

факультет журналистики  
московского государственного университета  
им. м.в. ломоносова

# МЕДИА

## альманах

2006  
№ 3  
[14]

Над номером работали:

Е. Л. Вартанова  
О. А. Бакулин  
М. В. Сеферова  
Е. В. Кузьмина  
О. Д. Минаева  
М. М. Павликова  
Н. Ю. Узунова  
Л. В. Шарончикова

оригинал-макет JSM•com

Главный редактор  
Шеф-редактор

Я. Н. Засурский  
Е. Л. Вартанова

Научный совет

М. И. Алексеева  
Н. А. Богомолов  
В. М. Горохов  
Б. И. Есин  
А. Г. Качкаева  
И. В. Кузнецов  
Э. А. Лазаревич  
Е. П. Прохоров  
С. В. Светлана-Толстая  
Г. Я. Солганик  
М. В. Шкондин

Издатель — некоммерческое партнерство  
факультетов журналистики

Журнал издается при финансовой поддержке  
Федерального агентства по печати и массовым  
коммуникациям и печатается при содействии Ученого  
совета факультета журналистики  
МГУ им. М.В. Ломоносова  
и кафедры ЮНЕСКО по журналистике  
и коммуникациям.

© Меди@льманах

Все права защищены.

Мнения авторов могут не совпадать с мнением  
редакции.

Журнал зарегистрирован в Центральном  
территориальном  
управлении Министерства РФ по делам печати,  
телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.  
Свидетельство о регистрации  
ПИН1-00926 от 17 декабря 2002 г.  
Соучредители: Вартанова Е.Л., Минаева О.Д.

Контактная информация:  
125009, г. Москва, Моховая ул., д.9.  
тел. (495) 203-6540, комн. 107,  
E-mail: xelena@journ.msu.ru

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Editorial</b> .....	4
<b>ACADEMIA</b>	
Толерантность в структуре журналистской деонтологии .....	6
<i>Евгений Прохоров</i>	
<b>ПОВЕСТКА ДНЯ</b>	
СМИ перед лицом терроризма .....	14
<i>Елена Вартанова, Наталья Ткачева</i>	
Гражданское общество и СМИ: к единству в борьбе против терроризма .....	20
<i>Елена Пронина</i>	
Противодействие кибертерроризму: японский опыт. ....	23
<i>Марианна Сеферова</i>	
Борьба с терроризмом и свобода слова: USA PATRIOT Act – 5 лет в эфире .....	26
<i>Михаил Макеенко</i>	
Террористические акты в Лондоне 7 июля 2005 года .....	30
<i>Алексей Ольшанский</i>	
<b>ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ</b>	
Коммерческая модель радиовещания .....	40
<i>Виктория Сухарева</i>	
Газета «Пекинская молодежь» .....	46
<i>Цзян Сяюань</i>	
<b>СМИ ОТЕЧЕСТВА</b>	
Телеканал «Культура» – современная модель просветительского ТВ .....	52
<i>Оксана Роженцова</i>	
<b>МЕДИАТЕКСТЫ</b>	
Корпоративная информация в системе PR .....	60
<i>Вера Караева</i>	
Акмеистические манифесты в зеркале критики (1913–1916 гг.) .....	65
<i>Оксана Лебедева</i>	
<b>ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ</b>	
Кальмар, Фойо и ветряные мельницы .....	74
<i>Ольга Устимова</i>	

# CONTENT

Editorial.....	4
<b>ACADEMIA</b>	
Tolerance in the Structure of Journalism Deontology.....	6
<i>Evgeni Prohorov</i>	
<b>AGENDA: TERRORISM AND MEDIA</b>	
Mass Media Facing Terrorism.....	14
<i>Elena Vartanova, Natalia Tkacheva</i>	
Civil Society and Mass Media: towards the Solidarity in Fighting Terrorism .....	20
<i>Elena Pronina</i>	
Fight against Cyber-Terrorism: Experience of Japan .....	23
<i>Marianna Seferova</i>	
The Fight Against Terrorism and Freedom of Speech: USA PATRIOT Act - 5 years on the Air.....	26
<i>Mikhail Makeenko</i>	
Terrorists Attacks in London July, 7, 2005 .....	30
<i>Alexei Olshansky</i>	
<b>GLOBAL CONTEXT</b>	
Commercial Broadcasting Model.....	40
<i>Victoria Sukhareva</i>	
Newspaper “The Beijing Youth” .....	46
<i>Tzyan Syuan</i>	
<b>MASS MEDIA IN RUSSIA</b>	
TV Channel “Kultura” as a Model of Modern Educational Television .....	52
<i>Oksana Rozhentsova</i>	
<b>MEDIA TEXTS</b>	
System of Public Relations and Corporate Information .....	60
<i>Vera Karaeva</i>	
Akmeists Proclamations in the Mirror of Critics (1913-1916) .....	65
<i>Oksana Lebedeva</i>	
<b>JOURNALISM EDUCATION</b>	
Kalmar, Fojo and Wind-Driven Mills .....	74
<i>Olga Ustimova</i>	

# Editorial



От своего прародителя – массовых публичных казней палачами революционного правительства Франции в 1792 г., признанного отправной точкой терроризма, современный терроризм отличается и мало, и много. Сохранилась природа явления: терроризм – это идеология и практика насильственных действий против органов власти, но направленная в значительной мере против гражданского населения. Новое же в практике терроризма, усиливающее его воздействие именно на мирных людей, это вовлечение средств массовой информации не столько даже в деятельность террористических организаций, сколько в широкое распространение информации о действиях террористов.

Федеральный закон РФ «О противодействии терроризму» от 6 марта 2006 г. обращает внимание на то, что эффективнее и быстрее цели террористов могут быть достигнуты в условиях запугивания населения. И именно поэтому эффекты, достигаемые современными масс-медиа, становятся не просто ключевыми для террористов. Эффекты СМИ – это неотъемлемая часть современного терроризма, и без них последний не существует ни на глобальном, ни на национальном уровне.

Западные журналисты все чаще высказывают мнение о том, что разрушение самолетами башен Всемирного торгового центра 11 сентября 2001 г. имело «постановочный характер» и предназначалось для тележурналистов, ищущих сенсаций и передающих их глобальной аудитории. Еще один пример прямой связи между терроризмом и масс-медиа – регулярное распространение выступлений лидеров радикальных исламистских организаций через интернет-сайты, подпитывание мирового общественного мнения сенсациями многочисленных террористических сайтов.

Получается, что без телевидения и интернета не может быть современного терроризма? Но может ли существовать и само современное общество без своих СМИ? И СМИ ли являются причиной возникновения терроризма?

Общество не может и не должно упрекать СМИ в тех проблемах, которые порождены самим обществом. В конце концов, терроризм как явление возник уже тогда, когда газеты не имели массовых тиражей, а телевидение и интернет не существовали вообще. Но сегодня, понимая природу эффектов массовой коммуникации, журналисты – вместе со всем обществом – не должны идти на поводу у террористов. Являясь частью гражданского общества, то есть той частью, которая не обладает государственной властью, СМИ должны найти свои способы противостоять терроризму.

Самой трудной задачей в этом становится сохранение свободы слова, той самой непреходящей ценности, которую – вместе с мирными людьми – и ставят под угрозу террористы, манипулируя журналистами и информационными потоками. Правда о терроризме, ставящим целью парализовать спокойную жизнь, нанести психологические травмы и аудитории, и самим журналистам, это и есть свобода слова в трудных условиях современной жизни.

Тема третьего номера журнала – терроризм и СМИ. Наши статьи – о том, как мы, исследователи СМИ, можем помочь обществу и журналистике защитить наши главные ценности – мир, покой общества и свободу слова.

Пишите нам!

*Шеф-редактор  
Е. Вартанова*

# ACADEMIA

---

**6 • Толерантность в структуре  
журналистской деонтологии**

# Толерантность в структуре журналистской деонтологии

*Евгений Прохоров*

*Evgeni Prohorov*

*Tolerance in Journalism Deontology*

What are the key functions of journalism in a democratic society? How to define journalists' responsibility? What does the freedom of speech mean for a modern journalist, where are the borders of tolerance in the world of plural public forces and ideas? What are the public actions that are necessary for journalism to fulfill their public duties? Professor Prokhorov, the author of many books on journalism theory and society relations, raises these questions in his article.

Key words: tolerance, freedom of journalism, deontology, journalistic corporation, information order.

*Каковы ключевые функции журналистики в демократическом обществе, чем определяется ответственность журналиста? Что значит свобода слова для современного журналиста, где границы толерантности при множественности общественных сил и идей? Какие общественные меры необходимо предпринять, чтобы обеспечить выполнение журналистикой своего общественного долга — эти непростые вопросы ставит профессор Е. П. Прохоров, автор многих работ по теории журналистики, по проблемам взаимоотношений СМИ и общества.*

*Ключевые слова: толерантность, свобода журналистики, деонтология, журналистская корпорация, информационный порядок.*

## Теоретическое обоснование проблемы толерантности

В научно-журналистских кругах проявляется все больше внимания к понятию толерантности вообще и применительно к журналистике, в частности. Необходима разработка проблемы на строго теоретической базе в связи с общей теорией журналистики и введение требований толерантности в повседневную практику СМИ.

И это уже делается, но теоретически формулируемые идеи на практике трудно осваиваются, поскольку реальное состояние СМИ, менталитет и привычные формы деятельности журналистов «сопротивляются» внедрению идей толерантности. Причина – укоренившиеся нормы «отдельности» каждого СМИ, неверно понятые идеи «независимости» и «свободы» в условиях борьбы на информационном рынке ради интересов учредителя/владельца во что бы то ни стало (порой недопустимыми средствами) привлечь аудиторию.

Проблема толерантности прямо связана с целостной концепцией «нового журнализма». Разработка этой концепции – историческая необходимость в условиях формирования системы СМИ открытого демократического общества, приходящей на смену «социалистической» и «буржуазной» журналистике. Разумеется, будет немало трудностей даже в условиях, когда концепция «нового журнализма» будет

Евгений Прохоров – заслуженный профессор МГУ, доктор филологических наук, заведующий кафедрой социологии факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова

оформлена (пусть всего только в общих чертах), но «перестройка» может пойти быстрее.

Очевидно, что необходимо рассматривать толерантность не просто как структурный элемент, а как сущностное ядро представлений журналистов о подлинно демократическом характере журналистики. Это означает необходимость осознать концепцию толерантности как обязательный, притом центральный элемент системы социально-творческих норм демократической журналистики.

Кажется очевидным, что исходное положение положений толерантности, – долг СМИ и журналистов перед обществом (человечеством – цивилизацией – страной – группой – учредителем/владельцем). А это описывается в терминах концепции «журналистская деонтология».

### **Концепция деонтологии журналистики и проблемы толерантности**

Деонтология (от греч. deontis = долг + logos = учение) – система знаний, принципов и норм, «захватывающая» всю совокупность общественных требований к журналистике и журналистам. Верно понятая концепция деонтологии «вытягивает» на себя сквозь призму понимания «журналистского долга» все концептуально важные и практически значимые положения науки о журналистике в их нормативном аспекте, необходимость освоения и принятия которых должна привести к кардинальным переменам в состоянии журналистики и деятельности журналистов.

Впрочем, понятие «деонтология» (вошедшее в употребление в середине XIX века) и в прошлом, да и в недавнее время использовалось в разных значениях и при этом находилось на периферии внимания. Перелом наступил в последние десятилетия, когда деонтология постепенно приобретала статус особой науки за рубежом, а в различных учебных заведениях – от медицинских до полицейских – стали формироваться учебные курсы профессиональной деонтологии. Деонтологические суждения и предложения захватывают все более

широкий круг вопросов – обсуждаются проблемы профессионального этикета врача или риторические способности полицейского. Но в основе оказываются единые общественные требования к исполнению своего профессионального долга каждым членом врачебной или полицейской корпорации. В этом ряду и требования толерантного поведения.

Реализация даже известных принципов толерантности (в ряду со всеми остальными деонтологическими нормами) в журналистской среде встречает «сопротивление». Во-первых, как уже отмечалось, потому, что они трудно сочетаемы с привычными нормами журналистского поведения. Во-вторых, именно потому, что субъекты журналистской деятельности в силу идеологических, политических, экономических, других социальных причин не осознают себя «составляющими» единой журналистской корпорации и даже считают, что таковой и не может быть в условиях рыночных отношений и плюрализма взглядов.

Однако стоит отметить, что конституционные нормы и требования законодательства СМИ обязательны для исполнения всеми журналистами. И формулировались положения законодательства при понимании того, что журналисты если и не «единая семья», то уж, во всяком случае, соединены профессиональными узами. Это же касается и этических норм – при всем разнообразии этических документов в них обнаруживается немало общего.

Аргументы «против» единства журналистской корпорации весомы лишь отчасти. В их основе лежит убеждение, что, кроме отстаивания частных интересов различных слоев и структур, в сфере журналистики других «соображений» не существует. И потому законы информационной борьбы – естественное и непреодолимое препятствие для консолидации журналистского корпуса и формирования «духа корпорации», осознанно фиксируемого в документах корпорации, в том числе и общей хартии – своего рода конституции корпорации.

На самом деле журналистская корпорация существует объективно в силу особого поло-

жения в обществе, определяемого объективными требованиями информационного «обслуживания» различных его составляющих. Притом «обслуживания» честного, в котором нет места «черному пиару» и манипулятивному воздействию. Разумеется, плюрализм при этом «не отменяется», а, наоборот, расцветает, ведь в демократическом обществе требуется отстаивание в рамках закона интересов всех общественных групп. Но не как «грубая плюральность», проявляющаяся в том, что каждый «дует в свою дуду», и не хочет слышать никого другого.

На самом же деле «нормальный» журналистский корпус и «нормальное» его функционирование можно сравнить с состоянием и функционированием Солнечной системы. Все разнообразные журналистские «планеты» обращаются вокруг единого «ядра» при уравновешенности центробежных и центростремительных сил. Это «ядро» потому удерживает систему от распада, что несет «общее начало» корпорации, для различных составляющих которой кроме того существенно значимы особенные и единичные черты и свойства. В этом «ядре» и живет деонтологический «огонь» корпорации.

Плюрализм – прямой антагонист «грубой плюральности». Отстаивать нужды и интересы «частных» сил необходимо. Но в современных условиях не через «победу над противником», а через согласование – на разных основах: консенсуса, компромисса, паллиатива – всего разнообразия «частных» интересов в перспективе консолидации общества. «Плюральность» разрушает объективные связи внутри общества, плюрализм же содействует их укреплению и оптимизации. «*Contraria sunt complementa*», – говорили древние, что Н. Бор перевел на научный язык как принцип дополненности. Для журналистов это означает: видеть «частное» в связи с «общим» и в зависимости от него, а общечеловеческое представлять себе как согласование «частных» интересов и подходов на основе принципов гуманизма и общественного прогресса.

Можно ли добиться осознания, принятия и реализации взаимодополнительности «частного» и «общего» в области журналистского менталитета, и в практике СМИ? Если не удастся – это катастрофа не только для журналистики (она уже сейчас переживает кризис теоретического недоумения и аудиторного недоверия), но и для всего общества в силу беспрецедентной зависимости его от информации.

А как может удастся? Только через усилия (теоретические и практические) по разработке и внедрению принципиально важной для нового журнализма XXI века основной концептуальной базы журналистской деонтологии – требований информационного порядка, причем в ядре последнего – идея, принципы и нормы толерантности.

### **Информационный порядок в демократическом обществе**

В наше время достиг апогея «информационный беспорядок». Идея же «порядка» (в том числе информационного) заложена еще в 1948 г. в принятой ООН Всеобщей декларации прав человека. В ст. 28 зафиксировано, что каждый человек имеет право на такой порядок в обществе, при котором все его права и свободы могут быть полностью осуществлены. Декларация в последствие «обросла» рядом пактов о политических, экономических, социальных, культурных правах. А после создания Совета Европы было принято множество специально посвященных СМИ документов, направленных на утверждение и регламентацию именно информационного порядка.

Фундаментальная концептуальная база порядка в организации и деятельности СМИ – информационное обеспечение демократии. А современные представления о «настоящей» демократии базируются на трех «китах». Это демократия партиципарная, требование которой – участие в делах общества (через выборы и через внепарламентские акции) если не всех, то подавляющего большинства. Разве допустимо, что 10% решают, кому быть губернатором? И «крикливое» меньшинство не



должно выступать от имени «молчаливого» большинства. И принципиально важна взаимодополнительность представительной и непосредственной демократии. Если депутаты (в прямом переводе «заместители» своих избирателей) не слышат «улицу», то это плохая демократия. Далее, это демократия делиберативная (размышляющая, взвешивающая), основанная на разумно принимаемых решениях. А это возможно лишь при владении каждым достаточным объемом «качественной» информации из разных источников, но притом сведенной в единую и адекватную картину. А это, наконец, возможно в рамках диалоговой демократии, когда различные подходы различных сил не только известны, но и сопоставлены «на глазах» аудитории в перспективе движения к консолидации. Такое состояние называют «согласительной демократией».

При этом качественной информация «от» разных общественных сил при различии их позиций может быть при одном условии – гуманистически ориентированных основах социальных позиций каждой из этих сил. Но возникает вопрос: разве в этом случае не нарушается базовый принцип демократии – идеологический и политический плюрализм, основа которого – социальное многообразие, сложная структура общества по множеству параметров? Нет ли тут призыва к монизму позиций и взглядов? Разве не ясно, что, хотя в программных документах партий, движений, группировок «гуманизм» никогда не выдвигается в качестве ведущего тезиса, никто и ни при каких обстоятельствах не заявит, что ему «гуманизм» как идеал (в разных вариантах – христианский, филантропический, технократический, социалистический, либеральный, консервативный и т.д.) чужд? Впрочем, по старинке, в названиях партий и движений главными определениями являются «народная», «демократическая», «республиканская», «либеральная», «консервативная». Какое название выбрать – дело партий, но если ни одна из них не отказывается от идеи и идеала гуманизма, то было бы правильно и честно перед членами и сторонниками

каждой партии и объединению заявить себя не только демократами, но и ясно определить, какой из форм гуманизма она придерживается. Причем свойственный всем признающим гуманистический идеал «общего блага» необходимо детально раскрывать применительно к разным сферам жизни общества, определяя, каковы же их гуманистические позиции в сфере государственной, экономической, правовой, социальной, культурной, демографической, экологической (и т.д.) политики?

Принятие на себя обязанностей по информационному обеспечению демократии на гуманистических основах (при ясном декларировании того, как понимается и демократия, и гуманизм) едва ли не автоматически приводит к признанию требования вести информационную деятельность во имя достижения информированности аудитории. А путь к этому – реализация фундаментальных «деятельностных» идей информационного порядка: достижение информированности как коренного требования информационного обеспечения демократии через плюрализм – толерантность – диалог – согласование позиций по актуальным вопросам.

Информированность – тот «свет в конце тоннеля», куда природой своей обязана двигаться демократическая, гуманистически ориентированная журналистика. Информированность – такое состояние «потребителя» информации, когда освоенная информация позволяет ему принимать верные решения по всему его жизненному спектру: от выбора президента до выбора товара, от согласия/несогласия с принятым законом до оценки исторической фигуры. Информированность – основа высокого гражданского сознания и поведения, включения в функционирование гражданского общества, развитость которого определяет характер государственного и экономического «тел» общества. Разумеется, характер информированности различных слоев общества не только может, но и должен быть различным – в зависимости от их объективного положения и, следовательно, объективных потребностей

в политической, экономической, социальной, культурной сферах.

### **Принципы и нормы толерантности при плюрализме идей**

Разнообразии социального состава общества порождает разнообразие общественно-политических структур с разнообразными идеологическими ориентирами. Следовательно, плюрализм органичен для демократического общества. Но в отличие от «грубой плюральности» плюрализм предполагает признание и реализацию идеи «равенства и братства» в том смысле, что ни одна социальная группа, ни одна общественная сила, ни одна идеологическая концепция не являются изначально преобладающими. И ни одна не может и не должна претендовать на окончательность представляемого ею идеала «истины, добра и справедливости». Плюрализм предполагает поэтому не только допустимость («пусть их!») «инакомыслия», но и необходимость понимания его истоков и сущности, а также, конечно, и уважения к «другому», «чужому». Ведь все эти «другие» и «чужие» – необходимые составные части общества.

Отсюда и вытекают принципы и нормы толерантности. Это не только терпимость и терпеливость. И тем более не «притерпелость» ко всему и всякому. Толерантность – высокое проявление гуманизма, «человеческого» отношения к «инаковости», действенного признания тезиса «все люди – братья». Естественно поэтому, что толерантность исключает, например, терпимость к экстремизму или демагогии. Но и нетерпимое отношение, и действие нацелено на гуманистическое ненасильственное преобразование ин / нон – толерантных, хотя при крайних случаях античеловеческого поведения вряд ли стоит подставлять другую щеку вместо решительного отпора. В этих случаях решения надо принимать на гуманистической базе служения человечеству, притом постоянно имея в виду завет «не навреди».

Нормальная форма информационной реализации толерантности в многосложной и мно-

гослойной социальной среде с ее цивилизационными, культурными, социальными, политическими особенностями на разных континентах, в разных странах, у разных этносов – диалог. К сожалению, диалог часто понимается односторонне – как ведение «разговора», обмен мнениями. Конечно, это важная составляющая диалога, но почему-то забывается вторая составляющая – стремление к достижению взаимопонимания, а затем через обсуждение движение к согласию опять-таки на гуманистической основе. Нельзя забывать, что «частное» существует только внутри «общего», и что не существует ни «частного» без «общего», ни «общего» без «частного». Значит, в ходе столкновения подходов, мнений, предложений надо искать общеприемлемое решение при его гуманистической экспертизе под углом зрения «общего блага». Даже в самых благоприятных условиях не обойтись без уступок, компромиссов, и не надо бояться упрека в «потере лица», «демонстрации слабости». Причем «хорошее» решение в результате диалога – это в крайне редких случаях монистическое решение (консенсус – абсолютное согласие), чаще же всего это именно моноплюралистическое решение (компромисс как амальгама, сплав позитивных начал в разных позициях). Если же в обществе и журналистике не хотят диалога, настоящего на толерантности, бояться идти навстречу «инаковости», стремятся к «борьбе до победы», то оказываются на пути в пропасть.

Возможно, многие в журналистике понимают, пусть подсознательно, что вести диалог необходимо. И слово «диалог» вошло в лексикон журналистов, часто используется в названиях рубрик, в заголовках, других элементах заголовочных комплексов. Но чаще всего аудитория сталкивается с *quasi*диалогом, когда за диалог выдается интервью, беседа, полемическое столкновение. Можно ли назвать ведущими диалог участников передачи, названной, например, «К барьеру»?

Конечно, в современных условиях путь к сближению подходов, а тем более к выработке согласованных решений труден и до-

лог. Более того, сегодня найденное решение завтра отойдет в сторону (как принятое) и будет «отодвинуто» вновь возникшими трудными проблемами. И надо вроде бы все начинать с начала: четко формулировать свою позицию, вдумываться во взгляды «инакомыслящих», сопоставлять подходы и предложения, анализировать аргументы «за» и «против», искать пути сближения. Это непривычно, и легко понять давно сформированную психологию журналиста – мое дело в поиске, обработке и публикации своих информационных наработок. Не случайно, что даже редакторы крупных изданий, бывало, публично отказывались откликаться на выступления других СМИ. А радио «Маяк», решив делать обзоры прессы, в ходе дайджестирования отваживается лишь на отдельные реплики. Понятно, диалог требует иного менталитета, новой организации дела, несформированных еще творческих форм.

При этом может быть стоит обратиться и к опыту СМИ прошлого, ведущих и влиятельных журналистов, которых называли духовными лидерами общества. В связи с этим стоит с сожалением напомнить одну из передач «Культурной революции», где два очень крупных журналиста были поставлены ведущим в ситуацию спора – один представлял идею «журналист – совесть нации», а другой – «журналист – обслуживающий персонал». Можно, конечно, поспорить, какой термин лучше: «духовный лидер» или «совесть нации»? Кажется, первый, но не это важно в первую очередь. Важнее другое. Если роль журналиста «доносить информацию», не думая о том, должен ли он и может ли он быть «совестью» или «лидером» в обществе, то это движение не вперед, а даже отступление от великих традиций. А их не мешало бы изучать и четко фиксировать, отделяя «зерна от плевел».

### **Свобода журналистики – творческая свобода**

Кажется очевидным, что формирование концепции «нового журнализма» затруднено «невниманием» журналистов к разработкам

экспертов. Незнание, непонимание или тем более непризнание принципов информационного порядка в демократическом обществе, в том числе, и толерантности, – показатель уровня несвободы современного журналиста. Читая и слушая суждения журналистов по проблеме свободы, чаще всего не удается понять, что же они считают свободной деятельностью в подлинном смысле. Случайно ли, что в одной из передач «Свободы слова», специально посвященной именно этой теме, призыв одного из участников определить, что же вкладывается в понятие «свобода» отклика не нашел. Чаще всего стенания журналистов связаны с финансово-экономическими, политико-юридическими и субъектно-личностными сторонами свободы и ее ограничениями. Это важные стороны проблемы, но – что бы не говорили журналисты, – вторичные, выясняемые в своих плюсах и минусах только на фоне понимания свободы в социально-творческом ее аспекте.

А социально-творческая сторона свободы СМИ и журналиста современности органически зависима от понимания характера и меры участия в реализации им информационного порядка. Еще Гегель утверждал, что свобода содержит внутри себя «снятую» необходимость. Иначе говоря, если установление и реализация информационного порядка – социально-историческая необходимость, то ее «снятие», то есть творческая реализация, и есть основа свободной деятельности. Журналистская корпорация как целое и все входящие в нее «частные» объединения совместными усилиями должны бороться именно за такую свободу (подкрепляемую, разумеется, экономическим и юридическим условиями ее реализации).

### **Общественные СМИ в осуществлении информационного порядка**

Но этому теоретически очевидному требованию принципиальной «одинаковости» поведения серьезно препятствует «неодинаковость» положения в сфере СМИ. «Частные» интересы неотменимы, и это будет проявляться даже при «честном» стремлении к информационному

порядку: каждая его составляющая будет пониматься и реализовываться по-своему. В том числе и толерантность: к одним она будет максимальной (и даже избыточной), к другим – минимальной (а то и минусовой).

Значит, кроме формирования теоретических представлений об информационном порядке и разработки соответствующих нормативов поведения СМИ и журналистов, предстоит позаботиться об организационных формах его практической реализации. Конечно, тут важны книги, статьи, лекции, семинары, конференции – все, что входит в обучающе-убеждающую систему. Но прежде всего СМИ, отличные от частных и государственных. Не случайно и теоретики, и политики так часто говорят об общественных (государственно-общественных, публично-правовых) СМИ. Отличие таких СМИ в том, что их информационную политику формировал и проводил бы орган типа национального (на местах – регионального) совета по СМИ, в котором были бы представлены все значимые институты гражданского общества, государственные органы, организации бизнеса, а также социальных инфраструктур (культуры и искусства, учебных, научных, правоохранительных и др.). А в этой вырабатываемой в трудном диалоге различных сил информационной политике органически сочетается забота об удовлетворении нужд даже малых групп с продвижением общенациональных и общечеловеческих интересов. Основа при этом – гуманистическое геополитическое мышление журналистов этих СМИ. Уже есть Общественная палата – будут и общественные СМИ.

Именно на такой базе создаваемые информационные «инструменты» (газеты, вкладыши, пресс-релизы, ТВ- и РВ-программы, интернет-сайты разного типа, средства мобильной коммуникации), не подвергающиеся прессингу частного или узко понимаемого государственного интереса способны максимально реализовать требования информационного порядка во имя информационного обеспечения демократии. И вместе с тем способны оказывать сдерживающее воздействие на те СМИ и журналис-

тов, которым чужды идеи и нормы информационного порядка. Если, конечно, аудитория в самых разных ее слоях сможет разобраться, кто лучше и сбалансированнее представляет нужды каждой группы и вместе с тем всего общества в целом.

