

СВЕТЛАНА БОДРУНОВА



СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ  
**БРИТАНСКОЙ** ПОЛИТИЧЕСКОЙ  
КОММУНИКАЦИИ



МИРОВАЯ МЕДИАЛОГИЯ

**Светлана Сергеевна Бодрунова**  
**Современные стратегии**  
**британской политической**  
**коммуникации**  
Серия «Мировая медиалогия»

*Текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=34341320](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=34341320)*

*Современные стратегии британской политической коммуникации. / Бодрунова С. С.: Товарищество научных изданий КМК; Москва; 2010*

*ISBN 978-5-87317-664-9*

### **Аннотация**

Монография к. полит. н. С. С. Бодруновой «Современные стратегии британской политической коммуникации» посвящена анализу коммуникативных стратегий и практик британской политической элиты на протяжении последних тридцати лет – в эпоху складывания постмодерной социальной формации. Автор приходит к концепции рамочных политико-коммуникативных ситуаций как модели интерпретации современных коммуникативных отношений между сферами политической элиты и современной журналистики в странах либеральной демократии. Монография предназначена для

студентов и магистрантов, обучающихся по направлениям «Журналистика» и «Связи с общественностью», а также для универсантов смежных специальностей – политологии, философии, социологии, психологии. Текст монографии частично обеспечивает теоретическую базу и анализ эмпирического материала для таких дисциплин, как «Теория и практика международной журналистики», «Современная зарубежная журналистика», «Политическая журналистика», «Практика политической журналистики за рубежом», «Медиакратия: журналистика и политика».

# Содержание

Введение	7
Глава 1	24
§ 1. Британский политический истеблишмент в 1970–2006 годах	26
1.1. Политические институты и политический истеблишмент Британии	26
1.1.1. Элитологическая традиция и британская элитология	26
1.1.2. Понятие медиакратической элиты	33
1.1.3. Определение понятия «элита»	36
1.1.4. Британская элита в политической истории страны	39
1.1.5. Понятия «элита» и «истеблишмент». Определение истеблишмента	49
1.2. Медийность как основная характеристика постиндустриального истеблишмента Британии	56
1.2.1. Медиатизация британского истеблишмента	56
1.2.2. Коммуникативные стратегии – ключевой фактор выживания истеблишмента	61

1.3. Британская политическая культура как разновидность атлантической	64
1.3.1. Современная политическая культура атлантической цивилизации: главные черты	64
1.3.2. «Политика предпринимательства» и «опустошение демократии»	66
1.3.3. Коллективное лидерство: вопрос легитимности советников	72
1.3.4. Слом традиционной электоральной системы. Политический маркетинг	78
1.3.5. Опыт британского политического маркетинга	82
1.4. Медиатизация политического процесса в последней четверти XX века	92
1.4.1. Медиapolитика как концепция	92
Конец ознакомительного фрагмента.	93

# **Светлана Бодрунова**

## **Современные стратегии британской политической коммуникации**

Рецензенты:

*Волков В. И.*, д. полит, н., Северо-Западная академия государственной службы;

*Шишкин Д. П.* к. филос. наук, Санкт-Петербургский государственный университет.

# Введение

Складывание в развитых странах в последней четверти XX века новой социальной и культурной формации – пост-модерна – создало условия для системного сдвига в подходах всех групп населения к коммуникации: ее институциональному оформлению, социальной роли и функциям в политическом и других социальных процессах. Особое место в исследованиях социальной коммуникации занимает элитарная коммуникация – в силу признаваемой большинством исследователей ведущей роли элит в процессе принятия стратегических решений, ключевым образом влияющих на жизнь общества. Сегодня растущее внимание уделяется не только и не столько внутриэлитарному общению, сколько способам коммуникации элит с окружающей их социальной действительностью, поскольку на стыке элитарной и массовой групп населения рождается сегодня принципиально новый механизм взаимодействия, напрямую связанный с все возрастающей ролью медиа в социально-коммуникативном процессе в государстве или регионе.

Объектом данного исследования стали элитарные коммуникации в постмодерной Великобритании в контексте их влияния на демократический процесс и логику развития политического принятия решений (political decision-making). Результаты исследования, изложенные в заключении к моно-

графии, показывают, что коммуникативные процессы в Британии и их социально-политическое влияние обладают одновременно уникальными чертами и типическими признаками, общими для многих стран развитой и даже развивающейся демократии.

Разработанная нами схема анализа лежит в русле исследований *медиакратии* и позволяет увязать социально-политическую активность, медиа и их аудиторию в единый комплекс взаимодействий. Бытующие в науке подходы к данному термину можно с небольшой долей допущения свести к двум. В первом медиакратия рассматривается этимологически – как власть СМИ над аудиторией, то есть способность медиасреды оказывать влияние на формирование общественного мнения и индивидуальной повестки дня потребителя СМИ, а значит, влиять на его или ее социальное поведение. Нужно отметить, что данный подход серьезно аргументирован как с теоретической стороны, так и путем эмпирических исследований, в том числе, например, работ Анненбергской школы.<sup>1</sup> В основе данного подхода лежит теория фрейминга и ее разнообразные ответвления; эта теория вошла как органическая часть в том числе и в нашу работу. Однако в целом нам ближе второй подход, который подразумевает не двучастную (СМИ – аудитория), а трехчастную (акторы политического поля – СМИ – аудито-

---

<sup>1</sup> Подробнее о части этих теорий см.: Яковлев И. П. Современные теории массовых коммуникаций. СПб.: Роза мира, 2004.

рия) схему анализа политико-коммуникативного взаимодействия. Данный подход вырос, как мы полагаем, из теорий политического маркетинга и медиаполитического взаимодействия; на наш взгляд, сегодня именно он способен дать более полную теоретическую рамку для анализа практик политической коммуникации.<sup>2</sup> Итогом рассмотрения данной схемы на примере Британии стал базовый вывод о том, что пост-модерное коммуникативное пространство *стремится к обретению устойчивости*, находясь в постоянном кризисном состоянии. Это влияет, а иногда и прямо приводит, к синусоидному становлению, развитию и слому относительно стабильных *рамочных политико-коммуникативных ситуаций*, внутри которых коммуникация задана и ограничена постоянными правилами игры.

Так, в полном соответствии со второй схемой, в Великобритании рождение нового типа социума сопровождалось резкой медиатизацией публичной сферы этой страны и в первую очередь ее политического поля. Принципиально новое состояние политической сферы Британии характеризуется сегодня высочайшим уровнем воздействия стратегий обработки и распространения информации на процесс принятия политических и электоральных решений и поэтому дает повод для пересмотра роли коммуникации в демокра-

---

<sup>2</sup> Подробнее см.: Бодрунова С. С. Медиакратия: подходы к определению термина // «Медиафилософия II. Границы дисциплины». Материалы II научно-практической конференции «Медиафилософия: границы дисциплины», философский факультет СПбГУ, 21–22 ноября 2008 года. С. 91–105.

тическом процессе. При этом уникальные особенности британского государства (островное положение, граничное по отношению к континентально-европейской и американо-канадской цивилизациям; единственная в мире более чем пятисотлетняя история демократических институтов; социально-экономическое наследие Британской империи; de facto трехпартийная система; структура элит страны и т. д.) делают британский социум весьма удобным объектом для изучения коммуникативных элитарных стратегий, представляя собой практически «идеальный газ»: так, функционирующие более ста лет электоральные механизмы работают на физически ограниченной территории и в рамках достаточно стабильного (а значит, и более предсказуемого) политического пространства.

Еще в 1980-е годы в Британии отмечены серьезные перемены в распределении влияния между тремя элементами схемы «политический истеблишмент – СМИ – аудитория СМИ». Однако к началу нового века постепенный выход коммуникаций в рамках этой схемы из-под общественного контроля и подчинение массовой коммуникации манипулятивным технологиям привели к явлению, известному как электоральная апатия и – шире – апатия социального участия, то есть нежелание граждан совершать любой *опосредованный* социально значимый выбор из-за отсутствия доверия к механизмам и результатам этого выбора. Так, на всебританских выборах 2001 года уровень явки избирателей был

самым низким за последние сто лет, и эта тенденция продолжает набирать силу. При этом уровень *прямого* участия (марши протеста во время Иракгейта и запрета лисьей охоты, отказ от покупки отдельных видов продуктов питания и масса других примеров) возрастает как в Британии, так и в континентальной Европе и США. Политическая элита в странах либеральной континентально-европейской политико-журналистской модели<sup>3</sup> является эпицентром принятия социальных решений. Поэтому изучение влияния элитарной коммуникации на социальный выбор и причины социальной апатии представляется крайне актуальным для понимания путей развития демократических процессов в новом типе социума, критически зависящем от массовой коммуникации. Сегодня такие исследования актуальны на всем пространстве атлантической цивилизации из-за необходимости *пересмотра* роли и механизмов политической коммуникации в обществе развитой демократии. Однако в российской науке наблюдается значительный отрыв от атлантической в целом и британской в частности коммуникативистики, в силу которого корпус британских академических исследований по проблематике современного политико-коммуникативного процесса почти не освоен отечественной наукой, и наоборот. Проблематика современного британского политико-коммуникативного процесса разработана в отечествен-

---

<sup>3</sup> Hallin D. C., Mancini P. *Modelli di giornalismo*. Roma; Bari: Laterza, 2004. P. 62–64.

ной (советской и российской) науке неравномерно и в целом недостаточно для того, чтобы комплексно описать ее, в то время как в британской науке и публицистике к началу XXI века сложились целые новые научные поля (или, по выражению журналиста «Таймз» П. Ридделла, мини-индустрии), рассматривающие современный британский политико-коммуникативных процесс с разной степенью охвата и детализации. Так, некоторые аспекты проблематики данного исследования рассмотрены в работах отечественных, британских и американских теоретиков, а также в некоторых исследованиях ученых других стран. Это, например, работы:

- по трансформации политического процесса (Ф. Коули, С. Хантингтон и др.)<sup>4</sup>;
- по политике современного атлантизма (И. Мурадян, К. Фойгт и др.)<sup>5</sup>;
- по политической и социальной истории Британии (Дж.

---

<sup>4</sup> Burch M., Holliday I. *The British Cabinet System*. London: Prentice Hall/ Harvester Wheatsheaf, 1996; Butler D., Kavanagh D. *The British General Election of 1997*. London: Macmillan, 1997; McLean I. *Rational Choice and British Politics*. Oxford: University Press, 2001; Pilkington C. *Issues in British Politics*. London: Macmillan, 1998; Rawnsley A. *Servants of the People: The Inside Story of New Labour*. London: Penguin, 2000; и др.

<sup>5</sup> Дугин А. *Основы геополитики*. М.: АРКТОГЕЯ-центр, 1999; Мурадян И. М. *Противоречия политики атлантизма и проблемы региональной безопасности: Под грифом Ассоциации политологов Республики Армения*. Ереван: Антаpec, 2001; Feugt K. D. *Die Begrueendung den Neuen Atlantismussen // Internationale Politik*. 2000. № 3. P. 7–12; Newton K. *The Transformation of Governance? // New Media and Politics / Ed. by Axford B., Huggins R*. London: Sage, 2001; Pryce S. *Presidentialising the Premiership*. London: Macmillan, 1997; и др.

Барбер, П. Кларк и др.)<sup>6</sup>;

- по теории политического менеджмента и маркетинга (Дж. Лис-Маршмент, Х. Шнайдер, Г. В. Пушкарева и мн. др.)<sup>7</sup>;

- по медиатизации политического процесса в постиндустриальных обществах (А. Дэвис, Дж. Заллер, Д. Каванах, М. Кербел, П. Норрис, Н. Фэйрклоф и др.)<sup>8</sup>;

- по взаимосвязи политической и медийной систем в рамках демократической модели (Ф. С. Сиберт и коллеги, Д. С.

---

<sup>6</sup> Barber J. P. The Prime Minister since 1945. Oxford: Blackwell, 1991; Clark P. The Rise of British Clubs and Societies, 1589–1870. Cambridge: University Press, 1999; Dunleavy P., O’Leary B. Theories of the State. Basingstoke: Macmillan Education, 1987; Social policy, the media and misrepresentation / Ed. by Franklin B. London: Routledge, 1999; и др.

<sup>7</sup> Политический менеджмент: теория, методология, практика: Тезисы докладов III Политологической конференции. СПб.: СПбГУ, 1999; Пушкарева Г. В. Политический менеджмент. М.: Дело, 2002; Lees-Marshment J. Political Marketing and British Political Parties. Manchester: University Press, 2001; Schneider H. Branding in Politics-Manifestations, Relevance and Identity-Oriented Management // Journal of Political Marketing. 2004. Vol. 3, Issue 3. P. 41–67; и др.

<sup>8</sup> Cockerell M., Hennessy P., Walker D. Sources Close to the Prime Minister. London: Macmillan, 1984; Davis A. Public Relations Democracy. Manchester: University Press, 2002; Fairclough N. New Labour, new language? London: Routledge, 2000; Kavanagh D., Seldon A. The Powers Behind the Prime Minister: The Hidden Influence of Number Ten. London: HarperCollins, 2001; Kerbel M. R. Remote and Controlled. Media Politics in a Cynical Age. Boulder (CO): Westview Press, 1999; Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy / Ed. by Bennett W. L., Entman R. M. Cambridge: University Press, 2000; Norris P. A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies. Cambridge University Press, 2000; и др.

Холлин и П. Манчини и др.)<sup>9</sup>;

- по связи развития медиа и демократического процесса и так называемому «качеству демократии» (Г. А. Алмонд и С. Верба, Л. Даймонд и Л. Морлино, Э. Лийпхарт и др.)<sup>10</sup>;
- по проблематике политического лидерства (Н. Г. Щербина, А. Бейкер и др.)<sup>11</sup>;
- по связям с общественностью в сфере политики (А. Д. Кривоносов, М. Блум, С. Коттл и мн. др.)<sup>12</sup>;
- по имиджмейкингу в британской политике (А. Азулэй,

---

<sup>9</sup> Siebert F. S., Peterson T., Schramm W. For Theories of the Press. University of Illinois Press, 1963; Hallin D. C., Mancini P. Comparing Media Systems. Cambridge: University Press, 2004.

<sup>10</sup> Almond G. A., Verba S. The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. Princeton: University Press, 1963; Assessing the Quality of Democracy / Ed. by Diamond L., Morlino L. Baltimore: Johns Hopkins Press, 2005; Berg-Schlosser D. The Quality of Democracies in Europe as Measured by Current Indicators of democratization and Good Governance // Journal of Communist Studies and Transition Politics. 2004. Vol. 20, Issue 1. P. 28–55; Lijphart A. Patterns of Democracy: Government Forms and Performance in 36 Countries. Yale: University Press, 1999; The role of Media in Democracy: A Strategic Approach. USAID-Center for Democracy and Governance. Washington, DC, 1999; и др.

<sup>11</sup> Щербина Н. Г. Теории политического лидерства. М.: Весь мир, 2004; Baker A. Prime Ministers: The Rule Book. London: Politico's, 2000; Kavanagh D. Politics and Personalities. London: Macmillan, 1990; Tony Blair In His Own Words / Ed. by Richards P. London: Politico's, 2004; и др.

<sup>12</sup> Кривоносов А. Д. PR-текст в системе политических коммуникаций. СПб.: СПбГУ, 2001; Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общей ред. Комаровского В. С. М.: РАГС, 2001; Bloom M. H. Public relations and presidential campaigns: a crisis in democracy. New York: Crowell, 1973; News, Public Relations and Power / Ed. by Cottle S. London – Thousand Oaks (CA): Sage, 2003; и др.

А. Финлэйсон и др.)<sup>13</sup>;

- по европейской электоральной практике (С. А. Михайлов, Д. Уоттс и др.)<sup>14</sup>;
- по некоторым аспектам современной истории СМИ Британии (Д. Гриффитс, Б. МакНейр и др.)<sup>15</sup>;
- по когнитивной проблематике (Л. Бейнхарт, Д. Кадди и др.)<sup>16</sup>;
- о медиапроцессе в условиях развитой демократии (Дж.

