих владельцев¹⁵.

Проблема коммерциализации раздвигает чисто экономические барьеры и становится во многом уже проблемой политической, накладывающей отпечаток на объективность и субъективность информирования аудитории. Это происходит, прежде всего, потому, что рыночный механизм, в какой бы сфере деятельности и форме он не осуществлялся, не может оставаться политически нейтральным. В области журналистики, где более наглядно, чем в

¹⁴ Цит. по: Koss S. The Rise and Fall of the Political Press in Britain. L.: Fontana Press, 1990. P.19

¹⁵ Wintour C. Pressures on the Press. L.: Andre Deutsch, 1992; Hirsch F., Gordon D. Newspaper Money. L.: Hutchinson and Co Publ. Ltd, 1975; Hetherington A. News, Newspapers and Television. L.: Macmillan, 1985

других видах бизнеса, различимы общественные пристрастия, это всегда проявлялось весьма активно. Стивен Косе, признанный в мире историк и аналитик британской прессы, утверждал, что печать Англии, как лондонская, так и провинциальная, традиционно носила черты «жестко коммерциализированного» бизнеса, поскольку коммерческий капитал был и продолжает оставаться "главной формой [ее] существования"¹⁶.

Подчеркнем и другое. Если упомянутые выше лорд Палмерстон, Томас Марлоу и другие в основном лишь обозначали проблему зависимости масс-медиа от большого бизнеса, то современные британские исследователи высказываются по этому поводу значительно определеннее. В частности, Дж. Мэрдок и П. Голдинг отмечают, что «концентрация ограничивает разнообразие взглядов и мнений», которые имеют право быть услышанными. Между тем, добавляют они, именно эти мнения выражают те большие и влиятельные общественные группы, которые систематически лишаются слова на страницах газет в результате сложившегося в сфере СМИ процесса концентрации¹⁷.

Под «общественными группами» исследователи имеют в виду прежде всего представителей профсоюзного движения, организаций левого толка, которые по причине своей идейной ориентации всегда ограничивались в свободе выражения своих взглядов в национальной прессе. Объективности ради отметим: во второй половине 1980-х гг. активность упомянутых групп заметно снизилась – под воздействием ряда законодательных и политических мер, предпринятых правительством (в частности, антипрофсоюзных законов). Вместе с тем, сам этот факт не снижает значимости поставленной проблемы, когда в условиях политического влияния со стороны собственников содержание газеты так или иначе, оказывается подчинено определенным идейным ориентирам. Разумеется, даже такая субординация не предполагает содержательную зависимость каждого публикуемого материала от взглядов владельца СМИ. Наряду с этим, очевидно, что концептуальная линия, выражаемая в первую очередь в редакционных статьях и комментариях, в условиях существования частных СМИ не может формироваться без учета позиции их владельцев.

То, что взгляды и мнения в современной британской прессе в определенной мере ограничены, можно подтвердить уже численным составом ее владельцев. К середине 1990-х гг. 22 национальных газеты (12 ежедневных и 10 воскресных) находились в собственности лишь нескольких корпораций, среди которых бесспорное лидерство принадлежало трем: «Ньюс интернэшнл», «Миррор групп ньюспейперс» и «Юнайтед ньюс энд медиа» (на протяжении многих лет и вплоть до марта 1995 г. эта корпорация носила название «Юнайтед ньюспейперс»). Об их влиянии на общественное мнение свидетельствует такой факт: эти три «кита» контролировали в тот момент 73 % всех продаж на национальном информационном рынке¹⁸. В ноябре 1995 г., правда, доля влияния "Ньюс интернэшнл" уменьшилась ввиду того, что из

¹⁶ Koss S. Op. cit. P.34

¹⁷ Цит. по: Coxall B., Robins L. Contemporary British Politics.L: Macmillan, 1992. P.312

¹⁸ Frahclin P. Op. cit. P.34

пяти национальных газет, принадлежащих ей, одно массовое издание, «Тудей», по финансовым причинам закрылось. Тем не менее, возможности информационного воздействия отмеченных корпораций в суммарном отношении если и снизились, то не намного. Для сравнения: на долю еще четырех информационных компаний – «Ассошиэйтед ньюспейперс груп», «Дейли телеграф», «Скотт траст» и «Пирсон» на обозначенный момент приходилось лишь 17 % тиража национальной печати¹⁹. Словом, информационная культура подавляющего большинства читателей поставлена в зависимость от крайне ограниченного числа индивидуальных и коллективных собственников.