### **Гражданское сознание и профессиональная этика как основы толерантности**

Это произойдет при условии, если и когда подавляющая часть аудитории станет «адекватными гражданами». Конечно, гражданственность, гражданское сознание (хотя и медленно) формируется спонтанно, через осмысление житейского и жизненного опыта. Но этому процессу важно помочь. Не случайно в самых разных кругах сетуют на слабость гражданского общества, роль которого (применительно к данной теме) объединять и организовывать деятельность «адекватных граждан» и вместе с тем активно влиять на увеличение их количества и качества. И здесь тоже заключена одна из деонтологических норм журналистской корпорации – формировать гражданское сознание на базе гуманистически ориентированного толерантно осмысленного баланса «общее»/«частное» («групповое»/«общечеловеческое») в своем читательском/зрительском/слушательском корпусе.

Толерантность – всего лишь элемент системы журналистской деонтологии. И она может быть хорошо понята и точно применяема именно лишь как элемент этой системы. Не значит ли это, что журналистская корпорация при всей своей сложности и даже противоречиях между отдельными составляющими нуждается в деонтологической хартии, систематизирующей всю совокупность принципов и норм деятельности СМИ? Эта своеобразная конституция журналистского сообщества должна бы включать и положения, сформулированные и в законодательстве, и этические требования, и другие требования к СМИ и журналисту, вплоть до профессионального этикета.

# ПОВЕСТКА ДНЯ

---

Терроризм – явление не новое. Но, к сожалению, именно теперь, в эпоху глобализации СМИ, он все чаще становится одним из орудий шантажа в локальных и даже глобальных конфликтах во всем мире. Террористы любой ценой стремятся навязать свою волю. В условиях бурного развития информационных технологий, когда СМИ играют ключевую роль в коммуникации разных групп общества, очень важно, чтобы сами масс-медиа выработали эффективные механизмы защиты от деструктивного влияния террористических идей.

В этом номере журнала рубрика «Повестка дня» содержит материалы, исследующие роль СМИ в обеспечении информационной безопасности в России и за рубежом. Особое место авторы стремились уделить проблеме поиска баланса между необходимым контролем потока информации в условиях террористической угрозы и правом граждан получать достоверную информацию о происходящем.

- 14•СМИ перед лицом терроризма**
- 20•Гражданское общество и СМИ:  
к единству в борьбе против  
терроризма**
- 23•Противодействие  
кибертерроризму:  
японский опыт**
- 26•Борьба с терроризмом  
и свобода слова:  
USA PATRIOT Act – 5 лет в эфире**
- 30•Террористические акты  
в Лондоне 7 июля 2005 года**

# СМИ перед лицом терроризма

как соединить свободу слова и безопасность личности

Елена Вартанова  
Наталья Ткачева

*Elena Vartanova, Natalia Tkacheva  
Mass Media Facing Terrorism*

*Modern terrorism is characterized by a wide use of mass media for dissemination of pro-terrorist information. The article attempts to classify main media channels used by terrorist groupings and to specify the factors of terrorists' involvement into media activity. Concluding the analysis the authors point to possible joint actions by a civil society and journalistic community in combating terrorists activity.*

*Key words: information security. Media freedom, terrorism, civil society, self-regulation*

*Ключевая черта современного терроризма — широкое использование им каналов СМИ. В статье предпринята попытка систематизировать основные масс-медийные каналы распространения материалов террористической направленности и выявить факторы вовлечения СМИ в террористическую деятельность. В заключение намечаются направления взаимодействия гражданского общества и журналистского сообщества в целях предотвращения террористической угрозы.*

*Ключевые слова: информационная безопасность, свобода СМИ, терроризм, гражданское общество, саморегулирование*

Терроризм, несомненно, относится к числу наиболее сложных проблем, с которыми столкнулся современный мир. Несмотря на неоднозначность самого понятия «терроризм», многое на международном уровне уже сделано для осмысления и предотвращения этого явления. Так, большинство государств-членов ООН обсудили и даже подписали более 10 международных договоров о борьбе с различными проявлениями терроризма и его финансированием, начата работа над универсальной Конвенцией против терроризма. В сфере борьбы против терроризма международное сообщество перестало ограничиваться словесными декларациями сразу после 11 сентября 2001 года и сформировало широкую антитеррористическую коалицию. В ходе этого стало очевидно, что в борьбе против терроризма усилий одних лишь правоохранительных и правительственных органов не достаточно. СМИ являются мощнейшим инструментом формирования общественного мнения и обязаны сыграть в этом процессе важную роль. Однако задача перед ними стоит отнюдь непростая – найти баланс между свободой слова и безопасностью человека и общества, правом на информацию и гражданской ответственностью. Эту сложную задачу решить можно, лишь объединив потенциал журналистского сообщества, гражданского общества и профессионалов, ответственных за информационную

Елена Вартанова – профессор д.ф.н.,  
зав. кафедрой теории и экономики СМИ  
факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Наталья Ткачева – к.ф.н, старший научный сотрудник  
кафедры теории и экономики СМИ  
факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

безопасность общества – политиков и правоохранительных сил.

### **Гражданское общество, власть и СМИ в России: кризис взаимопонимания**

Влияние, оказываемое ТВ, радио, периодическими печатными изданиями и Интернетом на общественное мнение, в современном обществе можно назвать ключевым. В своей деятельности террористы активно этим пользуются. Особенностью современного терроризма является информационно-психологическое воздействие на сознание и поведение людей с использованием глобальных коммуникаций (интернет) и даже традиционных СМИ. Действия террористов рассчитаны не только на нанесение материального ущерба и создание угрозы жизни людей, но и на информационный шок, воздействие которого на аудиторию создает благоприятную обстановку для достижения ими своих целей. Террористы учитывают возможности информационной эпохи, связанной с деятельностью глобальных СМИ, готовых оперативно освещать «террористические сенсации» и способных с помощью определенных комментариев к происходящим событиям эффективно влиять на общественное мнение в любой стране мира.

Воздействие террористов на СМИ становится еще более массивным, глубоким и эффективным, если они находятся «в руках» профессионалов, владеющих пером и словом, умело сочетающих в процессе контакта со своей аудиторией рациональную и эмоциональную составляющие преподносимой информации. Сегодня СМИ являются главным инструментом политического влияния в современном обществе. Их способность быть эффективным средством влияния на общественный климат давно подмечена и максимально используется силами, пытающимися достичь своих целей насильственным и нелегитимным путем.

Анализируя материалы российских масс-медиа по проблеме терроризма, можно заметить опасное разногласие их в вопросах, касающихся общей безопасности, отчужденность и да-

же враждебность многих СМИ по отношению к государству, правоохранительным и силовым органам в условиях опасности международного терроризма. Невозможность консолидации власти, СМИ и общества в чрезвычайных обстоятельствах стала одной из центральных проблем информационной безопасности в России.

Факторы деструктивного воздействия СМИ на российское общество стали косвенным результатом их общего кризиса, начавшегося в 1990 гг. в связи с социально-экономической трансформацией (потеря стабильной экономической базы, расслоение общества) и политической регионализацией страны, и, как следствие, утратой общенациональных приоритетов. В СМИ ослабилась функция форума национального самоопределения и становления новой российской идентичности, что привело к появлению процессов сегментации и противостояния в российском обществе, его нравственной дезориентации и деморализации. Борьба с симптомами будет полезной, но слишком трудоемкой, если не станет ясна причина внутреннего кризиса российской прессы и пути его преодоления. В этой связи ключевой интерес представляет проблема выявления основных механизмов и форм влияния террористических группировок на СМИ и журналистское сообщество.

### **«Старые» СМИ как каналы распространения террористических материалов?**

К основным каналам, используемым для распространения контента террористической направленности, могут быть в принципе отнесены все СМИ, правда, формы взаимодействия создателей контента и самих каналов существенно различаются.

Во взаимодействии с традиционными печатными СМИ можно выделить следующие особенности. Самым простым для террористических группировок является издание пропагандистской книжной продукции. В условиях удешевления и децентрализации издательского бизнеса, появления современной множительной техники такая деятельность может быть лег-

ко осуществима самими террористическими группировками. Однако реальную трудность представляет широкое распространение такой продукции, поскольку оно запрещено Конституциями практически всех стран.

Использование террористическими группировками периодической печати предполагает публикацию журналистских материалов – как новостных, так и аналитических – в газетах и журналах. Вполне логичной в этой связи выглядит издание партийных изданий или органов террористических группировок, а также сотрудничество с печатными источниками, принадлежащими «сочувствующим». Правда, часто такая деятельность носит гипотетический характер: при запрете самих террористических организаций возможности для такой «партийной» журналистики исчезают, и СМИ, «отлученные» от своих идеологов, не могут осуществлять свою деятельность.

Гораздо более сложная ситуация возникает при освещении проблемы терроризма общеполитическими – так называемыми непартийными или независимыми – печатными СМИ, создание которых в большинстве стран мира не контролируется государством и его правоохранительными структурами. В этом случае мы видим непосредственное взаимодействие журналистов и источников, находящихся в руках или в связи с террористами, на основе чего журналисты и создают свои материалы. Именно здесь возникает первый узел проблем, связанных с пособничеством терроризму. В условиях актуальности террористических угроз материалы прессы на тему терроризма могут оказывать неоднозначное воздействие на аудиторию, пребывающую в уверенности, что пресса во всех случаях нейтрально и непредвзято освещает проблемы терроризма. В многих случаях так и происходит, однако встречаются и примеры того, как террористы манипулируют журналистами для последующей манипуляции аудиторией.

Важнейший для современной журналистики принцип объективности обязывает журналистов представлять позиции всех упоминающих-

ся в материале сторон. Проявлением этого же принципа во многих журналистских культурах является нейтральность в изложении материала, нежелательность высказывания собственного отношения к происходящему. С другой стороны, и сам этот принцип таит определенные «подводные камни»: журналист может подробно излагать позицию террориста, мотивируя это правом ответного слова «другой» стороны. Он также может, пренебрегая принципом нейтральности, создавать позитивный образ террористов. Играя на подобных противоречиях, террористические группировки стремятся получить доступ к массовой аудитории через практику подкупа или идеологической «обработки» журналистов, декларирующих принципы объективности и нейтральности.

В более жесткие условия террористы попадают при взаимодействии с аналоговым радио- и телевещанием. «Старые» электронные СМИ существуют в прежних условиях редкости частот вещания, следовательно, они попадают в сферу особого внимания регулирующих органов. Создание террористами собственных радио- и телестанций невозможно, т.к. в большинстве стран аналоговое вещание лицензируется государственными структурами. Впрочем, и для трансляции передач иностранных телеканалов на массовую аудиторию в большинстве стран созданы определенные барьеры, преодолеть которые террористам оказывается практически невозможно. Такая ситуация на зарубежных телерынках характерна для катарского канала «Аль-Джазира», предоставляющего право обращения к телезрителям лидерам исламистских террористических организаций. У канала существуют серьезные сложности и с вещанием на территории США, и с созданием англоязычной версии, которую заранее отказываются транслировать практически все крупные вещатели и даже кабельные операторы. Попадание интервью или обращений фигур международного масштаба в эфир крупных каналов возможно, как это произошло, к примеру, с интервью Ш. Басаева журналисту радио «Свобода» А. Бабицкому, показанному



общенациональной телесетью Эй-би-си, однако в этих случаях мы сталкиваемся с декларируемыми журналистами принципами объективности и правом «ответного слова».

Теоретически возможность проникновения материалов террористической направленности в рекламные материалы СМИ значительно выше, чем в журналистские материалы: как правило, журналисты не принимают участие в создании рекламных текстов, оставляя это на усмотрение рекламных отделов или рекламных агентств. Вероятность публикации террористических материалов на полосах рекламы, таким образом, выше, чем на редакционных полосах, однако во многих странах мира кодексы рекламных ассоциаций не предполагают публикацию материалов, нарушающих законодательство или нравственные, этические и культурные нормы страны. Несмотря на то, что размещение рекламы в СМИ преследует откровенный коммерческий интерес, сообщества рекламистов во многих зарубежных странах не допускают публикацию определенного типа содержания и стимулируют появление кодексов рекламной деятельности. А если, как говорят японские рекламисты, «покупатель – это божество», то и содержания, оскорбляющего или травмирующего покупателя, реклама допускать не может. Это уже вопрос экономический.

Мы видим, что как в редакционных, так и рекламных материалах СМИ важнейшую роль при публикации материалов террористической направленности играет наличие или отсутствие определенных «фильтров». Они присутствуют как на уровне самих редакций (критерии профессиональной деятельности журналистов, кодексы их поведения, информационные приоритеты СМИ), так и на уровне «сырьевых» поставщиков медиаиндустрии – информационных агентств. На этом уровне мы сталкиваемся с необходимостью анализа принципов отбора информационного «сырья» для журналистов, а также факторов, определяющих формирование «повестки дня» для «старых» СМИ.

Ситуация радикально меняется, если мы вступаем на «новые земли» современного меди-

апространства – в сектор интерактивных онлайн-СМИ.

### **Новые СМИ: новые уровни свободы и безответственности**

Цифровая революция с легкостью уничтожает старые барьеры на пути террористов к массовой глобальной аудитории. Благодаря компьютерным технологиям и телекоммуникационной инфраструктуре доступ террористов к СМИ существенно упростился. Создать материал террористической направленности и сделать его одновременно доступным миллионам человек во всем мире сегодня не составляет никакой проблемы. Цифровые СМИ, не подпадающие под прежние жесткие формы государственного контроля, в руках террористов становятся новым пластичным и эффективным инструментом воздействия на глобальное общественное мнение.

Кабельное или спутниковое телевидение, не подлежащее государственному регулированию, усиливает вероятность того, что материалы террористического содержания могут транслироваться этими каналами. Исходя из западного опыта, появление «контента террористической направленности» возможно в эфире отдельных каналов в рамках реализации концепции равного доступа.

Интернет-ресурсы предоставляют практически неограниченные возможности для пропагандистской и информационной деятельности, для распространения текстовых и мультимедийных материалов, для создания и трансляции сигнала онлайн-радиостанций или даже видеоканалов, для электронной коммерции и коммуникации, как через собственные ресурсы организаций, так и через сайты или блоги отдельных членов сетевого сообщества, сочувствующих экстремистам. Онлайн-представительства крупных медиаобразований также более свободны в обращении к специфической тематике, чем офлайн-редакции, и могут размещать собственные материалы, полученные текстовые и мультимедийные файлы, а также давать

ссылки на ресурсы радикальных и террористических организаций или связанных с ними групп и отдельных активистов.

Возможности электронной коммуникации позволяют проводить структурные изменения в террористических группах, в том числе отказ от обязательной иерархической структуры, переход к сетевому децентрализованному построению организации и делегированию, в том числе, и пропагандистских, и популяризаторских функций на индивидуальный уровень.

Впрочем, отсутствие ограничений в законодательстве многих стран периодически компенсируется мерами саморегулирования – инициативами провайдеров доступа к сети, которые могут блокировать тот или иной ресурс. Подобные действия предпринимаются как в отношении откровенно террористических ресурсов, так и в отношении заподозренных в сочувствии группам экстремистов. Например, временные сайты, которые создаются после каждого крупного теракта, в США быстро блокируются властями, в чьих руках сосредоточено управление доменными адресами Интернета.

### **Факторы вовлечения СМИ в террористическую деятельность**

Вовлечение СМИ как социального института и журналистов как профессионалов и граждан в сферу влияния экстремистов происходит под воздействием определенных обстоятельств. Причем в обоих случаях они несколько различны. Можно выделить несколько основных факторов вовлечения журналистов в сферу влияния террористических группировок. Это:

– отсутствие в обществе ясных представлений о национальных интересах, его дезинтеграция и дезориентация, проявляющиеся в отсутствии внутренних этических принципов, потерях перспектив и социального оптимизма;

– отсутствие общих и разделяемых всеми журналистами правил профессиональной деятельности, в том числе и при освещении терактов и деятельности террористических групп, преобладание узкокорпоративных интересов над общенациональными, что является след-

ствием отсутствия системы принципов профессиональной деятельности, неразработанности профессиональных стандартов и норм, а также отсутствия понимания и критериев оценки вреда, наносимого национальным интересам;

– корпоративная зависимость и незащищенность журналиста от работодателя (страх остаться без работы, власть редактора, собственника издания, групповое давление);

– внутренние причины: психологическая некомпетентность, непонимание собственных психических процессов (неконтролируемая эмпатия, сочувствие «угнетенным»), неспособность к эмоциональному самоконтролю и саморегуляции («стокгольмский синдром»), недостаточно развитые способности логического мышления, неструктурированная, диффузная система ценностей (тщеславие, стремление играть влиятельную роль, желание получить эксклюзив любой ценой и т.д.);

– физическая и правовая незащищенность журналиста (страх мести со стороны экстремистов, лоббистских группировок);

– принадлежность к группам с экстремистской и маргинальной ориентацией (этническим, социальным, референтным).

Деструктивные последствия деятельности СМИ могут стать результатом их вовлечения в сферу интересов террористических группировок, которые стремятся превратить СМИ в инструмент собственного продвижения. Сами СМИ могут вовлекаться в сферу влияния террористических группировок по многим причинам. В их числе наиболее важную роль играют размытая система представлений о содержании национальных интересов; лоббирование интересов групп или политических партий; неограниченная власть главного редактора или владельца СМИ; непрозрачность источников финансирования изданий и программ; отсутствие контроля над СМИ со стороны гражданского общества. Последняя причина, вероятно, является наиболее важной: она непосредственно вытекает из двойственной природы масс-медиа, которые невозможно рассматривать только как бизнес или только как рупор политических сил, кото-

## ПОВЕСТКА ДНЯ

---

рые их финансируют. СМИ в современном мире – это важнейший форум, направленный на реализацию интересов гражданского общества. Именно поэтому они не могут стать трибуной какой-то одной силы – будь то государство или террористы, а должны выполнять прежде всего функцию интеграции и консолидации, не возможную без учета интересов законов, стоящих на страже интересов обычных граждан.

В контексте рассматриваемой нами проблемы речь должна идти о том, что СМИ должны осознать свои интегрирующие функции через при-

зму интересов гражданского общества и принять на себя обязательства как по его объективному информированию, так и по обеспечению его информационной безопасности – как в контексте общественного климата, так и на уровне отдельного гражданина. Наиболее эффективными в этой связи механизмами представляются не столько механизмы внешнего – законодательного или полицейского – контроля деятельности СМИ, сколько системы саморегулирования и самоорганизации журналистского сообщества в условиях террористической угрозы.

---

### **ИНФОРМАЦИЯ**

#### **Террористические организации Латинской Америки**



По материалам сайтов

<http://nvo.ng.ru> - На ближних подступах к США неспокойно. Марк Штейнберг

<http://www.washprofile.org>

В настоящее время, по данным ЦРУ, таких экстремистских группировок, организаций и партий в Латинской Америке около 50. Наиболее известные:

Пуэрто-Рико – Армия национального сопротивления;

Сальвадор – Силы национального освобождения и Национально-освободительный фронт;

Боливия – партизанская армия Катари и Национальный фронт;

Эквадор – группировка «Красное Солнце»;

Гватемала – Фронт национального единства;

Гондурас – Моразинстский Союз;

Венесуэла – Альянс правых;

Колумбия – Революционные вооруженные силы Колумбии» (FARC), Национально-освободительная армия (ELN) Объединенные Силы Самообороны (AUC)

Перу – «Сендеро луминосо» («Сияющая тропа»), маоистская группировка «Тупак Амару»;

Уругвай – «Тупаамарос»;

Чили – «Левое революционное движение»;

Аргентина – Революционная народная армия (ERP), ERP стала организатором Хунты революционной координации

# Гражданское общество и СМИ: к единству в борьбе против терроризма

Елена Пронина

*Elena Pronina*

*Civil Society and Mass Media: towards the Solidarity in Combating Terrorism*

*The article analyses the role of mass media in the consolidation and tagging the society in front of threat of terrorism. The author describes measures of providing information and psychological safety of the audience. The main condition for understanding and reaching of the national interests is the influence of the civil society on mass media and creation of the system of self-regulation in journalists community.*

*Key words: information and psychological safety, self-regulation, psychological damage, counteraction to the threat of terrorism*

*В статье анализируется роль СМИ в консолидации и самоидентификации общества перед лицом террористической угрозы. Рассматривают меры по обеспечению информационно-психологической безопасности аудитории, выявлению и предотвращению стрессогенного воздействия СМИ. В качестве важнейшего условия осознания и достижения национальных интересов указывается усиление влияния гражданского общества на СМИ и становление системы саморегулирования в журналистском сообществе.*

*Ключевые слова: информационно-психологическая безопасность, саморегулирование СМИ, стрессогенное воздействие СМИ, психологическая травма, противодействие террористической угрозе, национальные интересы*

## Новая «роль» СМИ?

Усиление и глобализация террористической активности свидетельствует о начале серьезных изменений в мировом сообществе. За несколько последних лет фактически были стерты с лица земли крупнейшие памятники культуры и мировой цивилизации – статуи Будды в Афганистане, тысячелетние православные храмы в Косове, чудо современной архитектуры – здания мирового торгового центра в Нью-Йорке, стали жертвами террористических атак центральные европейские города Мадрид, Лондон, Париж. Все это были особо значимые в духовном смысле объекты, и значит, удар был направлен против идентичности многих национальных культур.

Одним из самых опасных направлений террористической деятельности становится использование СМИ в интересах международного терроризма. В этой связи особый интерес представляет не только проблема выявления основных механизмов и форм влияния террористических группировок на средства массовой информации и журналистское сообщество, но и изучение последствий такой деятельности журналистов и СМИ, при которой создается позитивный образ терроризма, а аудитория подвергается серьезному психологическому давлению. Это должно помочь решению главной проблемы – определению необходимых мер по восстановлению функций СМИ как

Елена Пронина – доктор филологических наук, кандидат психологических наук, доцент кафедры экономической журналистики и рекламы факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

средства консолидации и самоидентификации общества в условиях передела мира и установления новых правил. Существующие сегодня исследования показывают, что СМИ зачастую усиливают психологическую травматизацию населения, провоцируют последующее развитие посттравматического синдрома. Следствием информационной травматизации становится: чувство беспомощности и растерянности, ощущение глобальной уязвимости, переживание бессмысленности происходящего, отчужденность от официальной власти, недоверие к государству, попытка найти оправдания терроризму, известная как «стокгольмский синдром» и внутренний раскол общества.

### **Стрессогенные модели подачи информации**

Причиной травматизации аудитории становится ряд факторов. Рассмотрим их подробнее. Во-первых, это формирование позитивного образа террориста. Данный фактор реализуется несколькими путями – через выражение сочувствия, понимание мотивов, признание полной или частичной справедливости требований экстремистов. В этом же ряду находится и мифологизация или демонизация агрессора, формирование представлений о его могуществе и непобедимости. Способствует формированию позитивного образа террористов и оправдание их действий, замалчивание, преуменьшение нанесенного ущерба, поиск смягчающих обстоятельств, предоставление слова террористам, легитимизирующее их намерения и действия.

Во-вторых, существенным фактором становится создание негативного образа государства, силовых структур и органов правопорядка. Это реализуется через:

- обвинения в плохой организации необходимых мероприятий,
- обвинения в несоблюдении прав человека, жестокости и несправедливости по отношению к лицам, оказывающим сопротивление антитеррористическим мероприятием или содействующим террористам,

- огульную критику, дискредитацию всех предпринимаемых действий государства и соответствующих служб противодействия террористам.

Третьим фактором можно считать создание негативного самообраза у аудитории. Формы реализации этого следующие:

- поиск изначальной «исторической» вины стороны-жертвы террористической агрессии,
- обвинение в эгоизме, жестокости, жадности,
- дискредитация, высмеивание традиционных ценностей аудитории,
- приписывание негативных личностных черт лицам и группам, против которых направлена агрессия.

Деморализацию населения можно считать четвертым фактором травматизации аудитории, она реализуется через запугивание; формирование чувства беспомощности, брошенности на произвол судьбы, нагнетание ощущения хаоса, беспомощности и бессмысленности происходящего; провоцирование взаимной враждебности, поиск виновных в собственной среде, демонстрацию отчуждения населения от власти.

В данном анализе мы не можем не упомянуть и такие факторы, как организация акций в поддержку экстремистских групп или дискутирование вопросов, не подлежащих дискутированию (например, территориальная целостность России или принцип невмешательства иностранных государств), что не является прямым следствием журналистской деятельности, но рассчитано на активное освещение данных мероприятий в СМИ. Следует подчеркнуть, что деятельность журналистов в этих направлениях также усиливает травматизацию аудитории.

Подробное описание деструктивных паттернов сообщений и их воздействия на аудиторию позволяет разработать операциональные принципы анализа информации и категории контент-анализа для автоматизированного поиска. Индикаторами деструктивных сообщений являются:

1. Позитивно окрашенная лексика, характеризующая самих террористов, их мотивы, намерения и акции

2. Негативно окрашенная и сниженная лексика, характеризующая антитеррористические действия государственных институтов, спасателей, силовых органов

3. Юмор, ирония, насмешка в отношении жертв агрессии

4. Мифологическая структура текста по проблемам экстремизма и терроризма, формирование символов, мифов и штампов (приводит к снижению функций сознательной регуляции поведения, содействует развитию фобий и панических реакций, повышает внушаемость и импульсивность, чревато развитием массовых психозов)

5. Гедонистическая структура текста, глумление, издевательство, мизеризация, инфантилизация (размывает структуру базовых ценностей и ориентиров, поселяет неуверенность, разрушает ценностно-ориентационное единство общества, препятствует конструктивному решению проблем, восстановлению после травмы, деморализует перед лицом опасности).

### **Консолидация общества как мера борьбы против терроризма**

Необходимо придать новые силы процессам национальной консолидации и самоидентификации. Для этого необходимо включить все механизмы, связывающие прессу и гражданское общество, усилить ответственность СМИ перед обществом. И это дается с наибольшим трудом. Так, третий год обсуждается, но до сих пор не принят закон о защите молодежи от деструктивной информации. Общественный контроль должен стать главным условием начала процессов самоорганизации и саморегулирования в структурах СМИ. Саморегулирование, в свою очередь, придаст смысл и стержень деятельности журналистов и медиаинститутов, станет естественным иммунитетом против террористических и антиобщественных идей. Внутренний контроль всегда является средством саморазвития системы, повышает её жизнеспособ-

ность и адекватность. Без саморегулирования и самоорганизации невозможно восстановить нормальное функционирование СМИ в российском обществе.

Вместе с тем внутренний контроль невозможен без внешнего контроля, прежде всего со стороны гражданского общества, которое осуществляет в такой форме обратную связь со СМИ. Государство должно предусмотреть рычаги влияния общества и общественного мнения на СМИ. Это необходимо для превращения СМИ в подлинную саморегулирующуюся систему, независимую от структур и группировок, представляющих угрозу общественным интересам. Однако не только государство, но и само журналистское сообщество должно искать каналы и способы взаимодействия с гражданским обществом и согласиться с возможными рычагами его влияния на СМИ. Только таким образом журналистское сообщество может обеспечить защиту самих журналистов и высоких профессиональных принципов от давления собственников СМИ.

Причины вовлечения СМИ в сферу влияния террористов различны на индивидуально-личностном (работа журналиста) и институциональном (СМИ как организация) уровнях. Это означает, что и меры должны осуществляться на разных уровнях. Например, для рядовых сотрудников необходим психологический ликбез, а также система защиты профессиональных и личных прав, для организаций и руководителей – строгий финансовый контроль и юридическая ответственность за нарушение принципов профессиональной деятельности и несоблюдение правил информационно-психологической безопасности общества. Важно предусмотреть систему адекватных предупреждающих мер на каждом уровне.