---

<sup>13</sup> Azoulay A. *Death's Showcase: The Power of Image in Contemporary Democracy*. Boston: MIT Press, 2003; Finlayson A. *Elements of the Blairite Image of Leadership // Parliamentary Affairs*. 2002. № 55. P. 586–599; Nimmo D., Savage R. L. *Candidates and their images: concepts, methods, and findings*. Pacific Palisades (CA): Goodyear, 1976; и мн. др.

<sup>14</sup> Михайлов С. А., Чирков М. Г. *Электоральная практика СМИ в информационно-коммуникативном обществе*. СПб: СПбГУ, 2001; Фоменко К. *Журналисты готовятся к выборам // Русская служба Би-би-си*. URL: [news8.thdo.bbc.co.uk/hi/russian/press/newsid\\_1320000/1320457.stm](http://news8.thdo.bbc.co.uk/hi/russian/press/newsid_1320000/1320457.stm); Rosenbaum M. *From Soapbox to Soundbite: Party Political Campaigning in Britain Since 1945*. Basingstoke: Macmillan, 1997; Watts D. *The Mass Media: Political Communication in Britain Today*. Sheffield: Hallam University Press, 2000; и др.

<sup>15</sup> Griffiths D. *Fleet Street: Five Hundred Years of the Press*. London: The British Library, 2006; Negrine R. *Politics and the Mass Media in Britain*. London: Routledge, 1994; *Political Journalism: new challenges, new practices / Ed. by Kuhn R., Neveu E*. London: Routledge, 2002; и др.

<sup>16</sup> Beinhart L. *Fog Facts: Searching for the Truth in the Land of Spin*. London: Nation Books, 2005; Cuddy D. *Cover-Up: Government Spin or Truth?* London: Hearthstone Publishing, 2003; Guinness O. *Time for Truth: Living Free In The World of Lies, Hype and Spin*. Leicester: Inter-Varsity Press, 2000; O'Hara K. *Truth: From Socrates to Spin*. Duxford: Icon, 2004; и др.

Кин, П. Манчини и коллеги, Б. МакНейр и мн. др.)<sup>17</sup>;

• о кризисе публичной коммуникации в Британии (Дж. Бламлер и М. Гуревич, П. Ричардс, М. Скэммелл, Э. Селдон, Б. Франклин, Д. Миллер и мн. др.)<sup>18</sup> и других странах атлантической цивилизации (Д. Грейбер, Б. А. Уильямс и М. К. Делли Карпини, А. С. Робертс, Р. Снелл и др.)<sup>19</sup>;

• работы, концептуализирующие медиарелейшнз и менеджмент отношений с прессой в Британии (Р. Кун, Дж.

---

<sup>17</sup> Keane J. *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity, 1991; Mancini P., Swanson D. L. *Politics, Media and Modern Democracy*. Westport (CT): Praeger, 1996; McNair B. *Journalism and Democracy. An Evaluation of the Political Public Sphere*. London: Routledge, 2000; и ми. др.

<sup>18</sup> Barnett S., Gaber I. *Westminster Tales. The Twenty-first Century Crisis in British Political Journalism*. London: Continuum, 2001; Blunder J. G., Gurevitch M. *The Crisis in Public Communication*. London: Routledge, 1995; Franklin B. *Soft-soaping the public? The government and media promotion of social policy // Social policy, the media and misrepresentation / Ed. by Franklin B.* London: Routledge, 1999; Miller D. *System failure: It's not just the media – the whole political system has failed // Journal of Public Affairs*. 2004. Vol. 4, №4. P. 374–382; Scammell M. *The Media and Media Management // The Blair Effect / Ed. by Seldon A.* London: Little Brown, 2001; и ми. др.

<sup>19</sup> Graber D. *Mass Media and American Politics / 6<sup>th</sup> ed.* Washington, DC: CQ Press, 2002; Roberts A. S. *Spin Control and Freedom of Information: Lessons for the United Kingdom from Canada // Public Administration*. 2005. Vol. 83, № 1. P. 1–23; Snell R. *Fol and the Delivery of Diminishing Returns, or How Spin-Doctors and Journalists Have Mistreated a Volatile Reform // The Drawing Board: an Australian Review of Public Affairs*. 2002. Vol. 2, № 3. P. 187–207; Williams B.A., Delli Carpini M.X. *Monica and Bill All the Time and Everywhere: The Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environment // American Behavioral Scientist*. 2004. Vol. 47, Issue 9. P. 1208–1230; и др.

Льюис, Ф. Эссер и мн. др.)<sup>20</sup> и других странах Европы (Х. Хутт, П. Шварц и др.)<sup>21</sup>;

- работы историко-описательного характера о практике ведущих политических коммуникаторов (Б. Фриц и коллеги, Н. Джоунз, Дж. Питчер, Ч. Уилан и др.)<sup>22</sup>;
- работы, анализирующие дискурсивные практики в политической коммуникации (Дж. Кайперс, К. Ловатт, А. Партингтон и др.)<sup>23</sup>;

---

<sup>20</sup> Esser F. Media Politics and Media Self-coverage In the British Press. International Communications Association, 2003 Annual Meeting, San Diego, CA. Conference Papers. P. 1–29; Kuhn R. Spinning Out of Control? New Labour and Political Journalism in Contemporary Britain. Paper presented at the workshop on Political Journalism: ECPR Joint Sessions, Copenhagen, 2000; Lewis J. Constructing Public Opinion. Columbia University Press, 2001; McNair B. PR Must Die: spin, anti-spin and political public relations in the UK, 1997–2004 // *Journalism Studies*. 2004. Vol. 5, № 3. P. 325–338; и мн. др.

<sup>21</sup> Hogwood P. The Chancellor-Candidates and the Campaign // *German Politics*. 2004. Vol. 13, Issue 2. P. 243–267; Hutt H. On the Chances and Limits of Presenting Politics // *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*. 2003. Vol. 16, Issue 1. P. 100–103; Schwarz P. Der Chef spinnt selbst / *Die Zeit*. 2005. № 36. URL: <http://www.zeit.de/2005/36/SpinDoctores>; Tenschler J. «Bridging the Differences»: Political Communication Experts in Germany // *German Politics*. 2004. Vol. 13, Issue 3. P. 516–540; Blog sur la traduction. 2003. 8 decembre. URL: [www.nakedtranslations.com/fr/blog.php](http://www.nakedtranslations.com/fr/blog.php); и др.

<sup>22</sup> Fritz B., Keefer B., Nyhan B. All The President's Spin. George W. Bush, the Media, and the Truth. New York: Touchstone, 2004; Jones N. Soundbites and Spin Doctors. London: Indigo, 1996; Pitcher G. The Death of Spin. London: John Wiley & Sons, 2003; Maguire K. Campbell as swim doctor, a woman's verdict on Milburn, and Gordon's new chinos // *New Statesman*. 2005. 24 January. P. 20; Whelan C. Campbell gives masterclass in client protection // *PRWeek*. 2003. 4 July. P. 8; и др.

<sup>23</sup> Kuypers J. A. Press bias and politics: how the media frame controversial

- мемуаристика и биографии коммуникаторов (Б. Ингхэм, Ф. Гулд, П. Мэндельсон) и их коллег (П. Оборн, П. Фостер)<sup>24</sup>;
- статьи о влиянии политико-коммуникативных ситуаций и административных риторических нарративов на отдельные сферы общественной жизни, опубликованные в специализированных журналах по политологии (Political Quarterly, Parliamentary Affairs, The Harvard International Journal of Press/Politics), администрированию (Public Administration), теории журналистики (Journalism Studies), социологии (Sociology, Comparative Sociology), коммуникативистике (Political Communication, European Journal

issues. Westport (CT): Praeger, 2002; Lovatt C. Written communication // Managing Communication in Healthcare / Ed. by Darley M. London: Bailliere Tindal, 2002; Nicoll K., Edwards R. Reading policy texts: lifelong learning as metaphor // International Journal of Lifelong Education. 2000. № 19(5). P. 459–469; Partington A. The Linguistics of Political Argument: The Spin-doctor and The Wolf-Pack At The White House. London: Routledge, 2003; Phillips L. Hegemony and Political Discourse: The Lasting Impact of Thatcherism // Sociology. 1998. Vol. 32, № 4. P. 847–867; Schon D. Generative metaphor: a perspective on problem-setting in metaphor // Metaphor and thought / Ed. by Ortony A. Cambridge: University Press, 1979; и др.

<sup>24</sup> Gould P. The Unfinished Revolution: How the Modernisers Saved the Labour Party. London: Trafalgar Square, 2000; Harris R. Good and Faithful Servant: The Unauthorized Biography of Bernard Ingham. London: Faber, 1990; Hollignsworth M. The Ultimate Spin Doctor. The Life and Fast Time of Tim Bell. London: Coronet, 1997; Ingham B. The Wages of Spin. A Clear Case of Communications Gone Wrong. London: John Murray, 2003; Macintyre D. Mandelson: The Biography. London: HarperCollins, 1999; Mandelson P. The Blair Revolution Revisited. London: Faber, 2002; Osborne P. Alastair Campbell. New Labour and the Rise of the Media Class. London: Aurum Press, 1999; Routledge P. Mandy: The Unauthorized Biography of Peter Mandelson. New York: Simon&Schuster, 1999; и др.

of Communication), маркетингу и пиар (PRWeek, Marketing Week, Campaign);

- документы: отчеты парламентских комиссий, внутренние меморандумы правительства, предвыборные пледж-карты и др.<sup>25</sup>

При этом фундаментальной базой исследования стали теоретико-методологические работы в пяти областях:

- теории современной публичной сферы (Ю. Хабермас, Г. Дебор, П. Бурдьё и др.) в ее политэкономическом (Д. Белл, Д. Харви, Э. Гидденс, М. Кастельс и мн. др.) и культурологическом аспекте; последний представлен тремя основными группами теоретико-методологических работ. Это европейский структурализм (Ф. Соссюр, Р. Якобсон,

К. Леви-Стросс, Ж. Лакан, Р. Барт и др.), французский и англоязычный постструктурализм (Ж. Деррида, Ж. Делез, М. Фуко, Ф. Джеймисон, Ю. Кристева) и – отдельно – семиотика (прежде всего работы Ж. Бодрийяра и У. Эко) и прагматика (Дж. Фершурен)<sup>26</sup>. Наше понимание постмодерна од-

---

<sup>25</sup> Annual report on bringing fully into force those provisions of the Freedom of Information Act 2000 which are not yet fully in force. London, Department of Constitutional Affairs, November 2003; Burnham J., Jones G. Institutional Development and Individual Choice: Advising the Prime Minister 1868–1998. Paper to the ESRC Conference at Birmingham University, 17–19 December 1998; Democracy in Action. The 2001 UK General Election: Media Content Analysis of UK, US and French Press. Echo-Research, 2001; и др.

<sup>26</sup> См., в частности: Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов // Зарубежная эстетика и теория литературы XIX–XX вв. М.: МГУ, 1987;

новременно как новой политэкономической эпохи и нового состояния гуманитарного сознания опирается на классический труд Ж.-Ф. Лиотара «Состояние постмодерна»;

• теории и концепции коммуникативного процесса в российском и британском аспекте, в том числе работы Г. Лассуэлла, У. Липпманна, Дж. Грюнига, Д. МакКуэйла, М. С. Вершинина, Д. П. Гавры, К. С. Гаджиева, М. Н. Грачева, И. П. Яковлева и мн. др.<sup>27</sup>;

Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1989; Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1999; Бурдьё П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993; Делез Ж. Логика смысла. М.: Академия, 1995; Деррида Ж. Письмо и различие. М.: Академический проект, 2000. Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. М.: Интрада, 1998; Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Интрада, 1996; Косиков Г. К. От структурализма к постструктурализму (проблемы методологии). М.: Рудомино, 1998; Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейя, 1998; Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М.: МГУ, 1999; Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики / Составитель Косиков Г. К. Пер. с фр. Косикова Г. К., Нарумова Б. П. М.: РОССПЭН, 2004; Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1977; Цурина И. В. Социально-политический контекст философии постмодернизма. М.: ИНИОН, 1994; Якобсон Р. О. Работы по поэтике. М.: Прогресс, 1987; Debord G. Society of the spectacle. Detroit: Black And Red, 1970; Jameson F. The Political Unconscious: Narrative as Socially Symbolic Act. Ithaca: Cornell University Press, 1981; Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Borgeous Society / Tr. by Burger B., with the assistance of Lawrence F. Cambridge: Polity, 1979; Verschueren J. Understanding Pragmatics. London: Edward Arnold, 1999; и др.

<sup>27</sup> См., напр.: Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2005; Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2001; Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный ин-

- элитологические теории от классических до современных (в изложении отечественных и британских ученых)<sup>28</sup>;
- работы по традиционной и постмодерной медиатеории, в том числе обзорные, и работы по теории аудитории СМИ<sup>29</sup>;

---

ститут. СПб.: ИСЭП, 1995; Землянова Л. М. Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы. М.: МГУ, 1995; Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология и практика исследований. М., Эдиториал У РСС, 2002; Политология: Учебник / Под ред. Ачкасова В. А., Гуторова В. А. М.: Юрайт-Издат, 2006; Яковлев И. П. Современные теории массовых коммуникаций. СПб.: Роза мира, 2004; Яковлев И. П. Стратегические коммуникации. СПб.: СПбГУ, 2006; Excellence in public relations and communication management / Ed. by Grunig J.E. London: Erlbaum, 1992; Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society // The Communication of Ideas / Ed. by Bryson L. New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948; McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage, 1987; Norris P. A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies. Cambridge: University Press, 2000; Webster F. Theories of the Information Society / 2<sup>nd</sup> ed. London: Routledge, 2002; и др.

<sup>28</sup> Ашин Г. К. и др. Основы политической элитологии: Учеб. пос. М.: Приор, 1999; Дугин А. Обзор теории элит // Главная тема. 2005. № 3. С. 28–41; Elias N., Scotson J. L. The Established and the Outsiders. A Sociological Enquiry into Community Problems. London: Sage, 1994; McCormack A., Useem M. The Dominant Segment of the British Business Elite // Sociology. 1981. Vol. 15, № 3. P. 381–406; Scientific Establishments and Hierarchies. Sociology of the Sciences Yearbook / Ed. by Elias N., Martins H., Whitley R. Dordrecht: Reidel, 1982; и ми. др.

<sup>29</sup> Багдикян Б. Монополия средств массовой информации. М.: Прогресс, 1987; Ноэль-Нойманн Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания. М.: Прогресс. – Академия: Весь мир, 1996; Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980; Сиберт Ф. С., Питерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. М.: Вагриус, 1998; Franklin B. News and Newszak. London: Edward Arnold, 1998; Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. New York: Columbia

• работы по истории и теории журналистики Западной Европы (С. И. Беглов, В. С. Соколов и С. М. Виноградова, А. С. Пую, С. А.- Михайлов, Б. МакНейр и др.)<sup>30</sup>.

Структура книги может показаться несбалансированной, поскольку, несмотря на приведенные выше многочисленные отсылки к теории, теоретические положения в монографии составляют пласт, разнородный по степени влияния на авторскую мысль и несколько разнесенный по тексту книги, а не собранный целиком в Главе I, как это принято в российской научной школе. Теория (политическая, медийная и иная) составляет в данной книге часть контекста развития британской политической коммуникации, и это не случайно. Сегодня теоретические новации играют колоссальную роль в развитии коммуникативных практик элит, подстегивая нововведения и провоцируя общественную дискуссию, поэтому закономерно включить их в практическое исследование не только в качестве традиционной опоры для анализа практики, но и в качестве быстро меняющегося контекстуального пласта. Таким образом, первая глава книги посвящена контексту развития политической коммуникации – а имен-

---

University Press, 1948; и ми. др.

