

ЗАКЛЮЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТА

г. Алматы

19 декабря 2014 г.

Специалист – президент общественного фонда защиты свободы слова «Адил соз» Калеева Тамара Мисхадовна, специальность «журналист», стаж работы по специальности 25 лет, опыт исследовательской работы 12 лет - по просьбе и.о. главного редактора журнала «ADAM bol» Г.Х. Ергалиевой провела исследование публикации Мираса Нурмуханбутова «Наши на чужой войне» с целью разьяснения на основе специальных профессиональных знаний следующих вопросов:

1. Каковы жанровые особенности материала «Наши на чужой войне», опубликованного в журнале «ADAMbol» в №31 от 29.08.14.?
2. Содержатся ли в тексте названной публикации признаки пропаганды войны?

По сути заданных вопросов разьясняю:

1. По композиционному построению данная публикация является интервью, то есть жанром публицистики, представляющим собой разговор журналиста с социально значимой личностью по актуальным вопросам. Сведения, которые получены в итоге интервью, могут быть предназначены как для удовлетворения любопытства, так и ради профессиональных, личных или корпоративных целей. В интервью участвуют два собеседника: интервьюер (журналист) и интервьюируемый. Они обмениваются информацией для того, чтобы насытить аудиторию, которая является третьим участником коммуникации.

Согласно традиционной профессиональной классификации, интервью относится к категории информационных журналистских жанров. Однако изменения в общественной жизни повлекли и трансформацию журналистских жанров. Так, авторы «Основ творческой деятельности журналиста» выделяют, в отличие от традиционных жанровых классификаций, каковыми являются статья, репортаж, интервью, очерк и т.д., пять групп текстов: оперативно-новостные, оперативно-исследовательские, исследовательско-новостные, исследовательские и исследовательско-образные, и место интервью определяют в группе оперативно-исследовательских текстов.

В зависимости от цели в последнее время чаще всего используется такая классификация: информационное, оперативное интервью, интервью-расследование иначе еще называемое аналитическим интервью, интервью-

портрет, беседа, флеш-интервью. Другие исследователи классифицируют информацию по признаку предмета разговора и выделяют следующие виды интервью:

1. информативные (главный предмет беседы – новые факты, при этом интерес к личности собеседника предельно ослаблен);

2. экспертные (ценность – в точности формулировок, мнение авторитетного человека – самое важное);

3. проблемные (главный предмет обсуждения – мнения и сопоставление источников мнений);

4. интервью-знакомства, делящиеся, в свою очередь, на портретные, разоблачающие (с «антигероем») и «звездные» интервью, в которых темой публикации является личность собеседника.

Есть и классификации интервью по форме. Одна из традиционных классификаций по форме дана в «Справочнике журналиста» Н.Г. Богданова и Б.А. Вяземского: интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное интервью, интервью-зарисовка и анкета.

Можно сказать в целом, что развитие жанра интервью привело к появлению различных типов, отраженных в разнообразных классификациях.

Исходя из конечной цели нашего исследования, возьмем за основу классификацию по признаку цели и предмета интервью. По параметрам этих классификаций публикацию «Наши на чужой войне» можно отнести к жанру аналитического, или проблемного, интервью.

По признаку предмета анализируемое интервью является проблемным, так как интервьюируемые – не должностные лица и не общественные деятели. Айдос Садыков и Дмитрий Ищук – частные лица, совершившие нетрадиционный поступок, и в качестве таковых стали объектом внимания журналиста. Исходя из личности интервьюируемых, можно утверждать, что побудительным мотивом для журналиста стали именно их действия и намерения, из чего следует и тема интервью – объяснение мотивации их поступков конкретных личностей в общественно значимый момент истории. А. Садыков и Д. Ищук как источники информации, будучи частными физическими лицами, выражают свое личное субъективное мнение в оценке событий и окружающей действительности.

2. Для того, чтобы установить, наличествуют ли в тексте «Наши на чужой войне» признаки пропаганды войны, следует определиться с исходными терминами.