Усиление взаимосвязей СМИ и общества, построение системы профессионального саморегулирования является необходимым условием восстановления функций СМИ в качестве важнейшего инструмента осознания национальных интересов и консолидации общества перед лицом террористической опасности.

# Противодействие кибертерроризму: японский опыт

Марианна Сеферова

*Marianna Seferova*

*Counteraction to Cyber-terrorism: Japanese Experience*

*The subject of the article is the Japanese experience in fighting cyber-terrorism. The special departments of all Japanese Ministries are involved in this activity. During last six years in Japan special units of "cyber-police" were founded and programs for counteraction to cyber-terrorism were developed.*

*Key words: cyber-terrorism, Japan, cyber-police, counteractions to terrorism.*

*В статье автор рассматривает японский опыт по борьбе с кибертерроризмом, в которую вовлечены особые отделы всех министерств страны. В течение последних шести лет в Японии созданы специальные подразделения «киберполиции» и разработаны программы противодействия терроризму.*

*Ключевые слова: кибертерроризм, борьба, Япония, полиция.*

Япония имеет горький опыт террористических актов на своей территории. После распыления боевиками секты Аум-Синрикё в токийском метро в марте 1995 г. нервно-паралитического газа зарин погибли 12 человек и более трех тысяч получили отравление различной степени тяжести. После этих событий японское государство серьезно озаботилось недопущением впредь подобных происшествий. Здесь необходимо отметить, что проблема борьбы с терроризмом в Японии имеет определенные приоритеты, возникающие в силу особенности развития страны. Это связано с тем, что компьютерные сети и интернет играют ключевую роль в управлении инфраструктурой страны, и в силу этого растет угроза кибертерроризма. Понимание этой опасности подтолкнуло правительство Японии начать разрабатывать спешные защитные меры по борьбе с терроризмом в Сети.

В 2000 г. Национальным управлением полиции Японии разработана программа создания интегрированной общегосударственной системы «раннего предупреждения» об угрозе несанкционированного доступа к сетевым компьютерным системам критического значения и противодействия кибертерроризму. В соответствии с этой программой активизируется деятельность государственных ведомств по совершенствованию организационно-технической системы защиты от несанкционированного

Марьяна Сеферова – кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, директор российско-японского центра по изучению СМИ и культуры

доступа к сетевым информационным ресурсам. По замыслу разработчиков, такая система должна осуществлять постоянный мониторинг за потоками электронных данных в наиболее важных узлах национальной коммуникационной инфраструктуры, обладать способностью в реальном времени распознавать аномальные явления, являющиеся признаками возможной кибератаки, точно определять источник подозрительных электронных сигналов, обеспечивать эффективную защиту баз данных и локализовать развитие потенциально опасной ситуации в Сети.

На втором этапе, с июля 2000 г. Управлением полиции, комитетом по безопасности сетевых ресурсов Министерства экономики, торговли и промышленности (МЭТП) и рабочей группой по противодействию кибертероризму министерства почт и телекоммуникаций (МПТ) проводилась интенсивная совместная работа по углубленному анализу внутренних и внешних угроз информационной безопасности государственных организаций с целью выработки общих подходов защиты информации на национальном уровне и конкретных планов действий отдельно для каждого из ведомств. Повышенное внимание уделялось также определению принципов государственной политики информационной безопасности наиболее важных областей национальной инфраструктуры, связанных с обеспечением бесперебойной работы кредитно-денежной системы, транспорта, связи и энергоснабжения. Для выработки стратегии информационной безопасности в частном секторе была создана специальная комиссия при кабинете министров, к работе в которой привлечены эксперты ведущих коммуникационных компаний, банковских учреждений и энергетического комплекса. Основной задачей этой комиссии стала выработка эффективной системы налоговых льгот, стимулирующих частные предприятия к самостоятельному совершенствованию корпоративных систем защиты информации.

Одной из главных целей третьего этапа программы стала разработка новых высокоэффек-

тивных технологий выявления и анализа несанкционированного доступа к сетевым ресурсам, а также создание комплексной организационной системы противодействия компьютерным преступлениям на общенациональном уровне в плане подготовки к внедрению в стране единой системы поддержки административной деятельности и электронного документооборота государственных учреждений (так называемого «электронного правительства»).

Для осуществления эксплуатации общенациональной системы информационной безопасности коммуникационной инфраструктуры и организации эффективного противодействия преступлениям в Сети создано специальное подразделение «киберполиции» численностью 150 человек. На новую организацию возложены также задачи регулярной проверки уровня защищенности государственных и корпоративных информационных сайтов, сбор информации о потенциальных правонарушителях, координация деятельности различных ведомств в области разработки прогрессивных технологий защиты информации.

В свою очередь в апреле 2000 г. группой японских компаний, производителей продуктов и услуг в области защиты информации в компьютерных коммуникационных сетях учреждена специализированная организация *Japan Network Security Association*. Членами которой стали 55 крупных фирм, включая *NTT Communications*, *Cisco Systems KK*, *VeriSign Japan*, *Microsoft Japan*, *Toyo Information Systems* и др. Деятельность ассоциации направлена на дальнейшее укрепление системы информационной безопасности страны.

В Японии деятельность по предотвращению терактов ведется особыми отделами всех министерств.

Японское Управление национальной обороны планирует создать спецподразделение по борьбе с терроризмом в Сети, которое будет пресекать потенциальные попытки электронных взломщиков проникнуть в компьютерные системы, имеющие важное значение с точки зрения обеспечения безопасности страны. В проекте



## ПОВЕСТКА ДНЯ

---

госбюджета уже выделено на эту задачу свыше 25 млн. долларов.

В октябре 2005 г. Министерство внутренних дел и коммуникаций Японии приняло решение провести общенациональные учения по противодействию кибертерроризму, организацию и финансирование которых оно берет на себя. В ходе учений заранее спланированным кибератакам подвергнутся серверы крупных компаний и правительственных организаций по всей стране. Главная цель учений – выявить слабые места в системах защиты компьютерных сетей и принять соответствующие меры по их устранению. Учения планируется проводить каждые три года. Частные компании, играющие ключевую роль в функционировании экономики Японии, планируют принять в этом участие. Кроме того, будет проверяться надежность интернет-сайтов центральных и местных органов власти. Впервые аналогичное мероприятие было организовано в США в 2003 г.

Япония также принимает активное участие в международных проектах борьбы с терроризмом. Так, в октябре 2005 г. Япония в числе более

14 стран участниц (Канады, Китая, Евросоюза, США, Индонезии, Южной Кореи, Лаоса, Малайзии, Пакистана, Филиппин, Сингапура, Таиланда, Вьетнама, России и др.) была представлена на 2-м ежегодном Семинаре стран-участниц АСЕАН по вопросам борьбы с кибертерроризмом и защиты критически важных национальных инфраструктур, который проходил на Филиппинах. Основными темами, которые обсуждались на семинаре были следующие «Кибертерроризм как региональная угроза», «Защита национальных критических инфраструктур», «Кризис-менеджмент в ходе возможных кибертеррористических инцидентов».

На встрече в Токио, в ноябре 2005 г. Владимир Путин и Дзюньитиро Коидзуми подписали программу действий Российской Федерации и Японии в области сотрудничества в борьбе с терроризмом. В числе прочих документ содержит статью по сотрудничеству в борьбе с кибертерроризмом. Япония и Россия планируют изучать в рамках «Большой восьмерки» способы пресечения подстрекательства к терроризму, в том числе с использованием Интернета.

---

### **ИНФОРМАЦИЯ**



По материалам сайта  
<http://www.washprofile.org>

#### **Террористические организации Европы**

- Испания – «Родина и Свобода Басков» (ETA, Euskadi Ta Askatasuna - Basque Homeland and Liberty)
- Греция – «Революционная Народная Борьба» (Revolutionary Nuclei, Revolutionary People's Struggle, «Революционная Организация 17 ноября» (Revolutionary Organization 17 November)
- Ирландия – «Настоящая Ирландская Республиканская Армия» (The Real IRA)
- Турция – Рабочая Партия Курдистана (Kurdistan Workers Party)  
Партия-Фронт Революционного Народного Освобождения (ПФРНО)

# Борьба с терроризмом и свобода слова: USA PATRIOT Act – 5 лет в эфире

Михаил Макеенко

*Mikhail Makeenko*

*The Fight Against Terrorism and Freedom of Speech: USA PATRIOT Act - 5 years on the Air*

*Among the issues the article deals with the most important are the specificity of different definitions of terrorism activity that can influence spheres of media regulation and self-regulation in the USA. Some attention is also being paid to problems and ethical dilemmas that the war on international terrorism brings into American journalism practices.*

*Key words: definitions of terrorism, national security, press rights and freedoms, self-regulation, ethical dilemmas.*

*В статье освещаются вопросы, связанные с определениями террористической деятельности, способными оказать влияние на регулирование и саморегулирование средств информации и коммуникации в США. Рассматриваются проблемы и этические дилеммы, встающие перед американскими журналистами и редакторами в ходе их практической деятельности в условиях борьбы с международным терроризмом.*

*Ключевые слова: определение терроризма, национальная безопасность, права прессы, саморегулирование, этические дилеммы.*

Главным документом, созданным американскими законодателями после 11 сентября 2001г. и оказывающим наибольшее влияние на деятельность органов исполнительной власти и функционирование общественных и коммерческих институтов и отдельных граждан в стране, стал USA PATRIOT Act (*Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism Act of 2001*). Этот закон был подписан президентом уже 26 октября 2001 года, и продлен в марте 2006г. с одобрения обеих палат конгресса. В разных разделах этого документа содержатся определения внутреннего и международного терроризма, ставшие на сегодняшний день наиболее близкими к статусу государственного определения этого явления.

Внутренним терроризмом признается (раздел 802) деятельность, включающая в себя действия, представляющие опасность для жизни людей и нарушающие законы уголовного права США или любого другого государства, явно направленная на устрашение или запугивание гражданского населения, попытку воздействия на политику государства через устрашение или силовое принуждение, нарушение нормального функционирования правительства путем массовых разрушений, убийств и похищения людей, ведущая непосредственно на территории Соединенных Штатов. Международным терроризмом считается (раздел 2331) все то

М.И. Макеенко – к.ф.н., научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

же самое, но вне определенных географических границ.

В США также наиболее часто ссылаются на определения, заложенные в рамках Национальной стратегии безопасности, сформулированные Министерством обороны и Национальным центром по борьбе с терроризмом, а также ряд неофициальных определений, предложенных экспертами Организации объединенных наций.

Последние лет пять национальная безопасность и противостояние международному терроризму остаются приоритетом внутренней и внешней политики, однако *PATRIOT Act*, один из программных документов этой политики, оказался и одним из наиболее противоречивых в общественном мнении. Американцы с трудом пытаются решить дилемму о том, насколько национальная безопасность может ограничивать индивидуальные права и свободы и может ли вообще, исходя, к примеру, из предпосылки о том, что либеральная республика ставит свободы выше безопасности. Один из самых объемных законодательных актов в истории Америки стал объектом критики с самых разных позиций, в том числе и со стороны сторонников свободы слова и свободы информации. Главными аргументами критиков стали тезисы о том, что Закон вторгается на территории, защищаемые Первой и Четвертой поправками, касающимися свободы слова и защиты частной жизни.

И свобода прессы, и свобода слова в США пока достаточно защищены для того, чтобы не иметь проблем с воздействием внешних факторов. После 11 сентября также ни *PATRIOT Act*, ни ряд других шагов правительства не создали реально ощутимых инструментов для регулирования СМИ, или для влияния на основные принципы саморегулирования журналистов. Гораздо более ощутимой стала для журналистского сообщества проблема снижения транспарентности и открытости государственного сектора в Америке, но это уже вопрос для другого исследования.

Профессиональные кодексы, не являющиеся обязательными (под контролем какого-либо

специального органа, как, допустим, в Европе) ни к принятию, ни к исполнению, не претерпели изменений за последние годы. В тех ведущих профессиональных (типа Общества профессиональных журналистов) и коммерческих (издательских или вещательных компаниях) организациях, где они существуют, не удалось обнаружить каких-то специальных дополнений, связанных с контентом террористической направленности, к уже существующим традиционным принципам правдивости, аккуратности, объективности, независимости, честности и ответственности перед обществом. Если и можно установить какие-либо связи с этой областью, то скорее опосредованные. К примеру, содержащийся в большинстве кодексов постулат о неэтичности ситуаций, в которых журналист оказывается втянутым в конфликт интересов. Он предполагает, что журналист не может состоять членом каких-либо организаций или работать на различные политические и общественные образования, в том числе, можно предположить, и террористического или экстремистского толка. Соответственно, в своих материалах он не должен способствовать распространению или популяризации каких-либо политических или мировоззренческих идей и показывать свою политическую позицию. Последнее в СМИ является прерогативой специальных отделов, которые заполняют полосы мнений и редакционных статей, и им уже никто запретить высказывать самые разные мнения не может, кроме владельца, коммерческого расчета и здравого смысла, которые и способствовали тому, что за последние десятилетия коммерческие СМИ не становились каналом для особенно радикальных или экстремистских взглядов (по крайней мере, с позиции американского общества). Что же касается журналистов и редакторов специализированных медиа, представляющих именно радикальные силы, то, условия их деятельности никогда не были и не стали отягощены инструментами жесткого саморегулирования.

В целом, за последние годы практически не появилось областей, которые можно было бы

включать в сферу саморегулирования как нечто новое. Это касается и проблемы терроризма. В том же *US PATRIOT Act* можно найти минимум рычагов для прямого или косвенного воздействия на сферу саморегулирования. Если и есть отдельные положения, то они, скорее, апеллируют к самоконтролю. Как, например, параграф в секции 805 (а), в котором экспертная поддержка и советы террористам приравнивались к предоставлению им материальной помощи и ресурсов. По мнению большинства экспертов, это положение стало одним из наиболее явно противоречащих Конституции страны. Оно не только предоставляет поле для самых вольных трактовок этого определения, но и налагает ограничения и приравнивает к преступлению свободные высказывания, непосредственное влияние которых на террористические действия правительство должно доказывать, но в законе не призвано. По Конституции такие высказывания преступлением не являются, но из-за несовершенства закона они могут привести к судебным разбирательствам, вроде тех, которые пришлось пережить студенту из штата Айдахо, оказывавшему такую «экспертную поддержку» в записях на своем сайте.

Концептуальные вопросы саморегулирования в условиях повышенного внимания к национальной безопасности решаются, как и большинство этических противоречий, не столько на уровне прописанности в отдельных кодексах, сколько через публичную дискуссию, обсуждение наиболее показательных прецедентов и достижение в профессиональной среде некоего консенсуса в их оценке. Хотя и тут остается пространство для индивидуальных решений в рамках подразумеваемых, но не закрепленных нигде, профессиональных представлений о том, что такое хорошо и что такое плохо. В последние несколько лет такие этические дилеммы обнаруживались в разных направлениях. В общем, всем понятно, что контент террористической направленности (в рамках общепринятых представлений о том, что это вообще такое) в традиционных средствах информации появляться не должен, хотя и не запрещен (правда за действия не в обще-

ственных интересах можно, допустим, лишится лицензии). Однако есть более тонкие моменты, связанные, например, с теми ситуациями, когда приходится решать, этично или нет передавать или печатать информацию, которая важна для граждан страны, но в то же время может потенциально использоваться террористами для достижения каких-либо их целей. В этом контексте могут обсуждаться и не приводить к однозначным выводам относительно общие вопросы, вроде того, стоит ли общенациональным телевизионным сетям показывать записи обращений Осамы Бен-Ладена или допускать ли представителей прессы к военным на самой линии фронта. Но всплывают и вызывают еще более полярные оценки отдельные прецеденты, такие как публикация в *Los Angeles Times* основанного на утечках материала, который затрагивает вопросы ядерной стратегии США, или сюжет на канале *CNN*, в котором приводились примеры американских городов, наиболее уязвимых для террористических атак, или сайты в интернете, на которых специальные некоммерческие исследовательские группы описывали сценарии последствий возможных химических атак. Определения и трактовки в подобных случаях далеко не столь однозначны, чтобы их можно было применять в контексте некоей конкретной концепции саморегулирования, однако приоритетным остается подход, при котором информирование граждан стоит выше задачи оберегания информации от возможного попадания в руки террористов.

Что же касается не только журналистского, но и медийного сообщества в целом, то тут можно остановиться на вопросах саморегулирования в организациях, обеспечивающих средствам информации каналы доступа к аудитории. У кабельных операторов письменно сформулированных, закрепленных в форме кодексов и широко признанных стандартов саморегулирования практически нет. Их положение как контролера, который бы мог снять с трансляции канал, допускающий в эфир материалы террористической направленности, тоже не оговорено, да и не подвергалось особым испытаниям.

Все, что может вызвать неудовольствие потребителей, можно отфильтровать уже на стадии заключения договоров, как это происходит, к примеру, в последние месяцы с англоязычной версией арабского новостного канала Аль-Джазира, который до сих пор не может заключить договор на трансляцию ни с одной кабельной или спутниковой компанией.

Для провайдеров услуг доступа и хостинга в интернете ситуация складывается несколько иная, предполагающая большую активность в контроле за содержанием сайтов и деятельностью в сети. Для организаций, типа Министерства внутренних дел, есть отдельные сферы, вроде защиты авторских прав и сетевой инфра-

структуры, борьбы с детской порнографией и незаконным игорным бизнесом, в которых предпринимаются попытки привлечь провайдеров к ответу за действия подписчиков. Инициатив государства по созданию более жесткого законодательства для регулирования деятельности провайдеров в рамках борьбы на вышеупомянутых фронтах и на ряде других, в том числе и войны с терроризмом, было довольно много, но большинство пока неудачных. Тем не менее, провайдеры ведут себя достаточно ответственно, и часто включают в договоры на оказание услуг пункты о возможности блокирования или разрыва отношений в случаях ведения не одобряемой государством деятельности.

---

### **ИНФОРМАЦИЯ**



По материалам сайта  
<http://www.dni.ru>

#### **Террористические организаций членам которых запрещен въезд и деятельность на территории США (Минюст США,)**

1. Организация Абу Нидала
2. Группа Абу Сайяф
3. Вооруженная исламская группа
4. Аум Синрикё
5. Родина и свобода басков
6. Исламская группа - Джамаа аль - Исламия
7. ХАМАС
8. Харакат аль - Муджахиддин
9. Хезболлах
10. Исламское движение Узбекистана
11. Аль - Джихад (Египетский исламский джихад)
12. Кахана Чай (Ках)
13. Рабочая партия Курдистана
14. Тигры Освобождения Тамил Илама (ТОТИ)
15. Организация Мухамеддина Кхалка
16. Национальная Освободительная Армия
17. Исламский джихад Пакистана
18. Палестинский Фронт Освобождения
19. Народный Фронт Освобождения Палестины
20. Общая группа Народного Фронта Освобождения Палестины
21. Аль-Каида
22. Ирландская Республиканская Армия
23. Революционные вооруженные силы Колумбии
24. Революционный Нуклей (бывшая ЕЛА)
25. Революционная организация 17 ноября.
26. Революционная армия - фронт освобождения людей
27. Сияющий Путь
28. Объединенные силы самообороны Колумбии

# Террористические акты в Лондоне 7 июля 2005 года

(по материалам французской прессы)

*Алексей Ольшанский*

*Alexei Olshansky*

*Terrorist Acts in London July, 7, 2005*

*The article analyses particularities of the London terrorist acts coverage on the 7th of July, 2005, by French press. The author tries to find out if the positions of quality newspapers ("Mond", "Figaro") and left communist "l'Humanite" coincides, and finds the reasons of critical attitudes by Paris newspapers to British politics.*

*Key words: London, terrorist act, French press.*

*В статье анализируются особенности освещения французской прессой террористических актов в Лондоне 7 июля 2005 г. Предпринимается попытка выяснить, насколько совпадают позиции качественных изданий («Монд» и «Фигаро») и левой коммунистической «Юманите». Выявляются причины критического отношения парижских газет к британской политике.*

*Ключевые слова: Лондон, теракт, пресса, французский.*

## Время и место

Время и место для атаки на британскую столицу – перед началом саммита «Большой восьмерки» – было тщательно спланировано, чтобы добиться максимального эффекта и сделать очевидной неспособность спецслужб предотвратить акции террористов-смертников.

«Террористы вновь поразили сердце Европы, они нанесли удар по стране, которая председательствует в Европейском союзе и на саммите восьмёрки», – цитирует «Монд» европейского комиссара юстиции и безопасности Франко Фраттини.

Французская пресса делала особый акцент на теме олимпийских игр. Об олимпийской эйфории и приготовлениях к празднику пишет 8 июля «Юманите». Корреспондент «Фигаро» в британской столице, приводя рассказы свидетелей, чудом уцелевших во время взрывов в метро, описывает произошедшее, употребляя то же самое слово «эйфория»: «Лондон, охваченный эйфорией в связи с получением права на проведение Олимпийских игр, замер, потрясённый трагедией и хаосом». Журналист отмечает, что после решения, принятого Олимпийским комитетом, серия взрывов внушает сильную озабоченность.

Таким образом, уже на следующий день после террористических актов, влиятельная французская газета если и не утверждает напрямую, что Лондон не способен обеспечить

Алексей Ольшанский – аспирант кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

безопасность Игр, то явно намекает именно на это. Интересно, что тема «взрывы и Олимпиада» не теряет своей актуальности в первые дни после трагедии, когда, казалось бы, всё внимание читателей должно быть привлечено к другим, более существенным вопросам и проблемам: количество жертв, поиски преступников, восстановление порядка в британской столице, комментарии мировых лидеров... Неожиданный поворот темы возникает в следующем номере «Фигаро», в статье, которая называется «Лондонские имамы выступают против взрывов» (09-10.07.05). Газета приводит мнение жителя Лондона, некоего Саида, тридцати двух лет: «Я уверен, что эти взрывы не были устроены мусульманами. Лучше обратите внимание на города, которые не получили право на Олимпийские игры. Они были заинтересованы в том, чтобы «разобраться» с лондонской транспортной сетью».

Специальный корреспондент «Монд» Жан-Пьер Лангелье выносит эту же тему в заголовок своего материала: «Тони Блэру и столице Британии нанесён удар во время олимпийского триумфа» (08.07.05). Не без некоторого плохо скрытого злорадства журналист пишет о крахе того, что ещё недавно так радовало британского премьер-министра, охотно приводит его заявления, сделанные до взрывов: «Это исторический день... Олимпийские игры помогут Лондону остаться крупнейшей столицей мира». При этом Лангелье уделяет особое внимание роли Блэра в тот момент, когда решалась судьба Игр, явно намекая на его чрезмерные усилия ради заветной цели. «На финишной прямой он, несмотря на интенсивные приготовления к саммиту Восьмёрки, взял на себя хлопоты провести два дня в Сингапуре и лично встретиться с тремя десятками членов Международного Олимпийского комитета. Вероятно, именно его присутствие способствовало тому, что была получена поддержка со стороны сомневающихся».

Ирония по отношению к Блэру ощущается уже в самом начале редакционной статьи «Монд», опубликованной через два дня после

взрывов (09.07.05). «Эйфория не продлилась долго. Казалось, всё так удачно складывается для Великобритании, чья столица завоевала Олимпийские игры, чей премьер-министр, избранный на третий срок, председательствует в Восьмёрке и Европейском союзе. Атаки террористов в Лондоне явились напоминанием о суровой реальности в мире».

9 июля «Монд», ссылаясь на британский таблоид «Сан», приводит в статье «Город, охваченный ужасом» любопытное высказывание анонимного французского читателя: «Вчера мы, французы, ненавидели вас. Сегодня все мы стали лондонцами». Эта странноватая солидарность рядом с признанием в недавней ненависти (трудно сказать, по какой причине ненавидели, уж не из-за упущенных ли Парижем Олимпийских Игр?) интересна не только сама по себе. Дело в том, что буквально через несколько дней, уже 13 июля, «Монд» печатает заметку с интригующим названием – «Лондон игнорирует обвинения в «жульничестве», выдвинутые мэром Парижа в связи с Олимпийскими Играми».

По мнению парижского мэра Бертрана Деланоэ, перевес Лондона над Парижем был обеспечен благодаря жульничеству. В газете приводится мнение другого видного французского политика, представителя департамента Иль-де-Франс, социалиста Поля Юшона, также недовольного проигрышем французской столицы: «Цель не оправдывает средства. Англичане перешли границы дозволенного... Победа была достигнута действиями, не имеющими отношения к олимпийскому движению». И, наконец, в этой же заметке снова появляется ссылка на «Сан», и мы снова читаем знакомые слова о том, что сегодня все французы стали лондонцами... Оказывается, эти слова принадлежат мэру Парижа, но фраза, заметим, дана в укороченном виде. Без упоминания о том, что ещё вчера французы ненавидели англичан.

К этому времени уже известно число жертв террористических актов седьмого июля – пятьдесят шесть погибших, более семисот раненых. Среди пострадавших есть и граждане Франции,

но это не мешает продолжению скандала вокруг Олимпийских Игр 2012 г.!

Основное место удара – лондонское метро. В двух публикациях, следующих одна за другой, корреспондент «Монд» Марк Рош настойчиво проводит мысль о плохом состоянии лондонской подземки. Восьмого июля он пишет о том, что самый старый метрополитен в мире, состоящий из 275 станций протяжённостью в четырёхста километров, давно испытывает недостаток инвестиций и является ветхим, дорогим, слишком часто неисправным. Девятого июля Рош продолжает критиковать лондонское метро и заодно городские автобусные линии, на этот раз обращая внимание читателей на устаревшие технические особенности подземки, работающей с 1863 г. и обслуживающей ежедневно три миллиона пассажиров, на переполненные автобусы. Он опять перечисляет уже известные нам главные особенности метро: «недостаточные инвестиции в течение десятков лет, устаревшие поезда, набитые людьми вагоны, частые поломки и опоздания, дряхлые обветшавшие станции». Весьма вероятно, что корреспондент «Монд» абсолютно прав, но непонятно другое – какое это всё имеет отношение к взрывам? Ведь речь идёт не о катастрофе, не об аварии, а о террористических актах, которые точно так же могли стать причиной гибели множества людей в любом другом метрополитене, даже самом современном, недорогом и удобном...

Общественный транспорт, метро, автобус – эти точки, выбранные для удара, нанесённого в самое уязвимое место столичного мегаполиса, конечно же, напоминают о другой вылазке террористов – в Мадриде, в 2004 г.

По мнению журналиста «Юманите» Кати Сейб, сходство бросается в глаза (08.07.05). Удары нанесены по поездам (в Испании пострадали железнодорожные пассажирские поезда) в часы пик, и в том, и в другом случае они привели к многочисленным жертвам и панике. И в 2004 г. в Мадриде, и в 2005 г. в Лондоне взрывов было несколько, и в их последовательности ощущался продуманный сценарий. Журналист делает выводы: «Удар, нанесённый

по двум столицам, был приурочен к событиям, имеющим символический смысл. Великобритания принимает Большую восьмёрку, тогда как Испания была накануне выборов, когда уходящий премьер-министр, Жозе Мария Аснар, считался безусловным фаворитом. И, наконец, ещё одно сопоставление... Так же, как и Тони Блэр, глава испанского правительства, убеждённый атлантист, сверж свою страну в войну с Ираком вопреки мнению большинства своих сограждан».