<sup>30</sup> Беглов С. И. Британская печать на исходе века. М.: МГУ, 1995; Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. СПб.: СПбГУ, 2002; Пую А. С. Политический плюрализм: опыт Франции. СПб.: СПбГУ, 1994; Рыкованов П. Я. Телевидение и власть. СПб.: СПбГУ, 2001; Соколов В. С., Виноградова С. М. Периодическая печать Великобритании. СПб.: СПбГУ, 2000; McNair B. News and Journalism in the UK / 4<sup>th</sup> ed. London: Routledge, 2003; и др.

но, теоретическому и практическому развитию британского истеблишмента как части атлантической элиты, медиатизации атлантической политики, динамике социальных и массмедийных тенденций в конце XX века.

Вторая и третья главы книги рассказывают о практике политической коммуникации и ее эффектах: вторая глава – в 1970–1996 годах, а третья – о времени правления в стране партии новых лейбористов под руководством Тони Блэра. Именно в этих главах сосредоточена наиболее весомая часть нового материала и сделаны выводы о природе современной политической коммуникации, которые суммируются в заключении к работе. Дополнительный материал, без которого исследование не могло обойтись, сосредоточен в шести приложениях; в них можно найти основную терминологию, биографические справки, иллюстративную статистику и просто иллюстрации, выдержки из важных документов и другие важные дополнения.

# Глава 1

## Современный контекст британской политической коммуникации

Цель первой главы нашего исследования – анализ контекста развития политико-коммуникативных отношений в Британии в конце XX века. Как уже было сказано, этот контекст состоит из двух взаимосвязанных пластов – теоретического и практического. Контекст этот может показаться почти безграничным, так как, например, практика современных медиа обширна, и одного исследования, сколь бы широким оно ни было, недостаточно для ее описания. Но схема, которую мы кладем в основу анализа, позволяет изучить только те элементы работы политического поля, СМИ и реакции аудитории, которые непосредственно объединяют эти элементы в одну систему. Поэтому *схема циркуляции политической информации*, положенная нами в основу работы, выглядит так: политический истеблишмент – СМИ – аудитория СМИ – СМИ – политический истеблишмент.

Поэтому одной из оперативных задач нашей работы стало определение места в социальной пирамиде Британии такого социального феномена, как истеблишмент. В § 1 мы кратко очертим структуру политических институтов Британии и дадим определение понятию «истеблишмент» в целом, про-

следим развитие политико-коммуникативного пространства через изменения в политической страте государства. Не менее значимы те перемены в практике системы СМИ и в структуре аудитории СМИ в 1970–2006 годах, которые уже осмыслены теоретиками, хотя и на разном уровне. Эти изменения описаны в § 2.

# **§ 1. Британский политический истеблишмент в 1970–2006 годах**

## **1.1. Политические институты и политический истеблишмент Британии**

### **1.1.1. Элитологическая традиция и британская элитология**

Описание изменений в такой социальной структуре, как политический истеблишмент, требует сперва прояснить саму сущность понятия «истеблишмент» и сформулировать определение этого понятия, на которое и в России, и в самой Британии существуют весьма разные взгляды. Для этого нужно рассмотреть британскую элитологическую традицию и описать британские институты – носители традиционной элитарности, оценить соотношение понятий «элита», «класс», «истеблишмент» и в итоге дать определение понятия «истеблишмент».

В британской политологии и социологии сегодня наблюдается влияние двух элитологических школ – американской (в большей степени) и европейской (в меньшей степени) на

фоне отсутствия собственных теорий, сравнимых по значимости с крупнейшими американскими или европейскими.<sup>31</sup> Европейская традиция во многом исходит из положений, сформулированных «отцами-основателями» Моска, Парето, Михельсом и Острогорским, и разделяется на два направления: либеральную (К. Маннгейм и мн. др.) и аристократическую (прежде всего Х. Ортега-и-Гассет). Американская же элитология в XX веке выступает как ведущая элитологическая сила в мире и выглядит во многом как спор «элитистов» с «плюралистами». И если для европейской элитологии в большей мере характерен ценностный подход (элита как носитель ценностей и субъект, влияющий на их трансформацию), то для североамериканской – структурнофункциональный. Но петербургские социологи отмечают, что структурно-функциональный и ценностный подходы относятся к единой элитологической парадигме так называемого «социологического реализма» и противостоят не друг другу, а номиналистской парадигме («интерпретативный», бихевиористский, рационально-избирательный подходы).<sup>32</sup> «Социологический реализм» рассматривает элиту как слой, класс, социальную группу, которую можно признать совокупным актором социальной системы; такой слой можно рассматри-

---

<sup>31</sup> Подробнее см.: Dunleavy P., O'Leary B. Op. cit. P. 32–178.

<sup>32</sup> См.: Орех Е. А. Теоретико-методологические аспекты исследования элит в современной российской социологии // Российская социология: история и современные проблемы. СПб.: СПбГУ, 2007. С. 291–292.

вать как единое целое. Соответственно, при анализе следует обращать внимание на внешние ограничения, накладываемые социально-политической системой на этот кластер социума, функции, выполняемые им, и ценности, носителями которых он является.<sup>33</sup> В рамках структурно-функционального подхода распространение в России получила также наиболее «дегуманизованная» (и наименее подверженная субъективизму) трактовка элитарной прослойки как социального института.<sup>34</sup> А номиналисты в элитологии ратуют за то, что элита – это совокупность отдельных индивидов; поэтому изучаться должна роль личности в элитарной коммуникации, принятии решений и транзитивных процессах, социологические характеристики элит, механизмы ротации, причины и формы индивидуальной и групповой активности.<sup>35</sup> Критики номинализма предупреждают о субъективизме ученых в оценке действий того или иного лидера; критики «социологического реализма» опасаются недооценки роли отдельных лидеров в элитарной динамике. Мы придерживаемся смешанного подхода, направленного на выявление

---

<sup>33</sup> Там же. С. 292–295.

<sup>34</sup> Там же. С. 297; подробнее о категории социального института в социологии и возможности исследования элиты как социального института см.: Гавра Д.П. Категория социального института в социологии // Регион: политика, экономика, социология. 1999. № 1. С. 79–83; Дука А. В. Перспективы социологического анализа властных элит // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Том 3. № 1. URL: <http://www.soc.pu.ru/publications/jssa/2000/1/06duka.html>.

<sup>35</sup> Орех Е. А. Указ. соч. С. 294–295.

трансформационной роли британской элиты; такая практика применяется сегодня в большинстве российских исследовательских элит. Как социальный институт, видимый «извне», элита интересна с точки зрения ее постоянного (established) положения: она один из гарантов воспроизводства существующей социальной структуры, носитель ценностей, а главное – наделенный полномочиями институт производства социально значимых решений и проводник дальнейшей институционализации и бюрократизации институтов демократии. Как социальный слой или группа британская элита интересна по демографическим характеристикам: например, велика ли возможность попадания в элиту из массы и обратно, как обеспечивается сменяемость элиты, какими ресурсами элита обладает. Как совокупность индивидов, рассмотренных «изнутри» элитарной прослойки, элита интересна с точки зрения роли лидеров в трансформации системы принятия решений, личных лидерских качеств, роли неформальных элитарных связей, конфликта личности и истории.

Американская традиция, в общих чертах близкая к различению «реалистических» и номиналистских концепций, все же видит спор иначе: отталкивание идет по векторам «роль экономической элиты» и «элита или демократия». Так, концепции элитистов предполагают, что реальной властью в обществе обладают не только политики, но также представители экономической элиты. В 1920-30-е годы социологи Р. и Х. Линд провели исследования, которые пока-

зали: самое большое влияние на общественное мнение на региональном уровне оказывают не политические лидеры, а владельцы крупных предприятий. 3. Бжезинский обозначает внутри элиты три наиболее значимых с политической точки зрения группы: властвующую элиту, деловых лидеров и военных. Эти три группы не изолированы друг от друга. По мнению Р. Ч. Миллса (занявшего срединную позицию между элитистами и плюралистами), между военной и деловой частями элиты в современном обществе возникают весьма тесные взаимоотношения. Как и другие эмпиристы (С. Липсет, Р. Дарендорф), Миллс обратился к социологическим и экономическим критериям «взаимного переплетения группировок». «Пирамида власти» по Миллсу включает три уровня: реальная власть в руках очень узкой властвующей элиты (монополисты, правительственные лидеры, верхушка военных); «средний уровень власти», выражающей групповые интересы (члены Конгресса); уровень фактического бесправия – политически инертная масса.<sup>36</sup> Серьезное влияние на развитие элитистской концепции оказала работа Ф. Хантера «Кто правит обществом?», подчеркнувшая приоритетные позиции бизнесменов внутри элиты.<sup>37</sup> В 1950-е Дж. Бернхэм предложил технологическое обоснование эли-

---

<sup>36</sup> Архив политической рекламы. Статья «Элиты теория». URL: <http://www.33333.ru/teoriya/glossariy/glossariy.php?st=766>.

<sup>37</sup> Тарусина И. Г. Элитисты и плюралисты в современной политической теории. URL: <http://jiBT-ll.narod.ru/stat/tarusina.htBT>.

таризма. В программной книге «Менеджерская революция» он противопоставил социалистической революции революцию менеджеров, которая приведет к власти «новый правящий класс» – элиту управляющих. К этой элите он относит топ-менеджеров крупнейших корпораций и лидеров правительственных институтов. В 1970-х годах в американской элитологии возникло направление, которое называют неоэлитизмом. Его представители Т. Дай, Х. Зайглер и другие критикуют плюралистские взгляды на политическую систему США, считая элиту атрибутом любой социальной структуры, а политическую и экономическую элиты ранних демократий (американскую и английскую) – самыми квалифицированными в мире.<sup>38</sup>

«Плюралистическая» ветвь американской элитологии (Г. Лассуэлл, Дж. Шумпетер, Р. А. Даль, П. Бахрах) выступила против поверхностной дихотомии «элита» – «масса». Некоторые из плюралистов принимали выводы элитистов об иерархичной структуре современного общества, но видели в этом его роковой недостаток, требующий не легитимации, а постепенного исправления. Плюралисты исходили из принципиально антиэлитарного общественного идеала; так, Миллс на этой основе доказывал ограниченность американской и западноевропейской демократии. Различие между элитарными группами, по Миллсу, имеет функциональный

---

<sup>38</sup> Элитология: Метод, указ, кафедры философии МГИМО(У) по спецкурсу проф. Ашина Г. К. URL: [www.mgimo.ru/kf/docs/course\\_elitology.htm](http://www.mgimo.ru/kf/docs/course_elitology.htm).

характер; по существу же они образуют отдельное сообщество, объединенное своей причастностью к власти. Внутри этой единой элиты наибольшее значение имеют экономические, военные и политические группировки; они объединяют усилия для управления массами, находящимися в плену у того, что Миллс называл «консервативным настроением»<sup>39</sup>, то есть принципиальным стремлением к сохранению status quo. Более радикальные сторонники плюралистической теории (Д. Рисмен) в 1950-е годы считали, что термин «элита» – недемократический, и предпочитали ему термин «лидерство» (leadership). Позже Р. Даль, исходя из теории о совместимости элиты и демократии, выдвинул идею «полиархии», множества центров власти в плюралистическом обществе.<sup>40</sup>

Элитисты и плюралисты едины в том, что наиболее важные политические решения принимает небольшая группа, стабильная по составу и обладающая большими материальными и символическими ресурсами. Плюралисты признают: все население не может постоянно участвовать в принятии решений, затрагивающих общество в целом, и реально им правит малая группа людей. Так что каждое из этих течений серьезно корректирует традиционное понимание демократии<sup>41</sup> как власти большинства через представительные орга-

---

<sup>39</sup> Тарусина И. Г. Указ. соч.

<sup>40</sup> Элитология. Указ. соч.

<sup>41</sup> Тарусина И. Г. Указ. соч.

ны. В последние двадцать лет основная борьба концепций элиты в США велась в работах Р. Даля, Т. Дая и У. Домхоффа (см. Приложение 1,1).

### **1.1.2. Понятие медиакратической элиты**

На британское понимание концепции элиты серьезно повлияло рождение таких терминов, как «меритократия» и «медиакратия». Так, Д. Белл указал, что в постиндустриальном обществе происходит иерархизация элиты по новым критериям. Ссылаясь на объективный процесс роста роли ученых и специалистов, Белл пишет, что они – элита постиндустриального информационного общества, ибо обладают научными знаниями, профессиональным опытом, умением руководить современными организациями. Эта элита не только более эффективна, но и более справедлива, так как признает только одну ценность и заслугу – знание.<sup>42</sup> Как конкурент меритократии может рассматриваться медиакратическая элита, которая формируется по признаку доступа к информации и владения каналами ее передачи. Нам не удалось обнаружить в европейской медиатеории сколь-либо целостной теории медиакратии; можно, однако, утверждать, что в Европе основы понимания этого феномена заложили Г. Маркузе и А. Грамши. Российские теоретики также

---

<sup>42</sup> Элитология. Указ. соч.

не обошли вниманием новую проблематику.<sup>43</sup> В любом случае сегодня мы уже не можем игнорировать сам термин, хотя его интерпретация все еще неоднозначна. Если понимать под медиакратией не способность СМИ формировать взгляды и предпочтения (к чему склоняется московская школа), а сращение властвующей общественной верхушки с элитой медиарынка в рамках процесса элитарной коммуникации (а также саму новую элитарную прослойку и общественный строй, который при этом складывается), то британская медиалогия занимается разработкой этой проблематики уже несколько десятилетий.

Близко к британскому пониманию медиакратии подошел экс-редактор отдела политики «Русского Журнала» А. Чадаев. Он указывает, что в медиакратическом социуме формируется новая стратификационная схема: медиатизированной элите противостоят институты «прямой демократии»<sup>44</sup>, о чем в своих работах писали Д. Миллер, Д. Уоттс, Н. Джоунз и многие другие теоретики и практики медиа. Чадаев пишет, что в рамках новой элиты журналистам отводится роль промоутеров интересов элитарной прослойки, и они прово-

---

<sup>43</sup> См., напр.: Соловьев А. И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Полис. 2004. № 2. URL: [www.politstudies.ru/arch/2004/2/12.htm](http://www.politstudies.ru/arch/2004/2/12.htm); Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики. М.: Ладомир, 2004.

<sup>44</sup> Чадаев А. Классовые враги // Русский Журнал. 2004. 22 декабря. URL: [http://old.russ.ru/culture/20041222\\_cron.htBLL1](http://old.russ.ru/culture/20041222_cron.htBLL1).

дят их в массы в силу совпадения их интересов с интересами элиты и из чувства причастности к «небожителям с «первой кнопки». В этих условиях электоральное большинство может реализовать свои интересы только через первичные демократические институты (группы давления, профсоюзы, новые партии, акции гражданского неповиновения и т. д.). «Для них медиа – это система-конкурент; среда, где торжествует медиакратический способ коммуникации между властью и обществом, является малопригодной для жизни»<sup>45</sup> демократических инициатив, хотя институты прямой демократии также вынуждены пользоваться СМИ как каналом коммуникации. В отличие от трех ветвей власти медиакратия практически не контролируется обществом, поскольку механизмы сращения элиты и медиа в основном неформальны; в свою очередь, попытки традиционной власти повлиять на медиакратические процессы расцениваются как покушение на свободу слова.<sup>46</sup> В постиндустриальном обществе медиакратия становится самостоятельным и даже центральным стратегическим фактором развития, а СМИ из подсобной социальной инфраструктуры превращаются в силовой инструмент с растущим потенциалом.<sup>47</sup> Из-за роста роли СМИ наблюдатели говорят о «пандитократии»<sup>48</sup> – «вла-

---

<sup>45</sup> Там же.

<sup>46</sup> URL: <http://warwebl.chat.ru/gusin.htm>.

<sup>47</sup> URL: [http://antinwo.narod.ru/NewRes.files/NWO/00\\_NMP.htm](http://antinwo.narod.ru/NewRes.files/NWO/00_NMP.htm).

<sup>48</sup> URL: <http://x-bratstvo.org/archives/19>.