Угроза демократии и свободе информирования, впрочем, видится многими исследователями не в том, что собственников национальной прессы мало, а в том, что подавляющая часть этих газет защищает позиции консервативной партии. По отзыву одного из теоретиков журналистики, этот дух «всегда превалировал в лондонской прессе»²⁰. В самом деле, из семи названных корпораций лишь две – «Миррор груп ньюспейперс» и «Скотт траст», если судить по общему содержанию их газет – не относятся благосклонно к политике консерваторов, в то время как остальные пять поддерживают ее. Это, правда, не мешало лейбористам также приходить к власти в разные годы (например, на последних парламентских выборах в июне 1997 г. она также получила большинство голосов избирателей), однако в британской истории XX в. их победы происходили значительно реже, чем победы консерваторов. Влияние прессы, как важнейшего общественно-политического института, в этом смысле нельзя недооценивать.

С учетом общей расстановки сил среди печатных СМИ другой исследователь, С.Макнейр, несколько лет назад высказался так: «Это черта [приверженность консервативной идеологии. – Д.С.] британской печати в основе своей носит антидемократический характер: “правая” пресса делает все, чтобы гарантировать свое превосходство и в периоды выборов склонить избирателей... в поддержку консервативной партии»²¹.

Приведенное высказывание не следует воспринимать буквально. На наш взгляд, основная проблема, если говорить об «антидемократическом характере» национальной печати, состоит не в том, что большинство газет стоит на стороне именно консерваторов, а, прежде всего в том, что одна партия получает подавляющую поддержку печатных СМИ страны и, следовательно, значительно активнее, чем ее политические оппоненты, влияет на формирование общественного мнения. Ситуация была бы не лучше, если бы среди национальных изданий преобладали те, которые отстаивали позицию любой другой политической организации. С этих позиций стоит оценивать и позицию С.Макнейра.

Объективности ради следует отметить, что по поводу описанной ситуации в Англии существует и прямо противоположное мнение. Оно сводится к тому, что преобладание проконсервативных настроений в прессе в целом

¹⁹ Ibid.

²⁰ Koss S. Op. cit. P.826

²¹ McNair S. News and Journalism in the UK. L.: Rotledge, 1993. P.127

не повлияло на природу британской демократии и не ухудшило объективность политического информирования. В качестве доказательств звучат ссылки на несколько ключевых моментов: наличие «беспартийного» телевидения, которое предлагает более сбалансированный комментарий, различие между читательскими вкусами многих людей и их идейной ориентацией, стремление большей части населения покупать газеты ради знакомства не с политической информацией, а с новостями спорта, культуры и другими темами²². Представляется, однако, что подобные аргументы не совсем правомерны в силу отмеченного во введении общего тиража национальной печати и ее повсеместного влияния на общество. Далее. Не ставя партийно-политические пристрастия британцев в полную зависимость от идейной направленности печати, было бы неправильно сбрасывать со счетов роль прессы в политической ориентации населения. Во всяком случае, люди в этой стране традиционно находятся под влиянием того, что они читают, и это сказывается на их симпатиях, в том числе и на выборах²³.

Принимая во внимание отмеченную политическую ориентацию большинства газет, несомненно, требуют уточнений такие понятия, как «консерватизм» и «консервативная партия» которые никогда не были застывшими в историческом измерении. Это необходимо не только с целью прагматического взгляда на положение СМИ, но и для понимания особенностей формирования политической культуры британского общества как основного фактора, наложившего отпечаток на существование и развитие печати.

Традиционный консерватизм, как политическая идеология, получившая развитие в ряде европейских стран, включая Британию, со второй половины XVIII в., не всегда соответствовал стратегии и задачам английской консервативной партии, появившейся уже в следующем веке. Сам консерватизм был вызван к жизни Великой Французской революцией 1789 г. и выступил своеобразным антиподом ее идеям, с самого начала неся в себе неприятие каких-либо радикальных изменений в жизни общества, осуществляемых посредством революционных методов борьбы. И тогда, и позже консерватизм в основе своей выглядел оппозиционным политическому и экономическому либерализму с его подчеркнуто-позитивным отношением к индивидуальным свободам и неприятию классовых привилегий (в частности, отсутствию равенства перед законом), что само по себе не могло не выглядеть в ту пору революционным. Кроме того, в отличие от либералов «традиционные» консерваторы в XIX в. всегда выступали против так называемой «политики невмешательства» (*laissez faire policy*) государства в существующие экономические отношения. По их мнению, неограниченное развитие рыночной экономики могло привести к ухудшению социального положения недостаточно обеспеченных слоев населения.