С выводами журналистов совпадают и выводы экспертов. Мнение Магнуса Рансторпа, представляющего центр по изучению терроризма университета Сент-Эндрю в Шотландии, приводит «Фигаро»: «Взрывы в Мадриде явились примером нового типа угрозы – это атаки, совершённые маленькими отдельными группами, не имеющими прямых отношений с «Аль-Каидой», но связанными непростым образом с радикальными движениями» (08.07.05). И ещё одно мнение, на этот раз не эксперта, а обыкновенного жителя Лондона, записанное корреспондентом «Фигаро»: «Настоящий виновник Тони Блэр. Приняв решение о вторжении в Ирак вместе с американцами, он напросился на неприятности. Посмотрите на испанцев: в прошлом году в Мадриде произошли взрывы, и они вывели свои войска из Ирака. Это как раз то, что Блэр должен сделать немедленно, если он не хочет повторения...» (09-10.07.05).

Итак, выбор места – Лондон – не случаен. Но французские газеты идут дальше и утверждают, что британская столица уже давно была целью террористов. «Правительство знало, что угроза, реальная и серьёзная, нависла... Вопрос не в том, следует ли ожидать взрывов в Лондоне, вопрос только в том – когда!». Об этом же пишет в «Монд» корреспондент газеты Жан-Пьер Строобан: «Взрывы можно было предвидеть с высокой степенью вероятности: британские руководители давно знали, что их страна стала приоритетной целью для интернационального движения сторонников джихада» (26.07.05). И он же в другой статье уточняет: «Многие эксперты считают, что «терпимость»



по отношению к исламистским группам, которую в течение долгого времени проявлял Лондон, не была оценена...» (09.07.05). Именно об этой терпимости, которая была так заметна с середины 1990 г., французские газеты пишут особенно подробно и внимательно.

### Лондонистан

«Лондонистан» перешёл в подполье – такое характерное название даёт своей статье корреспондент «Фигаро» Тьерри Оберле уже после взрывов. Но ещё не так давно, в марте, бывший руководитель Скотланд Ярда сэр Джон Стивенс утверждал: «Две сотни террористов «Аль-Каиды» свободно перемещаются по улицам наших городов». «Лондонистан» – европейская вотчина фундаменталистов» – так коротко и точно раскрывает Оберле содержание этого термина. Вспоминая трагедию в США в сентябре 2001 г., он рассказывает читателям «Фигаро»: «В это время видные деятели «Лондонистана» шумно поздравляли друг друга с успешными атаками против Нью-Йорка и Вашингтона и превозносили тех, кто совершил угоны самолётов».

Собственно «Лондонистаном» принято называть район Финсбери Парк, где располагается известная в городе мечеть, но в более широком смысле слова это не просто один из кварталов города (таких кварталов много), но явление, подразумевающее мусульманизацию европейской столицы как некий процесс, который происходил в течение многих лет. «Здесь лучше, чем во Франции, – объяснял корреспонденту «Фигаро» один из посетителей кафе, человек алжирского или марокканского происхождения. – Здесь нет расизма, здесь спокойно, и никто не обзовёт тебя «грязным арабом».

Дело, однако, отнюдь не только в том, что население британской столицы отличалось до поры до времени терпимостью к иностранцам, причина, скорее, в государственной политике, способствовавшей превращению английских городов в своеобразные убежища для экстремистов мусульманского толка, – об этом пишут почти все французские газеты. Возьмём для примера «Монд»:

«Британская столица продолжительное время являлась последним пристанищем многочисленных исламистов разных национальностей, которые подвергались преследованиям на родине» (09.07.05).

«Лондон расплачивается за годы ошибок, когда саудовские, марокканские, алжирские, пакистанские, йеменские или турецкие организации радикального толка смогли обустроить здесь свои штаб-квартиры, печатать свои издания, открывать свои веб-сайты, и находить финансирование для своей деятельности» (09.07.05).

«Британцы думали, что их способ интеграции иммигрантов, основанный на сосуществовании разных общин, защитит их от экстремизма. Пробуждение от иллюзий было внезапным и насильственным» (22.07.05).

«Эти люди (экстремисты) не воспринимались как угроза внутренней безопасности, им не мешали действовать активно и относительно безнаказанно. Такая политика вызывала большое раздражение со стороны правительств иностранных государств, чьи интересы были затронуты» (20.07.05).

Примерно в тех же словах и выражениях описывают нравы «Лондонистана» журналисты «Юманите», они вспоминают деятельность небезызвестных Омара Бакри, Абу Хамзы, Абу Кутада и других, нашедших пристанище в Англии. Хассан Зеруки пишет: «С 1970 до 2000 года британская столица являлась средоточием исламизма в Европе... Исламские организации, вынужденные вести себя скрытно, несмотря на полицейское наблюдение и серию арестов, сегодня снова вышли на авансцену». В другой статье Зеруки констатирует: «Предоставляя радикальным исламистским организациям возможность развиваться на своей территории, британское правительство открыло «ящик Пандоры». Из убежища Лондон превратился в цель».

С его выводами согласна Сельма Белала, специалист по изучению фундаментализма. Отвечая на вопросы корреспондента «Юманите», она напоминает о том, что «в Великобритании всегда весьма заметно действовали ультраара-

дикалы, которые находились под известного рода защитой властей. Они имели статус политических беженцев, использовали своё право на свободу высказываний и извлекали материальную выгоду, получая пособия».

Важную особенность биографий некоторых наиболее известных одиозных исламистских деятелей, нашедших приют в Великобритании, замечает корреспондент «Монд» в Лондоне. Большинство из них не просто получали политическое убежище в стране, они не были экстрадированы, несмотря на настойчивые просьбы разных государств. Так не были выданы Испании – Абу Кутада, США – Абу Хамза Аль Масри, Марокко – Мохамед Аль-Жербузи... Находясь в Лондоне, этот последний преступник связывался по телефону с другим марокканцем, Джамалом Зугамом, «одним из организаторов взрывов в Мадриде». Кстати, среди невыданных террористов – Рашид Рамда, обвинённый во Франции в финансировании террористических ячеек, замешанный в деле о взрывах в парижском метро. Ссылаясь на мнение саудовского издателя Абдель Рахмана Аль-Рашида, Муна Наим из «Монд» высказывает предположение о существовании, разумеется, до взрывов, некоей иллюзорной уверенности в том, что «Соединённое Королевство не станет целью для удара потому, что именно здесь экстремисты обрели свободное убежище, а врагами этих экстремистов являются правительства арабских мусульманских государств».

Ещё дальше в своих предположениях заходит журналист «Фигаро» Арно де Ла Гранж. Сравнивая методы, которыми пользуются контртеррористические службы во Франции и Великобритании, он пишет: «Британцы уже давно сделали свой выбор в пользу наблюдения за подозрительными элементами как бы издалика, предоставляя им возможность существовать спокойно, рассчитывая при этом на некое неподписанное мирное соглашение» (12.07.05) или «пакт о ненападении», как называет то же явление Хассан Зеруки в «Юманите».

Однако британским властям пришлось столкнуться не только с нарушением этого пакта,

но и с крушением других иллюзий, связанных с представлениями о том, что настоящими врагами могут быть исламские террористы, проникающие в страну извне, но никак не граждане Великобритании, иммигранты во втором поколении.

В статье «Шотландия Ярд усиливает поиски» корреспондент «Фигаро» указывает, что ещё не так давно предполагалось, что террористы – выходцы из Ирака, которые провели в Европе лишь некоторое время. Однако бывший руководитель Шотландии Ярда лорд Стивенс набрасывает иной портрет убийц: «Обычные британцы, молодые люди, хорошо одетые, весьма вероятно получившие высшее образование, разбирающиеся в информатике и знакомые с Интернетом, благодаря которому они могли почерпнуть сведения о взрывчатке, химии и электронике... Я боюсь, что в Соединённом Королевстве вполне достаточно людей, склонных к терроризму исламистского толка. Нет нужды привлекать иностранцев»

Сходную мысль высказывает и один из экспертов в «Монд»: «Британцы осознают, что феномен радикализации присущ не какой-то диаспоре, не каким-то изгнанниками, проникающим в Великобританию, но молодым британским мусульманам. Напрашивается вывод: Европа превратилась в центр радикального ислама, и это явление уже не следствие импорта конфликтов Среднего Востока» (09.07.05).

Ещё подробнее пишет об этих новых террористах «Монд»: «Впервые в Соединённом Королевстве иммигранты «второго поколения», чьи родители приехали в индустриальную Англию в пятидесятых-шестидесятых годах, чтобы работать, рождённые и получившие образование в Великобритании, нашли для себя достаточно политических и религиозных оснований, чтобы умереть, взорвав бомбы и убив при этом максимальное количество невинных людей» (14.07.05).

Но у проблем, связанных с существованием «Лондонистана», есть и обратная сторона: помимо угрозы новых терактов существует и угроза антимусульманских выступлений, особенно

после июльской трагедии 2005 г. Для «Юманите» это традиционная тема, так как газета всегда фиксировала проявления расизма и шовинизма по отношению к иммигрантам... «Один мусульманин в нашем квартале был избит белыми вечером в день взрывов, – рассказывает специальному корреспонденту «Юманите» девушка по имени Назима. – Всего полиция зафиксировала не менее семидесяти похожих инцидентов, начиная от словесных угроз и вплоть до попыток поджечь мечеть» (11.07.05).

О вспышке антимусульманских настроений рассказывается и на страницах «Фигаро». Один из руководителей Скотланд Ярда сообщает: «Мы зарегистрировали много эксцессов расистского и религиозного характера, и мы воспринимаем эти случаи всерьёз...». По мнению газеты, исламофобия распространяется в британском обществе так же, как и во всём западном мире.

### Причины подлинные и мнимые

Первые ответы на вопрос, что могло явиться причиной трагедии, появляются в газетах уже на следующий день после взрывов, когда виновники случившегося ещё не найдены. «Выбор Лондона, если причастность исламского терроризма будет подтверждена, может объясняться той поддержкой, которую правительство Тони Блэра оказывало Израилу, и участием Соединённого Королевства вместе с США в антииракской коалиции», – предполагает «Монд» (08.07.05). Сравним этот текст с другим, опубликованным в «Юманите» также 8 июля – «Выбор Лондона, если исламский террористический след подтвердится, может без сомнений объясняться альянсом Соединённого Королевства с США и поддержкой Израиля правительством Тони Блэра». Практически то же самое, слово в слово, только порядок этих слов слегка изменён. Стоит привести и название этой статьи в «Юманите» – «Ирак, война, которая не может быть забыта».

Именно события в Ираке – подлинная и главная причина атаки на Лондон, и во французской прессе трудно найти какие-либо иные версии.

В материале «Монд», который называется «Ирак на заднем плане джихада в Европе», со ссылкой на Кристофа Шабу, руководителя французского центра, координирующего антитеррористические действия, прямо указывается, что «война в Ираке дала новый импульс доктрине всеобщей битвы против Запада» (12.07.05).

Корреспондент «Монд» Жан-Пьер Строобан, анализируя возможные причины трагедии, также отсылает своих читателей к теме Ирака, хотя его представления о горячих точках, провоцирующих обострение кризиса, несколько шире: «В настоящее время ситуация в Ираке воспринимается как триумф теории джихада, к тому же Палестина и Чечня продолжают служить ключевыми темами для тех «рекрутёров», которые подводят молодёжь к радикальным акциям» (26.07.05).

Рассматривая связь войны в Ираке с событиями, происшедшими в Лондоне, «Фигаро» приводит мнение бывшего английского министра Клер Шорт, выведенной из состава правительства в 2003 г. – «Мы вовлечены в уничтожение большого количества гражданских лиц в Ираке, мы поддерживаем на Среднем Востоке политику, которая воспринимается палестинцами как пристрастная. Всё это подпитывает ярость» (18.07.05). Это, разумеется, точка зрения заведомо оппозиционная по отношению к действиям правительства, но и другие эксперты на страницах «Фигаро» также склонны считать июльские теракты в Лондоне прямым следствием вовлечённости Британии в иракский конфликт: «Война в Ираке без сомнения дала импульс «Аль-Каиде», необходимый для активизации пропаганды, привлечения новых людей и источников финансирования на территории Великобритании... Проблема в том, что Лондон присоединился к США не как равный партнёр при принятии решений, но как задний пассажир на велосипеде-тандеме» (19.07.05).

Многие журналисты говорят не столько об ошибочных действиях британского правительства, сколько о политике премьер-министра, Тони Блэра. Жан-Пьер Лангелье в «Монд» пишет: «Вот премьер-министр, который в течение

последних двух лет на глазах у многих, и в первую очередь британских наблюдателей, в политическом смысле слова был смертельно ранен иракской авантюрой, беспрецедентными протестами на улицах Лондона, самоубийством эксперта по вооружениям Дэвида Келли, произошедшим из-за того, что оружие массового поражения не было обнаружено в Ираке» (08.07.05).

Резкая критика Блэра переходит на страницах «Монд» из номера в номер (в «Фигаро» таких острых высказываний нет). Тот же Лангелье обвиняет британского лидера: «Быстрее и лучше других Блэр понял, что 11 сентября обозначило конец периода, длившегося после окончания холодной войны, что Америка, израненная и оскорблённая, впредь будет наносить удар первой... Его военное участие в американском крестовом походе против Саддама Хусейна, его «нержавеющая» лояльность Вашингтону, доходящая до «собачьей» верности Джорджу Бушу, оттолкнули от него добрую половину британцев» (09.07.05).

На противоречивость позиции премьер-министра указывает «Юманите» в статье «Тони Блэр обнаруживает исламизм» (18.07.05). В самом названии уже содержится ирония, так как радикальный исламизм обнаружен (найден, раскрыт – французский глагол «découvrir» можно перевести именно так) в своей собственной стране. По мнению газеты, эта идеология свила себе гнездо в Лондоне в течение более двух десятилетий, и подразумевается, что более двух десятилетий власти страны как-то не замечали этой ситуации. Газета цитирует выступление Тони Блэра, в котором он обвиняет радикальных исламистов в том, что их действия не мотивированы.

Основные аргументы Блэра: «Если мотивом являются страдания палестинцев, тогда почему всякий раз, когда в отношениях между Израилем и Палестиной намечается прогресс, происходит теракт, который разрушает надежды и порождает разочарование? Если мотивом является Афганистан, тогда почему невинных афганцев взрывают, когда они впервые идут голосовать?

Если Ирак, тогда почему эта идеология приводит к убийству иракцев, террору, пренебрежению по отношению к избранному иракскому правительству?». Тем не менее вывод газеты звучит как приговор: «Попытка оспорить, как это делает Тони Блэр, причинно-следственную связь между войной в Ираке и исламским терроризмом выглядит убедительной только для него самого».

Менее категорична позиция экспертов в области терроризма Пола Вилкинсона и Франка Грегори. В статье Жана-Пьера Лангелье цитируется их доклад, в котором содержится признание факта, что «в списке целей Великобритании появилась задолго до вторжения в Ирак... но всё же ситуация в этой стране привела к появлению у Соединённого Королевства и всей коалиции особых трудностей». Подводя итог, корреспондент «Монд» сообщает читателям газеты, что, согласно опросу общественного мнения, две трети британцев считают, что взрывы 7 июля связаны с участием Великобритании в военной кампании в Ираке, при этом одна треть находит, что именно Тони Блэр несёт ответственность за это.

Ну и, разумеется, сами радикальные исламисты настаивают на том, что взрывы в Лондоне – месть за Ирак. Некая «Организация джихада Аль-Каиды в Европе» уже в день трагедии распространила на своём сайте в Интернете заявление, согласно которому взрывы явились следствием убийств, организованных Великобританией в Ираке и Афганистане.

Рассматривая вопрос о причинах трагедии в Лондоне, подлинных или мнимых, «Юманите» привлекает внимание к неразрешимому конфликту между государствами богатыми и бедными, ставя эту проблему на второе место, сразу же после войны в Ираке. «Вторая и принципиальная причина заключается в неолиберальной глобализации, при которой государства богатые эксплуатируют страны третьего мира, поддерживают те режимы, благодаря которым из года в год пропасть между богатыми и бедными странами только увеличивается». «Саммит богатых в шоке» – такой заголовок

в «Юманите» должен, очевидно, напомнить читателям, против кого именно направлен удар. Кстати, в этот же день материал в «Фигаро», посвящённый реакции лидеров восьмёрки, назван похоже – «Богатые страны объявляют о своей солидарности».

Среди прочих публикаций выделяется статья Жана-Пьера Строобана, в которой появляется интересная мысль о том, что именно демократическое устройство общества чревато характерным нежеланием ставить интересы безопасности выше демократических свобод. Корреспондент «Монд» приводит слова директора французского центра, имеющего отношение к разведывательной деятельности: «Постоянная забота о свободе и гласности оборачивается против интересов национальной безопасности, эффективность работы спецслужб приносится в жертву строжайшему соблюдению Конституции».

Обсуждая причины трагедии, французская пресса старается во что бы то ни стало избежать таких оценок, как «война цивилизаций», «битва Запада и Востока», «конфликт христианского и мусульманского мира». В своей редакционной статье «Конфликт ценностей» «Монд» пишет:

«Если взрывы в Лондоне и являются новым проявлением конфликта цивилизаций, то это не конфликт между Западом и Исламом. Он между всемирным порядком, основанным в идеале на демократии и свободе, и иным порядком, который держится на насилии, притеснении и беззаконии. Это конфликт ценностей и методов. Развитые государства стремятся к комфорту и безопасности. Их враги делают ставку на страх, который они внушают, и на готовность к самопожертвованию. Это, бесспорно, даёт преимущество. В краткосрочном плане. В долгосрочном вся сила демократического сообщества должна быть использована для того, чтобы соединить действенную, результативную

борьбу против терроризма с уважением к чужим принципам. Это не легко».

Качественная французская пресса стремится детально осветить события, связанные с террористическими актами в Лондоне 7 июля 2005 г. Газеты чётко различают материалы информационные и аналитические. Подробно цитируются высказывания политических деятелей, экспертов, простых людей, ставших свидетелями происходящего.

Тем не менее достаточно ясно ощущается критическое отношение к британской политике, которой не могут простить безоговорочного союза с США. Несовпадение британской политики и французской воспринимается как заведомый изъян британской политики. Премьер-министр Тони Блэр критикуется так же остро и нелицеприятно, как и президент Буш.

Проигрыш Парижа Лондону при определении места проведения Олимпийских Игр является для французов настолько болезненным, что в разгар трагедии на страницах газет находится достаточно места, чтобы обсуждать эту проблему и даже опубликовать на первой полосе «Монд» рисунок с взорвавшимися олимпийскими кольцами.

По вопросу о причинах трагедии в Лондоне не существует принципиальных различий между позицией таких газет, как «Монд», «Фигаро», или «Юманите». Тезис «противопоставления богатых и бедных стран», характерный для «Юманите», косвенно поддерживается и в других изданиях.

Французская пресса склонна отрицать британский опыт интеграции мусульманского меньшинства, считая, что именно участие в «крестовых походах» в Ираке и Афганистане наряду с США в сочетании с попустительством мусульманскому радикализму и отдельным его представителям на своей территории, и привели к июльской трагедии.

**О ратификации шанхайской конвенции  
о борьбе с терроризмом, сепаратизмом и экстремизмом.  
Принят Государственной Думой 20 декабря 2002 года.  
Одобрен Советом Федерации 27 декабря 2002 года**

Ратифицировать Шанхайскую конвенцию о борьбе с терроризмом, сепаратизмом и экстремизмом, подписанную от имени Российской Федерации в городе Шанхае 15 июня 2001 года.  
Президент Российской Федерации В. Путин

**ШАНХАЙСКАЯ КОНВЕНЦИЯ О БОРЬБЕ С ТЕРРОРИЗМОМ,  
СЕПАРАТИЗМОМ И ЭКСТРЕМИЗМОМ**

Шанхай, 15 июня 2001 года

Республика Казахстан, Китайская Народная Республика, Кыргызская Республика, Российская Федерация, Республика Таджикистан и Республика Узбекистан (далее – Стороны), руководствуясь целями и принципами Устава ООН, прежде всего касающимися поддержания международного мира и безопасности, развития между государствами дружественных отношений и сотрудничества; осознавая, что терроризм, сепаратизм и экстремизм представляют угрозу международному миру и безопасности, развитию дружественных отношений между государствами, а также осуществлению основных прав и свобод человека; признавая, что указанные явления серьезно угрожают территориальной целостности и безопасности Сторон, а также их политической, экономической и социальной стабильности; руководствуясь принципами Алма-Атинского совместного заявления от 3 июля 1998 года, Бишкекской декларации от 25 августа 1999 года, Душанбинской декларации от 5 июля 2000 года и Декларации о создании «Шанхайской организации сотрудничества» от 15 июня 2001 года; будучи твердо убеждены в том, что терроризм, сепаратизм и экстремизм, как они определены в настоящей Конвенции, вне зависимости от их мотивов, не могут быть оправданы ни при каких обстоятельствах, а лица, виновные в совершении таких деяний, должны быть привлечены к ответственности в соответствии с законом; будучи убежденными в том, что совместные усилия Сторон в рамках настоящей Конвенции являются эффективной формой борьбы с терроризмом, сепаратизмом и экстремизмом, согласились о нижеследующем:

**Статья 1**

1. Для целей настоящей Конвенции используемые в ней термины означают:

- 1) «терроризм»:
  - а) какое-либо деяние, признаваемое как преступление в одном из договоров, перечисленных в Приложении к настоящей Конвенции (далее – Приложение), и как оно определено в этом договоре;
  - б) любое другое деяние, направленное на то, чтобы вызвать смерть какого-либо гражданского лица или любого другого лица, не принимающего активного участия в военных действиях в ситуации вооруженного конфликта, или причинить ему тяжкое телесное повреждение, а также нанести значительный ущерб какому-либо материальному объекту, равно как организация, планирование такого деяния, пособничество его совершению, подстрекательство к нему, когда цель такого деяния в силу его характера или контекста заключается в том, чтобы запугать население, нарушить общественную безопасность или заставить органы власти либо международную организацию совершить какое-либо действие или воздержаться от его совершения, и преследуемые в уголовном порядке в соответствии с национальным законодательством Сторон;
- 2) «сепаратизм» – какое-либо деяние, направленное на нарушение территориальной целостности государства, в том числе на отделение от него части его территории, или дезинтеграцию государства, совершаемое насильственным путем, а равно планирование и подготовка такого деяния, пособничество его совершению, подстрекательство к нему, и преследуемые в уголовном порядке в соответствии с национальным законодательством Сторон;
- 3) «экстремизм» – какое-либо деяние, направленное на насильственный захват власти или насильственное удержание власти, а также на насильственное изменение конституционного строя государства, а равно насильственное посягательство на общественную безопасность, в том числе организация в вышеуказанных целях незаконных вооруженных формирований или участие в них, и преследуемые в уголовном порядке в соответствии с национальным законодательством Сторон.

2. Настоящая статья не наносит ущерба какому-либо международному договору или какому-либо национальному законодательству Сторон, которые содержат или могут содержать положение о более широком применении терминов, используемых в настоящей статье.

# ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

---

**40 • Коммерческая модель  
радиовещания**

**46 • Газета «Пекинская молодежь»**

# Коммерческая модель радиовещания

(на примере радиостанций США)

Виктория Сухарева

*Victoria Sukhareva  
Commercial Broadcasting Model*

*Commercial broadcasting model is based on principles of decentralization, private ownership, low government regulation, high integrity into business, localism, diversification of the audience, fragmentation, orientation to the mass culture? And format creation.*

*Key words: commercial radio formats, media economy, philosophy of commercial radio.*

*Для коммерческой вещательной модели характерны децентрализованность, принадлежность к частному сектору, отсутствие государственного контроля, высокая интеграция в бизнес, локальность, а также диверсифицированный подход к аудитории, фрагментация, форматность, высокий уровень интеграции с аудиторией, ориентация на массовую культуру.*

*Ключевые слова: коммерческое радио, формат, экономика форматного радио, философия коммерческого радио, индустриальные легенды.*

С самого начала развития радиосвязью США двигал коммерческий интерес. Это развитие характеризовала высокая интеграция в бизнес и частное владение сначала производством оборудования, а потом и программного продукта и радиостанций. Последние были частью торгового, фармацевтического бизнеса, промышленности. Американцы рассматривали радио не как средство политического или социального влияния, а преимущественно как средство вложения денег с расчетом на прибыль. Идеи рентабельности и коммерческой привлекательности производимого продукта стали отличительной чертой модели.

Эта черта американского радио формировалась в течение десятилетий и не была сама собой разумеющейся. Первоначально большинство владельцев покупали и содержали радиостанции больше для поддержания престижа, чем зарабатывания денег. Они, безусловно, считали, что радио должно приносить прибыль. Но механизм оставался для них непрозрачным. В первые годы единственным источником получения прибыли с радиовещания считалась продажа приемников. Производители оборудования не делали ставку на программу или рекламу. Прибыльность радио измерялась количеством проданных приемников. Время на радио впервые продали рекламодателю в 1925 г., и с тех пор продажа времени стала главным источником дохода и сделала

Виктория Сухарева – преподаватель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова



этот бизнес чрезвычайно прибыльным. Принцип финансирования за счет рекламы, а не за счет государственных дотаций или налогов, был принят как базовый уже к концу 1920 гг.

Сегодня американская модель характеризуется как частная и коммерческая. В системе предназначений американских СМИ это масс-медиа, как и все остальные, предназначено для зарабатывания денег. Оно предоставляет аудитории полезную информацию и развлечения, но его целью является «доставить» аудиторию рекламодателю. Радиовещание при этом всегда связывали с государством особые отношения. Правительство США в дела радиовещателей особо не вмешивалось и поощряло коммерческую деятельность. Это позволяло СМИ двигаться вперед в соответствии с интересами рынка и развиваться самостоятельно без помощи государственного финансирования. Правда это не значит, что государство в США не хотело влиять на сферу радиовещания.

На ранних этапах изобретение Маркони не предвещало ничего государственно важного. Связь с отдаленными районами штатов, военно-морскими судами и прочими дальними точками осуществляли частные предприятия, делая это исправно. Индустрия развивалась и выплачивала свои налоги. Лишь позже пришло понимание значения, места радио в жизни американского гражданина и его потенциала, в том числе и политического, но было уже поздно. Коммерческое лобби оказалось сильнее государственных интересов. Крупный бизнес боялся, что государственный контроль повлечет за собой повышение налогов и искусственные ограничения развития индустрии. Поэтому были приложены все усилия, чтобы радио осталось свободным и развивалось в соответствии с рыночными законами спроса и предложения.

Сегодня для американской коммерческой модели характерно отсутствие жесткого государственного контроля, хотя внутри системы действует социальная цензура «в интересах общества». Этому способствует признание ФКС ТВ и радиовещания общественным ресурсом.

### Формирование модели «форматного радио»

В своем современном виде модель начала формироваться к середине 1970 гг., пройдя через серьезный кризис 1950 гг., который поставил под вопрос сам факт ее существования. До конца 1940 гг. радио выступало в качестве общенационального СМИ, выполняя своего рода «консолидирующую функцию». Оно было единственным общенациональным СМИ, объединявшим «плавильный котел наций». Базовой радиовещательной моделью было «радио для всех». Его слушали всей семьей. По радио передавались развлекательные программы, выступления комиков, программы для детей, радиоспектакли, выпуски новостей, звучали оркестры. И это приносило прибыль. Правда большинство маленьких станций не могли позволить себе держать большой профессиональный штат. Им выгоднее было купить программы у крупных производителей, расположенных в крупных городах.

В конце 1940 гг. в США началось быстрое развитие телевидения. ТВ нужны были кадры – их перекупали на радио. На радиозвезд охотились телепродюсеры, с ними заключали пожизненные контракты, а аудитория, так долго мечтавшая не только услышать, но и увидеть своих кумиров, ушла за ними на телеканалы. С появлением телевидения вещательные сети, которые обеспечивали программы небольшие станции, стали уделять меньше внимания радиовещанию. Качество программ серьезно ухудшилось. Телевидение, забрав у радио его персонажей, отняло и его деньги, и его слушателей. Радиостанции по всей стране стали разоряться, и вложение денег в радио перестало быть прибыльным бизнесом. Радиостанции вынуждены были выживать самостоятельно. Телевидение стало национальным медиа.

