

КОМУ ВЫГОДНО ЗАСТАВИТЬ ЖУРНАЛИСТОВ МОЛЧАТЬ?

**Т. КОНДОН,
независимый журналист (Великобритания)**

Британская пресса тоже испытывает давление во время избирательных кампаний

Один известный английский журналист определил свободу прессы следующим образом: "Свобода прессы Великобритании есть свобода публиковать такие предрассудки владельца органа печати, против которых не возражает рекламодатель". Это циничная, но достаточно точная констатация того, что именно владельцы и рекламодатели в конечном счете определяют то, что публикуется на страницах британской прессы, а не журналисты, которые, собственно, и делают газету. Однако в демократическом обществе те владельцы органов массовой информации, которые выживают в условиях коммерческого рынка, не могут себе позволить игнорировать общественное мнение; они могут попытаться оказывать на него влияние, но они также должны реагировать на его требования.

Британская история последних лет хорошо иллюстрирует это правило.

На выборах 1997 года Лейбористская партия впервые добилась такой крупной победы. Впервые за всю историю эта партия пользовалась огромной поддержкой национальной прессы: 6 из 10 ежедневных газет оказывали поддержку Блэру. Наиболее влиятельной из всех этих газет была массовая газета Руперта Мердока "Sun" – "Солнце". Четыре миллиона экземпляров этой газеты продавалось ежедневно, причем читали ее ежедневно 10 миллионов человек. С момента своего избрания на пост лидера партии в 1994 году Блэр начал "обхаживать" этого австралийского издателя, который оказал огромную поддержку Джону Мэйджеру, в 1992 году пришедшему благодаря этой поддержке к власти.

Стремясь заполучить помощь этого крупнейшего магната, Блэр и его пресс-секретарь Алистер Кэмбел начали всячески "обхаживать" Мердока лично, организовывая ланчи, обеды в его честь. Стремление Кэмбела, пресс-секретаря Блэра, завоевать на свою сторону ведущую газету Мердока "Sun" было настолько сильным, что когда в Англию пришла статья, подписанная Клинтоном, относительно необходимости установления мира в Северной Ирландии, то Кэмбел направил эту эксклюзивную статью в газету "Sun".

Главные редакторы других консервативных газет также приглашались на подобные мероприятия, им предлагались эксклюзивные интервью и статьи, цель которых была убедить консервативного читателя в том, что лейбористская партия не представляет для них никакой угрозы. Конечно, никаким подобным вниманием не была окружена газета "Daily Mirror", которая традиционно поддерживала лейбористскую партию, в этом не было необходимости, поскольку она будет поддерживать лейбористов в любом случае.

В течение двух лет, предшествовавших избирательной кампании, лейбористское руководство не только "обхаживало" владельцев и главных редакторов газет и других СМИ, но и, помимо этого, установило железную дисциплину и контроль над всеми парламентариями, представлявшими в парламенте лейбористскую партию. В свое время консерваторы жестоко поплатились за раскол в своей партии во время предвыборной кампании, и лейбористы постарались сделать все, чтобы этого

избежать.

Помимо установления контроля над членами парламента от лейбористской партии, Блэр стремился поставить под свой контроль и все газетные публикации в стране. В 1995 году в штаб-квартире лейбористской партии был установлен огромный компьютер "Экскалбур", стоивший 2 миллиона фунтов стерлингов. Он обладал колоссальной базой данных, которая позволяла руководству партии реагировать на любое заявление в прессе в течение нескольких минут. С помощью этого компьютера осуществлялся круглосуточный мониторинг всех публикаций в прессе, и в процессе этого мониторинга мгновенные инструкции направлялись из штаб-квартиры партии всем членам парламента и всем членам теневого правительства. Кроме того, проводились ежедневные совещания, на которых присутствовали руководящие министры из теневого правительства, а также имиджмейкеры, и они определяли линию поведения на данный конкретный день. Всем членам парламента давалось жесткое указание – следовать выработанной на данный день линии поведения. До десяти часов вечера просматривались все завтрашние газеты, и на любую критическую статью тут же готовилось опровержение, причем, руководство партии связывалось не с автором статьи, не с журналистом, а с главным редактором его газеты с тем, чтобы заставить подумать журналиста, а стоит ли ему вступать в конфликт с главным редактором его издания во имя абстрактной истины.

И здесь опять следует подчеркнуть тот жесточайший контроль над журналистикой, который удалось установить Блэру. Журналисты были просто отлучены от штаба партии во время избирательной кампании. Журналисты допускались только до первого этажа, где находилась комната для пресс-конференций, дальше, к ответственным сотрудникам, их не допускали.

Любопытно, что были созданы две специализированные группы: одна – так называемая группа по мониторингу СМИ, а вторая – группа мгновенного реагирования. И та, и другая группы в течение двадцати четырех часов ежедневно отслеживали все выпуски газет и телевизионные передачи. Любые неблагоприятные репортажи снимались тем или иным способом. Критически настроенным журналистам отказывалось в доступе к тем людям, которых они хотели интервьюировать.

Было создано подразделение стратегических коммуникаций, которое имело в своем распоряжении новый компьютер. Вся эта работа проводилась под руководством пресс-секретаря Блэра – Алистера Кэмбела, в штат которого входило 12 человек. Работу этого подразделения можно было сравнить с работой авиадиспетчеров: в компьютер закладывалась любая более или менее важная информация, которая казалась каких-либо важных заявлений, содержания политических документов и т.д. Естественно, на определенном этапе возникли разночтения относительно эффективности подобной системы. И, тем не менее, из этой штаб-квартиры исходили самые разные статьи для распространения различными средствами массовой информации, причем статьи подписывались лично Блэром.

