

Лучинский Юрий Викторович

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой истории
и правового регулирования массовых коммуникаций
Кубанского государственного университета
тел.: (861) 275-82-46

**РАСПАД МЕДИАХОЛДИНГА
КОНРАДА БЛЭКА:
ПОЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Аннотация:

Автор анализирует проблемы создания, развития и выхода на международный уровень медиахолдинга Конрада Блэка "Hollinger International", а также политический подтекст его распада.

Ключевые слова:

медиаглобализация, издательский холдинг, Конрад Блэк, газетный бизнес, политический аспект, Либеральная партия Канады.

Luchinsky Yuri Viktorovich

D.Phil. in Linguistics, Professor,
Head of the History and Legal Regulation of
Mass Communications Department,
Kuban State University
tel.: (861) 275-82-46

**DECAY OF CONRAD BLACK'S
MEDIA HOLDING:
POLITICAL ASPECT**

The summary:

The author analyzes the issues of establishing, developing and accessing the international level by Conrad Black's media holding Hollinger International and the political reasons of its decay.

Keywords:

mediaglobalization, publishing holding, Conrad Black, newspaper business, political aspect, Liberal Party of Canada.

Долгое время канадский медиаланшафт оставался в тени американского, уступая пальму первенства практически по всем направлениям. Если не считать Макса Эйткена, лорда Бивербрука, создавшего в Великобритании собственную газетную империю. Но это был скорее разовый прорыв на территорию бывшего доминиона, нежели четко выраженная тенденция.

В 1960 г. редактор "Ottawa Journal" Грэттен О'Лири был назначен председателем "Royal Commission on Publications" для изучения «положения и перспектив развития канадских журналов и других периодических изданий с точки зрения конкуренции со стороны иностранного капитала» [1].

Комиссия обнаружила, что 75 % журналов категории "general-interest", покупаемых в Канаде, были американскими, а такие издания, как "Time" и "Reader's Digest" забирали до 40 % рекламных инвестиций журнального сегмента информационного рынка.

В июне 1961 г. комиссия рекомендовала не разрешать включение в налоговые вычеты расходы на рекламу, размещенную на канадском информационном рынке, и запретить хождение иностранных периодических изданий, содержащих рекламу канадской продукции.

Правительство консерватора Джона Дифенбейкера приняло рекомендации комиссии, сделав исключение для тех иностранных периодических изданий, которые уже выпускались в стране, в частности для журналов "Time" и "Reader's Digest". Однако произошла смена правительства, и при приходе к власти либерала Лестера Пирсона «журнальный вопрос» был отложен до 1970 года. За это время тираж "Reader's Digest" поднялся с 1 до 1,5 миллионов экземпляров, а "Time" – с 215 до 444 тысяч экземпляров, причем доходы от рекламы показали почти трехкратный рост [2, с. 234].

Для того чтобы противостоять внешней экспансии, группа канадских издателей во главе с владельцем "Toronto Life" Мишелем де Пенсье основали "Canadian Periodical Publishers' Association". Ситуацию по обеспечению протекционистских мер переломил следующий премьер-министр Канады Пьер Трюдо. В 1975 г. правительство приняло "Bill C-58", в результате чего в марте 1976 г. журнал "Time" приостановил свое канадское издание.

Процессы глобализации не могли не затронуть Канаду. Для этого помимо соответствующих экономических и культурно-исторических условий должна была появиться личность, способная аккумулировать новые тренды эпохи. Для Канады символом медиаглобализации стал Конрад Блэк – фигура масштабная, парадоксальная, а, в связи с последними событиями, еще и трагическая.

К началу XXI в. медиаимперия Блэка считалась третьей в мире, а его влияние в мире информации таким, что он получил из рук английской королевы титул пэра – барона Кроссхарборского, став третьим уроженцем Канады, удостоенным такой чести.

Блэк уверенно шел к собственному делу, начав свою карьеру в 1967 г. как совладелец двух небольших еженедельных газет в Квебеке, а к 1994 г. контролировал английскую группу

“Telegraph Group”, включавшую в себя самые популярные из качественных британских газет – “The Daily Telegraph” и “The Sunday Telegraph”, австралийский концерн “Fairfax Group”, крупнейшую англоязычную газету на Ближнем Востоке – израильскую “The Jerusalem Post”, концерн “The Southam Press” в Канаде и приблизительно 100 местных ежедневных газет в США, а в 1994 г. включил в свою коллекцию знаменитую “The Chicago Sun-Times”.

В этот период Блэк находился в шаге от того, чтобы обойти мэрдовскую корпорацию “News Corp”, если бы правительство Австралии пошло на уступки и разрешило ему завладеть 50-процентным пакетом акций “Fairfax Holdings”. Впрочем, сделка не состоялась, и в 1996 г. Блэк продал свою долю акций “Fairfax Holdings” новозеландской компании “Brierley Investments Ltd”.