Таким образом в истории коммерческой американской модели можно выделить два основных этапа – до появления телевидения в конце 1940 гг. и после.

Философия локальности стала основной для системы коммерческого радио в середине

1950 гг. после того, как телевидение «убило» старую концепцию радио. Телевидение взяло на себя функцию «все для всех», оставив радио возможность выжить за счет удовлетворения местных или узких потребностей аудитории. Выявление этих потребностей сформировало новую модель американского радио. Для нее, кроме исторически сложившихся черт, – принадлежности к частному сектору, отсутствию государственного контроля над содержанием и высокой интеграции в бизнес – стали характерны диверсифицированный подход к аудитории, фрагментация, форматность, высокий уровень интеграции в аудиторию, ориентация на массовую культуру. Все эти черты были связаны друг с другом: внимательный анализ местной аудитории вел к выстраиванию программ, исходя из ее вкусов, и к созданию стройного продукта, максимально отвечающего ее потребностям в развлечении и информации. За годы после появления телевидения эти черты сплелись в особую концепцию, которая вобрала в себя психологию массового потребления, теории массовой культуры, экономические стратегии выживания в условиях конкурентной борьбы, явив миру философию американского коммерческого форматного радио. Так родилось понятие «формат», которое стало визитной карточкой американской модели.

Как гласит индустриальная легенда, в конце 1940 гг. сидели в баре два владельца маленькой радиостанции и размышляли о том, как спасти бизнес. Один из них обратил внимание на то, что в стоящем в баре музыкальном автомате люди заказывают одну и ту же музыку. И тогда они подумали, что если люди готовы платить за то, чтобы послушать любимую мелодию (а стоимость заказа песни в музыкальном автомате стоила 25 центов), то они будут готовы слушать и радиостанцию, которая предложит им эту музыку. Мысль проста – если подобрать популярные в текущий момент музыкальные композиции и смешать их в эфире в определенной пропорции и периодичности повторения, то люди будут это слушать, и рекламодатель вернется. И это будет содержать

станцию. Так появился первый музыкальный формат «Топ 40», который работает по всему миру уже 50 лет.

Существует другая версия появления форматного радио. Некоторые американские историки радио считают, что первое форматное радио создали в Чикаго афро-американцы. В конце 1940 гг., несмотря на огромную популярность джаза и чернокожих комиков, культура улиц, как слишком агрессивная и откровенная, была под негласным запретом, потому что шла в разрез с наднациональной государственной культурной политикой. Поэтому появление первой негритянской радиостанции – с характерной музыкой и языком – стало настоящим прорывом. Считается, что и так называемый язык диджеев, тот самый, который сегодня так активно «изобретают» начинающие диджеи по всему миру, тоже был впервые использован в эфире негритянского радио. На волне отмежевания от традиционной белой культуры, афро-американцы начали говорить в эфире на своем уличном языке. Его характерная особенность – повышенная эмоциональность, мелодика рэпа, сленговость. Со временем и «белые» диджеи позаимствовали это, так появился язык коммерческого радио.

Какая бы из легенд ни была верна, обе истории наглядно иллюстрируют корни американской вещательной модели.

### **Философия и экономика форматного радио**

Форматное радио – это радио, «заточенное» под потребности, вкусы и пристрастия конкретного человека. Если таких людей набирается больше чем один, они обретают групповые признаки, и главной задачей становится понять, какими демографическими характеристиками они обладают, что составляет их психологический портрет, что является их базовыми ценностными установками, психотипическими реакциями, чем они живут, и найти то, что их объединяет. И тогда в эфире будет главенствовать лучший, специально произведенный продукт.

При этом формат – это не только музыка, или новости, или разговоры. Это пропорция, смесь из разных ингредиентов – музыки, новостей, звукового оформления эфира, манеры ведения, спецпроектов, которая идеально просчитана под конкретную аудиторию. В процессе адаптации с формата к каждой конкретной местности он обрывает характерными для этой местности чертами, но базовый психологический шаблон и базовое предложение обычно неизменно. Американцы отшлифовывали свое искусство содержания радио много десятилетий. Формула его проста: не навязывать слушателю свое видение мира, а дать ему то, что он хочет, сделав на этом деньги.

У простой «философии удовлетворения» форматного радио оказалась конкретная экономическая подоплека. Схема выглядит следующим образом: создаваемый радиопродукт должен привлечь ту аудиторию, которая будет интересна рекламодателю. Тогда стоимость весьма дорогостоящего продукта будет оплачена рекламой.

На этом этапе вступают в игру качественные и количественные показатели. Вопрос – кого привлечь и сколько этого «кого» должно быть, чтобы рекламодатель был доволен, и ему понравилось платить? Станция, выбирая на какую аудиторию ей делать продукт, просчитывает этот главный показатель. Таким образом, у формата появляется своя цена. В США за каждым форматом «закреплена» его стоимость. Так, одним из самых прибыльных форматов является формат АС (adult contemporary) – современное радио для взрослых. Его целевая аудитория – люди от 27 до 45-50 лет. К этому возрасту жители США достигают определенного уровня благосостояния и вполне могут «окупать» станцию. При этом формат АС может быть более молодым или более взрослым, в зависимости от возраста и темпо-ритмовых характеристик той музыки, которой его наполняют, и потребностей той возрастной группы, на которую он ориентируется. По сути, формат АС – просчитанный с психологической точки зрения шаблон, который состоит из современной запоминаю-

щейся музыки, корректных, выдержанных ведущих, сдержанных точных новостей. В общем, всего того, что соответствует представлению о радио respectable, уважающего себя среднего класса.

Стоимость того или иного формата напрямую зависит от специфики жизни общества в той или иной стране. В США, например, популярностью пользуются форматы «Jazz» («Джаз») и «Beautiful music» («Красивая музыка» – вариации на тему инструментальных обработок, фоновых композиций). Аудитория, которая с удовольствием их слушает – не велика, но обеспечена, что окупает деятельность станций.

С другой стороны, психология восприятия аудиторией форматного радио тоже весьма не проста. Хорошо сделанное форматное радио подстроено под распорядок дня своей аудитории, наполнено людьми и музыкой, которая близка и понятна.

### **Функции американского коммерческого радио**

Все вышесказанное не означает, что американское радио лишено функциональности. Оно выполняло множество функций, причем не всегда политически чистых и безобидных.

Радио, как и другие СМИ, было призвано: информировать – распространять новости, знания, быстро от человека к человеку, интерпретировать/разъяснять, образовывать, социализовать, рекламировать и продавать, формировать суть и дух сообщества. При этом важнейшей функцией радио было развлечение. Радио должно было выполнять все выше перечисленные функции – развлекающая. После рекламы развлечение формулировалось как основная задача электронных СМИ. Более того, многие практики считали, что развлечение – суть коммуникации электронных СМИ, поэтому основной объем радиопрограмм составляют музыка, новости, спорт.

Развлечение как форма коммуникации – очень непростое, многофакторное и психологически тонкое явление. Для многих современных людей – отдых означает уход от действитель-

ности в альтернативную реальность. Это может быть кино, Интернет, театр, игра, которые позволяют им забыть, отвлечься от проблем, расслабиться. На этом во многом построена индустрия развлечения и массовая культура. При этом СМИ постоянно подпитывают массовые культурные стереотипы, производят клоны коммерчески успешных моделей, шаблонов, и таким образом формируют массовые вкусы, заштамповывая их все больше. Сегодня в США в борьбе за деньги и аудиторию любой коммерчески привлекательный элемент популярной культуры начинает тиражироваться масс-медиа и шоу-бизнесом. Свобода выбора в СМИ превращается в право менеджмента решать, что хочет аудитория.

Креативность, поиск нестандартных подходов к максимально эффективному и быстрому донесению до аудитории информации и услуг в смеси с социологией и маркетингом давали блестящие результаты. Собственно, одним из проявлений такой работы стала теория форматов. Сегодня можно выделить три группы форматов: форматы, в основе которых лежит музыка, форматы, основанные на информации и новостях, и те, которые строятся на базе свободного разговора. Безусловно, эти три базовых типа могут также сочетаться между собой в разных пропорциях. Но при всем многообразии подходов в основе лежит одна идея – удовлетворение потребностей аудитории или музыкой, или информацией, или коммуникацией через свободный разговор.

### Музыка в эфире

Музыка стала частью процесса по медитизации досуга. Дэвид Сарнофф, один из основателей и идеологов американского радио начала века, президент *Radio Corporation of America (RCA)*, еще в конце 1920 гг. писал: «Я придумал стратегию развития радиовещания, при которой радио станет «домашней утварью» наравне с пианино или фонографом. Смысл идеи в том, чтобы принести в каждый дом музыку по эфиру... Этот приемник может выглядеть и работать как простой музыкальный автомат (*Music Box*),

только настроенный на прием нескольких радиочастот». Позже, став президентом *RCA*, он начал реализовывать свою затею.

В США индустрия звукозаписи стала относиться к индустрии массовой коммуникации очень рано. Для радио стала характерна высокая интеграция в шоу-бизнес и сращивания с индустрией звукозаписи. Радиовещание превратилось в основной канал, по которому музыкальные произведения доставлялись массовому потребителю. Тем самым музыкальные произведения стали основой программой стратегии американского радиовещания.

Радиосети первыми увидели выгоды в сотрудничестве со звукозаписывающей индустрией. В 1938 г. *CBS* создала *Columbia Phonograph Company* и начала промотировать ее звезд через свою общенациональную радиосеть. Колебания в моде на популярную музыку рождали новые форматы, делая философию музыкального формата радио все более связанной с потребностями населения. Записанная популярная музыка стала одной из наиболее эффективных форм массовой коммуникации особенно среди молодого поколения. 1920 гг. звукозаписывающие компании принесли в массовую культуру афро-американскую музыку – блюз, джаза, спиричуэлс. В 1930 гг. наступила эпоха *Big bands*, в 1940 гг. – Франка Синатры. 1950–1960 гг. – это эпоха рок-н-ролла, 1970 гг. – «Beatles» и зарождения диско-культуры. 1980 гг. – ознаменованы появлением *new wave*, 1990 гг. – годы поп-музыки (Мадонна, Майкл Джексон), рэпа, *Heavy metal, Country and Western*. Классическая музыка, однако всегда оставалась частью элитарной культуры. Продажи пластинок, дисков были стабильно скромными. Количество радиостанций, транслирующих классическую музыку, снижалось. Постепенно поклонники высокой культуры перешли от просто музыкальных радиостанций с классической музыкой на общественные радиостанции, которые, кроме музыки, передавали разнообразные, в том числе и образовательные программы.

Так возникло противостояние популярной и высокой культур. Характерную теорию в связи

## ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

---

с этим развили западные теоретики СМИ Д. Мерил и Р. Ловенштейн. Они выделили три стадии развития массовой культуры и коммуникации – от элитарной (*elitist*) через популярную (*popular*) к специализированной (*specialized*). Их теория базируется на трехступенчатой концепции развития СМИ. Развитие СМИ начинается с элитарной стадии, когда доступ к СМИ ограничен грамотностью, уровнем благосостояния, а потребителями СМИ являются в основном представители политической, экономической и культурной элиты страны. После того, как страна преодолевает барьер бедности и неграмотности, наступает вторая стадия – популярная, когда население массово поглощает немногие СМИ, когда ему по сути все равно, что поглощать. После насыщения массовой культурой, повышения уровня образования, формирования вкусовых пристрастий в области досуга, для населения и СМИ наступает следующая стадия – стадия специализированных СМИ, когда фрагментация становится основным критерием при создании масс-медиа и формировании аудитории СМИ.

Если наложить эту теорию на историю развития мировых СМИ, радио в частности, выявляется любопытная тенденция. Некоторые страны искусственно сдерживают вторую и, соответственно, третью ступень развития СМИ. Это происходит, когда политические и прочие элиты начинают цензурировать культуру и СМИ, стремясь привить массам сразу элитарные вкусы, перешагивая через популярную культуру как низкую и примитивную.

Это было свойственно СССР, когда, борясь с тотальной необразованностью и неграмотностью большей части населения, власть сразу начала прививать ей высокую культуру в виде классической музыки. Это было характерно для стран Европы, Англии в частности, когда в 1920 гг. на государственном уровне было принято решение образовывать и развивать формирующийся в самостоятельную силу класс проле-

тариата. Но парадокс заключается в том, что искусственно культура не прививается.

США, в конечном счете, оказались единственной страной, которая прошла все эти три стадии, дойдя по последней, той которую Элвин Тоффлер назвал «демассификацией СМИ». И если в сфере телевизионных и печатных СМИ с этим еще можно поспорить, то радиовещание с его теорией форматности наиболее четко отражает эту тенденцию. Коммерческое американское радио – единственное из радиовещательных моделей было максимально привязано к массовой культуре. Оно отталкивалось от нее, а не навязывало ее.

Технологии программирования, философия развлечения, философия музыки, коммуникация через музыку, социальная стратификация через музыку, интеграция в массовую культуру, СМИ свободного времени – радио «опустилось» до народа и получило его. Дидактизм и образование не могли соперничать с массовой культурой.

Европа критиковала американскую систему за эволюционность развития, за то, что при составлении программы та идет на поводу у слушателя, за концепцию развлечения как сути радиовещания.

Американские же исследователи подчеркивали слабые стороны остального мирового радиовещания: государственный контроль, цензура, политизированность, пренебрежение нуждами аудитории, недостаточность вложений в технологии, централизация вещания не способствовали, на их взгляд, самостоятельному выживанию.

Этот спор оказался вечен, как спор цивилизации и культуры. Европейское радиовещание производит культуру, но не цивилизацию, а американское – отражает цивилизацию, а не культуру. И сегодня американская модель распространилась практически по всему миру и присутствует везде, где государство допустило развитие свободного рынка радио.

# Газета «Пекинская молодежь»

Цзян Сьюнь

*Tzyan Syuan*

*Newspaper “The Beijing Youth”*

*The article describes the newspaper “The Beijing Youth” (“Beijing Tsinanbao”), its editorial structure, economy of the newspaper and problems in the relations with the government and party system.*

*Key words: “The Beijing Youth”, editorial structure, audience, youth, education.*

*В статье дается характеристика газеты «Пекинская молодежь» («Бэйцзин циньяньбао»), структура ее редакции, экономика газеты, а также рассматриваются проблемы ее взаимоотношений с властью и партийной системой.*

*Ключевые слова: «Пекинская молодежь», структура редакции, аудитория газеты, молодежь, образование.*

## Структура издания

Газета «Пекинская молодежь» (*Beijing Qing Nian Bao* – «Бэйцзин циньяньбао», *Beijing Youth Daily*) основана в 1980 г. Коммунистическим Союзом Молодежи Китая и контролируется Пекинским муниципальным правительством. Целевая аудитория газеты – читатели от 18 лет и выше. Тираж – 800 000 экз.

Разделы газеты – политика, общественная жизнь, образование, экономика, недвижимость, современные технологии, культура, здоровье, спорт.

«Пекинская молодежь» имеет редакцию, укомплектованную штатными журналистами, редакторами и прочими специалистами, квалификация которых соответствует установленным государством нормативам. Редакция учреждается с разрешения народного правительства провинциального уровня<sup>1</sup>.

Главный редактор – Ли Ксийю (Li Xueqian).

Административная структура издания разделена на две части. Первая, высшая часть иерархии, – это управление, куда входят президент и главный редактор. Вторая часть – вице-президент, заместитель главного редактора и секретарь. Как и всякая китайская газета, «Пекинская молодежь» имеет отдел пропаганды КПК. Это не значит, что этот отдел диктует все содержание газеты, но, тем не менее, он следит за материалами и имеет полномочия корректировать содержание газеты.

Цзян Сьюнь – аспирант кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова

Другие отделы, обеспечивают ежедневную работу газеты: офис, редколлегия, отдел менеджмента, отдел финансового развития, отдел кадров. Сотрудники, привлекаемые к работе в «Пекинской молодежи», должны понимать политику, проводимую партией, и знать основные постулаты теории коммунизма и социализма. Большинство сотрудников являются членами партии.

Важную роль в структуре редакции играют экономический и рекламный отделы. Эти отделы отвечают за прибыльность и экономическую стабильность издания, расширяют внутренние и международные связи, формируют инвестиционную политику издания.

«Пекинская молодежь» – одна из самых популярных и прибыльных газет Китая, ее интенсивный рост характерен для развития всего медиарынка Китая. Некогда газета для старшеклассников, сегодня «Пекинская молодежь» обрела популярность среди читателей всех возрастных групп и стала приносить доход от 100 млн. долларов в год<sup>2</sup>. Согласно данным самой газеты, возрастной разброс читательской аудитории выглядит следующим образом: 18-25 – 50%, 26-35 – 32%; 75% читателей – мужчины и только 25% женщины<sup>3</sup>.

Газета берет свое начало в 1951 г., за шесть лет до того, как Социалистический Союз Китайской молодежи было решено переименовать в Коммунистический Союз Китайской молодежи.

В настоящее время политика управления газетой связана с расширением её влияния, увеличением тиража и объемами распространения в регионах. Широкие возможности в развитии газеты видятся в привлечении иностранных инвестиций<sup>4</sup>.

Финансовая политика газеты «Пекинская молодежь» подконтрольна власти. Редакция, как и вся пресса Китая, находится на балансе государства, обладая уставным капиталом в размере не менее 300 тыс. юаней<sup>5</sup>.

В то же время активно работают рекламный отдел и отдел распространения, и, таким образом, доходную часть финансового управления

газетой «Пекинская молодежь» составляет рекламная деятельность газеты, подписка по почте и продажа газеты в киосках и на лотках.

Высокие темпы экономического роста – важная характеристика сегодняшнего дня и главный стержень «китайского чуда». Эта динамика сохранялась и при серьезных испытаниях национального и мирового масштаба. Быстрый экономический рост позволил отстоять и утвердить политику реформ и глобализации, существенно повысить политический вес и влияние Китая в мире. Он принес и ощутимые результаты в социальной сфере: сократились масштабы абсолютной нищеты, увеличилась продолжительность жизни, уменьшилась неграмотность населения<sup>6</sup>. Газета в полной мере использует возможности Интернета. Для удобства работы редакция предлагает пользователям индивидуальную подписку, бесплатную электронную почту, поиск на сервере и т.д.

В то же время монополизированные государством отрасли получают высокие доходы благодаря завышенным ценам и тарифам при низком качестве услуг. К этому можно добавить устанавливаемые государством цены, импортные ограничения, нерыночные механизмы регулирования деятельности менеджеров, что сказывается на сдерживании рыночной конкуренции. До конца не доведена монополизация почтовой службы, чьи высокие тарифы не обеспечивают адекватное качество услуг. Все это неизбежно сказывается на финансовом менеджменте газеты.

### Содержание публикаций и цензура

Открытость в медиаиндустрии, ограничившись послаблениями в части рекламы и распространения СМИ, никак не отразилась на содержании материалов. В отношении содержания газета «Пекинская молодежь» по-прежнему находится под жестким правительственным контролем. Власти могут закрыть типографию, когда им что-нибудь не понравится, наказать редакторов, навлекших на себя их гнев.

Как уже указывалось, газета «Пекинская молодежь» издается под патронажем пекин-

ского правительства. Но это не просто официальный вестник. В газете публикуются современные взгляды на большинство вопросов общественной жизни, что привлекает молодую аудиторию газеты. Развивая и поддерживая генеральную линию коммунистической партии, газета старается воспитывать молодых людей в духе патриотизма, укрепления моральных ценностей, верности государственной политике. Таким образом, газета является трибуной для выражения государственной молодежной политики, в том числе Коммунистического Союза Китайской Молодежи.

Газета «Пекинская молодежь» является не только источником информации, рассказывающим о событиях в Поднебесной, но в ней находится место и для новостей культуры, науки и др.

В соответствии с государственной идеологией газета «Пекинская молодежь» обязана придерживаться принципов служения народу, социалистической идеологии, руководствоваться учением марксизма-ленинизма, идеями Мао Цзэдуна и теорией Дэн Сяопина, распространять научные, технические, культурные знания на благо народа и в интересах экономического развития и социального прогресса. Поэтому в центре внимания газеты «Пекинская молодежь» – проблемы образования и воспитания молодежи, в том числе организация досуга, темы здоровья и спорта.

Например, в 2004 г. многие страны облетела новость, переданная газетой «Пекинская молодежь», о том, как трое пекинских юношей на роликовых коньках пересекли территорию Китая, за четыре месяца преодолев с севера на юг расстояние в 7 тыс. км<sup>7</sup>. Во время похода молодые люди ежедневно вставали в 6 утра и проводили в дороге почти по 12 часов, пробегая до 100 км. в день, намереваясь установить новый мировой рекорд. Целью необычного путешествия являлась популяризация роликового спорта в Китае.

Другая тема, связанная со здоровьем нации, которую не могла обойти стороной «Пекинская молодежь», связана с тем, что в Ки-

тае в последние годы заметно выросло число чрезмерно упитанных детей. В ряде китайских городов проблема детского ожирения особенно актуальна. Врачи предупреждают об опасности лишнего веса, который серьезно вредит сердечно-сосудистой системе детей и препятствует их нормальному физическому и психическому развитию. Ради здоровья детей родители, не жалея сил и денег, стараются избавить их от лишних килограммов в помощью физкультуры и спорта. Газета отмечает, что пекинские спортивно-оздоровительные центры теперь атакуют толпы «юных толстяков». «Невзирая на невыносимую жару, сотни родителей вместе со своими упитанными чадами выстаивают в бесконечных очередях, чтобы записать их на оздоровительные курсы», – пишет «Пекинская молодежь»<sup>8</sup>. При этом, по сообщению газеты, услуги спортивно-оздоровительных центров отнюдь не дешевые: 6-недельный оздоровительный курс стоит более 10 тыс. юаней (1\$ = 8,28 юаней).

Широко известна трагедия, связанная с распространившейся по Китаю эпидемией атипичной пневмонии. Одним из средств информирования населения в данной ситуации стала газета «Пекинская молодежь», рассказывающая, например, о прецедентах, когда отдельные граждане Китая приговаривались к тюремному заключению за пренебрежение карантинным режимом<sup>9</sup>.

Газета много пишет о различных недостатках и коррупции чиновников средней руки, однако воздерживается от критики компартии и политической системы в целом. Компартия КНР за последнее время приняла несколько новых документов, устанавливающих ограничения на распространение информации. Так, согласно новым правилам, все критические материалы как печатных, так и электронных СМИ, перед публикацией должны согласовываться с местными чиновниками. Прессе указано на необходимость уделять повышенное внимание позитивным сторонам жизни в Китае, в частности, подчеркивается, что во время телевизионных программ, посвященных чиновникам-



коррупционерам, необходимо «указывать на то, что случаи коррупции являются единичными, а большинство китайских чиновников придерживается высоких моральных принципов»<sup>10</sup>.

### Язык газеты

В то же время, известно, что китайские власти ужесточают цензуру против проявлений западной культуры на телевидении и в других средствах массовой информации. Власти требуют от выступающих в СМИ избегать употребления в речи английских слов, а также тайваньского и гонконгского акцентов, не соответствующих «государственному стандарту» (пекинскому произношению)<sup>11</sup>.

Сам коллектив газеты «Пекинская молодежь» уделяет большое внимание воспитанию языковой культуры у молодых китайцев. В 2002 г. в Китае было проведено социолингвистическое исследование, в ходе которого выявилось 10 самых популярных словосочетаний и выражений, наиболее часто употреблявшихся в ведущих газетах страны и в том числе в газете «Пекинская молодежь». Чаще всего употреблялось словосочетание «XVI съезд КПК»<sup>12</sup>. Другими наиболее часто употребляемыми словосочетаниями стали: «чемпионат мира по футболу», «SMS-сообщение», «снижение банковских процентов», «борьба с терроризмом», «цифровое изображение», «Яо Мин» (китайский профессиональный баскетболист в NBA), «рынок автомобилей» и «CDMA». В число 100 наиболее популярных словосочетаний также вошли «торговля золотом», «коммерческий кредит», «идти в ногу со временем», «среднезажиточное общество» и др. Профессор Пекинского лингвистического института Чжан Пу, курирующий данное исследование, утверждает, что популярные словосочетания реально отражают концепцию ценностей и культуры людей, а также общественные нравы в определенный период<sup>13</sup>.

Так, с подачи «Пекинской молодежи» была начата кампания за улучшение качества «боленья» на трибунах стадионов страны во время футбольных матчей. Многим не нравится, что

футбольные фаны постоянно ругаются во время матчей. «Пекинская молодежь» опубликовала большую статью, в которой болельщиков обвиняли в употреблении нецензурной брани, грязных оскорблений во время матчей национального чемпионата<sup>14</sup>. «Уровень футбола в КНР постоянно повышается. Одновременно необходимо повышать и культуру поведения на трибунах», – отмечал автор статьи. В качестве подтверждения своих слов он взял интервью у главного тренера пекинской команды «Гоянь» Сю Юньлоя: «Мы хотим слышать слова одобрения. Неприятно, когда болельщики произносят ругательства в адрес другой команды. Это несколько не помогает нашим игрокам. Наоборот, бранная речь негативно влияет на настроение футболистов»<sup>15</sup>. К тому же появляются опасения, что подобное поведение на футбольных трибунах может негативно сказаться на имидже Китая, которому предстоит принимать Олимпиаду в 2008 г.

Летом 2005 г. редакция газеты выразила свой протест бесстыдникам, порочащим честь нации. Мужчины, забыв всякий стыд, снимали с себя майки и рубашки, демонстрируя окружающим свой торс и руки. В ответ на это газетчики начали беспрецедентную акцию. Читателей просили присылать в редакцию фотографии обнаженных по пояс знакомых или просто прохожих, затем эти снимки размещались в газете с детальным описанием того, где это произошло, и кто осмелился снять рубашку. Некоторые компании, поддерживавшие инициативу газеты, предлагали бесплатные футболки, дабы каждый обнаженный мужчина смог одеться.

Другие темы, злободневные для китайской молодежи, – занятость, образование, проблема миграции и т.п. Так в начале 2005 г. «Пекинская молодежь» провела собственное исследование положения рабочих-мигрантов и их мнения о городе, и своем месте в нем. Выяснилось, что большинство опрошенных высоко оценивает Пекин, а вот коренные пекинцы чаще всего не слишком довольны притоком мигрантов<sup>16</sup>. Согласно итогам опроса, 50,6% опрошенных

считают, что «Пекин великодушно относится к разным людям и культурам», 46,4 % думают, что «Пекин – энергичный и многообещающий город»; 26% недовольны «высокомерием» пекинцев, заявляя, что «на приезжих смотрят свысока»; 8% сообщили, что они вообще не испытывают человеческих отношений в этом крупном городе.

Газета «Пекинская молодежь» является центральным печатным органом для современной китайской молодежи. Газета в меру идеологизирована, в меру злободневна, обладает высокопрофессиональным коллективом. В условиях тотального контроля «Пекинская молодежь» все-таки удерживает баланс между интересным чтением и вестником компартии, по возможности распространяя среди молодежной аудитории все возможные инновационные идеи.

\* \* \*

<sup>1</sup> [http://news.xinhuanet.com/zhengfu/2001-12/31/content\\_220668.htm](http://news.xinhuanet.com/zhengfu/2001-12/31/content_220668.htm).

<sup>2</sup> Процветающий газетный рынок Китая // <http://www.wan-press.ru/conferences/bruss2002/tuesday.php>

<sup>3</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/China\\_Youth\\_Daily](http://en.wikipedia.org/wiki/China_Youth_Daily)

<sup>4</sup> The FT story is here, the SCMP story is on Asia Pacific Media Network here // <http://www.danwei.org/archives/000834.html>

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Го Кэша. Анализ современных тенденций экономического роста и направлений макроэкономической политики // «Чжунго цзинци шибао». 2004. 3 января.