сти толкователей», медиафигур: экспертов, телеведущих, колумнистов. По мнению радикального философа Е. Холмогорова, медиакратия как новый вид «власти в реальном времени» противостоит бюрократии как способу управления с помощью потоков документов, так как вызовом времени является скорость, с которой необходимо принимать решения (в том числе политические). Отсюда – «создание еще более обобщенных технологий систем власти и управления», вырабатывающих «решения... над потоком материала, преодолевая его обилие, неселективность и, одновременно, неполноту». Такие системы «должны быть способны преодолеть хронотопический кризис власти. Подобные системы мы обозначаем термином смыслократия:... власть в рамках этих систем дается как способность подчинять себе имеющиеся социальные смыслы, изменять их и задавать новые. Медиакратия манипулирует способами говорить, смыслократия – самой возможностью говорить. И она не может быть, в отличие от идеологии и идеократии, организована под одну идею или комплекс идей»<sup>49</sup>: идеология подчинена смыслократии как смыслопорождающий комплекс.

### 1.1.3. Определение понятия «элита»

Конец XX века, таким образом, отмечен в теории элит поиском консенсуса между элитарной и эгалитарной (плю-

---

<sup>49</sup> Холмогоров Е. Указ. соч.

ралистской) концепциями и осознанием растущего влияния информационной элиты на структуру элиты в целом. Нашей задачей поэтому становится выяснить конкретно-исторические характеристики британской элиты в обществе развитой демократии, где все больший вес приобретает такой ключевой критерий, как медиатизация публичной сферы и рост информатизации общества.

Политолог И. Г. Тарусина приводит перечень утвердившихся в западной элитологии определений элиты.<sup>50</sup> Проанализировав их, выделим критерии оценки элиты: это пути рекрутирования элиты (как и почему складывается динамика элиты и «ротация элит» (В. Парето)<sup>51</sup>); влияние (насколько деятельность элиты и отдельных ее субъектов влияет на лидеров мнений и на поведение неэлит); доступ к ресурсам (какие суб-элиты составляют элиту и каков баланс сил между суб-элитами); противостояние (по каким признакам и насколько сильно элитарная прослойка отстоит от массовой); функциональный критерий (как в сообществе происходит осуществление элитарных полномочий – властных и иных).

При анализе мы будем пользоваться этими критериями, а также двумя российскими определениями элиты. Первое определение дано профессором МГИМО Г. К. Аттиным в курсе лекций по элитологии: «элита – социальная группа, контролирующая большую долю материальных, символиче-

---

<sup>50</sup> Тарусина И. Г. Указ. соч.

<sup>51</sup> Подробнее см.: Дугин А. Указ. соч. С. 28–41.

ских и политических ресурсов общества. Ее члены занимают высшие посты в иерархии статуса и власти, полученные ими аскриптивно (по предписанному статусу) или рецептивно (благодаря собственным заслугам)<sup>52</sup>. Второе, весьма широкое, дано исследователями-практиками: элита – это «социальный слой, обладающий таким положением в обществе и такими качествами, которые позволяют ему управлять обществом... влиять (позитивно или негативно) на ценностные ориентации и поведенческие стереотипы в обществе и... более активно, результативнее, чем все другие слои, участвовать в формировании тенденций развития общества... одновременно обладая гораздо большим, чем другие группы, суверенитетом в формировании собственного положения, в выборе своей групповой ориентации по основным общественным проблемам»<sup>53</sup>. Из данных определений видно, что нам ближе социально-реалистический, чем номиналистский подход; это, однако, не означает, что персоналиям в исследовании будет уделяться мало места. Пока же только добавим: обычно считается, что элита составляет примерно 1 % от численности населения.

---

<sup>52</sup> Элитология. Указ, соч.; См. также: Ашин Г. К. и др. Указ. соч.

<sup>53</sup> Бабаева Л. В., Таршис Е. Я., Резниченко Л. А. Элита России о настоящем и будущем страны // Социологические исследования. 1996. № 4. С. 43. Особо подчеркнем, что данное определение сопоставляет возможность влияния на ценности, участие в управлении и *суверенитет* элит в принятии решений и выборе социально-политической ориентации.

## **1.1.4. Британская элита в политической истории страны**

Носителями традиционной элитарности в Британии уже около восьмисот лет являются институты, сформировавшиеся в поле политического управления страной. Как известно, политическая система Британии предполагает разделение властных полномочий между тремя ветвями власти: законодательной, исполнительной и судебной. Законодательная власть в Великобритании представлена на двух уровнях – центральном и местном. Корпус центральной законодательной власти – это парламент, включающий монарха и две законодательные палаты. Местная законодательная власть представлена парламентами национальных регионов (Парламент Шотландии, Ассамблея Северной Ирландии, Национальное собрание Уэльса) с разной степенью автономности и различным уровнем полномочий, а также органами местного самоуправления. Британская сословная монархия и английский парламент оформились во второй половине XIII века, дооформившись в эпоху «славной революции». Британский монарх является носителем как наиболее элитарных, так и наиболее демократичных социальных ценностей, но само сохранение в одной из ранних демократий института монархии предполагает, что в стране сильны традиции аскриптивной элитарности. Это подтверждается и тем, что до 1999 го-

да верхняя палата британского парламента (Палата Лордов) на 7/8 состояла из наследных пэров. Но в 1999 году инициированный Блэром Акт о Палате Лордов (House of Lords Act 1999) отменил традицию сословного заседания в парламенте<sup>54</sup>, и сегодня Палата Лордов состоит из Великих Офицеров Государства (9 человек), 26 Лордов-духовников, около 500 назначаемых пэров и 92 пэров, избираемых на местах на пожизненный срок. До 2005 года Палата Лордов исполняла также некоторые судебные функции, которые по Акту о конституционной реформе (Constitutional Reform Act 2005) перешли к Высшему суду Великобритании, то есть окончательное разделение ветвей власти в стране произошло около пяти лет назад. До этого судебные функции придавали Палате дополнительные властные полномочия, что не могло не сказываться на ее закрепившемся элитарном статусе. Но в целом падение статусного значения Палаты Лордов наблюдалось с начала XIX века, и к 1999 году Палата выполняла скорее представительские, чем законодательные функции, хотя все еще применяла право *suspensive veto*<sup>55</sup> против законов, инициированных лейбористами – оппонентами консервативно настроенной Палаты Лордов.

Нижняя палата британского парламента избирается на ос-

---

<sup>54</sup> См., напр.: Фокина К. Лорды отменили сами себя // Независимая газета. 1999. 28 октября. URL: <http://www.ng.ru/world/1999-10-28/lords.html>.

<sup>55</sup> Право *suspensive veto* предполагает, что проходящий через Палату законопроект может быть задержан на 12 месяцев, но не может быть отвергнут.

нове многопартийной системы, что привело к появлению в конце XVII века двух основных политических партий Британии – консервативной и либеральной, впоследствии либерально-демократической (тори и виги/либдемы). В 1906 году к ним добавилась третья весомая партия – Рабочая, или партия лейбористов (Labour Party); в 1911 году – Социалистическая партия Британии. Более семидесяти лет просуществовала Коммунистическая партия Британии. В течение XX века за лидерство на политической арене боролись консервативная и лейбористская партии; после слияния социалистов и либералов новая партия (Lib-Dems) существовали как «третья сила», аффилируясь то с одной, то с другой ведущей партией. Каждая из ведущих партий имеет сегодня отделения в так называемых национальных регионах страны: трех частях Англии, в Шотландии, Уэльсе и Северной Ирландии. Национальные партии Уэльса (1), Шотландии (1) и Северной Ирландии (4) играют небольшую роль в рамках общенациональной элиты, формируя, однако, большую часть политической и управленческой элиты в регионах. С небольшими допущениями можно сказать, что за последние сто лет в Британии фактически сложилась трехпартийная система, что качественно определяет состав и поведение британской политической элиты. Влияние региональных элитарных традиций на формирование национальных парламентов сегодня невелико; в целом принципы формирования местных палат повторяют картину, складывающуюся при выборах в ниж-

ную палату британского парламента.

В силу того, что Великобритания является парламентской монархией, в стране сложилась уникальная традиция взаимосвязи центральной законодательной власти с исполнительной. Центральным органом исполнительной власти в стране является Кабинет министров. Он формируется из членов партии, победившей на всеобщих выборах в парламент (general elections) с подачи монарха, который по традиции назначает главой правительства лидера победившей партии. Такая традиция формирует следующие традиции британской политической элиты:

- традицию одновременной смены правительства и парламента и подотчетности первого второму, а также складывания тесных личных отношений между будущими членами Кабинета и парламентской фракции во время работы в оппозиции;

- традицию формирования в Палате Общин «модельных» кабинетов министров от оппозиционной партии (так называемых «теневых кабинетов», Shadow Cabinets) и, соответственно, традицию обретения будущими министрами статуса публично значимой фигуры еще до занятия министерской должности;

- традицию перехода «теневых министров» из статуса парламентариев в статус государственных служащих и, следовательно, переноса приемов управления и политического мышления из парламента в офисы министерств;

– традицию апробации партийных программ на парламентских дебатах.

Кабинет министров Британии традиционно обладает высоким элитарным статусом; премьер-министр (несмотря на существование монарха) наделяется статусом «лидера нации». Он и еще трое ключевых министров официально приравниваются по статусу к Великим Офицерам Государства.<sup>56</sup> Правительство как элитарный институт оказывает наибольшее влияние на общественное мнение в современной Британии.

Помимо специфических структурных характеристик британская политическая элита обладает также некоторыми эндемичными качественными особенностями, которые сложились исторически. Одной из таких особенностей многие британские политологи называют тесную связь политической элиты с элитой научной и военной в период с начала Первой Мировой войны и примерно до конца «холодной войны». Так, в книге «Государство войны» Д. Эджертона утверждает, что внутри британской политической элиты в это время «продолжает расти значение тех, кто контролирует производство оружия, а также технических специалистов среди госслужащих, бизнесменов из военной промышленности и военных»<sup>57</sup>; состояние британской политической элиты он

---

<sup>56</sup> Для информации см. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Great\\_Officer\\_of\\_State](http://en.wikipedia.org/wiki/Great_Officer_of_State).

<sup>57</sup> Edgerton D. Warfare State. Britain, 1920–1970. Cambridge: University Press,

определяет как «новое состояние отношений науки и государства»<sup>58</sup>. Но с падением СССР и прекращением гонки вооружений влияние военных внутри политической элиты Британии несколько ослабело.<sup>59</sup>

Второй традиционной чертой британской политической элиты является высокая степень неформальности внутри-элитарного общения. Эта традиция берет начало в эпохе Просвещения, когда формировались знаменитые британские элитарные клубы. Как отмечает профессор П. Кларк, клубная традиция заметно повлияла на британское понимание демократии как свободного представительства сообществ и ассоциаций в выборных законодательных органах.<sup>60</sup> Сегодня эта традиция нашла продолжение в культуре советников по особым вопросам – *spad'ов* (от «special advisor»), которые формируют вокруг министра или другой публичной фигуры нечто вроде закрытого клуба или влиятельного круга, а также способствовала сращению политической и финансовой элиты во второй половине XX века.

Третья черта британской политической элиты XX века – ее демократизация по критерию происхождения. Самый знаменитый пример здесь, пожалуй, Маргарет Тэтчер, дочь зеленщика; в целом к 1970 году доступ в высшие партий-

---

2006. P. xiv.

<sup>58</sup> Ibid. P. xv.

<sup>59</sup> Подробнее см.: Ibid. Preface.

<sup>60</sup> Подробнее см.: Clark P. Op. cit.

ные круги стал доступен любому через систему местных партийных активистов. Это подтверждают данные социологического исследования среди членов Палаты Общин созыва 2005 года (см. Приложение 1,2). Однако то же исследование показывает, что политическая элита обновляется во многом за счет выходцев из элитарных учебных заведений (см. Приложение 1,3) и что процентное соотношение выпускников элитных учебных заведений и выпускников «обычных» вузов (то есть представителей скорее среднего класса, чем прежней элиты) не отражает элитарных реалий. Следует также отметить феминизацию Палаты Общин (с 6 % в 1987 году до 20 % в 2005 году) и низкое, но повышающееся репрезентативное отражение в парламенте цветного населения Британии (менее 3 % при 8 % населения в 2005 году). Оба изменения произошли прежде всего в рядах лейбористской фракции.<sup>61</sup> В целом из всех путей рекрутирования и смены элитарной прослойки наиболее «британским» представляется учеба в элитных учебных заведениях. Как пишет, например, автор статей по сравнительной элитологии О. В. Гаман-Голутвина, «в Великобритании... образование играет столь значимую роль, что разница между ним и системой элитного рекрутирования фактически стирается»<sup>62</sup>.

Четвертая главная черта политической элиты – ее отно-

---

<sup>61</sup> URL: <http://www.parliament.uk/commons/lib/research/notes/snsg-01528.pdf>.

<sup>62</sup> Перегудов С. П. Политическое представительство интересов: опыт Запада и проблемы России. URL: <http://jim-ll.narod.ru/stat/peregudov.htm>.

сительная несменяемость в рамках одного-двух «политических поколений». Так, «из избранных в 2005 году 119 (18 %) не имели парламентского опыта; 4 человека были в парламенте до 2001 года и 523 (81 %) были членами парламента в 2001–2005 годах»<sup>63</sup>. Это не застраховывает парламентскую элиту от резких сломов и – иногда – неготовности к ответственной работе в правительстве<sup>64</sup>, но позволяет сектору высокопоставленных госслужащих в штате министерств успешно передавать навыки административной работы. За исключением министров, рекомендуемый Кодексом Государственной Службы стаж правительственного работника на одной должности не должен превышать трех лет.<sup>65</sup> Хотя это правило часто нарушается, в среднем правительственная и парламентская элиты обладают достаточной стабильностью и в то же время успешно сменяются.

Из сказанного можно сделать несколько кратких выводов. Британская политическая элита продолжает оставаться основным носителем демократических ценностей страны. Но она достаточно консервативна по составу и склонна скорее к постепенной эволюции, чем к резким сломам, обусловленным извне. Ее социальные характеристики в целом отражают представительство доминирующей прослойки (белые мужчины 40–60 лет, в равной степени представители интеллек-

---

<sup>63</sup> Ibid.

<sup>64</sup> Ingham B. Op. cit. P. 139–146.

<sup>65</sup> Ibid. P. 100–107.

туальной элиты и upper middle class), но в последние двадцать лет приближаются к репрезентации общества в целом.

Нельзя не остановиться на еще одной характеристике политической элиты Британии – ее тесной связи с экономической жизнью страны и с персоналиями в финансовой элите. Этому способствует сосредоточенность основных политических и финансовых институтов страны в рамках столицы (в Центральном округе Лондона и Лондонском Сити). При этом в последние годы сама финансово-экономическая элита Британии претерпела серьезную трансформацию в связи с изменением законодательства о джоббинге в 1970-е, либерализацией экономики в 1980-е, технологическим бумом в 1990-е и крахом «новой экономики» в 2000-е. Главными чертами финансовой элиты являются ее гомогенность (примерно одинаковый уровень образования и несколько почти фиксированных уровней дохода), стабильность и корпоративная закрытость в силу специфичности финансовой информации для остального населения. Можно сказать, что финансовая элита Британии столетиями функционировала и продолжает жить как субкультура, весьма влиятельная на мировом рынке и почти незаметная среднему британцу. Бизнес-элита, в отличие от финансовой, традиционно более расфокусирована по стране и претерпела за последние полвека большие изменения в структуре и мировоззрении. Эти изменения были связаны прежде всего с потерей Британией колоний в 1960-е годы, рождением концепции «общества

благосостояния» («welfare state»), вступлением Британии в ЕС и ЕЭС и наступлением эпохи глобализма. Кумулятивный эффект от указанных факторов привел к тому, что в рамках английской бизнес-элиты в 2000-х годах ощущается заметное присутствие неанглийского капитала и неангличан, в особенности американского, индийского и арабского происхождения. Фрагментация бизнес-элиты и разрушение традиционных связей внутри бизнесов, а также глобализация экономического сотрудничества послужили основанием для новой структуры британской бизнес-элиты.<sup>66</sup> Эта структура может быть названа «элитной сетью»<sup>67</sup> или же комплексом сетей элиты (elite networks). Автор концепции Пол Виндольф утверждает, что тип связи, который устанавливается между государственным бюрократическим контролем и владельцами корпораций в конфигурации самой сети управления, стабилен в рамках десятилетия и определяет лицо бизнес-элиты страны.<sup>68</sup> Концепция «сетей элиты» нашла широкое отражение в атлантической школе элитологии.<sup>69</sup> Так, А. Маккормак и М. Юсим отмечают, что «члены доминантного сег-

---

<sup>66</sup> Scott J. Transformations in the British Economic Elite // Comparative Sociology. 2003. Vol. 2, № 1. P. 156.