Начнем с напоминания знаменитой песни, созданной в начале Великой отечественной войны – «идет война народная, священная война». Очевидно, войны бывают разные, и в юридической литературе это определено

однозначно. Есть войны освободительные и есть захватнические, агрессивные. Пункт 4 статьи 13 закона Республики Казахстан «О средствах массовой информации» не содержит этих нюансов, там говорится в целом о том, что пропаганда войны является основанием для закрытия средства массовой информации. Безусловно, это не значит, что запрету подлежит пропаганда любой войны, например, Великой Отечественной, к 70-летию которой сейчас готовятся многие прогрессивные страны, в том числе и Казахстан.

Уточнение, что преступлением является пропаганда именно агрессивной войны, четко раскрыто в статье 157 действующего Уголовного кодекса РК и без изменений вошло в статью 161 Уголовного кодекса, который начнет действовать уже совсем скоро, с 1 января 2015 года. Эта статья называется «Пропаганда или публичные призывы к развязыванию агрессивной войны».

Пропаганда агрессивной войны запрещена еще Резолюцией Генеральной ассамблеи ООН 14 декабря 1947 года. Согласно ст. 1 Приложения к названной Резолюции, агрессией является применение вооруженной силы [государством](#) против [суверенитета](#), территориальной неприкосновенности или политической независимости другого государства.

Существует множество определений того, что же такое пропаганда. Нейтральное определение: «Пропаганда - распространение политических, философских, научных, художественных и других идей в обществе; в более узком смысле - политическая или идеологическая пропаганда с целью формирования у широких масс населения определенных взглядов.

Пропаганда как самостоятельная часть системы политических коммуникаций состоит из трех составляющих: реклама и агитация, пиар (Паблик Рилейшнз, общественные отношения) и собственно пропаганда. Политическая пропаганда занимается работой с массовым сознанием или с сознанием определенной аудитории с целью популяризации идеалов, целей, желаний. Методы воздействия на массовое сознание во всех трех случаях не отличаются, но очень существенно отличаются цели и стратегии их достижения.

Пропаганда предполагает целенаправленное убеждение адресата в необходимости принятия определённых взглядов, обоснование или аргументацию их правильности, целесообразности. Для этого могут быть задействованы богатые ресурсы языка. Авторы на формальном уровне используют структуру текста, шрифтовые выделения и др., а на содержательном уровне – риторические приёмы, в частности, они могут обращаться к статистическим данным, авторитетным источникам и др. Американский институт анализа пропаганды выделяет семь типичных

пропагандистских приемов (*propaganda devices*): «навешивание ярлыков» (*name calling*); «сияющие обобщения» или «блистательная неопределенность» (*glittering generality*); «перенос» (*transfer*); «ссылка на авторитеты» (*testimonial*); «свои ребята», или «игра в простонародность» (*plain folks*); «перетасовка карт» (*card stacking*); «общий вагон», или «фургон с оркестром» (*band wagon*).

Достоверным источником, которого следует придерживаться в определении понятия «пропаганда войны», может служить официальный комментарий действующего Уголовного кодекса под редакцией профессора, доктора юридических наук, нынешнего председателя Конституционного совета Казахстана Игоря Рогова. Согласно этому комментарию, «пропаганда войны - это распространение среди определенного круга лиц взглядов и идей, направленных на разжигание войны. Она может быть в виде открытого или замаскированного призыва к развязыванию мировой войны, войны против какого-либо государства или группы государств. Пропаганда может заключаться и в общем призыве к оправданию войны как метода решения международных споров и разногласий. Призыв, в свою очередь, определяется как «лозунг, обращение, в лаконичной форме выражающее руководящую идею, политическое требование».

Исходя из названных критериев и признаков пропаганды войны, следует констатировать, что в публикации «Наши на чужой войне» отсутствует какая-либо фраза, абзац, какая-либо конструктивная часть предложения, одобряющая, прямо или опосредованно, «применение вооруженной силы государством против суверенитета, территориальной неприкосновенности или политической независимости другого государства», отсутствуют призывы к развязыванию войны, оправдание войны против какого-либо государства, вообще призывы как таковые.

