

Политика и новые институты коммуникации

УДК-32.019.5

СМИ И ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРРОРИЗМА

А.И. Завьялов¹

В статье рассматривается информационная модель терроризма и её отношение с новостными агентствами. Исследуется вопрос - почему главную роль в определении что такое «терроризм», а что «простое преступление» играют СМИ?

Ключевые слова: террор; терроризм; информационная политика; новостные агентства.

Исходя из нашего понимания терроризма как комбинации стратегий и жестокой тактики, при которой жертвы (т.е. обычные граждане) являются частью более широкой цели (например, правительство), простое убийство людей, или разрушение какого-либо объекта, не отвечает целям террористов. Для воздействия терроризма используется простая модель концентрических окружностей. В центре стоит ущерб - жертвы, физическое разрушение, вызванные самим террористическим актом. Это, естественно, важно; было бы неправильно умалять важность человеческих жертв и в меньшей степени материальных убытков. Но если не использовалось оружие массового уничтожения, ущерб может касаться и ограничиваться лишь теми людьми, которые отдали свои жизни и потеряли имущество и тех, кто напрямую с ними связан, как то: члены семей и владельцы имущества. Если террористы не преследовали цель убить конкретных людей или разрушить конкретный физический объект, успех террористического акта по существу будет очень ограниченным.

В своей оценке Аль-Каиды и других террористических организаций, Мануэль Кастельс, социолог, специализирующийся на средствах информации, отметил, что такие группы полагаются в своих действиях на две основные тактики: террор и информационную политику. В отношении второго он написал: "В конечном счете, акт нацелен на человеческие умы, на трансформацию сознания. Средства массовой информации, как местные, так и мировые, являются средством коммуникации, посредством которого формируется

¹ Завьялов Андрей Иванович – аспирант Научно-исследовательского центра изучения проблем национальной и международной безопасности Института международных отношений и мировой истории (ИМОМИ) Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. E-mail: aznn2007@ya.ru.
© Завьялов А.И., 2015

общественное сознание. Следовательно, акт должен быть ориентирован на средства информации, он должен быть зрелищным, давать хорошую картинку, чтобы весь мир мог его увидеть: как голливудский фильм, потому что именно на это натренировано человеческое сознание в наше время" [3, 139].

Наиболее известные (что, вероятно, значит и наиболее успешные) террористические группировки работают с информационной моделью, вышедшей далеко за рамки простого донесения сообщения до пассивной аудитории. Напротив, используемая террористическими организациями современная информационная модель нацелена на аудиторию, ориентирована на смысл, зависима от культуры и всегда включается в непрерывную нить повествования, являющегося частью социо-политического контекста, в котором эти самые организации действуют [4, 6].

Невозможно переоценить роль в этой модели общественных институтов, осуществляющих коммуникативную функцию и определяющих общественную повестку дня. К таким институтам относятся информационные агентства, которые имеют значительное влияние на общественное мнение о том, какое поведение в политике, конфликте и в подобных вопросах является приемлемым, а какое неприемлемым. Использование службами новостей упрощенных формулировок в отношении терроризма может вводить общественность в заблуждение [2, 117-124].

Само понятие "независимая пресса" уже является упрощением. Каждая информационная служба нуждается в финансовой поддержке из частных или государственных источников и, таким образом, не может игнорировать интересы этих источников. К тому же, даже в странах, где правительство не может формально контролировать новостные агентства, политики находят способы манипулирования подачей новостной информации. Руководители новостных агентств, как и политики, читают социологические исследования и часто идут на поводу у общественного мнения, а не стараются самостоятельно определить новые направления общественного развития. В последнее время немаловажным фактором стало и развитие социальных медиа [1, 604-616], которые становятся неотъемлемой частью информационной модели терроризма.