Однако в начале нынешнего столетия, во многом под влиянием революционных катаклизмов в Европе и потери политического влияния либера-

²² См.: Dunleavy P. The Influence of the Press (in) British Politics: a Reader (eds) Burch M., Morgan M. Manchester: Manchester Univ. Press, 1987. P.85-87

²³ Gilmour J. Body Politics. L.: Hutchinson, 1969. P.396

лов, консервативная партия начала постепенно отходить от своих прежних ориентиров, все более вбирая в себя идейные ценности своих оппонентов, и в частности, приверженность последних рыночной экономике, расширение уровня политических свобод каждому гражданину общества. Оставаясь твердыми сторонниками сохранения частной собственности, консерваторы последовательно утверждались в требованиях снижения ответственности государственных институтов за благополучие членов общества. К концу 1960-х гг. эта идея заняла главенствующее положение в стратегии британского консерватизма, что по существу расходилось с его прежними идейными приоритетами.

Таким образом, за время своей истории первоначальный консерватизм претерпел существенные изменения. Вместе с тем, его принципиальные особенности – неприятие радикальных изменений в обществе, опора на более или менее обеспеченные слои населения, ярко выраженная патриотическая поддержка интересов нации – остались практически без изменений²⁴. Правильно считать, что философско-политическая концепция М. Тэтчер, начавшая утверждаться на практике с 1979 г. (с момента победы консерваторов на парламентских выборах) была обновленной, однако при этом в ее развитии ощущалась преемственность партийных ориентиров. Политическая новизна подходов и даже радикализм самой М.Тэтчер, бесспорно, заключались, с одной стороны, в стремительной и массовой денационализации экономики, резком снижении государственных затрат на социальные нужды населения, убыточных предприятий (хорошо известна фраза самой М.Тэтчер: «Бесплатный сыр бывает только в мышеловке»), а с другой, в проведении жесткой монетаристской политики – резком повышении ответственности правительства за решение вопросов финансового обращения с целью ограничения инфляции. Однако верно и то, что убежденность новых тори в преимуществе рыночной экономики, частной собственности, сильного государства в отношении защиты своих внешней и внутренней политики во многом продолжили консервативные традиции, идущие с XIX в.

Отмеченные моменты исторического формирования консерватизма чрезвычайно важны для понимания того, почему большинство сегодняшних национальных газет всегда занимали и продолжают отстаивать его стратегическую линию. Традиционно находясь в собственности богатых людей страны и иностранных магнатов, они всегда были настроены на утверждение незыблемости основополагающих внешне- и внутривнутриполитических ориентиров общества. Это определялось и сугубо историческими моментами. Достаточно вспомнить, что Англия не имела революций и гражданских войн с XVII в., а "промышленная революция", которая началась позже, не несла в себе радикальных политических изменений. По большому счету даже атмосфера достаточно жестоких схваток между общественными классами в Англии на протяжении последних веков никогда не создавала жизненную тревогу политической системе страны. Такого нельзя сказать о многих европейских странах, и в частности, Германии, Франции, где революционные катаклизмы приводили к изменению конституционных

²⁴ Coxall B., Robins L. Op.cit. P.42-43

режимов. Если посмотреть на нынешнее столетие, то нельзя не обратить внимания на чрезвычайно важный момент: политическое развитие Великобритании выглядит значительно более последовательным, в известной степени консервативным, чем в континентальной Европе. Англия стояла в стороне от социальных потрясений двадцатых годов, в орбиту которых оказались вовлечены страны Восточной Европы. В отличие от Германии, Италии и Испании на "туманном Альбионе" никогда не утверждалась фашистская диктатура, в отличие от Франции, стран Бенилюкса и других это государство не было оккупировано врагом во время военных конфликтов. Все это сформировало ярко выраженную эволюционность развития, сторонниками которой, как уже отмечалось, стали консерваторы. Ее отстаивало и подавляющее число британских изданий.