<sup>7</sup> [http://www.outdoors.ru/news/2004/2/06\\_5.php](http://www.outdoors.ru/news/2004/2/06_5.php). 06.2.2004.

<sup>8</sup> Там же.

<sup>9</sup> В Китае начали сажать в тюрьму за нарушение карантина // <http://news.ntv.ru/21265>] 19.05.2003

<sup>10</sup> Местным китайским СМИ запретили работать в других регионах // <http://pda.lenta.ru/news/2005/06/11/chinamedia>. 06.11.2005

<sup>11</sup> Китай борется с влиянием Запада // [http://www.sreda-mag.ru/news\\_one.phtml?id=4&news\\_id=2131](http://www.sreda-mag.ru/news_one.phtml?id=4&news_id=2131). 14.05.2004

<sup>12</sup> 10 самых популярных китайских выражений за 2002 г. // Синьхуа: <http://centrasia.org/newsA.php4?st=1041962700>. 07.01.2003

<sup>13</sup> Там же.

<sup>14</sup> Китайских болельщиков призывают не ругаться на трибунах // Sport.rbc.ru: <http://news.gala.net/?cat=12&dy=15&mn=7&yr=2002&id=65349>. 15.07.2002

<sup>15</sup> Там же.

<sup>16</sup> Пекин – «великодушный город», считает большинство работающих в нем мигрантов / «Весь Китай»: <http://www.mirchina.ru/modules/news>. 22.02.2005

# **СМИ ОТЕЧЕСТВА**

---

**52 • Телеканал «Культура» –  
современная модель  
просветительского ТВ**

# Телеканал «Культура» – современная модель просветительского ТВ

Оксана Роженцова

*Oksana Rozhentsova*  
*TV Channel “Kultura” as a Model of Modern Educating Television*

*The cultural and educating role of the mass media, especially television, becomes crucial in conditions of crisis of the previous value system. The research analyses features of the TV-channel “Kultura” (“Culture”) as a medium of the mass TV-education in the society, with a special activity based on intellectual and moral values and traditions of Russian culture.*

*Key words: TV Channel “Kultura”, non-commercial TV, audience, intellectual talk-show.*

*В данной статье анализируются возможности телеканала «Культура» как средства массового просвещения населения, опирающегося в своей деятельности на духовно-нравственные ценности и традиции отечественной культуры.*

*Ключевые слова: телеканал «Культура», некоммерческий проект, общественная значимость, аудитория, интеллектуальное ток-шоу.*

Средства массовой информации являются зоной формирования ценностных ориентиров общества, которому нужна гармонично развитая личность, готовая не только к работе, но и к жизни. Не случайно в Доктрине информационной безопасности Российской Федерации одна из основных составляющих национальных интересов в информационной сфере включает в себя обеспечение духовного обновления России, сохранение и укрепление нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма. В настоящее время общество не двинется вперед без телевидения в качестве детонатора общественной и культурной мысли. В связи с этим многократно возрастает роль телеканала «Культура», единственного просветительского канала, который по мнению профессора Я. Н. Засурского, «соответствует стандартам публичного общественного, или общественно-правового, телевидения, которое удовлетворяет запросам телезрителей, служит общественному интересу и не подвержено открытому давлению корпораций и властей». Сегодня на этом канале сосредоточились лучшие творческие силы, которые, осваивая новые жанры телевидения, продолжают развивать традиции отечественного художественного вещания.

Оксана Роженцова – режиссер УРТЦ факультета журналистики, соискатель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова

### Некоммерческий проект коммерческого телевидения

Общероссийский государственный телеканал «Культура» был учрежден Указом Президента Российской Федерации от 25 августа 1997 г. № 919. Идея создания телеканала «Культура» буквально витала в воздухе. Как пишет авторитетный теоретик и практик ТВ В. Егоров, «телеканал «Культура» с напряженным вниманием ждала вся интеллигенция. Наконец, духовные ценности получили свое средство информации...». Однако, по мнению телевизионного критика И. Петровской, «угнетенные интеллектуалы вздохнули с облегчением, но и настороженно». Озоновый слой культуры и морали был уже настолько разрушен, что мало кто верил, что в условиях рынка культурно-просветительским программам будет предоставлено не только время в эфире, но и целый канал для того, чтобы влиять на духовную жизнь общества. Вопреки всем опасениям 1 ноября 1997 г. первый в России просветительский канал начал вещание и до сих пор является самым успешным некоммерческим проектом ВГТРК.

«Культура» входит в структуру Всероссийской государственной телерадиокомпании (ВГТРК). Источником финансирования канала являются: 1) бюджетные средства; 2) поступления от хозяйственной деятельности ВГТРК (причем 2/3 бюджета – это деньги, которые ВГТРК зарабатывает на рекламе, размещаемой на канале «Россия»); 3) спонсорство. Из этого следует, что канал «Культура» только номинально можно считать некоммерческим проектом, так как развивается он на доходы от рекламы, при этом роль государства ничтожно мала. Вопросы финансирования остаются главными, поскольку телеканал взял на себя не только задачу распространения культурной информации, но и производства оригинальных культурных программ. Поэтому одно из направлений развития «Культуры» – это спонсорство. Так, компания «Интеррос» предоставила каналу грант, который был использован для создания целого цикла передач.

В настоящее время на телеканале существует профильная реклама – это реклама концертов и спектаклей, акций, которые организует Московская филармония и другие культурные учреждения и фонды. Но даже в этом случае телеканал не нарушает свой принцип: ни одна передача, документальный или художественный фильм не прерываются рекламой, чтобы не нарушить стиль и настроение. Несмотря на то, что коммерческая реклама, в том виде и объеме, в которых она существует на других телеканалах, здесь полностью отсутствует, руководство ГТРК «Культура» уверено, что в будущем «сотрудничество с каналом «Культура» для многих солидных коммерсантов и рекламодателей станет одним из непереносимых условий формирования имиджа уважаемой, общественно значимой и перспективной компании».

### Когда рейтинг бесценен

Общественная значимость просветительских каналов во всем мире обеспечивает им независимость от рейтинга, как непереносимого условия успешности канала. Известно, что просветительские каналы за рубежом имеют небольшой рейтинг. Так, аудитория немецко-французского телеканала ARTE – 3%–5% от потенциальной (примерно, как в России). Но аудитория, которая смотрит этот канал, качественно иная. Те 5%, что смотрят ARTE, – это интеллектуальная элита общества (канал ориентирован в основном на современное искусство). Это люди с высшим образованием, говорящие на иностранных языках, их интересует литература, театр, наука, или они непосредственно занимаются научным или художественным творчеством. По сути это та тонкая прослойка общества, которая определяет его настроения. Через наименьшую по количеству, но наивысшую по качеству аудиторию ARTE и другие культурно-просветительские каналы имеют возможность опосредованно влиять на жизнь общества в целом.

Несмотря на жесткую конкуренцию в телеэфире, к концу первого месяца вещания рейтинг канала «Культура» был в пределах 6%. Мно-

гие исследователи полагают, что этот всплеск интереса произошел за счет аудитории старше 40 лет, которая давно не видела телевидение своей молодости. Но последние исследования социологов и психологов показали, например, что 23% подростков ждут от телевидения просветительских передач, 29% проявляют живой интерес к познавательным, культурным, научно-популярным передачам, 21% к аналитическим передачам и серьезным ток-шоу. Эти данные позволяют утверждать, что возможности телевидения как транслятора культурной информации востребованы обществом. Поскольку в настоящее время эту потребность удовлетворяет только канал «Культура», то по мере выполнения им своих задач можно предположить, что его потенциальная аудитория будет только расти.

Сравнительно низкий, но стабильный рейтинг телеканала, который, по выражению профессора Р. А. Борецкого, «парит над бытовой потребностью», показывает, что у него другие задачи: 1) создание единого культурного пространства; 2) формирование духовно-нравственных ориентиров в обществе; 3) воспитание культурного человека; 4) развитие его интеллектуальных способностей. Именно эти задачи, а не рейтинг, определяют социальную значимость телеканала «Культура».

### Просвещение без границ

Независимость от рейтинга позволяет телеканалу «Культура» самому формировать свою аудиторию. Совершенно очевидно, что это не аудитория каналов массового потребления. Эмпирическое исследование сетки вещания по-

*Рейтинги каналов (2004 г.)*

Телеканалы	Москва, %	С.-Петербург, %	Россия, %
Первый	19,0	20,8	24,5
Россия	17,9	16,6	20,0
ТВЦ	5,8	1,0	2,2
НТВ	12,9	12,4	11,1
Культура	4,7	2,9	2,4

Сегодня доля тех зрителей, которые предпочитают смотреть программы телеканала «Культура», в Москве составляет 4,7%, в Санкт-Петербурге 2,9%, а по всей России 2,4%. Для сравнения в таблице приведены рейтинги основных федеральных каналов, полученные TNS GALLUP MEDIA. Низкий показатель рейтинга канала «Культура» в регионах может иметь технические причины: только чуть более 60% зрителей в России могут смотреть этот канал. Вместе с тем не учитывается зарубежная аудитория: география посетителей сайта телеканала «Культура» охватывает 23 страны мира. Потенциальная аудитория на 1 сентября 2004 г. – 88,3 млн. человек в 1287 городах и населенных пунктах Российской Федерации, в 81 субъекте Российской Федерации.

казало, что с одной стороны, канал работает для той части публики, которая уже погружена в атмосферу высокой культуры. Эта аудитория воспринимает цикл концертов Михаила Плетнева или спектакли Петра Фоменко как уникальные и выдающиеся события в культурной жизни страны. С другой стороны, передачи канала предназначены и для тех зрителей, у которых только начинает формироваться потребность в обращении к высокой культуре. Учитывая эти два показателя, «Культура» адресует передачи не узкому кругу элитарной интеллигенции, а самым различным социальным группам зрителей, включая детей и молодежь. Последнее особенно важно. Так, контент-анализ сетки вещания одного телевизионного дня показал, что детские программы на Первом канале зани-

мают только 0,83% эфирного времени, на России – 0,41%, на ТВЦ – в будни 0%, в субботу – 10,44%, в воскресенье – 1,36%, на НТВ – 0%, а на «Культуре» – ежедневно 8,3%.

Для канала имеет принципиальное значение большое количество детских передач. Одни из них стимулируют интеллектуальное развитие (телеигра для детей младшего возраста «Перепутовы острова», для старшеклассников «За семью печатями»), другие – познавательный интерес («В музей без поводка», научно-популярные фильмы). Отечественные детские художественные фильмы и мультфильмы через впечатление закладывают духовные и нравственные коды нашей культуры. То же происходит и со взрослой аудиторией. Отличие только в том, что она через художественные фильмы вспоминает эти коды. Отсюда, по мнению автора учебников по истории отечественного кино киноведа Е. Марголита, устойчивый успех на телевидении последних десятилетий картин прошлых лет.

Просветительский канал «Культура» создан для того, чтобы налаживать диалог интеллигенции с обществом по самому широкому кругу проблем, актуализировать процессы самоидентификации российского народа, расширять кругозор, показывать нам образцы поведения «положительных» и «отрицательных» героев и тем самым задавать этические и эстетические нормы поведения. Для этого он использует все разнообразие жанров современного телевидения, в том числе и ток-шоу, которое переводится с английского языка как разговорное зрелище, разговорное представление.

### **В фокусе – интеллектуальная жизнь**

В мире традиционно сложилось представление, что ток-шоу развлекают публику «ценностями зла». Телеканалу «Культура» удалось трансформировать легкий жанр *talk-show* в *intellect-show* (интеллектуальное ток-шоу) в соответствии с просветительской концепцией, которая исходит из основного содержания слова, давшего название каналу. Цель интеллектуального ток-шоу – не только высветить

разные грани социально-значимого явления, дать ему оценку, спрогнозировать пути его развития, но и активизировать интеллектуальную работу зрителя. На примере анализа содержания одного из выпусков интеллектуального ток-шоу «Тем временем» попытаемся понять, как авторы программы решают эти задачи.

Тема одной из дискуссий была обозначена так: «Зачем культуре свобода?» (эфир 14 марта 2005 г.). Знак вопроса предполагал диалогичность. Для участия в программе были приглашены литературный публицист Наталья Иванова, писатели Андрей Дмитриев и Валентин Непомнящий, литературный критик Лев Аннинский, писатель и историк Игорь Волгин, ученый историк Юрий Афанасьев. Как видим, гости студии – это, прежде всего, интеллектуалы, специалисты, а еще – интересные собеседники, которые достаточно аргументировано и убедительно обосновывают свою точку зрения. У каждого из них свое видение проблемы, у каждого свое понятие свободы:

«А. Дмитриев: Свобода – это дело, это каждодневное дело человека, любого человека, который хотел бы быть свободным, который уважает свою страну, который не хочет быть человеком у кормушки».

«В. Непомнящий: Свобода, в первую очередь, это возможность и умение по доброй воле себя ограничить».

Итак, позиции обозначены, и зритель вправе соглашаться или нет. В любом случае, он начинает размышлять.

Для интеллектуальной передачи характерно возникновение острых споров по принципиальным вопросам:

«В. Непомнящий: Единственный случай, когда можно сказать «не хочешь не смотри», это тот случай, о котором Леонид Хейфец сказал: «Высокую культуру надо навязывать». Это единственный случай, когда мы имеем право это сказать».

М. Федотов: Есть старая поговорка: «Люшадь можно привести к ручью, но ее нельзя заставить пить». Поэтому навязывать культуру невозможно.

В. Непомнящий: Значит воспитание – это процесс навязывания. Значит нельзя воспитывать вообще никого, потому что это всегда навязывание чего-то. Значит, воспитание надо отменить».

Интеллектуальное ток-шоу исследовало разные аспекты выдвинутой проблемы. Так, в середине передачи разговор фокусируется вокруг свободы как условия развития культуры. А поскольку «культура – это область установок, как правильно, как хорошо, как плохо» (В. Непомнящий), то на первый план выходит нравственный аспект этой проблемы: ты имеешь право рассказать, но КАК! Ведущий старается удержать разговор о нравственных ценностях в контексте свободного общества.

«В. Непомнящий: ... Без культуры в том ее старом понимании, а не в новом понимании, когда под культурой имеется ввиду все, без культуры в высоком смысле, России просто не будет. Потому что это самая высшая ценность России – ее культура.

Ведущий: Я с вами согласен в посыле, но у меня вопрос. А может ли быть такая работа по формированию этих ценностей вне свободы?»

Ценность интеллектуального ток-шоу заключается в том, что на ваших глазах рождается мысль, которая цепляет ум и воображение зрителя. Благодаря такой постоянной импровизации программа очень динамична, а поворот темы непредсказуем. С одной стороны, это удерживает внимание зрителей до самого конца. Но с другой стороны, часто возникает уход от основной темы разговора. Например, вдруг возник разговор о пустоте.

«М. Федотов: Это свобода, это свобода в пустоте. И эта пустота в первую очередь проявляется в том, что за все предшествующее время, почти за 80 лет, у нас отняли память, историческую память. И мы не знаем, чьи мы дети, где наши корни».

Однако даже такие отступления вызывают положительный эффект: зрителю хочется спорить. Он может выдвинуть свои аргументы: на самом деле пустоты не было, были накоплены

традиции, и сейчас мы пытаемся их возродить. А когда ушла идеология и появилась свобода, наш культурный кругозор просто расширился, мы больше узнали.

Вопросы в программе часто настолько остро поставлены, что эмоции захлестывают участников дискуссии, поэтому речь их бывает насыщена оценочными эпитетами и эмоционально окрашенными словами. Не стала исключением и анализируемая нами программа.

«А. Дмитриев: ...я считаю это время своим временем. И при всех его издержках, при всех страхах и кошмарах я благодарен судьбе за то, что я жил в девяностых, живу в двухтысячные годы...Я всегда много гулял по Москве и никогда не ожидал, что перестану гулять по пустынной помойке, и стану гулять по прекрасному городу со всей его дурью, петромедведями, со всеми его лимузинами».

Непринужденной манере общения свойственен образный, метафоричный язык участников программы. Вот лишь некоторые слова и выражения, которые обратили на себя внимание: «пустынная помойка», «дурь», «мы примкнули к мировой канализации в области культуры», «гласность была бутоньеркой», «из чего состоит это сознание...из каких опилок, из каких тараканов», «флер благополучия».

Продолжением достоинств передачи стали ее недостатки. Так, обилие интеллектуалов приводит к тому, что «Тем временем» страдает субъективизмом. Кроме того, дискомфорт в восприятии вызывают сложный язык и нередко используемые участниками программы специальные термины:

«Скажем, возьмем такие страны как Венгрия, как Польша, как Германия, в которых произошли огромные сдвиги в сознании общества именно потому, что произошла деносефикация, скажем, в Германии» (Н. Иванова).

### **Ведущий интеллектуального ток-шоу: модератор или собеседник?**

Интеллектуальное ток-шоу – это персонафицированный жанр. Каждый участник программы – личность. Но успех передачи зависит,



прежде всего, от профессионализма ведущего. Александр Архангельский, известный журналист, харизматичный, умный собеседник. Он обозначает суть проблемы, находит стержень спора и определяет тональность дискуссии. Он всегда готов к импровизации, неизбежной при живом общении. Но самая главная его задача – включить аудиторию в процесс исследования, активизировать ее интеллектуальную деятельность. Как искусный модератор, Александр Архангельский направляет разговор в нужное русло, временами обостряя проблему, но всегда доброжелательно и тактично:

«И. Волгин: Мы примкнули к цивилизации, к западной, к мировой цивилизации якобы. На самом деле один остроумец правильно заметил, что мы примкнули к мировой канализации в области культуры. Включите любой канал телевизионный, посмотрите...»

Ведущий: А что было то, к чему мы были подключены до 85-го года через тот же телевизор?»

Мягкий, ровный голос, внимательные глаза, правильная речь – такой ведущий вызывает доверие. Выступая представителем интересов аудитории, Александр Архангельский не оставляет без внимания неточности или неубедительную аргументацию гостей студии:

«Согласен, только я не понял одного. Правда ли, что существует прямая корреляция между моей свободой, моим правом на эту свободу и судьбой моего народа? Я не понимаю, почему это наносит вред народу».

Однако в лексиконе ведущего часто встречаются слова, непонятные широкому кругу зрителей (например, «корреляция»). Поэтому нельзя сказать, что его экранный образ близок зрителю, скорее он «чуть выше толпы». В этом сила и одновременно уязвимость ведущего интеллектуального ток-шоу.

У Александра Архангельского есть своя активная позиция по той или иной проблеме. Свою точку зрения он высказывает в конце передачи, подводя ее итоги. При этом ведущий фокусирует внимание зрителей на самых интересных и ключевых моментах дискуссии:

«Несмотря ни на что, вопреки, может быть, всему даже, я благодарен Михаилу Сергеевичу Горбачеву за то, что произошло 20 лет назад. Потому что это целому поколению, к которому я принадлежу, отчасти вот Андрей Дмитриев, дало возможность реализоваться со всеми издержками. Из этого не следует, что я не сознаю, каковы издержки. Но мне кажется, что свобода – это только возможность, о чем говорила Наталья Иванова, это только шанс».

В его заключительных словах читается установка: «Я такой же, как и вы, я стараюсь слушать». Задача ведущего, как он сам сказал, «формировать ощущение единого поля». А это уводит его от категоричности. Мы видим, что он всех примиряет, зовет в единое поле рассуждений, размышлений и все это с любовью к России. В целом настрой мыслей Александра Архангельского всегда оптимистичен. Поэтому, какой бы острой ни была дискуссия, передача несет позитивный заряд. И это было отмечено критикой. «Господину Архангельскому удалось в своей передаче сделать то, чего, пожалуй, не удавалось в последнее время многим нашим эфирным топганам, – грамотно и корректно выстроить спор. Причем спор не как кухонную перебранку в стиле «сам дурак», а как попытку заставить участников этого спора вступить во взаимообразный мыслительный процесс (по мере возможности, конечно). А, следовательно, пригласить и зрителей к этому, безусловно, полезному и вечно актуальному мероприятию».

### **Возрождение традиций**

Аудитория программы «Тем временем» – это люди, которые размышляют, ищут ответы на вопросы бытия. Причем возрастные рамки не ограничены: темы могут быть одинаково интересны как молодым людям, так и среднему, и старшему поколению. Главное, чтобы человек задумался, научился принимать другую точку зрения и аргументировать свою собственную позицию. Тех зрителей, кто менее подготовлен к интеллектуальным дискуссиям, она учит анализировать, сопоставлять, делать выводы, формировать свою точку зрения и, в конечном

счете, прививает вкус к постижению сложных вещей. А для подготовленной аудитории – это разговор на равных о непреходящих ценностях нашей отечественной культуры.

Для осознания обществом основополагающего значения культуры, для утверждения приоритетов культурных ценностей, для их защиты, а также для реализации людьми своих

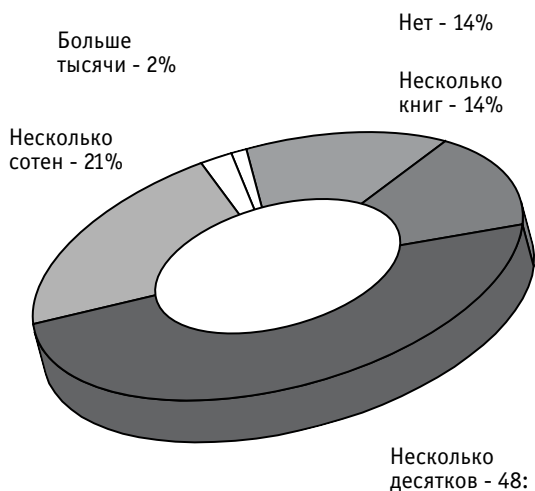
культурных возможностей необходимо проведение широкой просветительской деятельности. Этому должны служить и средства массовой информации. Развивая жанр интеллектуального ток-шоу, телеканал «Культура» успешно решает задачи, которые стоят перед ним, как преемником и продолжателем интеллектуальной традиции русской культуры.

## **Домашние библиотеки**



**Фонд**  
**«Общественное Мнение»**

[www.fom.ru](http://www.fom.ru)



**ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА - ЭТО РОМАНЫ, ПОВЕСТИ, РАССКАЗЫ, ПОЭЗИЯ И ДРАМАТУРГИЯ. СКОЛЬКО ПРИМЕРНО КНИГ, КОТОРЫЕ МОЖНО ОТНЕСТИ К ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ, ЕСТЬ В ВАШЕМ ДОМЕ**

Нет - 14%  
< 10 - 14%  
< 100 - 48%  
Несколько Сотен - 21%  
> 1000 - 2%  
Затрудняюсь ответить - 1%

**СРЕДИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В ВАШЕМ ДОМЕ ЕСТЬ ТАКИЕ КНИГИ, КОТОРЫЕ ОСТАЛИСЬ ОТ СТАРШИХ ПОКОЛЕНИЙ, ПЕРЕШЛИ ПО НАСЛЕДСТВУ? (Ответы заявивших, что у них в доме есть художественная литература.)**

Есть - 44%  
Нет - 39%  
Затрудняюсь ответить - 3%

# **МЕДИАТЕКСТЫ**

---

**60 • Корпоративная информация  
в системе PR**

**65 • Акмеистические манифесты  
в зеркале критики (1913–1916 гг.)**

# Корпоративная информация в системе PR

Вера Караева

Vera Karaeva

*PR System and Corporate Information*

*In this stage of social development Public Relations system obtains growing power forcing us to revise views on both its functions and terminology which is frequently used by professionals. Author analyses the role and meaning of corporate information in the context of recent tendencies of PR development in the international context.*

*Key words: corporate information, PR information, PR message, social responsibility, complicity.*

*Усиление роли Public Relations на сегодняшнем этапе развития общества заставляет взглянуть иначе не только на функции связей с общественностью, но и на конкретные термины, которыми так часто в последнее время оперируют специалисты. Роль и место корпоративной информации в контексте современных международных тенденций PR и анализируется автором.*

*Ключевые слова: корпоративная информация, PR-информация, PR-сообщение, двусторонняя симметричная модель, социальная ответственность, компlicitность.*

Органичное развитие *Public Relations* во взаимодействии с другими масс-коммуникативными технологиями, создание интегративной модели массовой коммуникации – одна из наиболее актуальных тем современной науки об общественных связях. Исследователями все четче формулируется понимание *PR* не только как функции корпоративного управления, «играющей определенную роль в обеспечении успешной деятельности компаний»; система общественных связей рассматривается на ином качественном уровне, как «процесс социальной коммуникации, как необходимый элемент социального взаимодействия, управления общественными взаимоотношениями». Усиление роли *PR* на современном этапе развития общества и проекция данной управленческой функции на различные социальные сферы позволяет экспертам говорить о новом этапе развития отрасли. Корпоративная информация также выходит на иной масштаб. Однако до последнего времени этот активно применяющийся термин не имел четкой дефиниции.

## Международные тенденции PR

Анализируя текущее положение дел в сфере *PR* в международном контексте, Жан Вален, президент ассоциации *Global Alliance*, основной организации, представляющей профессиональные связи с общественностью и объединяющей национальные отраслевые ассо-

Вера Караева – аспирантка кафедры экономической журналистики и рекламы факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова

циации, отмечает: «...интересно, что только в немецком языке из всех европейских нет аналога словосочетанию *PR...* в Германии профессию называют *Offentlichkeitsarbeit*, что означает «общественная работа [публичная активность – В. К.], работа с обществом и ради общества». И такой подход кажется мне актуальным и благородным».

Более того, международное *PR*-сообщество активно обсуждает новую тенденцию, новую догму менеджмента и управления коммуникациями – *CSR* (*Corporate Social Responsibility*, Корпоративная Социальная Ответственность). По сути, это концепция, реализуя которую корпорации интегрируют решение своих бизнес-задач в социальный контекст, ищут симбиотические формы взаимодействия с окружающей средой, строят отношения с целевыми группами на основе взаимопонимания и добровольности.

В данном контексте *PR* от имени бизнес-структур приобретает также иной масштаб. Актуализируется роль организаций как социальных объектов, неотъемлемого элемента общественной системы. Между тем совершенно очевидно, что бизнес-*PR* – ключевое направление *PR*-деятельности в принципе. Следовательно, корпоративная информация и коммуникация становятся не просто инструментами репутационного менеджмента, хотя и такой подход можно расценивать как передовой в контексте российской индустрии *PR*. Они становятся все более значимым нематериальным корпоративным ресурсом. Как отмечает Т. Орлова, доцент кафедры общего и социального менеджмента РАГС, «успешное развитие любой экономической системы определяют информация и знания. Характерным признаком современного производства является то, что информация и знания воплощены в большинстве создаваемых благ. Наконец, знания и возможность их применения стали новым источником власти. Таким образом, в условиях современного производства, обеспечения его эффективности и нового качественного роста в постоянно меняющейся внешней среде коммуникация между людьми

и организациями превращается в стратегический ресурс управления».

Междисциплинарную концепцию *CSR* специалисты рассматривают как производную от двусторонней симметричной модели *PR*. Параллельные процессы – усиление внимания к коммуникации – идут во многих отраслях гуманитарного знания. Так, лингвистические исследования последних лет характеризуются повышенным интересом к коммуникативно-прагматическим аспектам языка. Выход в прагматику, по признанию специалистов, открывает новые возможности в исследовательской деятельности, путь к разработке частных коммуникативных теорий и – на практике – более эффективное использование языковой системы. В то же время активно разрабатываются основы коммуникационного менеджмента, который есть составляющая часть теории управления экономическими системами. «Антропоцентристский» подход процветает и в маркетинге, и в стратегическом планировании бизнеса. Так, в последнее время приобретает популярность система «Шесть Сигм», созданная на основе масштабного труда Питера С. Пэнди, Роберта П. Ньюмена, Роланда Р. Кэвенега «Курс на Шесть Сигм. Как *General Electric, Motorola* и другие ведущие компании мира совершенствуют свое мастерство». «Шесть Сигм» – универсальная система достижения и максимизации бизнес-результатов, основанная на глубоком изучении потребительских нужд, четком и грамотном использовании фактов, данных и статистико-аналитических методов, реорганизации процессов управления в соответствии с запросами и ожиданиями потребителей. Как уже было сказано, аналогичные тенденции прослеживаются и в *PR*.