Тенденция конформизма стала очевидной при анализе террористических атак, например, произошедших в США в 2001 г. Большинство американских средств массовой информации рефлекторно отреагировали, требуя справедливого отмщения, а не задались вопросами, почему произошли атаки, и каким образом на ситуацию повлияла политика США. Среди редких голосов был голос Сьюзен Зонтаг, которая сразу после терактов написала в "Нью-Йоркер", что те, кто "имел разрешение на освещение события, включились в компанию по инфантилизации общества. Где признание того факта, что это было не "трусливое" нападение на "цивилизацию", или "свободу", или "человечество" или "свободный мир", а нападение на самопровозглашенную миро-

вую сверхдержаву, ставшее следствием союзов и действий США?" [8, 42] Смысл статьи Зонтаг не особенно глубок, но он примечателен тем, что он был очень необычен для Америки после 11 сентября. Он совершенно выбивался из большинства медийных голосов в США и большей части остального мира. Она подчеркнула тот факт, что террористический акт имеет отношение не только к организаторам и жертвам в отрыве от всего остального, а скорее отражает сложные геополитические проблемы, создающие подходящий для таких нападений контекст.

Несмотря на важность этого более широкого политического контекста, "картинки", построенные по принципу "чем проще, тем лучше" часто приводят к краткосрочной ответной реакции на терроризм. Вифамия Добкин заметила, что телевизионные новости, в частности, "помогают политическому процессу, который полагается на общественные представления о законности и руководстве к действию" [5, 52]. В случае с 11 сентября, изображения Мирового торгового центра были настолько яркими и ошеломляющими, что они доминировали в восприятии общества и подавляли любое инстинктивное желание узнать, из-за чего это произошло. Было мало сопротивления со стороны информационных агентств, которые, казалось, сосредоточились на усилении эмоциональности момента, а не на выполнении реальной журналистской работы, в которой скептицизм не должен утонуть в волнах "ура-патриотизма".

Такие журналистские отклонения могут создать практически симбиотические отношения между террористами и службами новостей. Сенсационное насилие гарантирует широкое освещение в новостях, и, как заметил Джозеф Тьюмен, "стремление к максимальной огласке создает тенденцию в террористическом насилии атаковать такие цели и использовать такие символические действия, которые создают хорошую картинку для новостного телевидения". Тьюмен говорит: "Хотя террористам может казаться, что они манипулируют средствами массовой информации, выбирая такие цели и используя сенсационное насилие для обеспечения освещения в новостях, на самом деле все как раз наоборот. В мире, насыщенном средствами массовой информации, новостные истории уже освещают такое огромное количество событий, связанных с насилием, смертью и трагедиями, что гарантия освещения террористического акта в СМИ требует визуально захватывающего, драматичного и, следовательно, шокирующего насилия во все больших и больших масштабах; как это ни печально, это также означает, что с каждым новым террористическим актом планка драматичности и степени ужаса поднимается" [9, 196].

Следовательно, новостные агентства играют главную роль в определении того, что такое "терроризм", а что – простое "преступление". Террористические организации, как, например, Аль-Каида, полностью осознают механизм этого процесса и планируют свои акты соответственно. Бриджит

Нейкос отметила, что "большинство террористов оценивают последствия своих актов, вероятность привлечения внимания СМИ и, что наиболее важно, возможность войти через средства массовой информации в "треугольник политического общения" [7, 15], состоящий из СМИ, общества и правительства. Другими словами, террористы могут использовать средства массовой информации, чтобы включиться в дискурс гражданского общества. В этой связи значительный интерес представляют внутренние нормы ведущих средств массовой информации, касающиеся вопросов освещения терроризма.