Их позиция никогда не исключала критику в адрес консерваторов. Многие газеты, защищая приоритеты консервативной идеологии, не пренебрегали «уколами» в адрес партии, являющейся ее выразителем, и тем самым отстаивали свое право на самостоятельность суждений. Тем не менее, большая часть национальной прессы поддерживает стабильное эволюционное развитие общества, которое в сознании большинства британцев связано с партией тори. Еще в середине прошлого века одно из английских периодических изданий так характеризовало политические пристрастия в обществе: «Консервативное чувство в стране выглядит глубоко укоренившимся, несмотря на наличие двухсот газет, благосклонно относящихся к либерализму»²⁵.

Нынешнее столетие подтвердило, что само общество во многом не утратило своих традиционных ориентиров. Во всяком случае, партия тори, как уже отмечалось выше, значительно чаще приходила к власти, чем лейбористы. Причина этого, на наш взгляд, заключается в следующем. Хотя за полтора века своего существования консерваторы неоднократно меняли свою тактику, их стратегические ориентиры оставались во многом прежними (если опять же сослаться на традиционное стремление тори к всеобщей приватизации). Они в большей степени, чем лейбористы, в своей политике учитывали психологию людей, воспитанных на традициях "великой" Британии, придерживающихся консервативного образа жизни.

Правда, на протяжении уже долгого времени в этой стране продолжаются дискуссии о том, является ли консерватизм устойчивым в сознании людей или новое поколение британцев сохраняет лишь дань старым традициям, ставшим в некоторых случаях едва ли не ритуальными (как тут не вспомнить, например, театрализованное несение службы иоменами в лондонском замке Тауэр или ежедневную смену караула у Букингемского дворца – официальной резиденции британского монарха). Этот вопрос активно обсуждают и в академической среде. Можно, в частности, встретить суждения о том, что сегодня политическое сознание проходит стадию некоего кризиса, выражаемого в неприятии активного политического воздействия, что в свою очередь влечет за собой ломку прежних стереотипов и идейных ценностей²⁶.

²⁵ Цит по: Koss S. Op.cit. P.149

²⁶ Lunn K. Reconsidering 'Britishness' (in) Jenkins B., Sofos S. (eds) National & Identity in Contemporary Europe. L. Routledge, 1996. P.96

Не отрицая самого факта меняющейся психологии общества под воздействием гуманитарного развития, технического прогресса, законодательного обустройства в соответствии с повседневными требованиями дня и т.д., заметим, что сложившиеся общественные традиции также не могут не воздействовать на повседневное поведение электората, формируя его более или менее устойчивую психологию. По многочисленным опросам общественного мнения, в конце 1980-х гг. примерно пять шестых всего британского населения выражали гордость за свою страну. В нашем распоряжении нет данных о том, как изменилась данная статистика за последние годы. Очевидно, однако, что одно десятилетие – не столь большой срок, чтобы говорить о коренном изменении общественных ценностей. Примечательно в связи с этим высказывание политического обозревателя газеты «Таймс» У. Риз-Могга: «В Британии можно усмотреть тысячи символов патриотического отношения к этой стране... Возможно, не так-то просто подсчитать их с точностью, однако ясно, что патриотический настрой переживет политику практицизма...»²⁷.

В этом смысле, очевидно, что многолетние политические ориентиры прессы, соответствующие общественным традициям, играют достаточно значимую роль. СМИ поддерживают существующую политическую культуру, не давая ей «накрениться» в нетрадиционном направлении. Их ориентация определяется не только амбициями и идейными установками их собственников, но и, что немаловажно, общественной ситуацией. Владельцы СМИ не могут не учитывать ее. В свою очередь, пресса, стремясь утвердиться в читательском доверии к себе, также не может игнорировать мировоззренческие настроения, преобладающие в обществе. Экономические особенности ее существования и развития строятся в соответствии со сложившейся политической культурой населения. Все это в совокупности становится гарантом выживания большинства британских газет в современных рыночных условиях.

²⁷Rees-Mogg W. So Where is the Shame in Putting Britain Above All.// Daily Mail. 23 Sept., 1995. P.9