### **Категория корпоративной информации**

Между тем многие термины остаются до сих пор неразработанными, активно употребляются, несмотря на отсутствие четких дефиниций. Среди таковых – корпоративная информация и корпоративная коммуникация. В данной статье мы дадим обобщенные определения корпо-

ративной информации и PR-сообщения в современном контексте.

Итак, корпоративная информация – это информация о компании, отобранная из общего информационного массива и предназначенная для оповещения тех или иных социальных групп. И именно она лежит в основе PR-сообщения, которое есть одновременно и стратегически преобразованная корпоративная информация, и индикатор общественного мнения, поскольку только созданное с учетом требований комплицинтности PR-сообщение может быть эффективным.

Исследуя специфику PR-текста, А. Д. Кривонов дает оригинальное определение PR-информации как «типа социальной информации, которая производится в процессе деятельности социального субъекта (фирмы, организации, персоны) – базисного субъекта PR, распространяется по его же инициативе, отражает в оптимизированном виде значимые факты деятельности данного субъекта, предназначена для определенного сегмента общественности и служит целям формирования эффективной коммуникационной среды данного социального субъекта». У корпоративной информации не такой широкий функциональный спектр. Это лишь информация о компании, отобранная из общего информационного массива и предназначенная для оповещения тех или иных социальных групп. Такое определение ближе к классической дефиниции информации: как известно, термин происходит от латинского *informatio* – «разъяснение», «изложение»; первоначально – «сведения, передаваемые одними людьми другим людям устным, письменным или каким-либо другим способом (например, с помощью условных сигналов, с использованием технических средств и т.д.), а также сам процесс передачи или получения этих сведений».

Корпоративная информация – в основе PR-общений корпорации. Свойство «корпоративности» применительно к информации и коммуникации очень подробно разобрано в монографии французского профессора Ж.-П. Бодуана, Президента консалтинговой группы *Information et*

*Entreprise*, «Управление имиджем компании». Ж.-П. Бодуан пишет: «О коммуникации можно сказать, что она «корпоративная», когда она подразумевает участие юридического лица... то есть когда ответственность за эту коммуникацию ложится исключительно на инстанцию, которая правомочна вовлекать юридическое лицо и может получить исполнительные полномочия. На этом основании «корпоративная» коммуникация может касаться финансовых, социальных, политических аспектов, но никакая специализированная коммуникация не является «корпоративной» по своему характеру».

Таким образом, корпоративная информация относится к стратегии PR, планированию и программированию действий на nive связей с общественностью, это то, что организация «должна сказать» своей аудитории.

Во многих источниках по теории и практике PR прослеживается тенденция к снижению значимости понятия «сообщение» или «обращение» как элемента коммуникационной модели, реализующейся в процессе PR-кампаний. К примеру, И. М. Синяева в учебном пособии «Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности» приводит следующие возможные формы PR-обращения: «личное сообщение, сообщение в виде заявления, письма, СМИ». С. М. Катлип, А. Х. Сентер, Г. М. Брум в издании, считающемся во многих странах базовым справочником в области знаний по связям с общественностью, – «Паблик рилейшнз. Теория и практика», – равно как и Д. Ньюсом, Д. Терк., Д. Крукеберг в не менее известной книге «Все о PR. Теория и практика *Public Relations*» рассматривают сообщение как некую конкретную, конечную информацию, предназначенную для размещения в СМИ. Нам показалась весьма интересной и близкой точка зрения Ж.-П. Бодуана. Он раскрывает основные понятия, описывает ситуацию в отрасли и дает практические рекомендации по установлению отношений между агентствами и заказчиками. Термин «PR-сообщение» он рассматривает много шире, отделяя его от понятия «информация»: «Корпоративное сообщение по своему характеру отличается от

информации, которую оно в себе содержит. Это политическое использование информации, то есть целью сообщения не является простая передача фактов. Информация превращается в корпоративное сообщение, когда в ее основе лежит какое-либо намерение».

Корпоративная информация, если позволено использовать такой образ – кровь системы *Public Relations*. Это основа системы «эффективного слушания и говорения», которую связи с общественностью призваны построить от имени корпораций. Среди возможных целей теоретической разработки и распространения корпоративных сообщений главной на сегодняшний день представляется «комплицидность» (сопричастность) с целевыми аудиториями». Ж.-П. Бодуан рассматривает понятие «комплицидность» в контексте связки «сообщить/приобщить», так как целью *PR*-деятельности является не столько передать какое-либо корпоративное или иное сообщение, сколько вызвать определенный эффект, включить в процесс. После идентификации своих систем «близости» и определения соответствующих каналов коммуникации компания, согласно этой концепции, стремится к интеграции в соответствующие социальные группы.

Созданное с учетом требований по сближению корпоративное сообщение становится неким индикатором общественного мнения. «Сообщение представляет собой предложение со стороны компании, – пишет Ж.-П. Бодуан, – которая желает разделить определенное мнение с какой-либо аудиторией, предоставляя этой аудитории возможность принять или отклонить это предложение». Предварительное изучение целевых аудиторий позволит компании оценивать результативность или опасность того или иного корпоративного сообщения для создания комплицинности с этой аудиторией.

Рассмотренную в этом ключе информацию о себе, которую компания передает *PR*-агентству для ознакомления или с целью создания последующих материалов по осуществлению связей с общественностью, также можно назвать элементом корпоративной информации,

на основе которой создаются *PR*-сообщения – определенные и вербализованные ключевые послания, которые затем реализуются в *PR*-тексте, а уже с помощью *PR*-текстов осуществляется корпоративная коммуникация. *PR*-сообщение и *PR*-текст можно сравнить с категориями предложения и текста в лингвистике. Такая аналогия нам кажется интересной и важной с точки зрения междисциплинарного подхода к теории *PR*. Итак, *PR*-сообщение, как и предложение, – основная структурная единица языка системы общественных связей. Именно предложение (как и *PR*-сообщение) обладает прагматическими характеристиками коммуникативно-интенциональной природы. Однако текст – «основной элемент коммуникации... максимально дискретная единица, которая составляет [законченный, актуализированный – В. К.] фрагмент конкретной коммуникации». И именно с помощью текста прагматический эффект коммуникации достигается наиболее полно.

И все же вопрос об органичной интеграции корпоративной информации в систему массовой коммуникации остается открытым. Мимикрия *PR*-сообщений под рядовые сообщения СМИ – одновременно и успех специалиста по связям с общественностью, и угроза существованию объективной, не окрашенной личным или корпоративным интересом, информации. Социальная ответственность и *PR*-специалистов, и бизнеса играет ключевую роль в решении данной проблемы.

### **Массовое – корпоративное: баланс интересов**

Несмотря на то, что корпоративная информация как она есть реализуется в основном в виде *PR*-текстов и *PR*-документов, она активно внедряется в информацию массовую. И органичность и адекватность – как для корпорации, так и для СМИ – этого внедрения есть прямой показатель эффективности работы *PR*-специалистов. Необходимо отметить, что одним из самых распространенных способов влияния *PR* на общественное мнение посредством массовых коммуникаций является мимикрия *PR*-со-

общения под такое, которое по форме и содержанию неотлично от других новостей. Создание информационного повода, который будет интересен как журналистам и аудитории СМИ, так и корпорации как субъекту *PR*-деятельности, лежит в основе и *media relations*, и событийной режиссуры, доля которых в структуре оказываемых *PR*-специалистами услуг неизменно высока.

И все же требования органичности и адекватности *PR*-информации, публикуемой в СМИ, – это требования времени. Как отмечалось, *PR*-специалисты по всему миру стремятся к утверждению принципа гуманизации основополагающим принципом *PR*-деятельности. Стремятся к тому, чтобы каждый вид коммуникативной деятельности, будь то реклама, *PR* или журналистика, во всей полноте выполнял свои функции, при этом не ущемляя интересы и права граждан на получение объективной информации.

Тем не менее, нельзя не согласиться с тем, что полная реализация двусторонней симмет-

ричной модели *Public Relations* – дело будущего. И если зарубежные исследователи говорят о том, что корпорации лишь стремятся к имплементации двусторонней симметричной модели, то в России «перспективы развития российской журналистики, *PR* и рекламы с точки зрения интересов граждан в получении объективной и полезной информации сегодня являются реальными, но отдаленными». И все же начало положено. Двусторонняя симметричная модель представлена и российской практикой связей с общественностью, активизируется дискуссия между представителями «коммуникационных» отраслей – *PR*, рекламы, журналистики, с одной стороны, и бизнеса, с другой. Идет интенсивная теоретическая разработка, а также осмысление современной практики *Public Relations*. То, что отрасль склонна к рефлексии, развитию и самокоррекции – оптимистичный показатель. А теоретические изыскания и выработка четких дефиниций могут, на наш взгляд, только способствовать эволюции *PR* в России.



# Акмеистические манифесты в зеркале критики (1913–1916 гг.)

Оксана Лебедева

*Oksana Lebedeva*

*Akmeistic Proclamations in the Mirror of Criticism (1913-1916)*

*The history of akmeism has been analyzed by several researches recently. But no one tried to study in details the block of critical comments on the akmeism concept. That is the reason why we decided to try to analyze articles of the first four years after the proclamation the new school.*

*Key words: akmeism, proclamation, N. Gumilev, S. Gorodetski.*

*За последние годы история акмеизма исследовалась не однажды. Но никем не предпринималась попытка подробно рассмотреть массив критических откликов конкретного периода на концепцию акмеистов.*

*Поэтому мы решили попробовать хотя бы частично восполнить этот пробел, ограничившись анализом статей первых четырех лет после прокламирования новой школы.*

*Ключевые слова: акмеизм, манифесты, Н. Гумилев, С. Городецкий.*

## Появление акмеистической школы

Акмеистическая теория главным образом отразилась в манифестах «Наследие символизма и акмеизм» Н. Гумилева и «Некоторые течения в современной русской поэзии» С. Городецкого, напечатанных в № 1 журнала «Аполлон» за 1913 г.<sup>1</sup> Естественно, что выступления небезызвестных поэтов не могли остаться без внимания, и вскоре в печати развернулась полемика, в которой в первую очередь приняли участие противники новой школы; сочувствующих было очень мало. Критики, взявшиеся обсуждать акмеизм, имели разный литературный стаж и вес, принадлежали к различным литературным и общественным течениям, а их отклики были неравнозначны: одни представляли собой подробный и глубокий анализ, другие – маленькую незначительную или импрессионистическую заметку (например, С. Боброва), третьи были фельетонного типа (статьи И. Игнатъева и И. Накатова) и т.д. Вдумчивому и детальному разбору акмеистическую теорию подвергли увенчанный славой мэтра В. Брюсов; талантливая поэтесса и критик София Парнок, кстати, хорошо проштудировавшая брюсовскую статью; а также литературоведы А. Долинин, который со временем стал видным ученым, и В. Жирмунский<sup>2</sup> – самый молодой из перечисленных (25 лет), однако – приват-доцент Петербургского университета, через год получивший звание профессора (впоследствии –

Оксана Лебедева – аспирантка кафедры литературно-художественной критики и публицистики факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова

академик АН СССР). Не мудрено, что работа В. Жирмунского «Преодолевшие символизм» явилась самым дельным и основательным трудом по данному вопросу.

В числе отзывавшихся об акмеизме были заслуживающие уважение критики, которые предпочитали не говорить о течении подробно (К. Чуковский и И. Эренбург) и даже иногда упоминали о нем как бы между прочим: например, Вл. Ходасевич, обозревая русскую поэзию последних лет, а Д. Философов<sup>3</sup>, в тот момент проповедовавший «религиозную общественность» вместе с Д. Мережковским, ругая критиков-марксистов. Были среди откликнувшихся и публицисты средней руки, порой вовсе не радующие оригинальностью и глубиной мысли, но зато пожелавшие посвятить проблеме немало страниц: А. Редько, В. Ховин, В. Голиков, П. Пиш, А. Дейч, марксист В. Львов-Рогачевский и общественник И. Игнатов<sup>4</sup>.

От фракций разнородного футуристического лагеря, отчаянно воевавших не только с «внешними врагами», но и между собой, выступили теоретик эгофутуризма петербуржец И. Казанский, московский эгофутурист из группы «Мезонин поэзии» В. Шерешеневич<sup>5</sup> и С. Бобров из «Центрифуги». Среди тех, кто явно негативно относился к авторам манифестов, можно, помимо футуристов, назвать Б. Садовского<sup>6</sup>, у которого с Н. Гумилевым была давняя взаимная неприязнь.

В 1913-1916 гг. основные нарекания в адрес акмеистов сводились к трем моментам. Во-первых, всех настораживало, что акмеистическая теория не была построена на фундаменте стихотворной практики. Критики считали, что концепция новой школы осталась в области умозрительного. И никому, кроме И. Эренбурга в 1913 г., К. Чуковского в 1915 г. и В. Жирмунского в 1916 г., не удалось обнаружить ни одного по-настоящему акмеистического произведения. Во-вторых, по мнению критиков, акмеисты, хоть и были талантливы, тем не менее ничего общего между собой в поэтическом плане не имели, были совершенно разнолики по мироощущению и скорее всего сбились в «стайку»,

«маленькую толпу» (Б. Садовской) лишь для того, чтобы быстрее добиться успеха в литературе. В-третьих, согласно критикам, программа акмеистов, ничем в прошлом не подготовленная и современностью не обусловленная, не блистала оригинальностью и в поэзии никаких новых путей не открывала, а, напротив, пересказывала старые истины и содержала в себе много уязвимых мест, как и полагалось «книжной головоломщине», измышленной доктрине, которую В. Брюсов сравнил с искусственно выращенным тепличным растением.

В объяснениях Гумилева и Городецкого все понятно было только Б. Садовскому и И. Игнатову. На взгляд же остальных, в противоречивых статьях вождей нового течения, писанных «наспех» и «сбивчиво» (Вл. Ходасевич, В. Брюсов, П. Пиш, И. Казанский), «по-детски беспомощных» и «наивных» (В. Брюсов, В. Львов-Рогачевский, Д. Философов, А. Долинин), декларировались догмы «расплывчатые» (С. Дмитриевич<sup>7</sup>, П. Пиш) и «крайне путанные» (А. Дейч), провозглашались формулы «бездоказательные и непродуманные» (В. Львов-Рогачевский. «День»), грешащие «нелепостью», «отсутствием пафоса чувства» и состоящие из «бессмысленного набора высокопарных слов» (В. Ховин), «поверхностных выкриков» (С. Бобров).

## В. Брюсов и акмеисты

Первый и самый ощутимый удар новой поэтической группировке был нанесен, как ни странно, со стороны В. Брюсова, неблагоприятный отзыв которого удивил Гумилева прежде всего потому, что акмеизм по сути базировался на теоретико-поэтической платформе самого московского мэтра<sup>8</sup>. Брюсов еще в конце 1904 г. пришел к пониманию необходимости для художника пристальнее глядеть в повседневную жизнь, которую игнорировали, по его мнению, порывающиеся к высшим мирам символисты. Впоследствии В. Брюсов на протяжении всей своей литературной деятельности пропагандировал мысль о реалистической природе искусства вообще. Он все тверже убеждался, что реализм – ис-

ходная точка всякого творчества и, следовательно, долг каждого художника – правдиво запечатлеть жизнь, не сбиваясь на безразличное фотографическое воспроизведение и стенографическое записывание. Поэт, считал Брюсов, всегда обязан помнить, что исключительно из восприятий действительности он может брать материал для своих произведений, которые, являясь даже самыми фантастическими, будут лишь комбинацией примет реальности. Но при этом поэт не должен и забывать, что его поэзия обретет силу только в том случае, если он будет сплавлять свои наблюдения с мечтой, обобщая данные опыта в художественные, а значит идеальные образы. Лидерство не возникшего пока в поэзии течения, соединяющего реализм и идеализм, Брюсов впервые стал печатно прогнозировать именно в рецензии на книгу Гумилева «Жемчуга» (1910 г.). Однако Гумилев, по соображению учителя, не искал пока литературного синтеза, как-то намеренно «чуждаясь современности» и оставаясь «всецело в рядах борцов за новое, «идеалистическое» искусство», под которым Брюсов в своей статье разумел символизм устаревшей формации<sup>9</sup>.

В первой части главы «Акмеизм» статьи «Новые течения в русской поэзии» В. Брюсов доказывал неумелость и несостоятельность притязаний акмеистов, надеявшихся развенчать символистское движение. Вероятно, в своих интересах он усомнился в катастрофе, пережитой символизмом, хотя на самом деле, еще с конца 1900-х гг. полагал, что данная школа завершила круг своего развития. И если, к примеру, для не подписавшегося автора из майского номера «Бюллетеней литературы и жизни» за 1913 г. это было «неожиданной» новостью<sup>10</sup>, то А. Дейч напоминал акмеистам, что символизм давно погребен и без них, но символизм, конечно, в качестве литературного течения, так как в значении метода «он бессмертен». А. Редько утверждал, что акмеисты отбрасывали «всякий символизм», а Брюсов ругал за это главным образом С. Городецкого. В данной связи В. Шершеневичу были странны

«распинания С. Городецкого за мифотворчество» – «частичный <так!> случай символизма, так как миф – это символ, но символ движущийся или действующий». Однако С. Городецкий в тот момент понимал мифотворчество уже по-иному, с акмеистических позиций, которые формулировал в 1912 г. Н. Гумилев, подготавливавший почву для будущих программных выступлений: мифотворчество – не «естественный выход из символизма», а «решительный от него уход»<sup>11</sup>.

В. Брюсов, рассматривая критику символизма, имевшую место в манифесте Гумилева, предъявлял к автору в основном три претензии. Правда, против упрека Гумилева, что символизм «выдвинул на передний план чисто литературные задачи», Брюсов возражал немногословно, просто отмечал, что само название «символизм» опровергает это. Согласно же С. Парнок, обвинение Гумилева было законным, но только в одной своей части: форма у символистов действительно не оправдывалась содержанием, однако их литературные задачи оказались на первом плане неожиданного для них самих.

Гумилевское требование «более точного знания отношений между субъектом и объектом, чем то было в символизме», Брюсов опровергал, ссылаясь на аксиому, что любое «познание, научное и творческое, обречено познавать лишь явления, истинная <...> причина которых остается неведомой». А значит – «все преходящее – только символ» и «всякое воплощение этого преходящего в искусстве может и должно быть только символом». Опираясь на такой вывод, Брюсов разбивал другой лозунг Гумилева, призывавшего не приносить в жертву символу «прочих способов поэтического воздействия».

Примечательно, что Брюсов, часто дискутировавший с русскими символистами по поводу их тенденции подчинять искусство религии («О речи рабской» в защиту поэзии, 1910 г.), мистическим и апокалиптическим идеям («В защиту от одной похвалы», 1905 г.), в своей статье 1913 г. отталкивался от поня-

тия символизма исключительно как художественного метода. Поэтому он, в частности, обошел молчанием выпад Городецкого, направленный против обращения символистами земли в «фантом, важный лишь постольку, поскольку он сквозит и просвечивает иными мирами...» Зато В. Ховин не упустил этот момент и в свою очередь негодовал на акмеистов, на Гумилева в особенности, за нежелание «бунтовать <...> во имя иных условий бытия» и за отказ от попыток приблизиться к неведомому и далекому. Он видел в таком «дерзостном» пренебрежении к «космическим темам» склонность не столько «к непосредственности восприятий и к утверждению самоценности мира, сколько – к примитивности душевных переживаний». Вследствие этого же член «Цеха поэтов» Вас. Гиппиус в 1911 г. не примкнул к акмеистам и в 1912 г. предостерегал их «об опасности впасть в самодовольство, потерять веру в «землю обетованную»<sup>12</sup>. Совершенно особняком в данном вопросе стоял И. Эренбург, уверенный в том, что молодые поэты «прильнули к земле» «в жажде достигнуть неба».

### Критика нового течения

Среди критиков преобладало мнение, что Гумилеву и Городецкому не удалось по-настоящему задеть символизм, так как они или неправильно толковали его сущность (В. Брюсов, В. Ховин), не имея к тому же о ней единого представления (С. Парнок) и серьезно ее не анализируя<sup>13</sup>, или «откровенно извратили» главные постулаты направления, прибегнув к «литературной нечестности» (В. Ховин).

Пространно защищал символизм и А. Долинин. Он разобрал три акмеистских нареkania, признав за ними известную правоту, но подчеркнув, что в них не затронуты «неотъемлемые» ключевые признаки символизма. Критик говорил, что Брюсов, Бальмонт, Сологуб, Ремизов и даже Блок мало повинны в случайном слиянии символизма с чуждыми ему областями (мистикой, теософией, оккультизмом, теологией, политикой и др.), и не нарушали они «основного закона творчества – «закона устойчивого рав-

новесия», хотя многие символисты в соответствии с концепцией Потебни об «относительности, текучести содержания слов» «слишком широко пользовались подвижностью» их значений, «метафоричностью» и вводили в язык «ненужные», порою даже «вредные новшества», злоупотребляя той истиной, что каждое слово и каждый образ есть символ.

Долинин не мог согласиться с Гумилевым и в том, что французский символизм пропитан немецким духом и что «германский символизм в лице своих родоначальников Ницше и Ибсена выдвигал вопрос о роли человека в мироздании, индивидуума в обществе и разрешал его, находя какую-нибудь объективную цель или догмат, которым должно было служить». Приведем отрывок из статьи Долинина: «Всем известно, что символизм появился и расцвел прежде всего во Франции, что символистическая «теория соответствий» принадлежит Бодлеру <...> что Ницше больше, чем кто-либо, поработал над разрушением всяческих кумиров, что еще в первых произведениях своих стал издеваться над «малокровным» христианством <...>, а потому его обвинять в преклонении перед догматом – по меньшей мере, несправедливо. Не многим более причастен к этому греху и Ибсен. Ведь он тоже, кажется, отстаивал «права резко очерченной индивидуальности» <...>

Но если б даже все это было бы правдой, то разве это характерно для «символизма» как литературного течения? Разве до него не ставили этих вопросов <...> Но если так, то ведь может быть только одно из двух: или «неприятие мира» совсем не ставить в укор символизму, обойти его, или, если уже отвергнуть из-за него что или кого-нибудь, то не один символизм, а всю литературу – по крайней мере, в лице ее «великих праздничных» творцов – и нашу, и мировую».

Возможно, последняя мысль Долинина была подхвачена и развита В. Голиковым, убеждавшим, что если принять мир акмеистически, то есть «бесповоротно» и «во всей совокупности красот и безобразий» (С. Городецкий), то при-

дется отринуть многие благородные ценности. Хотя в свое время никто этим не угрожал певшему «псалмы» «живой земле» К. Бальмонту, по стопам которого, согласно А. Дейчу, и пошли акмеисты. Тем не менее их восторг перед жизнью передался далеко не всем окружающим. У В. Голикова, например, мироощущение восхвалявших землю и глядевших на мир «бесслезными глазами», вызвало подозрение и отторжение, потому что, по его словам, человек, уже искушенный змием, не мог остаться «наивным Адамом», да и «абсурдно для человеческого духа неугасимо пылать блаженною солнечностью и не затмиться скорбным сочувствием при виде чужого страдания, или отвращением перед уродством, или мрачным гневом перед неправдой и злодейством». Поэтому В. Голиков выражал надежду, что русская литература, постоянно занятая нравственными коллизиями и смеющаяся «только горьким смехом» сквозь слезы, враждебно отнесется к одностороннему, и следовательно, ложному мировосприятию «легкомысленных» и «равнодушных» акмеистов, к их «нелепому звериному адамизму».

Термин «адамизм» вообще вызвал много упреков. Отмечалось, что заявление: «Как адамисты, мы немного лесные звери», – звучало несуразно в устах Н. Гумилева – эстета, «чистокровного парнасца», «цивилизованного *monsieur'a* Адама», как иронизировала С. Парнок. Естественней, с точки зрения В. Брюсова, было слышать призыв к первобытным настроениям от С. Городецкого, певца лесной «Яри».

Некоторые критики осуждали акмеистов за их проповедь «нищенского «зверя» в человеке» (А. Редько), предпочтение Адама-зверя Адаму «вочеловечившемуся» (В. Голиков), Адаму-Кадмону или Космосу, так как «микрокосм есть символ макрокосма (бытие есть символ творческой деятельности)» (И. Оксенов<sup>14</sup>). «Попытка гармонично сочетать «звериное» и «божеское» в человеческой психологии, – полагал Редько, – является довольно сомнительным результатом эклектического искажения истины сквозь призму неограниченного «проявления личности».

У критиков также вызывали недоумение перечень и смелая «парадоксальная оценка» (В. Ховин) поэтов, почитаемых адамистами за своих учителей. Виллона и «с некоторой натяжкой Рабле» Брюсов допускал «в роли учителей примитивизма», но никак не мог присоединить к ним Шекспира, а тем более Теофиля Готье, чье имя в статье Гумилева еще раз подтверждало пристрастие автора к чистой эстетике (В. Брюсов). Доверие к адамистам подрывалось еще и тем, что все выбранные ими писатели не только были «виновниками» «наслоений тысячелетних культур» (В. Ховин), которые предлагал «снять» Городецкий, но и являлись иностранцами, то есть новые поэты не ощущали себя преемниками русской литературы (А. Долинин). По мысли редактора журнала «Заветы», именно это ставило крест на всем их предпрятии.

### Акмеизм или реализм?

Но как бы ни воспринималось акмеистическое мироотношение – как «лживое» (В. Ховин), приводящее к «вредному и уже изжитому» эстетизму (И. Оксенов.), или же смешное (А. Долинин) и примитивное (П. Пиш), хотя все-таки достойное слабого одобрения и «симптоматичное», улавливающее какие-то перемены (А. Долинин, П. Пиш), – критики констатировали его полное отсутствие в стихах акмеистов. А. Долинин, которому были близки принципы «бодрости, культа жизни», принятия и осознания «самоценности каждого явления» (Гумилев), не почувствовал акмеистического духа в поэтических произведениях, иллюстрирующих в № 3 «Аполлона» за 1913 г. манифесты Гумилева и Городецкого. В. Львов-Рогачевский тоже сокрушался, что «новый Адам» не отражает движение и «мир борьбы», не умеет «загораться мечтой, влюбляться в жизнь, волноваться, страдать и радоваться вместе с людьми» («Современник»). Особенно не вписывалась в акме-адамистические рамки А. Ахматова, лирика которой представляла собой «сплошное горе, покаяние и муку» (Б. Садовской), печальную «песню последней встречи» (В. Львов-Рогачев-

ский. «Современник»), пронизанную острой, резкой и неразрешимой тоской, немного любующейся собой, но неминуемо кончающейся смертью (И. Игнатов).

Однако, по оценке И. Игнатова, не было «мужественно твердого и ясного взгляда на жизнь» и в стихах М. Зенкевича и В. Нарбута. У М. Зенкевича, апологета крайнего материализма, в сборнике «Дикая порфира» взор скорее был направлен «на прошедшую безжизненность и будущую смерть», потому что он, уничтожая дух и обесславливая человека, наказывал ему учиться у «последней слизкой <так!> твари» и заставлял как обыкновенный продукт эволюции материи, как «немощую песчинку в беспредельном круговороте» смиряться перед живой и неживой природой (И. Игнатов). А в книге В. Нарбута «Аллилуйя», в которой «реальнейше изображались реальнейшие предметы», высвечивались «неприятно поражающие» стороны «житейского существования» (И. Игнатов).