<sup>67</sup> Подробнее см.: Windolf P. Elite Networks in Germany and Britain // Sociology. 1998. Vol. 32, № 2. P. 321–351.

<sup>68</sup> Ibid. P. 328.

<sup>69</sup> McCormack A., Useem M. Op. cit. P. 386. Под «компаниями некоммерческого сектора» имеются в виду НКО, выполняющие функции общественных организаций и использующие технологии лоббирования.

мента диспропорционально входят в правящие круги в силу их благоприятной (высокой) позиции как в формальных... так и в неформальных ассоциациях лидеров бизнеса... примером которых могут быть сети клубов ответственных работников (executive-club networks)... Этот сегмент позиционируется как промоутер классовых интересов всего сектора крупных компаний»<sup>70</sup> и является главным инициатором лоббирования в Палате Общин.

Британия – одна из стран, попытавшихся как можно эффективнее легализовать и формализовать коммуникацию двух главнейших элит. В Британии при социально-экономических ведомствах работают так называемые спонсорные подразделения (sponsoring departments), в задачи которых входят регулярные связи с отраслевыми ассоциациями бизнеса и отдельными корпорациями, выработка совместных с ними рекомендаций для министерских и правительственных решений. В отличие от консультативных комитетов данные подразделения являются государственными и не включают в свой состав представителей групп давления (pressure groups).

### **1.1.5. Понятия «элита» и «истэблшмент».** **Определение истэблшмента**

Определившись с составом и положением британской элиты, рассмотрим теперь, как ее существование соотносит-

---

<sup>70</sup> Ibid. P. 388.

ся с исконно британским понятием The Establishment. Как в атлантической теории элит, так и в повседневном узусе понятия «истэблишмент» и «элита» совпадают не полностью. Речевая калька понятия вошла и в российскую речевую практику (особенно в СМИ); так, в Казани выходит журнал «Истэблишмент». <sup>71</sup> В целях научной верификации исследования следует уточнить смысл, традиционно вкладываемый британской и российской культурой в это социологическое понятие, и те изменения, которые наблюдались в истэблишменте в постмодерное время. <sup>72</sup> Отметим семантическую неопределенность понятия (и даже спорность орфографии<sup>73</sup>), которая в российской практике наблюдается повсеместно – от толковых словарей до Интернета; общество к 2010 году не пришло к какому-либо консенсусу относительно этого понятия. <sup>74</sup> «Большой толковый словарь русского

---

<sup>71</sup> См. URL: <http://establishment.tatincom.ru>.

<sup>72</sup> Отметим, что в круг нашего рассмотрения не входит The Establishment в значении «государственная (англиканская) церковь». Однако нам хотелось бы подчеркнуть сам факт того, что этим словом называется, наряду с другим феноменом, также и нечто настолько авторитетное и незыблемое, как церковь.

<sup>73</sup> Мы пишем слово «истэблишмент» через «э» (а не «е») по принципиальному соображению. В русской лингвистической традиции существует два основных способа ассимиляции заимствованной лексики: транскрипция (написание, адекватное написанию в другом языке; напр., Hudson River – «река Гудзон») и транслитерация (написание, адекватное произношению; напр., «Mrs Hudson – миссис Хадсон»). В нашем случае написание «истэблишмент» ближе к оригиналу в рамках обеих традиций перевода, а также совпадает с частотным узусом, который в итоге и формирует нормативную лексическую единицу.

<sup>74</sup> См., напр., публикации в «Независимой газете» за 2000 год (URL:

языка» дает два варианта написания: «истэблишмент»/«истеблишмент» и определяет это понятие как «внешние (обычно правящие) круги общества; систему верховной власти государства»<sup>75</sup>. Несмотря на авторитетность издания, такое толкование вызывает сразу несколько вопросов. Такое толкование противоречит британскому пониманию термина.

Более адекватно проследить динамику ассимиляции понятия можно по англо-русским словарям. Отметим, что калькирование термина началось задолго до перестройки: так, словарь 1973 года переводит establishment как «истаб-лишмент; консервативно-бюрократический аппарат сохранения власти капитала»<sup>76</sup>. Таким образом, в русский язык понятие «истэблишмент» пришло как идеологизированная калька. Здесь же отметим, что наиболее вероятными проводниками, принесшими термин в российскую практику еще в 1960-70-е годы, стали журналисты-международники, специализировавшиеся по странам атлантической цивилизации, и исследователи журналистики (В. Матвеев, С. Беглов, М. Стуруа, В. Осипов и др.), использовавшие этот термин в своих работах.<sup>77</sup>

---

[www.ng.ru/ideas/2000-10-28/8\\_verbal\\_freedom.html](http://www.ng.ru/ideas/2000-10-28/8_verbal_freedom.html)) и в «Русской мысли» за 2005 год (URL: [www.karelia.ru/psu/Structure/NewsPaper/2005/0325/4.htm](http://www.karelia.ru/psu/Structure/NewsPaper/2005/0325/4.htm)).

<sup>75</sup> Большой толковый словарь русского языка. СПб., 1998. С. 403.

<sup>76</sup> Карманный англо-русский словарь. М.: Советская энциклопедия, 1973. С. 272.

<sup>77</sup> См., напр.: Беглов С. И. Монополии слова. М.: Мысль, 1969; Матвеев В. А. Империя Флит-стрит. Современная печать Англии. М.: Наука, 1961; Осипов

Расширенное толкование понятия дает Англо-русский словарь В. К. Мюллера от 1981 года: «истэблишмент; совокупность основ и устоев государственного и социального строя; консервативно-бюрократический аппарат сохранения власти; правящая элита»<sup>78</sup>. Словарь несколько снимает идеологическую составляющую определения, и мы можем видеть, что при переводе подчеркивается как системная, структурная сторона истэблишмента, его укорененность в элитарных структурах и традициях, так и персональное наполнение, подразумеваемое словами «аппарат» и «элита». А Англо-русский военно-экономический словарь от 2002 года переводит Establishment уже просто как «истэблишмент»<sup>79</sup>, подразумевая полную ассимиляцию термина.

Британская традиция трактует «истэблишмент» несколькими способами. Самое широкое толкование приведено в международном словаре Multitran: «Господствующая верхушка»<sup>80</sup>. Словарь Мерриам-Уэбстера дает наиболее близкое к российскому толкование: «establishment (часто с большой буквы) – установленный общественный порядок как: а) группа общественных, экономических и политических ли-

---

В. Д. Британия глазами русского. М.: АПН, 1977; Стуруа М. Г. Американский дневник. 1968–1978. М.: Советский писатель, 1981.

<sup>78</sup> Мюллер В. К. Англо-русский словарь / 17-е изд. М.: Русский язык, 1981. С. 259.

<sup>79</sup> Англо-русский военно-экономический словарь. М.: Русский язык, 2002. С. 183.

<sup>80</sup> URL: [http://www.multitran.ru/c/m.exe?t=1697130\\_2\\_1&ifp=1](http://www.multitran.ru/c/m.exe?t=1697130_2_1&ifp=1).

деров, формирующих правящий класс (нации); б) контролирующая группа в какой-либо сфере деятельности (например, литературный истеблишмент)»<sup>81</sup>. Примечательное «общественное» толкование можно обнаружить также в «Википедии»: «The Establishment – это уничижительный слэнговый термин, которым описывается традиционная и обычно консервативная элита правящего класса и структуры в обществе, которые она контролирует... Термин также может быть использован для описания особо устойчивых структур в рамках общественных институтов. Например, кандидаты на политические посты... должны произвести впечатление на «партийный истеблишмент», чтобы заручиться поддержкой»<sup>82</sup>.

Как видно из приведенных определений и из этимологии понятия, «истеблишмент» подразумевает и общественный строй, и группу людей – господствующую верхушку общества. Первая часть определения отграничивает это понятие от понятий «класс» и «элита», подразумевающих только совокупность людей. Также отметим, что понятие «класс» применимо к истеблишменту только в *конкретный момент времени рассмотрения*, когда данная совокупность людей может быть признана правящим классом; говорить о классовой природе истеблишмента на каком-либо протяженном отрезке времени (например, двадцать лет) в XX веке не представ-

---

<sup>81</sup> URL: <http://www.transinter.ru/tools/>, ввести «establishment».

<sup>82</sup> URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Establishment](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Establishment).

ляется возможным. Истэблишмент может быть понят как правящий класс, который *в данный момент времени* имеет доступ к ключевым ресурсам управления.

Британский социолог Норберт Элиас в своих книгах указал на такую важнейшую черту истэблишмента, как наличие аутсайдеров в оппозиции к нему.<sup>83</sup> Этим Элиас практически приравнял истэблишмент *элитарному мейнстриму*, где истэблишмент и аутсайдеры могут порой меняться местами, а также принадлежать элите или выходить за ее пределы. То есть множества «элита» и «истэблишмент» совпадают лишь отчасти; часть истэблишмента может не принадлежать элите, и наоборот.

Еще одна черта истэблишмента такова: он, в отличие от элиты, не может конституировать сам себя, а определяется только извне – в общественном сознании и критических исследованиях. Это подтверждает, например, уже упомянутая статья в «Википедии»: «В 1960-70-е «истэблишмент» *рассматривался* как носитель ограничительных, авторитарных политик. Он *ассоциировался со* старшим возрастом и старомодным отношением к жизни; *говорили*, что в нем доминируют люди «военного поколения»... В 1980-е *критики-консерваторы* (особенно в Америке и Британии) *начали утверждать*, что либералы стали «новым истэблиш-

---

<sup>83</sup> См.: Elias N., Scotson J. L. The Established and the Outsiders. A Sociological Enquiry into Community Problems. London: Sage, 1994; Scientific Establishments and Hierarchies. Sociology of the Sciences Yearbook / Ed. by Elias N., Martins H., Whitley R. Dordrecht: Reidel, 1982.

ментом»<sup>84</sup> (Курсив наш. – С. Б.). Основным конституирующим свойством истэблишмента, таким образом, является его закреплённость в публичном информационном поле – поле «общего знания», публичной сфере (по Ю. Хабермасу). Иными словами, не сам истэблишмент, а смотрящее на него общество решает, что есть истэблишмент сегодня. Поэтому для сохранения положения лидера истэблишменту требуется управлять общественным мнением о себе, а значит, управлять национальным информационным полем посредством контроля над СМИ, которые играют роль главных массовых коммуникативных каналов и лидеров мнений. То есть доступ к контролю над СМИ сегодня – один из критериев принадлежности к истэблишменту.

Имея в виду все вышесказанное, мы можем сформулировать определение истэблишмента: *истэблишмент – это относительно гомогенный, но меняющийся с течением времени элитарный мэйнстрим, который персонифицирует установленный общественный строй в глазах остального общества, а также стремится сохранить свое господствующее положение как совокупный «лидер общественного сознания» и доступ к ключевым ресурсам, определяющим как общественное сознание, так и реальную жизнь остального общества. По нашему мнению, истэблишмент – это актуальная*

---

<sup>84</sup> URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Establishment](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Establishment). В данном случае мы считаем уместным использование Википедии – Свободной энциклопедии, так как информация, почерпнутая из нее, используется не в качестве источника научной информации, но исключительно в качестве иллюстрации к тезису.

*часть* элитарной прослойки; в силу заинтересованности в собственном стабильном положении истэблишмент *использует коммуникацию на основе проактивности*. В рамках истэблишмента конкретные личности персонифицируют и представляют общественные институты. В дискурсе петербургской школы пиар истэблишмент может быть определен как *совокупность носителей актуального публичитного капитала на уровне всего общества*.

## **1.2. Медийность как основная характеристика постиндустриального истэблишмента Британии**

### **1.2.1. Медиатизация британского истэблишмента**

Как отмечают подавляющее большинство британских исследователей, к концу века влияние массмедиа на саму структуру истэблишмента и на его взаимоотношения с остальным обществом стало ключевым.<sup>85</sup> Выделим несколько

---

<sup>85</sup> См., напр., исследование, посвященное роли СМИ в процессе принятия решений в британских элитах (в том числе политической) и приводящее к пересмотру критической теории элит: Davis A. Whither Mass Media and Power? Evidence for a Critical Elite Theory Alternative // Media, Culture & Society. 2003. Vol. 25, Issue 5. P. 669–690.

ко сторон этого влияния:

– в *истэблшмент* вошла *медиаэлита* — прежде всего ведущие теленовостей, а также редакторы крупнейших национальных газет, входящих в профессиональное сообщество политических журналистов – Лобби, или Содружество журналистов Парламентского холла, первый в истории парламентарско-правительственный пул. Он действует в британской журналистике с 1884 года, но впервые стал восприниматься как часть влиятельной прослойки.<sup>86</sup> К этой категории следует также отнести владельцев медиаконцернов, хотя их влияние на общественное сознание не является прямым, а опосредуется самими СМИ и политическими деятелями, с которыми медиамагнаты аффилируются в целях недопущения принятия антимонопольного законодательства в сфере СМИ. Об уровне влияния медиаперсон внутри *истэблшмента* красноречивее других говорит история ВАР – Британо-Американского Проекта, родившегося в недрах Белого дома в начале 1980-х<sup>87</sup>;

---

<sup>86</sup> См.: Tunstall J. *Newspaper Power. The New National Press in Britain*. Oxford: University Press, 1996. Chapter 10.

<sup>87</sup> Проект был направлен на «совместную с Британией работу по строительству инфраструктуры демократии в Европе и США и привлечению внимания молодежи... к вопросам обороны и национальной безопасности». Речь на самом деле шла о совместном проекте по разработке некоторых видов вооружений. Ввиду сильной лейбористской (в Британии) и либеральной (в США) оппозиции новым тратам на вооружения в условиях падения экономики Рейган впервые за историю Белого дома решил привлечь к работе сначала не министров, а лидеров мировой медиаиндустрии. На строго конфиденциальную встречу он пригласил Ру-

– сформировался новый путь рекрутирования элиты, через медиа. Именно пресса и телевидение породили внутри истеблишмента новую группу – media celebrities, или celebs («знаменитости»). В истеблишмент вошли не только части политической и экономической элиты наряду с журналистами, но и звезды спорта, шоу-бизнеса, массовой культуры и «простые люди», превращающиеся в знаменитостей из-за экстраординарных (сенсационных) событий в их жизни. Примером такой «медиазнаменитости» может быть американка Бобби МакКафи, родившая семерых детей одновременно и теперь состоящая в нескольких престижных общественных ассоциациях, получившая в подарок от крупных корпораций дом, автомобиль и пенсию на десять лет вперед, тогда как родившая за месяц до нее шестерых детей жительница соседнего штата почти не получила медийного интереса и осталась на прежнем уровне авторитета и достатка.<sup>88</sup> Эта история демонстрирует, что элитарный статус присваивается персоне именно в силу внимания со стороны СМИ;

– произошло перераспределение влияния внутри истеблишмента в зависимости от интереса медиа. Самым ярким примером здесь, конечно, является принцесса Диана,

---

перта Мердока, сэра Джеймса Голдсмита, председателя Европейской комиссии по общественной демократии Дэйли, Джорджа Гэллага и Иоахима Мэтра, официального представителя издательского дома Акселя Шпрингера. Подробнее см. URL: [www.bilderberg.org/bap.htm#Tom](http://www.bilderberg.org/bap.htm#Tom).