По мере роста влияния медиаимперии Блэка росли и его политические амбиции. Он попытался перенести свой британский опыт борьбы за неоконсервативные идеи на канадскую почву.

С этой целью он приобрел в 1997 г. у канадского издательского конгломерата “Sun Media Corporation” деловую газету “The Financial Post” вкупе с такими газетами, как “Ottawa Citizen”, “Vancouver Sun”, “Calgary Herald”. На базе “The Financial Post” Блэк решил создать общенациональное издание.

Так в 1998 г. появилась газета “The National Post”, редактором которой стал Кеннет Уайт. Газета сделала ставку на британскую манеру подачи новостей, чему способствовала переброска в ее штат ряда ключевых сотрудников принадлежавшей Блэку “The Daily Mail”.

При помощи распространительской сети купленных вместе с “The Financial Post” цепочки газет Блэку удалось перевести новое издание в общенациональный формат, а посредством атаки на либералов и даже умеренных консерваторов, составлявших круг читателей самой тиражной в Канаде газеты “Globe and Mail”, сделать собственную газету популярной. Блэк, которому в свое время не удалось получить контроль над “Globe and Mail”, на этот раз навязал ей настоящую «национальную газетную войну» (“national newspaper war”), что помогло канадским правым перегруппировать силы в период правления либералов и найти нового лидера в лице Стивена Харпера.

При этом основным политическим противником Конрада Блэка стал канадский премьер-министр Жан Кретьен, против которого был направлен основной огонь критики со стороны “The National Post” и других блэковских изданий, обвинявших премьера в «либерализме, граничащем с социализмом» [3, с. 407].

Однако несколько лет газетной войны на канадском фронте не принесли ни ощутимых политических дивидендов, ни финансовых. Поэтому в 2000 г. он продал канадскую часть своей газетной империи медийному комплексу “CanWest Global Communications”.

В том же году произошло событие, имевшее далеко идущие последствия. За заслуги перед Британией Блэку был предложен титул пэра. На тот момент он имел двойное гражданство – канадское и британское, а поэтому мог получить титул только с согласия канадского правительства.

Возглавляемое Кретьеном правительство со ссылкой на почти никогда не применявшийся закон, согласно которому канадские граждане не могут удостоиваться иностранных почетных званий, не пошло на встречу Блэку. Тот подал на правительство в суд, а, в итоге, отказался от канадского гражданства, чтобы в 2001 г. стать бароном Блэком Кроссхарборским, членом палаты лордов.

Отказ от гражданства привел к тому, что в момент конфликта с акционерами-миноритариями из США, правительство канадских либералов отказало Блэку в поддержке во время судебного разбирательства. А проблема заключалась в том, что в 1996 г. “Hollinger International”, чикагское подразделение головного холдинга “Hollinger Corporation”, провело IPO на Нью-Йоркской фондовой бирже [4, с. 71].

Структура империи Блэка выглядела следующим образом: во главе – семейный холдинг “Ravelston”, который управлял “Hollinger Corporation”, а та управляла “Hollinger International”, единственной компанией под американской юрисдикцией. А когда Блэк изымал из последней денежные поступления, перераспределяя финансовые потоки и занимаясь взаимным кредитованием дочерних компаний, перекрестными продажами, то задевал интересы миноритарных владельцев акций.

В мае 2003 г. нью-йоркская инвестиционная контора “Tweedy & Browne”, державшая 18 % акций «Hollinger International», инициировала внутреннее расследование, которое завершилось судебным иском на сумму в 200 миллионов долларов [5, с. 88].

В итоге в июле 2007 г. американский обвинил Блэка в «корпоративной клептократии» (“corporate kleptocracy”) и целом ряде других нарушений закона, приговорив его к 78 месяцам тюрьмы и выплате компенсации в размере 6,1 миллионов долларов.

Однако решение суда имело явный политический аспект. Конкурент-консерватор на время ушел со сцены, а его корпорация “Hollinger International” сменила владельцев, переименована в “Sun-Times Media Group”, а большая часть ее медиа-активов распродана.

Ссылки:

1. The Canadian Encyclopedia. URL: www.thecanadianencyclopedia.com
2. Francis D. Controlling Interest – Who Owns Canada. Macmillan of Canada, 1986.
3. Black C. A Life In Progress. Toronto: Key Porter Books, 1993.
4. Marr A. My Trade. A Short History of British Journalism. L.: Macmillan, 2004.
5. Greenslade R. Press Gang. How Newspapers Make Profits From Propaganda. L.: Pan Books, 2004.

References:

1. The Canadian Encyclopedia. URL: www.thecanadianencyclopedia.com
2. Francis D. Controlling Interest – Who Owns Canada. Macmillan of Canada, 1986.
3. Black C. A Life In Progress. Toronto: Key Porter Books, 1993.
4. Marr A. My Trade. A Short History of British Journalism. L.: Macmillan, 2004.
5. Greenslade R. Press Gang. How Newspapers Make Profits From Propaganda. L.: Pan Books, 2004.