"Нью-Йорк Таймс" не имеет официальной политики в отношении использования терминов "терроризм" и "террорист", но редактор общественных новостей газеты Кларк Хойт занялся этим вопросом после атак в Мумбае в конце 2008 г. "Нью-Йорк Таймс" называла людей, совершивших атаки, "боевиками", "вооруженными людьми" и "нападавшими", но не "террористами". Нападения в Мумбаи, писал Хойт, поставили перед редакторами Таймс уже знакомую семантическую проблему: как называть людей, которые преследуют политические, религиозные, территориальные или неопределенные цели через насилие по отношению к мирному населению. Многие читатели хотят, чтобы газеты даже на новостных страницах выражали свой праведный гнев – или свои политические взгляды – используя слово "террорист" во всех его негативных коннотациях. То, как вы называете кого-то, имеет значение. Если он террорист – он враг всех цивилизованных людей, и с его мотивами не обязательно считаться. В отделе новостей и иностранных бюро, особенно в Иерусалиме, происходила серьезная переоценка терминологии терроризма. Редакторы и репортеры задались вопросом: газета всячески изворачивается во избежание выглядеть предвзятой, или рискует показаться бессердечной к ужасающим фактам? Они бились над такими вопросами, как: почему ответственных за атаки 11 сентября называют террористами, а убийц маленькой девочки в ее кровати в еврейском поселении – нет. И если использование слова "террорист" интерпретируется как политическое действие, то его неиспользование тоже должно являться политическим.

Хойт заметил, что бывший руководитель бюро газеты в Иерусалиме Джеймс Беннет выпустил служебную записку об ограничении терминов, относящихся к террору. Беннет написал, что первоначально он избегал слова "терроризм" вообще и считал более полезным описывать атаки в наиболее реалистичных деталях таким образом, чтобы читатели могли сами навесить собственные ярлыки. Но он неожиданно понял, что полный отказ от использования слова "был настолько нравственно нейтральным, что стал несколько нездоровым. Сам факт подрыва студентов в столовой университета, или семей, собравшихся в кафе-мороженое, уже кричит о том, чтобы его называли тем, чем он является" – писал он.

Подчеркивая разницу во мнениях внутри самой газеты, Хойт писал: Я не думаю, что можно написать набор жестких и строгих правил для слов, на-

чинающихся с буквы "т", и я думаю, что в Таймс относятся к ним осмотри-тельно, и может быть они более консервативны в их использовании, чем я. Мой собственный общий принцип: Если это выглядит как намерение посеять ужас и потрясти сознание – неважно, самолеты ли это, врезающиеся во Все-мирный торговый центр, боевики стреляющие в Мумбаи, или политический убийца в спальне маленькой девочки, я бы называл это терроризмом, осуществляемым террористами [6].

Вашингтон Пост разработал инструкции, которые помимо прочего указы-вают следующее: "Терроризм" и "террорист" могут быть полезными сло-вами, но это штампы. Как и все штампы, они не содержат никакой особой информации. Когда мы используем эти штампы, мы должны это делать так, чтобы это не казалось предвзятым. Например, мы не должны решать спор относительно того, является ли ХАМАС террористической или политической организацией, оправдывающей насилие, или чем-то еще, путем навешивания на ХАМАС ярлыков. Вместо этого мы должны давать читателям факты и, возможно, мнения конфликтующих сторон о том, что лучше всего характери-зует эту организацию [6].

Слова имеют значение. Если называть кого-то "террористом" или "убийцей" вместо того, чтобы использовать такие слова, как "боец сопротив-ления" или "мученик", то со временем это значительно изменит обществен-ное восприятие отдельных личностей или действий. Сюда же относится и не-обходимость избегать использования стереотипов.

Семантику может формировать политика, а от новостных агентств ждут вдумчивого выбора из описательных терминов, как если они должны описывать события без спекуляции, или какой-либо другой предвзятости. Популярное использование часто является подражанием средствам массовой информации, и, таким образом, среда, в которой происходит суждение о тер-рористических актах, формируется в какой-то степени борьбой между слова-ми.

Наиболее массовые новостные организации используют стандарты, в соответствии с которыми запрещены графические изображения террористи-ческих актов, но виновники таких атак могут распространять эти изображе-ния через Интернет и другие новые средства массовой информации для ауди-тории, которая будет более узкой, но считается более ценной, как например, потенциальные новые члены их организаций. Террористические группы так-же знают, что видеоролики в YouTube или на других сетевых ресурсах могут получать широкую аудиторию вне зависимости от того, сколько внимания ему уделяется со стороны традиционных средств информации. Видеоролики, на которых террористы казнят похищенных жертв, иногда имеют в сети по несколько миллионов просмотров. В общем и целом, донести слова и изо-бражения до различных аудиторий намного проще в нашу эпоху снижения количества цензоров значимой информации.