<sup>88</sup> Solomon N. The Habits of Highly Deceptive Media. Monroe (ME): Common Courage Press, 1999. P. 42.

чье участие в событиях являлось более авторитетным и влиятельным и привлекало много больше внимания, чем участие ее мужа. То же можно сказать и о Палате Общин, где активные бэкбенчеры (парламентарии с задних скамеек, то есть не занимающие важных должностей) могут сегодня получать больше внимания и чаще цитироваться, чем даже Теневой Кабинет;

– *из истэблишмента вышли некоторые элитарные группы*: ученые, военные, судьи. Сегодня их влияние на общественное мнение можно назвать дважды опосредованным – через влияние на истэблишмент и последующее влияние истэблишмента на СМИ;

– *произошло формирование и попадание в истэблишмент медиафигур (media persons with mediated personalities)* – например, лидеров общественных организаций и профсоюзов, которые в сознании обывателя «отрываются» от своих организаций и начинают функционировать как самостоятельные информационные фигуры;

– *стало доминантным новое качество истэблишмента – его медийность*, то есть зависимость от СМИ и постоянное приспособление к их потребностям. На это, как мы увидим, направлена вся работа истэблишмента с публичной информацией.

Таким образом, в конце XX века жизнь и сохранение лидерских позиций для британского истэблишмента напрямую зависели от доступа к (и контролю над) СМИ, а через них –

к управлению общественным мнением.

Принимая во внимание новые качества британского истеблишмента в последней четверти XX века, отметим, что он складывается из следующих значимых страт:

– *активный политический истеблишмент*: король/королева, лидеры партий (в том числе региональных) и парламентских фракций, партийные активисты в парламенте и на местах, члены Парламента Британии и региональных ассамблей (в особенности главы парламентских комиссий и комитетов), члены правительства, мэры крупных городов, лидеры профсоюзного движения, семьи и советники политических лидеров. Политический истеблишмент в силу реальных властных полномочий и налагаемого на него совокупного образа «лидера нации» олицетворяет истеблишмент в целом и обладает наибольшим ресурсом давления на коммуникативное пространство;

– *экономический истеблишмент*: владельцы и топ-менеджмент крупных бизнесов (как британские, так и зарубежные резиденты, имеющие интересы в экономике страны), финансовые аналитики, финансовые консультанты по информации, виднейшие экономические журналисты и владельцы финансовой прессы;

– *медиаэлита*: владельцы СМИ, ведущие журналисты, редакторы национальных и крупных региональных СМИ, журналистское Лобби;

– *знаменитости* (celebrities) из мира спорта, шоу-бизнеса

са, науки, культуры, королевская семья и охваченная СМИ часть сословной аристократии, а также рядовые граждане, попавшие в данный момент в фокус освещения СМИ.

Как уже сказано, выживание истэблишмента в его наличествующих форме и составе критически зависит от состояния общественного сознания и общественного мнения об истэблишменте. В этих условиях ключевым фактором выживания истэблишмента становится коммуникация, основанная на проактивности и стратегическом подходе к ней.

## **1.2.2. Коммуникативные стратегии – ключевой фактор выживания истэблишмента**

В определении понятия «коммуникативная стратегия» мы опираемся, в первую очередь, на разработанное западными теоретиками организаций и маркетологами понимание стратегического планирования как основы деятельности по управлению процессами<sup>89</sup>, в том числе процессами коммуникации. Мы помним, что персоналии истэблишмента репрезентируют организации; персональные коммуникативные стратегии могут здесь рассматриваться как частный случай общей закономерности. Западные подходы сегодня приняты на вооружение и в России; так, уже российский

---

<sup>89</sup> Cotier P. Marketing Management. The Millennium Edition. London: Prentice Hall International, 2000. P. 65–67.

Словарь по экономике и финансам дает такое определение: «Стратегия организации – это взаимосвязанный комплекс долгосрочных мер или подходов во имя укрепления жизнеспособности и мощи организации по отношению к ее конкурентам»<sup>90</sup>. Перенося это определение на истэблишмент, отметим, что классическая схема стратегического планирования подразумевает анализ контекста, планирование, воплощение плана и оценку эффективности проведенных действий. Поэтому мы включаем в наше понимание коммуникативной стратегии комплексы коммуникативных мер (планирование+воплощение), которые позволяют элитарным группам истэблишмента укреплять собственную жизнеспособность и мощь по отношению к аутсайдерам, конкурентам внутри истэблишмента, а главное – относительно собственного положения в прошлом. Меры по изучению контекста (например, поллинг) и оценке истэблишментом эффективности коммуникаций мы рассмотрим там, где они принципиально влияют на формирование новых стратегий.

Добавим к нашему выводу еще два штриха. Во-первых, если мы рассмотрим военное определение стратегии (в ее древнегреческом понимании) как отрасли военного знания<sup>91</sup>, то нам станет ясно, что стратегия – это всеохватное

---

<sup>90</sup> Словарь по экономике и финансам. Доступен на [www.glossary.ru](http://www.glossary.ru) в системе тематических толковых словарей «Glossary Commander».

<sup>91</sup> На основе многочисленных словарных определений с сайтов [www.glossary.ru](http://www.glossary.ru) и [www.rubricon.com](http://www.rubricon.com) – крупнейших энциклопедических ресурсов российского сегмента сети Интернет.

планирование ключевых акций в рамках операции по захвату или подавлению объекта военных действий. Заменяя слова «военных действий» словом «коммуникации», мы получим определение коммуникативной стратегии, в которой объектом является массовое сознание и общественное мнение, носителем которого выступает аудитория СМИ. Такое понимание стратегической коммуникации было свойственно политическому истеблишменту Британии в исследуемый нами период.

Во-вторых, следует совместить понимание коммуникативной стратегии с технологическим подходом к коммуникации, сложившимся в петербургской школе коммуникативистики. По нашему мнению, ключевое для этой школы определение социально-коммуникативной технологии, данное профессором Д. П. Гаврой, подразумевает наличие у коммуникатора целостной коммуникативной стратегии управления информационным полем и общественным мнением («...опирающаяся на определенный план (программу действий)... деятельность по управлению коммуникацией»<sup>92</sup>). Такое понимание коммуникативной технологии позволяет нам рассматривать ее как *механизм воплощения коммуникативной стратегии*; водораздел может проходить только по этической составляющей: определение Д. П. Гавры

---

<sup>92</sup> Гавра Д. П. Сущность социально-коммуникативной технологии (тезисы) // Средства массовой информации в современном мире. Тезисы научно-практической конференции факультета журналистики СПбГУ (24–25 апреля 2002 года). СПб.: СПбГУ, 2002. С. 26.

подразумевает, что коммуникация направлена на решение социально значимой задачи<sup>93</sup>, тогда как наше понимание коммуникативной стратегии допускает ориентацию не на нужды широких социальных слоев, но на нужды коммуникатора, то есть конкретной группы в истеблишменте.

## **1.3. Британская политическая культура как разновидность атлантической**

### **1.3.1. Современная политическая культура атлантической цивилизации: главные черты**

В петербургской регионоведческой школе вслед за европейской<sup>94</sup> и американской<sup>95</sup> закрепился<sup>96</sup> подход к анализу совокупности англоязычных стран атлантического бассейна

---

<sup>93</sup> Более подробно см.: Гавра Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра // PR-Диалог. 2003. № 2–3 (25–26). С. 10–13.

<sup>94</sup> См., напр.: Feugt K. D. Op. cit.; Hallin D. C., Mancini P. Op. cit.; Мурадян И. М. Указ. соч.

<sup>95</sup> См., напр., классическую работу: Huntington S. P. The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. New York: Simon&Schuster, 1996.

<sup>96</sup> См., напр.: Виноградов К. Б., Ворошилов С. И., Борисенко В. Н., Гончарова Т.Н. Историография истории нового и новейшего времени стран Европы и Америки. СПб.: СПбГУ, 2005; Шершнева С. В. История международных отношений. Часть III (1918–1945). СПб.: СПбГУ, 2005; Международные отношения в новое и новейшее время: Материалы международной научной конференции, посвященной памяти профессора К. Б. Виноградова. СПб.: СПбГУ, 2005.

(США, Канады, Британии, Ирландии, иногда также Австралии и Новой Зеландии) как к особой атлантической цивилизации, объединенной не только общностью языка, но и близостью политических систем и партийных традиций, внешнеполитических целей, законодательной базы (в том числе в сфере СМИ), а также традиций социальной коммуникации и систем СМИ. Политологи давно говорят об «особой разновидности политической культуры... – гражданском обществе, характерном для США и Великобритании»<sup>97</sup>. Д. С. Холлин и П. Манчини в своем основополагающем исследовании связи политических и медийных систем также выделили страны атлантического бассейна как страны *либеральной модели* политического управления. С появлением круглосуточного трансатлантического вещания<sup>98</sup> и трансатлантических книгоиздательских концернов<sup>99</sup> в Атлантике окончательно оформилось также общее коммуникативное пространство – как в сфере МК, так и в академической среде. Поэтому мы считаем уместным рассматривать британскую политическую культуру последнего полувека в контексте ат-

---

<sup>97</sup> Ирхин Ю. В., Зотов В. Д., Зотова Л. В. Политология. М.: Юристъ, 1999 / Глава 11. Политическая культура и политическая социализация. С. 292–293. URL: [humanities.edu.ru/db/msg/59353](http://humanities.edu.ru/db/msg/59353).

<sup>98</sup> Отметим хотя бы транснациональные каналы rolling news, открытых Би-би-си и Си-эн-эн.

<sup>99</sup> Отметим хотя бы Routledge, Sage, Penguin, HarperCollins и другие лидирующие британские издательские корпорации, имеющие штаб-квартиры в двух-трех городах США, а также в Канаде и Австралии.

лантических традиций и описывать характерные тенденции как проявление тенденций атлантических, а также учитывать влияние изменений в медиакультуре США на британскую медиакультуру последних лет.

Мы выделяем четыре базовые тенденции атлантической политической культуры, развитие которых оказалось решающим для политической сферы Британии второй половины XX века. Это: 1) *тенденция сращения бизнеса и политики*; 2) *рост практики неформального коллегиального правления*; 3) *развитие политического маркетинга (и позже – медиаполитики) в рамках электорального политического процесса*; 4) *медиазация политического поля и политического процесса*. Последняя тенденция, в свою очередь, складывается из нескольких локальных тенденций. Эти тенденции в британской политике послевоенного времени в итоге привели к явлению, известному как «опустошение демократии» и «выхолащивание демократических механизмов».

### **1.3.2. «Политика предпринимательства» и «опустошение демократии»**

Главный фактор «выхолащивания» – многоуровневый процесс сращения бизнеса с политикой<sup>100</sup>, развившийся в си-

---

<sup>100</sup> См.: Mitchell N. The Conspicuous Corporation. Ann Arbor (MI): University of Michigan Press, 1997; Monbiot G. Captive State: The Corporate Takeover of Britain. London: Macmillan, 2000; Useem M. The Inner Circle: Large Corporations and the Rise of Business Political Activity in the US and UK. Oxford: University Press. 1984.

ду нескольких причин:

– системы финансирования британских и американских политических партий. Она резко отличается от континентальной европейской и допускает финансирование партий из частных источников, что в конце 1980-х привело к «становлению бизнеса как политического актора и бенефициара политики»<sup>101</sup> по обе стороны океана;

– роста транснационального бизнеса и проникновения американских интересов в том числе в британскую политику, а также частичного переноса процесса принятия экономических решений в директораты ТНК. По признанию Д. Миллера, этот процесс наиболее ярко проявляется именно в Британии в период правления Блэра;

– системы политического лоббинга, официально признанной и законодательно закреплённой в обеих странах (в том числе в форме «спонсорных подразделений»), однако плохо поддающейся контролю и изобилующей «теневыми» проявлениями<sup>102</sup>. «В процессе неолиберальной трансформации лоббирование как отрасль многократно выросло»<sup>103</sup> и сыграло решающую роль в формировании культуры слиза в 1980-е;

---

<sup>101</sup> Miller D. Op. cit. P. 377.

<sup>102</sup> О связи лоббирования с коррупцией процесса принятия политических решений в США существует обширный корпус литературы, представленный именами таких известных исследователей, как Дербер, Дрю, Льюис, Пэласт, Сильверстайн, Тренто и, конечно, Хомски.

<sup>103</sup> Miller D. Op. cit. P. 378.

– существования системы PFI/PPP – «частных финансовых инициатив» и «частно-государственных партнерств». Хотя система PPP в проектной экономике признается одним из наиболее эффективных форм финансирования, а в Британии является одной из самых четко отрегулированных и прозрачных в мире, частью ее структуры являются банки и другие финансовые институты, представляющие собой непрозрачные элементы системы финансирования, в том числе, политических партий и реформ. Миллер, в частности, указывает, что после победы лейбористов реформы по всему «неолиберальному спектру здравоохранения, образования, социальной помощи и транспорта» были переданы банкам системы PFI/PPP.<sup>104</sup> Так, например, запуск в 1998 году «флагмановской и эмблематичной для блэровского «третьего пути»<sup>105</sup> инициативы «Зоны Действия в Образовании» («Education Action Zones») подразумевал создание новых механизмов распределения материальной помощи через PPP. Джон Пилджер приводит такие данные: в 2006–2007 годах организациям системы PFI планировалось перевести около 6,3 млрд фунтов<sup>106</sup>, и Пилджер называет это «ис-

---

<sup>104</sup> Miller D. Op. cit. P. 378. Подробнее см.: Newton K. Op. cit.

<sup>105</sup> Dickson M., Gewirtz Sh., Power S. Unravelling a «spun» policy: a case study of the constitutive role of «spin» in the education policy process // Journal of Education Policy. 2004. Vol. 19, № 3. P. 327.

<sup>106</sup> Pilger J. By voting for Blair, you will walk over the corpses of at least 100,000 people, most of them innocent, slaughtered in defiance of international law // New Statesman. 2005. 25 April. P. 19.

торическим актом корпоративного пиратства». Теневое лоббирование и необходимость продвижения реформ в госсекторе с финансированием через PFI/PPP породили несколько инициированных правительством риторических нарративов в СМИ;

– системы неформальных связей в политико-экономическом истеблишменте. Помимо рабочих связей со спонсирующими организациями и связей в рамках лоббинга, росту системы неформальных отношений сильно способствовали традиционные британские элитарные клубы, получившие дополнительный импульс развития после войны и достигшие расцвета в 1980-е.<sup>107</sup> Примером такого постоянно действующего клуба, который весь XX век был think tank'ом Рабочей партии, может быть Фабианское общество<sup>108</sup>. В 1990-2000-е его членами являлись Тони Блэр, Гордон Браун, Патриша Хьюитт, Дэвид Бланкетт, Джек Стро и другие видные члены Рабочей партии.

Другие ключевые факторы «опустошения политики» включают:

– снижение контроля над офисом премьер-министра со стороны Кабинета, партий и парламентских фракций (фракции, формирующей Кабинет, оппозиционных и коалиционных фракций) и частичный перенос акцентов в принятии по-

---

<sup>107</sup> Miller D. Op. cit. P. 377; подробнее см. книги таких социологов, как Юсем, Скотт, Домхофф и др.

<sup>108</sup> См. URL: <http://www.fabian-society.org.uk/int.asp>.