Опираясь на политику кнута и пряника, Кэмбел находил способы воздействия на прессу. Кстати, дважды в день, в одиннадцать утра и в четыре часа дня он проводил совещания в своей штаб-квартире. На совещаниях те, кто ему не нравились, высмеивались, а те, кто нравились, всячески воспевались. Для тех газет, которые поддерживали или были благосклонны к лейбористам, предоставлялись интересные материалы – имеется в виду такая газета, как "Sun", а критически настроенные газеты, например, "Guardian", не получали никакой информации. Кэмбел вел себя как работник зоопарка, которому ежедневно приходится кормить зверей: тех зверей, которые ему не нравились, или которые были агрессивны по отношению к нему, он просто не докармливал.

Именно такая политика и привела к тому, что многие журналисты, в конце концов, оказались на стороне лейбористов.

Конечно, этому железному контролю, который Блэр смог установить в рядах своей партии, очень помогло то, с каким опережением в опросах общественного мнения он шел до этого в течение предыдущих двух лет. Он опережал своих противников на 20%. В глазах избирателей он был несомненным победителем, и в связи с этим все старались оказать всяческую помощь лейбористской партии и будущему лейбористскому правительству. Эти опросы общественного мнения оказали большое воздействие и на владельцев органов прессы, таких как Мердок. Как это было в случае Австралии и Америки, Мердок и в Англии хотел поддержать перспективного победителя, и Блэр дал ему всяческие заверения относительно политики по вопросам налогообложения, по вопросам объединения Европы. Но самое главное – Мердок не хотел оказаться на стороне побежденного.

В 1992 году вследствие девальвации в Англии в консервативной партии произошел раскол. Поэтому образ Джона Мэйджера стал ассоциироваться с несомненно проигрывающим. Более того, читатели Мердока также не могли простить консерваторам произошедшую девальвацию. Например, если в 1992 году только 36% читателей газеты "Sun" голосовали за лейбористскую партию, то в 1997 году эта цифра выросла до 52%. И, тем не менее, любопытно, что результаты, достигнутые лейбористами во время выборов в Англии в 1997 году, поразительно напоминали результаты выборов в Европейский парламент в 1994 году. Если в первом случае 28%, то во втором – 44%. И поэтому, исходя как из коммерческих, так и из политических соображений, Мердоку в 1997 году было выгодно перейти на сторону лейбористской партии. Он, можно сказать, следовал за общественным мнением, но ни в коей мере не возглавлял его. По сути, была только одна газета – "Telegraph", которая поддерживала консервативную партию, сохранила проконсервативное читательское большинство.

Аргумент в пользу необходимости перемен оказался в Англии в этот период доминирующим. Вопрос ставился так: время консерваторов ушло, нужны перемены. Аналогичная ситуация была в Великобритании и раньше, это было в 1945 году, после Второй мировой войны. И вот она повторилась. И пресса скорее отражала эту ситуацию, не стремясь ей противодействовать. Тот факт, что большая часть прессы поддерживала лейбористов, означал, что к ним относились как к правительству "в ожидании" или "в засаде", а не как к правительству, которое может угрожать сложившемуся в Англии порядку. Блэр создал атмосферу приемлемости лейбористов для англичан. Создалась ситуация, при которой любые критические замечания направлялись в адрес только консервативной партии, в рамках которой существовали разночтения по поводу политики Англии, связанной с дальнейшим объединением Европы и сохранением независимости фунта по сравнению с евро.

Политика лейбористов по вопросам дальнейшего объединения Европы, единой денежной единицы Европы во многом совпадала с позициями консерваторов, но поскольку в стане тори произошел открытый раскол, имелась масса возможностей использовать все это для критики лейбористской партии в прессе. Были совершены ошибки и лейбористами. В частности, в вопросах приватизации, в вопросах о воссоздании шотландского парламента, тем не менее, эти ошибки никак не высвечивались в прессе.

Блэр лично возглавил президентскую кампанию. Ежедневно проводились жестко контролируемые пресс-конференции для телевизионных журналистов, а для журналистов на местах, в регионах создавались так называемые возможности для фотографирования.

Мейджор вполне мог выиграть эту кампанию, особенно опираясь на достижения развивавшейся английской экономики. Тем не менее, он не смог донести до сознания англичан эти преимущества экономического развития Англии того времени. И, кроме того, у тори не было единой позиции в отношении прессы. А лейбористы работали исключительно целенаправленно, все время подчеркивая этот свой тезис о необходимости перемен.

Наиболее популярной темой для прессы была, конечно, тема дальнейшего объединения Европы. Но второй важнейшей темой были предвыборные механизмы или технологии. В частности, много места уделялось тому, как имиджмейкеры манипулировали средствами массовой информации. Пресса уделяла огромное внимание расходам партии на ведение избирательной кампании. Основные партии потратили на рекламу в ходе избирательной кампании в целом более 20 миллионов фунтов стерлингов. Кроме того, обсуждалось и то, как проводилась кампания, кто ее возглавлял и т.д.

Политическому журналисту постоянно приходится отделять информацию от пропагандистских заявлений. Большая часть прессы продолжает оказывать поддержку Блэру, он все еще возглавляет рейтинги общественного мнения и, несомненно, победит на грядущих выборах, в будущем году. И, похоже, что владельцы органов печати продолжают оказывать ему поддержку. Когда один журналист пожаловался Тони Блэру, что Билл Клинтон очень мало что смог достичь во время первого срока у власти, то Блэр ответил на это: "Но ведь его переизбрали, не так ли?". Такова идея Блэра – выиграть вторую избирательную кампанию любой ценой.

Таким образом, подлинным вопросом для английских журналистов является: либо провести анализ того, что смог сделать Блэр, либо же просто подчиниться диктату владельцев своих газет.