В уже названном официальном комментарии к Уголовному кодексу РК уточняется: «Субъективная сторона преступления характеризуется прямым умыслом. Виновный сознает общественно опасный характер пропаганды и публичных призывов к развязыванию агрессивной войны, и желает совершить эти действия». Исходя из текста публикации, высказываний интервьюера и интервьюируемых, следует констатировать, что преступный умысел в их словах отсутствует. Их личные побудительные причины - сугубо субъективного свойства и исключительно позитивного плана: желание помочь, эмоциональное возбуждение от осознания своей причастности к трудному, но благородному делу, каким они его субъективно воспринимают.

Так как одним из критериев пропаганды является системность усилий, был проведен тематический анализ публикаций журнала «ADAM bol» с

начала 2014 года. На основании его можно утверждать, что системность в аналитических публикациях о событиях на Украине отсутствует.

В контексте общественно-политической жизни страны следует отметить, что публикация «Наши на чужой войне» соответствует выполнению задач государственной программы «Информационный Казахстан - 2020», утвержденной Указом Президента Республики Казахстан 8 января 2013 года. В этой программе, в частности, говорится: «Отечественные СМИ функционируют в открытом информационном пространстве, где вынуждены бороться за внимание аудитории с зарубежными СМИ. Казахстан осознанно отказался от использования мер, направленных на административное ограничение распространения иностранной медиа-продукции. Для достижения успеха в этой конкурентной борьбе Казахстаном выбран путь планомерного развития собственного медиа-рынка... Доверие аудитории в современном информационном мире является наиболее востребованным качеством печатных и электронных СМИ, интернет-ресурсов».

Следует также учесть, насколько остро стоит сейчас вопрос об информационной независимости Казахстана, в первую очередь, от воздействия российских телекомпаний, активно занимающихся пропагандой своих действий и позиций в отношении Украины. В контексте этой проблемы публикация «Наши на чужой войне» является реальной и успешной попыткой разнообразить источники информации и обеспечить плюрализм мнений, необходимый в прессе независимой демократической страны.

ВЫВОДЫ:

1. Материал «Наши на чужой войне», опубликованный в журнале «ADAM bol» в №31 от 29.08.14, написан в жанре интервью, в классификации по цели является аналитическим, по признаку предмета проблемным, по категории формы диалогом.

2. Признаки пропаганды агрессивной войны в исследуемом тексте отсутствуют.

Специалист

Т.М. Калеева

Использованная литература:

Лукина, М. "Технология интервью: учебное пособие". – М.: Аспект Пресс, 2003.

Богданов Н.Г., Вяземский Б.А. Справочник журналиста. Л., 1971.

Основы творческой деятельности журналиста. СПб, 2000.

Шостак М.И. Журналист и его произведение. М., 1998.

Бовин А. Профессия журналист, журнал «Журналист», 2001. №3

Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров. М., 1978.

Еремина Л.И. Диалогизация как способ построения публицистического текста. М., 1987.

Савчук С.О. Об эволюции в системе жанров современной русской газеты//Русский язык: исторические судьбы и современность. М., 2001.

Павел Данилин, «Политическая пропаганда: новые технологии», <http://evartist.narod.ru/text28/0001.htm>

Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН «Определение агрессии», http://ipolitics.ru/articles/database/global/pravoviiie_dokumentii/rezoliutsiia_genera_lnoij_assamblei_oon_%C2%ABopredelen.shtml.

В. Якунин, В. Багдасарян, Новые технологии борьбы с российской государственностью, <http://rusrand.ru/dev/novye-tehnologii-borby-s-rossijskoj-gosudarstvennostju>

Ванчугов В., Пропаганда войны сегодня, <http://terra-america.ru/mejdu-voennoi-propagandoi-i-propagandoi-voini.aspx>

Указ Президента Республики Казахстан от 8 января 2013 года № 464 «О Государственной программе «Информационный Казахстан - 2020», http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31324378#sdoc_params=text%3d%20%98%20%bd%20%84%20%be%20%80%20%bc%20%b0%20%86%20%b8%20%be%20%bd%20%bd%20%8b%20%b9%20%9a%20%b0%20%b7%20%b0%20%85%20%81%20%82%20%b0%20%bd-2020%26mode%3dindoc%26topic_id%3d31324378%26spos%3d1%26tSynonym%3d1%26tShort%3d1%26tSuffix%3d1&sdoc_pos=0