Сегодня новостные агентства противостоят международному обществу, которое теперь более аморфно, чем в прошлом. Сегодняшние "враги" (по определению Западных правительств и СМИ) такие, как Аль-Каида, часто не имеют родины, которую можно было бы найти на карте, не имеют места дислокации, которое можно было бы атаковать вооруженными силами и которое бы общество могло демонизировать. Не существует нацистской Германии или Советского Союза в эру, когда "виртуальные государства" могут заявлять о своем существовании, полагаясь на технологию, а не на традиционные границы. Все это одинаково дезориентирует творцов политики, журналистов и потребителей новостей. Крайне тяжело планировать политику или подготавливать новости, не имея возможности опереться на традиционные инструменты, как карты или правительства в мировом масштабе.

Библиографический список

1. *Балуев Д.Г.* Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. Т.16. №2. С. 604-616.
2. *Грачев С., Зорин В.* Проблемные аспекты при формировании антитеррористического мировоззрения в студенческой среде // Вестник Российской нации. 2014. № 3 (35). С. 117-124.
3. *Castells M.* The Power of Identity (2nd edition) Malden, MA: Blackwell, 2004.
4. *Corman S.R., Trethewey A. and H.L.Goodall, Jr. (Eds)* Weapons of Mass Persuasion: Strategic Communication To Combat Violent Extremism. N.Y.: Peter Lang, 2008.
5. *Dobkin B.A.* Tales of Terror: Television News and the Construction of the Terrorist Threat. Westport, CT: Praeger, 1992.
6. *Getler M.* The Language of Terrorism // Washington Post September 21, 2003.
7. *Nacos B.L.* Mass-Mediated Terrorism (2nd edition). Lanham, MD: Rowman&Littlefield. 2007.
8. *Sontag S.* First Reactions// New Yorker. September 24. 2001.
9. *Truman J.S.* Communicating Terror: The Rhetorical Dimensions of Terrorism (2nd edition). Los Angeles: Sage, 2010.

MEDIA AND INFORMATION AND COMMUNICATION DEFINITION OF TERRORISM

A.I. Zavialov

graduate student (Political Science), Research centre for the study of problems of national and international security, Institute of International Relations and World History, Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

The article describes the information model of terrorism and its relationship with news agencies. Explores the question of why a major role in determining what is "terrorism", and that "simple offence" played by the media?

Key words: terrorism; information policy; news agencies.

References:

1. *Baluev D.G. Political role of social media as a field research // Educational technologies and society. 2013. T.16. №2. P. 604-616. (In Rus.).*
2. *Grachev S., Zorin V. The problematic aspects of forming anti-terroristic world view of students // Review of Russian nation. 2014. № 3 (35). P. 117-124. (In Rus.).*
3. *Corman S. R., Trethewey A. and H.L.Goodall, Jr. (Eds) Weapons of Mass Persuasion: Strategic Communication To Combat Violent Extremism. New York: Peter Lang, 2008. (In English).*
4. *Castells M. The Power of Identity (2nd edition) Malden, MA: Blackwell, 2004. (In English).*
5. *Dobkin B.A. Tales of Terror: Television News and the Construction of the Terrorist Threat. Westport, CT: Praeger, 1992. (In English).*
6. *Getler M. The Language of Terrorism // Washington Post September 21, 2003. (In English).*
7. *Nacos B.L. Mass-Mediated Terrorism (2nd edition). Lanham, MD: Rowman&Littlefield. 2007. (In English).*
8. *Sontag S. First Reactions // New Yorker. September 24. 2001. P. (In English).*
9. *Truman J.S. Communicating Terror: The Rhetorical Dimensions of Terrorism (2nd edition). Los Angeles: Sage, 2010. (In English).*