литического курса страны с парламентских прений на правительственные инициативы;

– снижение реальной угрозы электорального проигрыша партии в силу малого количества ведущих партий (по две в каждой из стран, хотя после местных выборов 2006 года резко возросла роль Либерально-демократической партии Британии)<sup>109</sup>;

– потерю части политического суверенитета в связи с частичным переносом стратегического планирования на наднациональный уровень, прежде всего в администрацию ЕС и на уровень ВТО, где также велико влияние ТНК; влияние формирующегося «транснационального капиталистического класса».<sup>110</sup>

Исследователи считают, что указанные факторы, достигшие пика своего развития к концу века, привели к фундаментальному подрыву принципа демократической репрезентации. В частности, эмпирические данные указывают на то, что «по всему спектру социальных и политических проблем общественное мнение Британии находит очень небольшое выражение в правительственных решениях. То же самое справедливо и для общественного мнения США в большинстве сфер внутренней политики»<sup>111</sup>. Эта ситуация наблюда-

---

<sup>109</sup> Подробнее см: Beetham D. The Warfare State // Red Pepper. June 2003. URL: [www.redpepper.org.uk/June2003/x-June2003-warfare.html](http://www.redpepper.org.uk/June2003/x-June2003-warfare.html).

<sup>110</sup> Подробнее см. работы таких ученых, как Баланья, Склэйр и др.

<sup>111</sup> Miller D. Op. cit. P. 377; о ситуации в США см. также: Lewis J. Constructing

ется в Британии с конца 1970-х годов: «В Британии общественное мнение находилось намного левее всех трех главных партий как минимум с 1979 года. Вопреки распространённому мнению левых в 1980-е, тэтчеризм не выиграл симпатии публики... На самом деле весь период правления Тэтчер общественное мнение было оппозиционным по отношению к правоцентристской политике»<sup>112</sup>. Д. Миллер приводит в пример приватизационные реформы Тэтчер; наибольшее сопротивление им наблюдалось в начале 1980-х, и именно в этот период сформировалась система PFI/PPP, тоже по понятным причинам не получившая поддержки населения (оппозиция им растёт и сегодня). Миллер также отмечает, что согласие публики с позицией правительства в период 1945–1970 годов тоже весьма спорно, хотя в британской политологии сложилось понимание так называемого «необходимого консенсуса» между капиталом и рабочим классом на этот период.<sup>113</sup>

Сегодня не только Миллер, но и другие заметные критики, например глава организации «Демократический аудит» Д. Битэм, видят «системные дефекты демократического

---

Public Opinion: How Political Elites Do What They Like and Why We Seem to Go Along With It. New York: Columbia University Press, 2001.

<sup>112</sup> Miller D. Op. cit. P. 377; об отражении общественного мнения в политике консерваторов в 1970-е подробнее см. также: McKie D. The Golden Thread She Couldn't Break // The Guardian. 1990. 14 November. P. 2.

<sup>113</sup> См., напр.: Kavanagh D., Morris P. Consensus Politics from Attlee to Major. Oxford: Blackwell, 1994.

процесса»<sup>114</sup> в стране.

### **1.3.3. Коллективное лидерство: вопрос легитимности советников**

Еще одной атлантической традицией, определяющих лицо британской политики, является тяготение послевоенных Кабинетов к практике «коллективного премьерства», что проявилось в традиции назначения министрам Кабинета (включая премьера) и другим видным политикам партийно-аффилированных советников по особым вопросам (spads, спэдов) из числа членов партии, наиболее приближенных к лидерам. В рамках партийной деятельности их работа финансируется из фондов партии; однако по попадании лидеров победившей партии в правительство и формировании Кабинета схема финансирования спэдов меняется (и, отметим сразу же, становится предметом постоянной критики со стороны СМИ и академической среды). Помогать министрам и премьеру справляться с их обязанностями имеют право только лица, состоящие на государственной службе (civil servants, госслужащие) и получающие зарплату из доли государственного бюджета, выделяемой на содержание Кабинет-Офиса (Даунинг-стрит, 11 и 12) и Офиса Премьер-Министра (Даунинг-стрит, 10, в просторечии – Number Ten, Номер 10). Таким образом, каждый министр

---

<sup>114</sup> Beetham D. Op. cit.

имеет право нанять за государственный счет советников по законодательно закреплённому кругу вопросов и назначить их главами соответствующих вспомогательных служб (см. Приложение 1, 4). В Номере 10, например, имеется восемь служб (Офисов), каждую из которых возглавляют один или несколько Секретарей или глав Офиса; в их число входят Кабинет-секретариат (связи с Кабинетом), Личный офис (включая Пресс-офис), Политический секретариат (связи с парламентской фракцией через отдельного парламентского секретаря, а также общеполитические вопросы); в разные годы в Номере 10 также работали Офис иностранных дел и Центральный Отдел Пересмотра Политики (CPRS). До конца XX века Кодекс госслужащего Британии никак не оговаривал необходимость для госслужащего быть беспартийным и лояльным к любой партии, пришедшей в Офис; в основном лояльность и объективность госслужащих базировалась на традиционном негласном понимании долга госслужащего – служить народу, а не той или иной политической партии: советники могли оставаться на своих постах и после ухода той или иной партии с Даунинг-стрит и должны были с той же долей рвения и беспристрастности служить следующему Кабинету. Поэтому в силу отсутствия препятствий в Номере 10 постепенно сложилась такая традиция: новый премьер-министр назначает на должности личных секретарей и советников своих приближенных из числа членов партии, однако

обязан отдельным указом по Совету (Order-in-Council)<sup>115</sup> в течение небольшого периода времени заявить, кому из советников высшего ранга придана политическая роль (возможность участвовать в формировании повестки дня правительства); в конце века таких советников могло быть не более трех человек. Эти лица через свою работу могут проводить линию партии в политические инициативы. На деле, однако, получалось так, что в такой работе участвовали много более трех спадов (как высшего, так и среднего ранга).

Потенциальных опасностей развития этой ситуации три, и все они оказались реализованы в правление Блэра. Во-первых, советники, «по контрасту с министрами Кабинета, не избраны народом»<sup>116</sup>, но имеют право участвовать в формировании политики. В частности, их влияние формирует то, что исследователь Роджер Ларокка назвал «стратегическим отклонением в политической коммуникации». Р. Ларокка доказывает, что путем специфических приемов передачи информации принимающему решение лидеру (decision maker) советники могут влиять на принятие стратегических решений.<sup>117</sup> Но такое участие нарушает принцип демократической репрезентации.

---

<sup>115</sup> Особый тип законодательных актов Британии; правительственные приказы по Совету (в отличие от королевских приказов по Личному Совету) издаются с 1946 года и касаются в основном формальных процедур отправления власти.

<sup>116</sup> Kavanagh D., Seldon A. *Op. cit.* P. 306.

<sup>117</sup> См.: Larocca R. Strategic Diversion in Political Communication // *The Journal of Politics*. 2004. Vol. 66, № 2. P. 469–491.

Во-вторых, они, в отличие от беспартийных госслужащих, проводят политическую линию партии в разрабатываемые министерствами инициативы, то есть потенциально работают только на электоральную базу данной партии, ущемляя интересы остальной части населения страны. В-третьих, они составляют «ближний круг» министра (включая и премьера), и обладают самым большим неформальным влиянием на процесс принятия решений. В силу этого к концу века в британской политологии сложилось понимание культуры Даунинг-стрит как средоточия «серых кардиналов» и «людей в тени» (термин Клэр Шорт, бывшей соратницы Блэра), а также понимание современного процесса премьерства как коллективного,<sup>118</sup> где решения принимаются не единолично (премьером) и не на уровне правительства, а коллегиально в неформальном кругу близких друзей премьера. Решения этого круга впоследствии являются руководством для министров, хотя спэды не являются профессионалами в сфере компетенции того или иного министерства. К тому же с 1970 по 1999 год наблюдался лавинообразный рост числа госслужащих на Даунинг-стрит (с 64 до более 150, соответственно<sup>119</sup>) и особенно числа политических назначенцев (political appointees) из рядов правящей партии (с 8 при Мейджоре до 29 при Блэре в Номере 10 и с 38 до 74 в 1997–2000 годах во

---

<sup>118</sup> Kavanagh D., Seldon A. Op. cit. P. xv.

<sup>119</sup> Ibid. P. 1–33.

всем правительстве<sup>120</sup>). Поэтому вероятность *нерепрезентативного непрофессионального коллективного премьерства* сильно возросла. Хотя политологи Д. Каванах и Э. Селдон отмечают довольно малую численность административных работников правительства относительно таких офисов других атлантических стран, даже они согласны, что Британию уже не назовешь страной с небольшим аппаратом правительственной администрации.<sup>121</sup>

Еще большее внимание общества привлек тот факт, что при Блэре один из трех официальных постов советника с политическим влиянием получил пресс-секретарь Алистер Кэмпбелл, что означало повышенное внимание администрации к вопросам продвижения политических решений и принесение проблем презентации в сердце процесса принятия правительственных инициатив, то есть открытую переориентацию задач правительства с «что лучше для нации?» на «как нам представить инициативу, выгодную партии, как инициативу, выгодную нации?». В результате в академической среде зазвучали призывы пересмотреть структуру офисов Номера 10, поскольку *status quo* «подрывает понятие премьерства»<sup>122</sup> и «трансформирует управление страной»<sup>123</sup>.

Безусловно, британские парламентские комиссии преду-

---

<sup>120</sup> McNair B. PR Must Die, p. 335.

<sup>121</sup> Kavanagh D., Seldon A. Op. cit. P. 29.

<sup>122</sup> Ibid. P. xiv.

<sup>123</sup> См.: Newton K. Op. cit.

смотрели опасность формирования вокруг премьера нежелательных кругов влияния, поэтому Кодекс госслужащего содержит рекомендацию, согласно которой оптимальным сроком службы на госдолжности является срок в три года. Однако на нарушителей этой рекомендации не налагается никаких санкций, и пресс-секретарь Бернارد Ингхэм служил Тэтчер почти одиннадцать лет, а политический секретарь Марша Вильямс работала с Вильсоном во время обоих сроков его правления.

Книга Д. Каванаха и Э. Селдона дает нам представление о том, как устроен «самый влиятельный офис в британской политике»<sup>124</sup>. Авторы отмечают, что с 1970 года Офис изменился больше, чем за сто лет до этого, а с 1997 года – больше, чем за Вет послевоенное время.<sup>125</sup> Роль каждого из личных офисов и личных секретарей варьировала при разных премьерах; в соответствии с этим в Номере 10 нередко происходили переезды штатных госслужащих с этажа на этаж, объединения офисов в рамках комнат и т. п. (пространственную конфигурацию Номера 10 см. в Приложении 1,4). Но еще более важными были изменения в пропорциях «взаимозависимого влияния»: так, чем слабее министр и чем больше на нем сказывается общественное давление, тем влиятельнее, как правило, оказывается Главный личный секретарь и тем слабее влияние Кабинет-секретаря. О росте влияния поли-

---

<sup>124</sup> Kavanagh D., Seldon A. Op. cit. P. 1.

<sup>125</sup> Ibid. P. 297–333.

тических спэдов по сравнению с беспартийными госслужащими говорит пространственная трансформация Номера 10 при Мейджоре и Блэре (см. Приложение 1, 5).

### **1.3.4. Слом традиционной электоральной системы. Политический маркетинг**

В послевоенный период большие изменения претерпела и жизнь британских политических партий. Специалисты связывают эти изменения с появлением и утверждением в политическом пространстве такого явления, как *политический маркетинг*. Суть этого явления в том, что широкие электоральные слои населения рассматриваются и описываются в категориях классического маркетинга (то есть как целевые группы с определенными потребностями), а политические партии и их программы управления страной – как аналог потребительского продукта, который должен отвечать интересам электоральной аудитории. С 1960-х по 2001 год в атлантической цивилизации сформировалось разветвленное поле исследований в сфере политического маркетинга.<sup>126</sup> Первый этап исследований (примерно до 1979 года) представлен прежде всего именами Котлера и Леви, а также критиками нового подхода – Такером, Люком, Карманом, Арндтом

---

<sup>126</sup> В данном исследовании мы будем ориентироваться исключительно на атлантическую традицию изучения политического маркетинга, хотя признаем значимую роль континентально-европейских (например, французских) теорий политического маркетинга.

и др.; второй этап (1979–1994 годы) создали Ротшилд, Шапиро, Скривенс и Уитцель, Казинс, Гвин, Иване и Берман, Уолш и др.; в этот период классический маркетинг потребительских товаров был расширен до рассмотрения деятельности всех неэкономических организаций, а также отдельных личностей и идей, работающих в публичной сфере. На третьем этапе, шедшем почти параллельно второму, ученые попытались заложить основы понимания политической коммуникации как части политического маркетинга (Фаррелл и Уортман, Франклин, Каванах, Скэммелл, Хэрроп, Уэбб, Шама, Нифенеггер, Ньюмэн, Ринг и ми. др.), но большинство авторов сосредоточивались на продвижении, не учитывали особенности «продукта» (политических партий и идеологий) и ушли от классических теорий маркетинга. Рубеж веков отмечен созданием всеохватных теорий политического маркетинга (*comprehensive political marketing theories*); обратимся к одной из них – к концептуальному фрейму Дженнифер Лис-Маршмент (см. Приложение 1, 6).

Как мы считаем, возникновение феномена политического маркетинга имело ряд причин, наиболее веской из которых стало разрушение во второй половине XX века традиционной классовой структуры общества на фоне многообразных социальных перемен (роста индивидуализма, фрагментации социальных страт и увеличившейся социальной мобильности, слома традиционной структуры семьи и др.). Итогом перемен стало то, что все меньшее число населения ассоцииро-

вало себя с тем или иным «классическим» социальным классом (см. Приложение 1, 7): количество идентифицирующих себя со средним/рабочим классом упало с 99 % в 1964 году до 44 % в 1992 году; если в 1960-е к рабочему классу себя относили три четверти опрошенных, то в 1992 году таких осталось чуть больше четверти, а относящих себя к среднему классу – 16 % вместо 25 % в 1964 году. При этом доля населения, занятого ручным трудом, действительно упала с 74,6 % до 44,5 % работающего населения, хотя само количество рабочих почти не изменилось – изменилась только его процентная доля в растущем рынке труда (см. Приложение 1, 8). Кризис классовой идентификации закономерно выразился в кризисе аффилиации с традиционными выразителями классовой идеологии – партиями; этот кризис нашел выражение в количественных (падение численности членов партий, см. Приложение 1,9) и качественных (отказ от тесной идентификации с партией, см. Приложение 1, 10) показателях партийной аффилированности. К середине 1980-х политическая партия в Британии перестала быть эффективным инструментом обретения власти, так как перестала отвечать фундаментальным запросам фрагментирующихся социальных слоев. Так, А. Селдон и К. Хиксон пишут: «С разрушением социальной базы Рабочей партии и ослаблением коллективной солидарности как социологические, так и идеологические основания лейборизма эродировали... и партия не могла добиться электорального успеха, пока не превратилась

из старой в Новую»<sup>127</sup>.

Результатом кардинального парадигматического слома стала переориентация партий с классовых платформ на весь потенциальный электорат и попытки выразить своей деятельностью интересы как можно более широких слоев населения ради электорального успеха. В терминах маркетинга это означало превращение партий, ориентированных на продукт (идеологию), в партии, ориентированные на продажу, и рыночно-ориентированные партии (жизненные циклы трех типов партий по Лис-Маршмент см. в Приложении 1, 11). Мы вслед за Лис-Маршмент заметим, что в случае партии, ориентированной на классовую идеологию, у партии не наблюдается *рыночной* цели: ее целью остается прийти к власти ради выражения интересов класса, а не наоборот (как в случае продаже- и рыночно-ориентированных партий) – выразить интересы любой как можно более широкой части электората ради прихода к власти.<sup>128</sup> В случае же «маркетингования» партий совершается их переход от продвижения целостной идеологии к *attacking issues* – «атакам на вопросы повестки дня»: партия выбирает группу «горячих» и достаточно узких социальных проблем (безработица, молодежная преступность, высокие цены на ТНП, топливный кризис и т. п.) и строит свою политическую программу как «программу

---

<sup>127</sup> New Labour, Old Labour / Ed. by Seldon A., Hickson K. London: Routledge, 2004. P. 15.

<sup>128</sup> Lees-Marshment J. Op. cit. P. 10.