Вопреки предупреждению С. Городецкого в статье «Некоторые течения в современной русской поэзии» о неправомерности причисления акмеистов к стану реалистов, многие увидели в адептах новой школы именно реалистов и даже натуралистов. Но так же, как И. Игнатову, грубый реализм или натурализм М. Зенкевича не импонировал В. Брюсову, А. Долинину и В. Ховину; Львова-Рогачевского отталкивал «нарочито грубый» «ультра-натурализм», а Ховина – реализм «скверного тона» В. Нарбута, считавшего, напомним, лишь себя и М. Зенкевича подлинными акмеистами<sup>15</sup> и впоследствии пытавшегося на основе акмеизма создать свое радикальное направление. Львов-Рогачевский в силу своих марксистских воззрений стыдил всех акмеистов за «грубый эмпиризм», за то, что они не зажглись «великой любовью к народу, человеку» и не стали поэтами-трибунами и борцами за демократию, а превратились в «опустошенных» «рабов вещей», «фетишистов», «преклонившихся перед горшком».

Поначалу, правда, член РСДРП Львов-Рогачевский приветствовал акмеистов, приняв их

за провозвестников нового реализма, собирающихся серьезно изучать действительность, жизнь народа и описывать его переживания («День»). Однако после выступления молодых поэтов во «Всероссийском Литературном обществе» 15 февраля 1913 г., критик выяснил для себя окончательно, что акмеизм – это всего лишь давно забытый и совершенно не присущий русской литературе «безыдейный» западноевропейский натурализм.

Как «наивный реализм», имевший успех лет 50 назад, раньше всех трактовал новое течение В. Брюсов, отклонявший «ничего не значащую «отговорку» Городецкого о некоем, отличающем акмеиста от реалиста «химическом синтезе, сплавляющем явление с поэтом». По Брюсову, ни один поэт и не смог бы «представить никакое явление иначе, как «сплавленное» с собой. Это зависит уже не от школы, а от той старой истины, что «мир есть мое представление». Но тогда каким образом, спрашивал Брюсов, а за ним и С. Парнок, «проповедь такого субъективизма в поэзии» увязывается у Городецкого с его положением, что у акмеистов «роза опять стала хороша сама по себе», то есть выходит независимо от «сплавляющего» «химического синтеза». Да и не лучше ли в таком случае, язвительно добавлял Брюсов, получать удовольствие от лицезрения живой розы, чем сочинять о ней стихи?

Некоторые критики (А. Дейч, В. Жирмунский, И. Игнатов, М. Миклашевский, А. Долинин и В. Шершеневич) находили у акмеистов только тенденцию к реализму, чаще называя его неореализмом, который по-разному интерпретировали. По мнению В. Жирмунского, разумевшего под художественным реализмом «точную, мало искаженную субъективным душевным и эстетическим опытом передачу раздельных и отчетливых впечатлений», акмеисты так и не смогли стать объективными реалистами из-за вошедшей в их восприятие жизни символистской «индивидуалистической искусственности», из-за того, что они были заражены «различными видами декадентского эстетизма и аморализма».

Декадентами сезона 1912-1913 гг. величали акмеистов Д. Философов, В. Львов-Рогачевский и В. Ховин. Первый угадывал их родство в общем методе – субъективизме, которым акмеисты с успехом пользовались, только предпочитая вместо углубления в сферы «субъективного психологизма и физиологизма» (как это делали «утонченные» декаденты-«сенсуалисты») делиться своими «субъективными впечатлениями от внешних предметов».

Наверное, один И. Эренбург четко заявлял, что акмеисты – и не реалисты старого образца, и не «внежизненные» символисты; они искренни, просты и наблюдательны, между ними и запечатленной ими действительностью «тянутся крепкие нити», – а все это нечто новое, чему нет еще «истинного и глубокого названия».

В ряду прочих зафиксированных критиками в акмеистической теории несообразностей и промахов стоял гумилевский императив «ежечасно угадывать то, чем будет следующий час для нас, для нашего дела, для всего мира, и торопить его приближение». По этому поводу В. Брюсову и вместе с ним опять-таки С. Парнок, приходилось задавать акмеистам вопросы: «как можно такое угадывание возводить в правило <...> и требовать, чтобы все приверженцы акмеизма были непременно пророками» (В. Брюсов); продумана ли сама «система обучения пророческому искусству» и не собираются ли организаторы «Цеха поэтов» образовать «Цех пророков»? – последним уже не без ехидства интересовалась С. Парнок. В. Брюсов растолковывал акмеистам, что лишь великие художники в своих высших произведениях «предвосхищали» будущее, но в силу того, что «переживали» его «как свое настоящее», а не старались заглянуть в него.

Еще один девиз, только теперь из статьи С. Городецкого, – «брать в искусство те мгновения, которые могут быть вечными» – расценивался как нелогичный, потому что, во-первых, «прозревать вечность в чередующихся фактах здешнего мира – значит, отыскивать в них некоторые элементы того безусловного, к чему так жадно тянулись символисты» (П. Пиш), и, во-вторых, в этой же статье несколькими строчками ранее, подмечал А. Дейч, фигурировала фраза, что Адам «не в чарах вечности».

Единственно, что в акмеизме было удостоечно поощрения главного оппонента – Брюсова, так это «намек» на плодотворную идею – предложение Городецкого «назвать имена мира». Действительно, «творчество истинного поэта, который сумел бы освободиться от всего, сделанного в искусстве до него, сумел бы стать «новым Адамом», могло бы быть значительным», – констатировал В. Брюсов. Но здесь необходимо подчеркнуть, что мысль эта не просто пришла ему по душе – по большому счету она была его собственной. Еще в 1906 г. в статье «Карл V. Диалог о реализме в искусстве» он говорил, что «задача искусства – искать настоящие имена для предметов и явлений мира»<sup>16</sup>. Тем не менее мэтр не стал оспаривать свои права, он только предупредил акмеистов, что осуществление столь сложной задачи сопряжено с большими трудностями. Сезанн и Гоген, например, для этого «ушли от людей, уединились в пустыне» на несколько десятилетий, «обрели непосредственный взгляд на мир ценой долгих усилий, тяжелого искусства». В том же, что «новые Адамы» готовы повторить их подвиг, Брюсов сильно сомневался. Таким образом, уже ранние дискуссии об акмеизме вызывали большой интерес у известных литераторов к новому течению.

\* \* \*

<sup>1</sup> Гумилев Н. Наследие символизма и акмеизм / Гумилев Н. Соч.: В 3 т. М., 1991. Т. 3. С. 16-20; Городецкий С. Некоторые течения в современной русской поэзии // Аполлон. 1913. № 1. Далее эти статьи, равно как и все другие, упомянутые в данной библиографии, будут цитироваться без сносок.

- <sup>2</sup> Жирмунский В. Преодолевшие символизм // Русская мысль. 1916. № 12. Отд. II. С. 25-56. (См. также: Жирмунский В. Теория литературы. Поэтика. Стилистика. Л., 1977.)
- <sup>3</sup> Философов Д. Акмеисты и М.П. Неведомский // Речь. 1913. 17 февраля. (№ 47)
- <sup>4</sup> Игнатов И. Литературные отклики (Новые поэты. «Акмеизм», «адамизм», «эгофутуризм») // Русские ведомости. 1913. 4 апреля. № 78; 6 апреля. № 80
- <sup>5</sup> Шершеневич В. Футуризм без маски. Компилятивная интродукция. М., 1913
- <sup>6</sup> Садовской Б. Конец акмеизма // Современник. 1914. № 13-15 (август)
- <sup>7</sup> Дмитриевич С. Бессилие современной критики // Хмель. 1913. № 7-9
- <sup>8</sup> О влиянии поэтики В. Брюсова на творчество отдельных акмеистов и их программу в целом см.: Лекманов О.А. Книга об акмеизме и другие работы. Томск, 2000. С. 96-101
- <sup>9</sup> Брюсов В. Среди стихов 1894-1924. М., 1990. С. 319
- <sup>10</sup> Б.п. // Бюллетени литературы и жизни. 1913. № 17 (май). С. 778
- <sup>11</sup> Гумилев Н. Письма о русской поэзии // Сочинения: В 3 т. М., 1991. Т. 3. С. 117
- <sup>12</sup> Б.п. Смесь // Аполлон. 1913. № 1. С. 70-71
- <sup>13</sup> С.И. Символизм и акмеизм // День. 1912. 23 декабря. (№ 82)
- <sup>14</sup> Оксенов И. «Взыскательный художник». (О творчестве современном и грядущем) // Новый журнал для всех. 1915. № 10
- <sup>15</sup> Письмо В.Нарбута М.Зенкевичу от 7 июня 1913 г. // Гумилев Н. Сочинения: В 3 т. М., 1991. Т. 3. С. 280
- <sup>16</sup> Брюсов В. Карл V. Диалог о реализме в искусстве // Брюсов В. Среди стихов 1894-1924. М., 1990. С. 189.



# **ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

---

**74 • Кальмар, Фойо  
и ветряные мельницы**

# Кальмар, Фойо и ветряные мельницы

(из наблюдений стажера)

Ольга Устимова

*Olga Ustimova*

*Kalmar, Fojo and Wind-Driven Mills*

*Faculty of Journalism, Moscow State University, for several years has been collaborating with the Institute of Advanced Training for Journalists Fojo (Kalmar, Sweden). Among the forms of collaboration is the organization of trainings for teachers and professors. One of the participants of the project shares her impressions about the visiting "Trainings for the teachers of journalism".*

*Key words: Kalmar, Fojo, advanced training, teaching, methods of work.*

*Факультет журналистики МГУ уже несколько лет плодотворно сотрудничает с Институтом повышения квалификации журналистов Фойо (Fojo) (Кальмар, Швеция). Среди форм сотрудничества – организация тренингов для преподавателей. Своими наблюдениями о поездке в Швецию на «Тренинг преподавателей журналистики» делится одна из участниц проекта.*

*Ключевые слова: Кальмар, Фойо, повышение квалификации, тренинг, обучение, методы работы.*

В числе сувениров, привезенных мной из командировки в Швецию, был крохотный макет ветряной мельницы. Он напоминает не только о месте пребывания – этими деревянными памятниками богат второй по величине шведский остров Эланд, расположенный рядом с городом Кальмар. Это символ основного лейтмотива стажировки группы преподавателей факультета журналистики МГУ, изучавших новые методики преподавания журналистики: «Когда дуют ветры перемен, кто-то строит укрытия, а кто-то – ветряные мельницы». Символично также, что с этой островной юго-восточной части Швеции через Балтийское море открывается самый краткий путь в Россию, и на этом месте шведы любезно предоставили нам возможность побывать и помахать рукой скрывающемуся за линией горизонта Питеру.

## Швеция, Кальмар

Местные жители скромно называют Кальмар с населением около 60 тысяч человек «небольшим региональным городом». Все атрибуты провинциального городка имеются: тишина, уют, спокойствие, белки и зайцы. Кальмарчане передвигаются на автомобилях и велосипедах. Пешеход в городе, за исключением центральной его части, – довольно редкое явление. Как-то я долго блуждала по городу, пока не встретила первых прохожих – молодую пару с коляской. Это был первый шведский малыш,

Ольга Устимова – кандидат филологических наук, преподаватель кафедры социологии факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова

которого я увидела, о чем в восхищении и со-общила родителям. Они же с гордостью ответили, что в этом году в Кальмаре – бум рождаемости, и они уже сороковая пара, у которой появился ребенок.

В Кальмаре новое соседствует со старым. Город был выстроен вокруг замка, насчитывающего 800-летнюю историю. В наши дни он используется не только как музей. Здесь есть специальная комната для проведения различных торжеств и конференций. И такое сочетание – типично для шведов. Во время экскурсии на острове Эланд мы стали свидетелями свадьбы в старинном замке «Боргольмский слот».

Жители Кальмара законопослушны, как и все шведы. Пешеходные дорожки разделены полосой на две части для пешеходов и для велосипедистов. Правила не нарушаются обеими сторонами даже в том случае, если соседняя полоса пуста. На улицах – идеальная чистота. На сочных зеленых газонах можно полежать, например, в ожидании автобуса.

Активный досуг – идеал современного шведского общества. На побережье люди всех возрастов занимаются бегом, ездой на велосипеде, играют в футбол.

От Кальмара прямо по морю простирается пятикилометровый мост, связующий материк с островом Эланд – излюбленным местом отдыха всех шведов. Проехать по этому волнообразному мосту – несказанное удовольствие. Под тобой – море, по обеим сторонам – маленькие островки, впереди – то исчезает, то снова открывается взору далекая полоска суши. Природа острова уникальна. Здесь находится известный в стране ботанический сад, где можно попробовать и купить любую пряность. Орнитологическая станция, расположенная на юге острова – важный научный объект. Местный музей орнитологии посещается туристами со всего мира, а в соседнем кафе можно не только пообедать, но и понаблюдать в телескоп за качающимися на морских волнах птицами. Рядом возвышается маяк, с которого любой, сумевший подняться, желающий может отслеживать миграцию птиц.

Шведы – народ трудолюбивый и упорный. На острове, плодородный слой которого составляет всего лишь пять сантиметров, им удалось наладить возделывание сельскохозяйственных культур, в том числе и отборного картофеля.

Демократические традиции особенно наглядно проявляются в этой части Швеции в том, что замок, в котором находится летняя резиденция короля, открыт для посещения туристов, а его автомобилю, также, как и машинам обычных граждан, часто приходится пробиваться через стада разгуливающих по всему острову коров и овец.

### **Фойо – Институт повышения квалификации журналистов**

Институт повышения квалификации журналистов Фойо – единственное в Швеции учебное заведение по совершенствованию и переподготовке профессиональных журналистов разных стран. Он был основан в 1972 г. и с 1978 г. входит в образовательную систему Кальмарского университета, известного по всей стране. Занятий в институте Фойо финансируется из государственного бюджета. Руководящим органом управления является расширенный совет, состоящий из представителей СМИ, общественности, лекторов, преподавателей и работников Института. Занятия проходят в форме лекций и мини-семинаров. Диапазон тем достаточно широк: редактирование, верстка, современный газетный дизайн, поиск информации, техника интервью, информационный и газетный менеджмент, журналистика и демократия, сетевая журналистика, расследовательская журналистика, экологическая журналистика, экономический, политический и социальный репортаж. Теоретические занятия совмещаются с практическими тренингами, экспериментальной работой и дискуссиями.

Практически каждый шведский журналист имеет возможность пройти обучение на курсах, продолжительность которых составляет от 2 дней до 3 недель. Сведения об учебных программах содержатся на сайте и в буклете о деятельности Института. Кроме того, информация об органи-

зующихся занятиях распространяется по всем шведским СМИ. К преподаванию привлекаются лучшие журналистские кадры и профессора журналистики из различных вузов страны. Программы семинаров разрабатываются в Фойо с особой тщательностью. Есть специальная творческая группа, которая занимается мониторингом деятельности СМИ, социальным анализом и учетом потребностей и пожеланий будущих слушателей. В Фойо ежегодно обучаются около 700 шведских журналистов.

Десять лет назад Институт Фойо начал проводить семинары и тренинги для журналистов и преподавателей журналистики Центральной и Восточной Европы, а также стран СНГ. Размах деятельности впечатляет: более 2 тысяч журналистов из 24 стран СНГ и Восточной Европы приняли участие в учебных программах Института.

### **Знакомство, некоторые черты шведского характера**

Заботу и внимание по отношению к себе преподаватели факультета журналистики МГУ стали ощущать еще до прибытия в Швецию, общаясь виртуально. Шведы не только выясняли наши профессиональные интересы и знакомили нас с программой семинара, но и советовали прихватить с собой «теплые вещи и зонтик», а также учесть, что в Швеции «очень дорогие спиртные напитки». Как указывалось в информационных бюллетенях о Швеции, заботливо разложенных в наших номерах, «каждый уважающий себя швед планирует все мероприятия и расходы заранее. Любовь к порядку и планированию – важная черта шведского характера, помогающая шведам максимально эффективно организовать свою деятельность».

Встретившие нас в аэропорту руководители семинара – профессора журналистики Клас Тур и Бритт-Мари Цитрон – долго извинялись за свое пятиминутное опоздание. Шведы – народ заразительно пунктуальный. Примечательно, что, подвергнувшись воздействию некоторых шведских методик, включающих, например, перевод стрелок часов в аудитории

на несколько минут вперед, преподаватели и журналисты из России сами стали с удивлением замечать за собой непривычную точность и организованность. Соблюдение регламента и формата – одна из важнейших заповедей современной журналистики.

Знакомству как необходимому элементу начала занятий, закладываемому эффективную основу для всего курса обучения, уделялось достаточно много внимания. Шведы настоятельно просили каждого привезти с собой для занятий небольшой личный предмет, с помощью которого он сможет представить себя другим. Фото, книга, закладка, ежик, гороскоп, солдатик – вот небольшой перечень вещей, превративших процесс знакомства в интереснейшее путешествие, открывшее по-новому, казалось, известных ранее коллег. Нам казалось, что мы знакомимся со шведами, а они наблюдали, как мы общаемся между собой. Профессор Клас Тур постоянно следил за психологическим состоянием группы и стимулировал всякие формы внутригрупповой интерактивности, задавая вопросы о том, например, почему участники семинара не меняются местами во время занятий, в экскурсионном автобусе и т.п. На поддержание контакта друг с другом были направлены даже условия «хозяйствования» на общей кухне и обязательный прощальный ужин, который должен был быть приготовлен совместно всеми участниками программы.

### **Программа семинара, непрерывность обучения**

Процесс обучения и общения не прерывался ни на минуту. Наши преподаватели жили в соседних с нами номерах общежития, находящегося в здании самого Института. Мы вместе гуляли по городу, ездили на экскурсии, ходили в рестораны и, конечно же, «дискутировали» на занятиях. Занятия проходили в интенсивной форме с 9 утра до 5 вечера. Однако нельзя сказать, что мы чувствовали какую-то усталость или напряжение. Объяснение тому – четко составленная и продуманная до мелочей программа занятий.

Формы досуга были тоже запланированы: первый ужин в ресторане закладывал основу знакомства, второй вечер требовал уединения, третий должен был располагать к неформальным беседам при свечах, в том числе и о журналистике, а к совместным танцам мы могли быть готовы только на пятый вечер.

Программа обучения максимально учитывала психологические закономерности как логики изложения информации, так и процесса ее восприятия. Комбинация аудиторных часов с внеаудиторными мероприятиями имела четко заданную направленность: форма обучения должна быть максимально связана с темой семинара. Программа каждого дня имела свое название. Педагогическая тематика в рамках «Дня учителя» дополнялась посещением университетской библиотеки. Разговор о журналистском образовании в Швеции под названием «День практического обучения» получил свое конкретное продолжение в визите на факультет журналистики Кальмарского университета. Теоретическое знакомство со шведской прессой в «Дни новостей» завершилось экскурсией в редакцию региональной газеты и регионального телевидения города Векше. Наконец, «День новых возможностей» показал, как можно сочетать разноплановые академические и досуговые запросы слушателей, объединив анализ журнальной периодики Швеции с посещением старинной прачечной.

Опыт профессора Класа Тура свидетельствует о том, что необходимо постоянно «держат руку на пульсе» и быть готовыми к любым изменениям в программах. И, оказывается, в практике Фойо случаются, порой, курьезные отступления от ранее намеченных планов. В качестве примера нам роздали программу пятидневного семинара для практикующих журналистов по технике интервью, которая удивительным образом не смогла быть реализована в первоначальном своем варианте. В первый же день не приехал репортер – один из известных специалистов в жанре интервью. Однако у слушателей было столько вопросов и собственных наболевших проблем в этом жанре, что, обме-

нявшись личным опытом, они получили гораздо больше полезной информации, чем могли бы получить от одного выступающего. На другой же день, наоборот, приехавший лектор затянул лекцию по своей инициативе на шесть часов. И это не только утомило слушателей. По этой причине не успели договориться с известными жителями Кальмара об интервью на следующий день. Надо сказать, что преподаватель, в свою очередь, не подстраховался и не составил список знаменитостей заранее. В результате пришлось отправить слушателей на центральную площадь, украшенную к Рождеству, и предложить взять интервью у 20-метровой елки. Полученные интервью были столь неожиданные и красочные, что во второй половине дня с успехом прошел анализ искусства интервьюирования.

«Нет худа без добра» – можно было бы назвать этот экспромт, внесший свою лепту в преподавательскую мастерскую идей и опыта.

### Методика, инновации

Во время размышлений о новых методиках, которым нас обучали в Швеции, мне попался материал в «Новых Известиях» о шведском педагогическом эксперименте, который длится уже 25 лет. Описывая маленькую школу в местечке Крусбода, журналист пишет о том, что его «удивило отсутствие парт в их классическом виде. Две конторки-половинки легко складываются в письменный стол, но сидеть за ним вовсе не обязательно – можно и на полу, на диване, в креслах, у компьютера...». Повезло чем-то знакомым – ощущением единого подхода, направленного на демократизацию способов обучения. И как отрадно, что нам представилась возможность познакомиться с инновационными методиками именно в той стране, которая практикует и совершенствует их уже четверть века.

Мы изучали методы организации занятий и установления контакта друг с другом, методы работы в области журналистской этики, методы преподавания жанров, методы группового решения проблемы...

Обучаясь активизации студентов, мы были активизированы на занятиях сами. Снова почувствовав себя студентами, преподаватели факультета журналистики испытали на себе воздействие тех методик, которые им предлагалось в будущем применить в своей работе.

Утро начиналось с упражнения «слово», когда каждый из нас наглядно, используя любые возможности, которыми располагала аудитория, объяснял какой-либо журналистский термин. Аудиторные аксессуары доступны и универсальны: коробки с периодическими изданиями, канцелярские товары, веревки с прищепками.

Каждая тема разбивалась на несколько блоков, в зависимости от возможных форм ее подачи. Например, для установления первоначального контакта в группе предлагалось несколько вариантов: интервью, блиц-опрос, иллюстрированный (в трех-пяти картинках) рассказ о себе и т.д. Тренироваться в жанре «портрет» мы стали с упражнения на создание образа, когда все участники, получив кусочки ткани, мяли и щупали их в руках с закрытыми глазами, пытаясь с помощью тактильных ощущений вызвать в памяти соответствующие образы. Внимание к деталям, окружающим каждого человека, и выход через них на неожиданные портретные коллизии были продемонстрированы «фокусом с часами»: начав с обыгрывания металла, из которого были сделаны часы одной из участниц семинара, перешли на ее золотые серьги, которые, как выяснилось, хранили историю трех поколений. Затем нам предложили выбрать по одной из портретных журнальных фотографий, лежащих прямо на полу, и попробовать описать внутреннюю и внешнюю атмосферу, которую излучает изображенный на ней человек.

Вообще, на благо занятий «работало» почти все пространство аудитории. Наверно, если бы потолок был низким, и его бы задействовали. Вспомогательные наглядные материалы в виде газет, журналов, иллюстраций, текстов заданий, необходимых для выполнения упражнений, и полученные результаты размещались

на стенах, веревках, в коробках, на полу. Приходилось время от времени менять свое положение в пространстве. Кроме того, мобильными были и столы, которые мы то расставляли полукругом, то помещали один напротив другого, а то и вовсе отодвигали к стене как ненужные на данный момент.

Экспериментируя с методами работы в области журналистской этики, мы были свидетелями того, как клеящейся лентой по полу была обозначена «этическая граница». Того, кто считал, что он когда-либо нарушал этические нормы, попросили стать по одну сторону черты, того же, кто полагал, что подобного не делал – по другую. Большинство задумалось и... расположило себя в центре, прямо на линии. Обширная пища для рассуждений. Но нам было некогда, и мы двинулись дальше. Вернее, пририсовали к этой линии деления и превратили ее в «этический градусник». Каждый стал на той отметке, которой он оценил положение с соблюдением этических норм российскими журналистами. Разброс градаций был не слишком велик и, в среднем, приближался к нулю. Далее линия преобразовалась в квадрат, и, поместив в него добровольца, который при этом должен был ощутить некую скованность в движениях, участники эксперимента расспрашивали его о тех силах, которые ограничивают его этическую свободу.

«Ролевые игры» применялись даже при обсуждении, казалось бы, таких теоретических проблем, как тенденции развития современной журналистики. Используя методику «*Action-learning*» – совместного решения проблемы и профессионального развития, профессор Клас Тур разделил участников на подгруппы и предложил обсудить основные направления развития разных каналов СМИ. Разный опыт слушателей высветил разные грани проблемы, а совместная презентация результатов в виде, например, телевизионного шоу или заседания Ученого Совета способствовала лучшему запоминанию информации.

Наш курс открывался составлением списка опасений и ожиданий. К концу первой не-

дели все страхи исчезли, и почти все запросы были удовлетворены. Остались сомнения лишь в возможностях применения некоторых инновационных методик в своей работе в техническом и тематическом смысле. Завершалась программа оценкой семинара в целом с указанием основных идей, которые были получены в процессе курса для дальнейшей деятельности. Среди главных достоинств курса нами отмечались уникальные игровые методики, направленные на активизацию студентов, творческое использование наглядного материала, реорганизация учебного пространства, объемное видение преподавателя и сокращение дистанции между ним и студентами, создание атмосферы совместной заинтересованности в достижении позитивного результата, развитие у обучаемых навыков практической работы и умения самостоятельно мыслить.

### **Первые итоги, начало пути**

Расставаться всегда тяжело. Особенно, когда совместная работа – продуктивная и полезная, а велосипеды, сауна и кофейный агрегат – бесплатные и доступные. Однако утешает то, что за этапом обретения знаний непременно следует этап реализации их на практике. Опробованные на практике, новые методики скоро смогут стать предметом отдельного, детального анализа исследователей.

Доклад преподавателей, побывавших в Швеции, о некоторых новых методиках преподавания, который состоялся на Международной конференции «Журналистика в XXI веке», проведенной факультетом журналистики МГУ, вызвал интерес у деканов факультетов журналистики разных университетов. Выступления тех же преподавателей на Международном российско-шведском форуме в рамках сотрудничества в области высшего образования о важности методической подготовки преподавателей журналистики были отмечены представителями обеих сторон. Профессора американской

Школы журналистики Университета Колумбия-Миссури, с которой факультет журналистики МГУ заключил проект сотрудничества, заинтересованные в распространении метода активного обучения студентов в России, нашли много полезного в методических идеях шведов.

Похоже, что ветры перемен раскручивают мельницы.

А вот и первые зерна. Из письменных работ студентов, испытавших на себе некоторые новые методики преподавания:

– Методика интересна и необычна для академического образования, где способы обучения довольно консервативны. На таких занятиях нужно думать, а не просто выдавать выученную наизусть информацию. Вы позволяете студентам на равных вступать в диалог с преподавателем. Так больше узнаешь, легче запоминаешь и глубже понимаешь.

– Методика выгодно отличалась тем, что происходил постоянный контакт и взаимодействие преподавателя со студентами. Обычно преподаватели проводят дистанцию между собой и студентами. Здесь же обучение происходило в форме диалога. Коллективная работа и дух соревнований пробудили даже самых ленивых из нас. Это было очень неожиданно. Возникает вопрос: Почему так мало занятий?

– Благодаря этой методике я обрела уверенность в своих силах. Открытый обмен мнениями с друзьями, педагогом, когда ты чувствуешь себя наравне – это наилучшая форма обучения. Признания коллег или же их замечания оказывают неоценимую услугу для развития творческой личности. Я научилась не бояться быть самой собой и отстаивать собственные решения.

– Вообще говорить о какой-либо методике можно только в случае данных занятий. Вы сумели вовлечь всех студентов, дали возможность каждому активно проявить свою оригинальность и творческую индивидуальность. Наверно, по-другому изучить журналистику и нельзя.