борьбы с...». Такой подход в ситуации небольшого количества ведущих партий, теоретических опирающихся на один и тот же электорат, неизбежно приводит к унификации партийных программ более чем на 50 % и скатыванию партий в центр политического спектра. Выход из такой ситуации возможен либо в сторону поиска новых вопросов повестки дня на основе поллинга, либо в сторону имиджевого строительства партии и ее лидеров, что приводит к резкой медиатизации политики и попадании ее в зависимость от СМИ. Как пишет Дж. Стрит, в конце века «традиционный материальный базис политического выбора замещается постматериалистической политикой... и если старые связи партии с лояльным ей классом эродировать... то вопросы повестки дня и политические имиджи становятся более существенными в определении партийных предпочтений... и медийная презентация становится центральным элементом формирования преданности»<sup>129</sup>.

### **1.3.5. Опыт британского политического маркетинга**

Ситуация в Британии развивалась по описанной схеме: здесь первый опыт перехода к политическому маркетингу как способу политического мышления отмечен еще в 1950-е. МакНейр пишет, что некоторые технологии коммерческо-

---

<sup>129</sup> Street J. Mass Media, Politics and Democracy. London: Palgrave, 2001. P. 195.

го маркетинга были приняты на вооружение лейбористами в 1950-е под руководством лидера партии Тони Бейна и консерваторами в 1960-е и особенно в 1970-е, когда лидером партии был Эдвард Хис.<sup>130</sup> МакНейр называет Бейна пионером маркетинговых технологий; точно так же Лис-Маршмент называет Тэтчер.<sup>131</sup> Но статистика говорит о том, что до выборов 1987 года главным фактором принятия электоральных решений для британцев все еще оставались идеологические платформы партий (см., напр., сравнение электоральных программ Тори и лейбористов в 1979 году в Приложении 1, 12), хотя скачок электоральной волатильности<sup>132</sup> произошел еще на февральских выборах 1974 года: почти 25 % населения не могли определиться с выбором партии вплоть до последней недели голосования, и эта ситуация сохранилась до 1992 года (см. Приложение 1,13). До 1987 года повестку дня формировали в основном Тори, исходившие из новой волны правой идеологии («новые правые»), и они же лидировали в общественном мнении как партия, наилучшим образом выполняющая электоральные

---

<sup>130</sup> McNair B. PR Must Die, p. 328.

<sup>131</sup> Lees-Marshment J. Op. cit. Chapter «Thatcher the marketing pioneer».

<sup>132</sup> Термин «электоральная волатильность» обозначает показатель непредсказуемости результатов выборов. Э. в. зависит от того, сколько членов одной партии проголосуют за другую (конкурентную) и как проголосуют те избиратели, которые определяют свои предпочтения только во время избирательной кампании. В Британии резкий подъем э. в. совпал со периодом первой унификации электоральных программ Тори и лейбористов.

обещания по «борьбе с повесткой дня», хотя лейбористы постепенно завоевывали авторитет по мере нарастания экономического радикализма Тэтчер (см. Приложение 1, 14). Сама Тэтчер при этом оставалась для населения образцом эффективности (см. Приложение 1, 15) и руководителем сплоченной партии, тогда как лейбористы воспринимались как разрозненная партия с расплывчатой политикой (см. Приложение 1, 16). Первая половина 1980-х стала для Рабочей партии «самой бесцветной эпохой» с 1906 года, а предвыборный манифест лейбористов 1983 года называли «самой длинной предсмертной запиской в истории»<sup>133</sup>.

Перелом наступил незадолго до выборов 1987 года, когда совпало сразу несколько факторов: падение рейтинга Тэтчер до 42 %<sup>134</sup>, осознание обществом того, что энергичные реформы Тэтчер пока не привели к повышению стандартов жизни<sup>135</sup>, и личное обаяние Нила Киннока, обошедшего Тэтчер по показателям близости к электорату и «хорошее™ для всех» (см. Приложение 1, 17). «Личностный перелом», хотя и недостаточный для победы на выборах, показал: «Главные партии в Британии больше не преуспеют, если останутся верны ориентации на продукт»<sup>136</sup> (идеологию), а не на

---

<sup>133</sup> Лейбористская партия. Досье // Русская служба Би-би-си. 2001. 14 мая. URL: [http://news8.thdo.bbc.co.uk/hi/russian/uk/newsid\\_1320000/1320253.stm](http://news8.thdo.bbc.co.uk/hi/russian/uk/newsid_1320000/1320253.stm).

<sup>134</sup> Lees-Marshment J. Op. cit. P. 83.

<sup>135</sup> Ibid. P. 73.

<sup>136</sup> Ibid. P. 132.

issues to tackle («повестку дня, с которой надо бороться»). В 1987 году также впервые в опросах прозвучала формулировка «хорош для одного класса/для всех классов»; борьба «за все классы» станет мотивом модернизации Рабочей партии в 1990-е. На наш взгляд, слом 1987 года можно трактовать как желание прихода не лейбористов, но просто другой партии на фоне «политического безрыбья», когда одна ведущая партия слишком долго была у власти, а вторая пока не отвечает требованиям избирателей.

Ответом британских партий на запросы фрагментирующейся аудитории стали масштабные модернизационные процессы – сперва в партии лейбористов, а в новом веке – и в партии Тори. Особенно сильные перемены затронули Рабочую партию, которая под руководством Тони Блэра превратилась в 1990-е в «New Labour» – «новых лейбористов». Перемены в идеологии и менеджменте партий привели к стиранию различий между ними и образованию идеологического вакуума, который позже был замещен построением образов обеих партий на неидеологической основе.

Первым фактором превращения традиционных партий Британии в постмодерные стало, по словам Дж. Стрита, «повсеместное разрушение политической линии строя»<sup>137</sup>, или *коррозия партийных платформ в сторону центризма*. Превращение лейбористской партии из социалистической в левоцентристскую прошло несколько стадий; четыре из них

---

<sup>137</sup> Street J. Op. cit. P. 195.

представляются ключевыми. Первая – выход в 1980 году из партии, находившейся в глубоком кризисе лидерства и идеологии, группы социал-демократов под руководством Роя Дженкинса. В начале 1980-х с ослаблением социалистических режимов назрела потребность пересмотра социалистической идеологии Рабочей партии; против ожидания, партия резко «полевела»; с этой позицией не согласились Дженкинс и его последователи. Они покинули партию и попытались основать собственную, Социал-демократическую, не имевшую, однако, электорального успеха. Второй стадией стала обширная модернизация идеологии и менеджмента партии в 1992–1994 годах: в начале 1990-х партия все еще оставалась глубоко идеологизированным институтом «старой политики» (см. Приложение 1,18). Модернизационный блок возглавили молодые лидеры Тони Блэр и Гордон Браун. В речах и публикациях того периода Блэр пересмотрел основные положения британского социализма и еще сильнее выделил в обновленной идеологической платформе неолиберальный комплекс: проблемы занятости населения, нехватки жилья, обучения и здравоохранения<sup>138</sup>; эта повестка дня стала доминировать уже перед выборами 1992 года (см. Приложение 1,19). Так лейбористы учли то, что Лис-Маршмент назвала комплексной электоральной базой: на предпочтения избирателей электорального возраста сильно влияют предпочте-

---

<sup>138</sup> См.: Tony Blair In His Own Words. Op. cit. P. 40–69.

ния их детей, родителей, немощных родственников и т. п.<sup>139</sup> Итогом стала «идеология ценностей»: после скоропостижной смерти лидера Рабочей партии Джона Смита и выборов Блэра на пост лидера партии в 1994 году (см. Приложение 2,20) базовый комплекс текстов за подписью Блэра содержал сквозной тезис о борьбе не за устаревшие классовые потребности, а за *социальные ценности* в индивидуалистическом сообществе взаимозависимых субъектов<sup>140</sup>, оформленные в виде тех же issues.

Пересмотр социализма шел в рамках одного из первых лейбористских постмодерных риторических нарративов, действовавших не только комплекс текстов (речей, статей, листовок внутрипартийных выборов и др.), но и создание новых СМИ, в частности журнала «Обновление» (Renewal). Третий этап завершил скатывание Рабочей партии к центру политического спектра: кульминацией стала реализованная в 1994 году инициатива Тони Блэра переписать Статью 4 (Clause 4) партийной конституции лейбористов, утверждавшая приверженность партии борьбе за общественную собственность на средства производства и перераспределение общественных благ.<sup>141</sup> Как заметил идеолог «нового лейбо-

---

<sup>139</sup> Lees-Marshment J. Op. cit. P. 10.

<sup>140</sup> Tony Blair In His Own Words. Op. cit. P. 77–80.

<sup>141</sup> Michie D. The Invisible Persuaders. London: Bantam, 1998. P. 291. Статья 4 партийного устава Рабочей партии, в частности, гласила: «Одной из целей партии является гарантировать рабочим собственность на плоды их физического и морального труда и справедливое распределение этих плодов, что возможно на ос-

ризма» и (позже) министр правительства Блэра Питер Мэндельсон, «такое переизобретение себя могло означать только одно – сдвигу вправо по политической шкале»<sup>142</sup>.

Политолог Ник ДеЛюка призывает не недооценивать этот шаг Блэра: «Одним махом Блэр убил социализм. Как только ты отказываешься от перераспределения благ, ты становишься центристом»<sup>143</sup>. Дэвид Мичи отмечает, что Блэр отменой Статьи 4 окончательно выбил почву из-под ног профсоюзов, которые традиционно являлись основной платформой лейбористов.<sup>144</sup> Наряду с закрытием в конце 1980-х годов официального еженедельника лейбористов Labour Weekly<sup>145</sup> это стало самым заметным шагом к резкой деконцептуализации деятельности партии.

Последним ключевым этапом стало формирование в 1994–1996 годах на уже подготовленной почве идеологемы «нового лейборизма». Отметим, что обновленческое крыло Рабочей партии пыталось встроить «новый лейборизм» сразу в две историко-идеологические линии. Это, во-первых, британская традиция «переизобретения политической фи-

---

нове общей собственности на средства производства, распространения и обмена, а также наилучшую из возможных систем народного контроля промышленности и сферы услуг». Цит. по: McNair В. PR Must Die, p. 338. Сатирическую версию переработки Статьи 4 под нужды «нового лейборизма» см. в Приложении 4, 1.

<sup>142</sup> Mandelson P. The Blair Revolution Revisited. London: Faber, 2002. P. 2.

<sup>143</sup> Цит. по: Michie D. Op. cit. P. 292.

<sup>144</sup> Ibid.

<sup>145</sup> Соколов В. С., Виноградова С. М. Указ. соч. С. 98.

лософии», которая выразилась в конце XIX века в подъеме неолиберализма, а в середине 1970-х – в появлении «новых правых» с их повесткой дня, направленной на либерализацию внутреннего рынка через приватизационные реформы. Некоторые критики называют идеологию нового консерватизма «систематическим нападением на источники народного управления – от профсоюзов до самого демократического процесса»<sup>146</sup>; но мы хотели бы подчеркнуть, что «новый лейборизм», в отличие от нового консерватизма, не содержал конкретных предложений по экономической или социальной модернизации; именно это дает нам право называть «новый лейборизм» идеологемой, а не идеологией. Вторая линия, в которую хотела встроиться «New Labour Party», это атлантическая традиция обновления режимов, ярко проявившаяся в создании «Новой Демократической партии» («New Democrats») Биллом Клинтоном. По уровню идеологической содержательности «New Labour» ближе к симулятивной партии «новых демократов», чем к обновленному консерватизму британских 1970-х. К 2005 году Джон Пилджер уже называл Блэра «лидером самого правого режима на нашей памяти»<sup>147</sup> и считал абсурдными претензии Блэра к кампании правых.

Результатом десятилетия модернизации стал перелом в восприятии лейбористов общественным мнением: верхушка

---

<sup>146</sup> Miller D. Op. cit. P. 377.

<sup>147</sup> Pilger J. Op. cit. P. 19.

партии стала восприниматься как сплоченная, работающая на благо всех классов (см. Приложение 1 – 21 и 22) и единственно способная перевернуть работу правительства (78 % опрошенных) «сильная команда молодых лидеров» (57 %).<sup>148</sup> В то же время партия Тори под руководством Мейджора терпела на этом фронте сокрушительное фиаско. В новом веке Тори также перешли к новой коммуникативной политике, чем вызвали град критики<sup>149</sup>; этот переход, однако, не сопровождался резкими внутривнутрипартийными переменами. Консервативная партия Британии начала процессы модернизации только в 2003 году, после проигрыша всеобщих выборов 1997 и 2001 годов. На фоне разгорающегося «иракского кризиса доверия» и усталости общества от ситуации спина (см. Главу 3) в прессе зазвучали призывы к Тори «переизобрести себя»<sup>150</sup>; экс-советник Гордона Брауна Чарли Уилан утверждал, что консерваторы не имеют шанса выиграть выборы, если продолжают играть по своим правилам.<sup>151</sup> В 2003 году началась борьба за лидерство в партии между тогдашним лидером Айэном Дунканом Смитом и молодым лидером модер-

---

<sup>148</sup> Lees-Marshment J. Op. cit. P. 191.

<sup>149</sup> См., напр.: Rawnsley A. It's the Tories who are addicted to spin // The Observer. 2002. 14 July. URL: <http://www.guardian.co.uk/Columnists/Column/0,755045,00.html>.

<sup>150</sup> Tory Party needs to reinvent itself. An Editorial // PRWeek. 2003. 31 October. P. 8.

<sup>151</sup> Whelan C. Tories won't be elected if they play by their rules // PRWeek. 2003. 28 February. P. 8.

низационного крыла Майклом Портилло, «человеком из той редкой породы, что обладает настоящей харизмой»<sup>152</sup>. Двумя значимыми признаками «выхолащивания» партии стали ее переименование в «New Tories» («Новых Тори») и найм на пост имиджмейкера партии знаменитого экс-спэда Тэтчер Тима Белла, вернувшегося в XXI веке на пост главы не менее знаменитой PR-компании «Саатчи и Саатчи»<sup>153</sup>. Таким образом, сегодня уместно говорить уже не о комплексе предвыборных технологий и даже не о предвыборной стратегии, но о *бесклассовой предвыборной идеологии* (описании идей), заместившей традиционную классовую идеологию.

Стирание различий между консерваторами и лейбористами произошло и с другой точки зрения: обе партии, по мнению таких ученых, как Рамзей или Озлер, стали много более походить друг на друга, поскольку они обе стали «партиями бизнеса» в силу сращения с бизнес-кругами Британии и США.<sup>154</sup> Озлер называет партией бизнеса партию «новых лейбористов»; в 1996 году «партией предпринимательства» (party of enterprise) повсеместно назывались Тори<sup>155</sup>, слегка опередившие лейбористов в этом вопросе в силу при-

---

<sup>152</sup> Ibid.

<sup>153</sup> Hall I. Tories look for Saatchi and Bell for salvation // PRWeek. 2003. 25 April. P. 1.

<sup>154</sup> Подробнее см.: Osier D. Labour Party pic: New Labour as a Party of Business. Edinburgh: Mainstream, 2002.

<sup>155</sup> См.: Williams J. Politics (a regular column) //New Statesman&Society. 1996. 3 May. № 9(401). P. 9.

сутствия во власти с 1970-х годов.

## **1.4. Медиатизация политического процесса в последней четверти XX века**

### **1.4.1. Медиapolитика как концепция**

Как мы сказали выше, процессы неизбежной унификации повестки дня крупных партий приводят к медиатизации политики, то есть сращению политического процесса с процессами и технологиями массмедиа. Эти процессы могут привести к формированию медиак-ратического правления, однако пока учеными не установлено, какая степень медиатизации может считаться критической для признания той или иной системы правления медиакратией. Рассмотрим, как протекали процессы медиатизации в Британии в последней четверти прошлого века; обратим внимание на: 1) рождение медиаполитики как поля научных исследований; 2) «клинтонизацию» политического поля страны; 3) медиатизацию аппарата правительства и рост роли пресс-секретарей; 4) некоторые другие тенденции медиатизации.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.